

ÍNDICE

CAPÍTULO PRIMERO. LA CONFIANZA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. El Derecho de Consumo y el auge social y económico de la contratación en línea en un nuevo contexto.
2. Sobre la categoría del contrato electrónico y algunas consideraciones respecto de la terminología habitualmente empleada.
3. La inteligencia artificial aplicada al comercio electrónico, la protección de las personas consumidoras y otras cuestiones conexas.
4. Algunos de los inconvenientes que presenta, aún, la contratación en digital. Fundamentalmente la generación de confianza como presupuesto indispensable para su consolidación.
5. El Comercio electrónico y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La Nueva Agenda del Consumidor.

CAPÍTULO SEGUNDO. LOS INTERESES DE LA PERSONA CONSUMIDORA

1. Precisiones iniciales en materia de sostenibilidad ambiental, personas en situación de discapacidad y la perspectiva de género en las relaciones de consumo.
2. El Derecho Antidiscriminatorio, Derecho de la discapacidad y Derecho Ambiental.
3. Colectivos vulnerables y contratación digital.
4. Personas consumidoras vulnerables por razón de discapacidad. La accesibilidad cognitiva.
5. Perspectiva de género en las relaciones contractuales de consumo.
6. La figura del prosumidor digital. Ámbito de actuación y función en el Derecho de Consumo.
7. La perspectiva de la sostenibilidad en las relaciones contractuales de consumo. La función de las personas consumidoras en materia de sostenibilidad.

CAPÍTULO TERCERO. LA PROTECCIÓN A TRAVÉS DE LA INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL Y EL DERECHO DE DESISTIMIENTO

1. Consideraciones previas.
2. La base para una correcta formación del consentimiento contractual.
3. La información y el sector digital como herramienta de la estrategia del Mercado Único Sostenible.
4. La función de protección asignada al derecho de desistimiento.

BIBLIOGRAFÍA