

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	11
CAPÍTULO I	
COMERCIO ELECTRÓNICO	
1.CONCEPTO	15
1.1.Origen Normativo.....	16
1.1.1.Mensaje de Datos.....	17
1.1.2.Comercio Electrónico.....	17
1.1.3.Firma digital.....	18
1.1.4.Entidad de certificación.....	18
1.1.5.Intercambio electrónico de datos (EDI).....	18
1.1.6.Sistema de Información.....	18
1.2.Iniciador.....	19
1.3.Suscriptor.....	19
1.4.Repositorio.....	19
1.5.Clave privada	19
1.6.Clave Pública	19
1.7.Certificado en relación con las firmas digitales ...	19
1.8.Estampado cronológico	19
1.9.Entidad de certificación errada	20
1.10.Entidad de certificación abierta	20
1.10.1.Su uso no se limita al intercambio de mensajes entre la entidad	20
1.10.2.Recibe remuneración por éstos	20

1.10.3.Declaración de prácticas de certificación (PPC)...	20
-----------------------------------------------------------	----

CAPITULO II MENSAJE DE DATOS

2.1.Noción	23
2.2.Consecuencias probatorios y atributos del mensaje de datos	23
2.3.Presunción	24
2.3.1.Presunción legal.....	24
2.3.2.Presunción de derecho.....	25
2.4.Atribución de un mensaje de datos	25
Iniciador.....	26
2.5.Presunción del origen del mensaje de datos, art. 17 ..	26
2.6. Concordancia entre el mensaje de datos enviado con el mensaje de datos recibido. Art. 18.....	27
2.7.Mensaje de datos duplicados	28
2.8.Acuse de recibo	29
2.9.Presunción de recepción de un mensaje de datos	30
2.10.Dónde y cuándo se entienden enviados y recepcionados los mensajes de datos.	30
2.11.Tiempo de envío y recepción de un mensaje de datos.....	31
2.12.Tiempo de recepción de un mensaje de datos.	32
2.13.Lugar de envío y recepción del mensaje de datos.	33
2.14.Equivalencia del mensaje de datos al mensaje escrito	33

CAPÍTULO III FIRMA

3.1.Noción.....	37
-----------------	----

3.2.La firma del mensaje de datos	38
3.2.1. Que se haya utilizado un método	39
3.2.2. Que el método sea tan confiable como apropiado ..	39
3.3.La firma digital.....	39

CAPÍTULO IV

4.1.Certificados digitales	43
4.2.Entidades de certificación	44

CAPÍTULO V DOCUMENTO

5.1.Noción.....	49
5.2.Documento electrónico	49
5.3.Contrato Mercantil	50
5.4.Contratos electrónicos.....	51
5.5.Elementos esenciales de los contratos.....	52
5.6 .La buena fe contractual	53
5.7.La oferta.....	54

CAPÍTULO VI PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

6.1.Deberes del productor y proveedor en las ventas a través de mensajes de datos.....	61
6.2.Retraecto	62
6.3.Protección al consumidor de comercio electrónico ..	64
6.4.Deberes de expendedores y productores del comercio electrónico	64
6.4.1.De identificación.....	64

6.4.2. Información de productos	64
6.4.3. Medios de pago y otros.....	65
6.4.4. Portales de contactos	66
6.4.5. Condiciones del contrato	66
6.5. Interpretación favorable de los contratos.....	67
6.6. Prohibición de ventas atadas.....	68
6.7. Cláusulas abusivas	68
6.8. Plazos de entrega	70
6.9. Las garantías.....	71
6.10. Término de garantía legal	71
6.11. Suspensión y ampliación del plazo de la garantía.	72
6.12. Responsables de la garantía legal.....	73
6.13. Garantía contractual o suplementaria	73
6.14. Prueba de la relación comercial.....	74
6.15. Seguridad de la transacción y del consumidor	74
6.16. Quejas y reclamos.....	75
6.17. Reversión del pago	75
6.18. Procedimiento en caso de controversia.....	76

CAPÍTULO VII

PROTECCIÓN DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

7.1. Protección de niños, niñas y adolescentes en el comercio electrónico	81
------------------------------------------------------------------------------------	----

CAPÍTULO VIII

TÍTULOS VALORES ELECTRÓNICOS

8.1. Título valor electrónico	86
8.2. Características de los títulos valores electrónicos ..	86
8.2.1. Legitimación	86
8.2.2. Ejercicio del derecho que en él se incorpora..	87
8.2.3. Literalidad	88
8.2.4. Autonomía	89
8.2.5. Incorporación.....	89
8.2.6. Incondicionalidad	90
8.2.7. Negociabilidad	91
8.3. Requisitos comunes.....	91