

COMERCIO ELECTRÓNICO Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Dr. Leonardo Lepíscopo

Director de Protección Jurídica del Consumidor - DNDC

DIRECCIÓN NACIONAL DE
**DEFENSA DEL
CONSUMIDOR**

Secretaría de Comercio Interior



Ministerio de Producción y Trabajo
Presidencia de la Nación

Definición

Concepto

CAPÍTULO VII

De la venta domiciliaria, por correspondencia y otras

ARTÍCULO 33 — Venta por Correspondencia y Otras. Es aquella en que la propuesta se efectúa por medio postal, telecomunicaciones, electrónico o similar y la respuesta a la misma se realiza por iguales medios...

CCyC

ARTÍCULO 1105 — Contratos celebrados a distancia. Contratos celebrados a distancia son aquellos concluidos entre un proveedor y un consumidor con el uso exclusivo de medios de comunicación a distancia, entendiéndose por tales los que pueden ser utilizados sin la presencia física simultánea de las partes contratantes. En especial, se consideran los medios postales, electrónicos, telecomunicaciones, así como servicios de radio, televisión o prensa.

Comercio electrónico

RELACIÓN DE CONSUMO

- Propuesta efectuada por medio electrónico.
- Aceptación del usuario por el mismo medio.

PREGUNTAS

- ¿Cualquier propuesta de cualquier personal física o jurídica?
- ¿Cualquier aceptación de cualquier comprador?

Características propias según su naturaleza

Artículo 34. — Revocación de aceptación. En los casos previstos en los artículos 32 y 33 de la presente ley, el consumidor tiene derecho a revocar la aceptación durante el plazo de DIEZ (10) días corridos contados a partir de la fecha en que se entregue el bien o se celebre el contrato, lo último que ocurra, sin responsabilidad alguna. Esta facultad no puede ser dispensada ni renunciada.

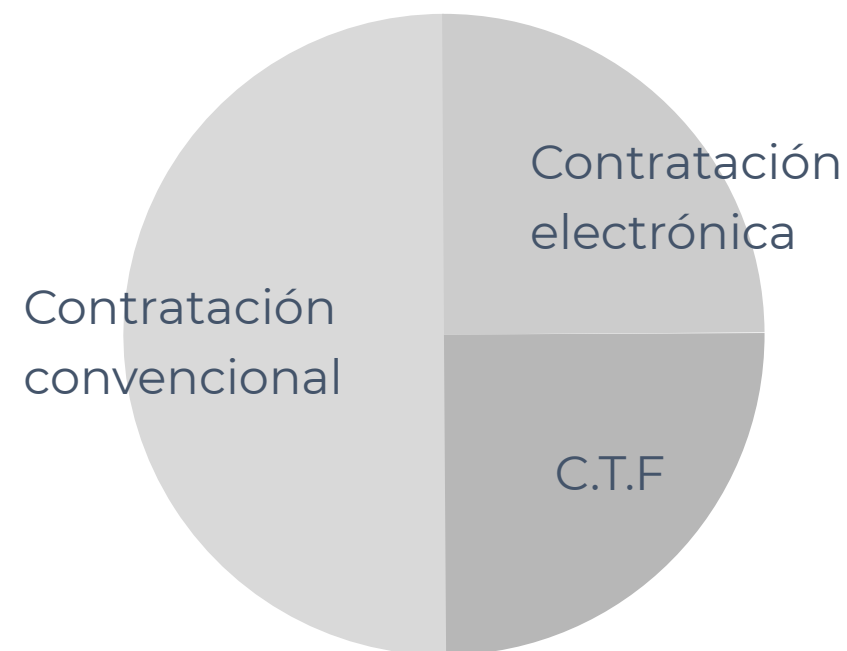
El vendedor debe informar por escrito al consumidor de esta facultad de revocación en todo documento que con motivo de venta le sea presentado al consumidor.

Tal información debe ser incluida en forma clara y notoria.

El consumidor debe poner el bien a disposición del vendedor y los gastos de devolución son por cuenta de este último.

Situación
actual
**comercio
convencional
/electrónico**

1. Institutos de la **Ley 24240** y **CCyC**
2. Idem. **Más protección**
(Art. 34, Ley 24.240)
3. **Contratación Transfronteriza:** regida por el DIP
(empresas “hosteadas” fuera del territorio nacional)



Análisis de las problemáticas del comercio electrónico

- Compraventa a distancia (comercio electrónico) con empresa “hosteada” en argentina. Ejem.: compra venta en el sitio web de Coto, Musimundo, etc.;
- Comercio electrónico sujeto a la legislación “argentina”. Rigen con plena vigencia **Arts. 4, 7, 10 ter., 11 y siguientes; 19, 32, 34, 35, 37 y siguientes de la Ley 24240;**

Es decir, como en toda otra compra venta o prestación de servicios prevista en la Ley 24240, rigen los principios de deber de información; oferta, publicidad, baja por el mismo medio, garantías, servicios, ventas a distancia, cláusulas abusivas.

Empresas
radicadas fuera
del **territorio
de la República
Argentina**

- Supuesto de proveedores que contratan fuera del territorio nacional: Trivago, Via GoGo, Amazon, Booking, Facebook, etc.
- Contratación regida por el Derecho Internacional Privado. Subsidiariamente previsiones del CCyC.
- “Desafío” para los consumidores.

Problemas del comercio electrónico transfronterizo

- **Compraventa realizada con proveedor en el extranjero:** (Amazon; web sites de Brasil, Trivago, etc.)
 - Problemas de la extraterritorialidad de las “relación de consumo”.
- **Problema de derecho internacional privado:**
 - Conectores:
 - Jurisdicción.
 - Competencia.
 - Ley aplicable.
 - Problemas: contrata un menor; la oferta no se cumple; determinada cláusula se abusiva, etc. etc.
 - Empresa radicada en el extranjero. No se le aplican sanciones. Supuesto de comisión de delito.

Consecuencias

- Extraterritorialidad.
- Alcances de la normativa de consumo y de las facultades de la AA.
- Supuesta de queja o reclamo del usuario. Diferencia de convención de prórroga de jurisdicción en territorio argentino y con el extranjero. Validez entre las partes.
- Falta de armonización legislativa o legislación supranacional.

Posibles cursos de acción

- Tratados Internacionales
- Cooperación de agencias gubernamentales en tanto autoridad de aplicación de la normativa de consumo
- “Buena voluntad del proveedor”. Ver jurisdicción y ley aplicable

Recomendaciones de organismos internacionales

- Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor
- El comercio electrónico es una de las esferas nuevas abarcadas por la versión revisada de las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor (párrafos 63 a 65).
- Las Directrices instan a los gobiernos a establecer políticas nacionales de protección del consumidor que fomenten buenas prácticas, también aplicables al comercio electrónico, en lo relativo a la divulgación de información, los términos contractuales, la seguridad de los mecanismos de pago, la vida privada del consumidor y la seguridad de los datos y los mecanismos de solución de controversias y de compensación (sección V. epígrafe A).

Recomendación del Consejo de la OCDE relativa a los lineamientos para la protección al consumidor en el contexto del comercio electrónico.

- La Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), en el marco de la Organización de las Naciones Unidas, ha trabajado ampliamente en el comercio electrónico, tomando como principios rectores:
- La protección transparente y efectiva (secc. I); equidad en las prácticas empresariales, publicitarias y de mercadotecnia (secc. II), información en línea (secc. III) –que también incluye la información sobre la empresa, los bienes o servicios y las transacciones –así como los procedimientos de confirmación (secc. IV) y los pagos (secc. V)
- También ha elaborado orientaciones adicionales sobre el comercio móvil (las orientaciones de la OCDE sobre las nuevas cuestiones de protección y empoderamiento del consumidor en relación con aspectos de comercio electrónico), suplantación de identidad en línea (recomendaciones de la OCDE en materia de suplantación de identidad en línea) y los servicios de comunicación (recomendaciones de la OCDE para la protección y la emancipación de los consumidores de servicios de comunicación).

Análisis
específico
**intermediación
plataformas**

Caso Mercado Libre

Compraventa de producto a través de Mercado Libre

- ¿Toda compra queda alcanzada?
- ¿Toda venta queda alcanzada?
- ¿Qué pasa en caso de incumplimiento: falta de entrega; garantía, etc.?

Responsabilidad de Mercado Libre



Análisis de actuación de **Mercado Libre**

- Hizo publicidad puntual del producto o servicio... (Art. 8, Ley 24240);
- Comprometió servicios de entrega o de pago a través de ML (Mercado Pago...);
- Solo ofreció su “plataforma” para unir oferentes y demandantes...?

Comisión de
infracciones;
**responsabilidad
por daños**

- **Reclamo en sede administrativa.**
Instancia conciliatoria. Acuerdo/No acuerdo. Eventual imputación por el incumplimiento al proveedor y a la plataforma....
- **Reclamo en sede Judicial:**
Art. 40: responsabilidad por daños
 - Daño deriva del vicio o riesgo de la cosa o prestación del servicio responden productor, fabricante, importador, vendedor, quien haya puesto la marca...
 - Supuesto de conexidad contractual.

Jurisprudencia

- En este sentido, la Sala K de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil en el precedente “Claps, Enrique Martín y Otro c/ Mercado Libre S.A. s/ Daños y Perjuicios” condenó a Mercado Libre S.A. a **indemnizar con la suma de \$40.000 a dos hermanos que adquirieron localidades para el Espectáculo musical de Gustavo Cerati y al llegar al ingreso al recital fueron detenidos porque las entradas habían sido denunciadas como robadas** por los organizadores.
- Para así decidir, el Tribunal sostuvo que Mercado Libre “... **no está excluida de la categoría de proveedor** por lo que está obligado frente a los actores **hasta el momento mismo en que éste haga efectiva la prestación que le es debida ...**” “...el servicio que presta la accionada resulta de beneficio económico para sí. Hay un cargo por publicación y un cargo por venta...” “Lo cierto es que Mercado Libre interviene –y por ende es responsable- desde el mismo momento en que, creando una apariencia, **logra atraer para sí la confianza de sus clientes**. Y, precisamente, esa confianza constituye la fuente primaria de sus obligaciones. También lo es de sus ganancias. Sea cual sea el argumento que se tome, no es discutible que Mercado Libre es un intermediario que integra una cadena comercial y, siendo tal, **será solidariamente responsable con los otros sujetos integrantes de esa red**”.

Jurisprudencia

- Sala D de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial en el precedente “Kosten, Esteban c/ Mercado Libre SRL s/ ordinario” del 22 de marzo de 2018 **rechazó la demanda iniciada por el Sr. Esteban Kosten** que había iniciado contra Mercado Libre S.R.L. para lograr el resarcimiento por los daños y perjuicios que derivaron de la falta de **entrega de un automotor que adquirió en el sitio web de ventas y subastas que organiza y administra dicha sociedad.**
- Al respecto, afirmó haber pagado el precio de compra mediante giros internacionales con intervención de una empresa local (modalidad que, según sus dichos, le habría indicado Mercado Libre), así como una suma para cubrir “gastos de entrega y documentación” **de acuerdo al pedido que al efecto le hizo la empresa pero que pese a todo ello nunca recibió el rodado. El Tribunal determinó la ausencia de responsabilidad de Mercado Libre en el caso concreto a la luz de la Directiva 2000/31/CE**, al considerar que su intervención quedó limitada a una prestación neutra del servicio y que no incurrió en una “**ignorancia premeditada**” o “**ignorancia culpable**”.
- Se destacó que: 1) La empresa se limitó a **proporcionar un foro para una transacción entre un comprador y un vendedor**, habiendo dado un tratamiento técnico y automático de los datos facilitados al efecto; 2) **Mercado Libre dio debido cumplimiento al deber de información hacia los consumidores en cuanto a la comprensión de los riesgos derivados de su empleo**; 3) No se acreditó que el Sr. Kosten hubiera tenido acceso al aviso clasificado a través de motores de búsqueda en internet, esto es, merced a un enlace privilegiado revelador de una actividad de Mercado Libre enderezada a optimizar la presentación de la oferta; y 4) que Mercado Libre inhabilitó al usuario vendedor en cuanto advirtió una situación sospechosa (antes de la fec

Armonización
normativa
MERCOSUR

DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Resolución 104/2005

- Incorpórase al ordenamiento jurídico nacional la Resolución N° 21 del Grupo Mercado Común del Mercado Común del Sur, de fecha 8 de octubre de 2004, relativa al Derecho de Información al Consumidor en las Transacciones Comerciales Efectuadas por Internet.
- **Complementaria de la Ley 24240**

Ámbito de aplicación y **sujetos obligados**

- Art. 1 - En las relaciones de consumo realizadas por comercio electrónico a través de INTERNET, debe garantizarse a los consumidores durante todo el proceso de la transacción comercial, el derecho a la información clara, precisa, suficiente y de fácil acceso sobre el proveedor del producto o servicio; sobre el producto o servicio ofertado; y respecto a las transacciones electrónicas involucradas.
- La presente norma será aplicable a todo proveedor radicado o establecido en alguno de los Estados Partes del MERCOSUR.

Previsiones generales

Art. 2 - El proveedor deberá proporcionar al consumidor, en su sitio en INTERNET, en forma clara, precisa y fácilmente advertible, la información que a continuación se detalla:

- a) Características del producto o servicio ofrecido conforme a su naturaleza;
- b) La disponibilidad del producto o servicio ofrecido, así como las condiciones de contratación del mismo y en su caso las restricciones y limitaciones aplicables;
- c) El modo, el plazo, las condiciones y la responsabilidad por la entrega;
- d) Los procedimientos para cancelación de la contratación.;
- e) El procedimiento de devolución, intercambio y/o información sobre la política de reembolso.

Previsiones generales

Continúa del **Art. 2:**

- f) el precio del producto o servicio, la moneda, las modalidades de pago, el valor final, el costo del flete y cualquier otro costo relacionado con la contratación, dejando expresa constancia que los posibles tributos de importación que resulten aplicables, no se encuentran incluidos en el mismo;
- g) advertencias sobre posibles riesgos del producto o servicio;
- h) el procedimiento para la modificación del contrato, si ello fuera posible.

La información prevista en el presente artículo deberá constar en los dos idiomas oficiales de MERCOSUR cuando el proveedor realice transacciones con consumidores de alguno de los Estados Parte cuyo idioma sea distinto al del país de radicación del proveedor

Previsiones generales

Art. 3 - Además de la información mencionada en el artículo anterior, el proveedor deberá proporcionar al consumidor en su sitio en INTERNET, en forma clara, precisa, y de fácil acceso, al menos, la siguiente información::

- a) denominación completa del proveedor;
- b) domicilio y dirección electrónica del proveedor;
- c) número telefónico de servicio de atención al cliente y, en su caso, número de fax y/o correo electrónico;
- d) identificación del proveedor en los registros fiscales y/o comerciales que correspondan;

Previsiones generales

Continúa del **Art. 3:**

- e) la identificación de los registros de los productos sujetos a sistemas de autorización previa.
- f) el plazo, la extensión, las características y las condiciones a la que está sujeta la garantía legal y/o contractual del producto según corresponda;
- g) copia electrónica del contrato;
- h) el nivel de seguridad utilizado para la protección permanente de los datos personales;
- i) la política de privacidad aplicable a los datos personales;
- j) métodos aplicables para resolver controversias, si estuvieran previstos;
- k) las lenguas ofrecidas para la celebración del contrato.

Aspectos instrumentales

Art. 4 - El proveedor deberá otorgar al consumidor, en forma clara, precisa y de fácil acceso, los medios técnicos para identificar y corregir errores de introducción de datos antes de efectuar la transacción y un mecanismo de confirmación expresa de la decisión de efectuar la transacción, a efectos de que el silencio del consumidor no sea considerado como consentimiento.

Art. 5 - El proveedor deberá indicar al consumidor, en su sitio en INTERNET: un modo de consulta electrónico de la legislación de defensa al consumidor aplicable al proveedor; la dirección electrónica del organismo nacional de aplicación de la misma, y referencia a los códigos de conducta a los que estuviera adherido.

Actualización
norma
MERCOSUR
GMC N° 37 (2019)

NUEVA RESOLUCIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

- Reemplaza a la Resolución anterior GMC 21/04 sobre derecho a la Información sobre contratos de consumo por Internet.
- Se enumeran a continuación las principales modificaciones y actualizaciones de la norma aprobada:
 - **Art. 3:** Se dispone la guarda inalterable de los términos de la contratación para seguridad del consumidor;
 - **Art. 4:** Se requiere del proveedor un resumen preliminar de los términos contractuales del bien o servicio ofrecido por internet, para facilitar su comprensión por parte del consumidor;
 - **Art. 5:** Se prevé la obligación de implementar mecanismos expresos para la manifestación del consentimiento del proveedor, no aceptándose el silencio del consumidor como tal.

Actualización norma

MERCOSUR

GMC N° 37 (2019)

- Art. 7°: Se establece que los proveedores deben proporcionar servicios eficientes de atención de consultas y reclamos de los consumidores.
- Art. 8°: Se prevé que los estados insten a implementar mecanismos de resolución de conflictos en línea eficientes y económicos para los consumidores;
- Art. 9°: Se establece el principio de cooperación entre las agencias gubernamentales de protección del consumidor de los Estados Partes, para el supuesto de conflicto transfronterizo entre proveedores y consumidores.

MERCOSUR/GMC/RES N° 36/19

DEFENSA DEL CONSUMIDOR – PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

- 14. Principio de equiparación de derechos. Los Estados Partes deben esforzarse por fomentar la confianza en el comercio electrónico, mediante la formulación de políticas transparentes y eficaces. En el ámbito de la contratación electrónica se reconoce y garantiza un grado de protección que nunca será inferior al otorgado en otras modalidades de comercialización.

Acuerdo sobre **Derecho Aplicable en Materia de Contratos Internacionales de Consumo**

Consejo del Mercado Común del MERCOSUR.
(internalización por ley del congreso)

- Artículo 7.- Contratos celebrados por el consumidor en el Estado de su domicilio.
 - 1.- Los contratos internacionales celebrados estando el consumidor en el Estado de su domicilio, especialmente en caso de contratación a distancia, se rigen por el derecho elegido por las partes, quienes pueden optar por el derecho del domicilio del consumidor, del lugar de celebración o cumplimiento del contrato o de la sede del proveedor de los productos o servicios. El derecho elegido será aplicable siempre que fuera más favorable al consumidor.
 - 2.- En caso de ausencia de elección válida, los contratos internacionales de consumo se rigen por el derecho del Estado del domicilio del consumidor.
- Artículo 8.- Contratos celebrados por el consumidor estando fuera del Estado de su domicilio.
 - 1.- Los contratos internacionales de consumo celebrados por el consumidor estando éste fuera del Estado de su domicilio, se rigen por el derecho elegido por las partes, quienes pueden optar válidamente por el derecho del lugar de celebración o de cumplimiento del contrato o por el del domicilio del consumidor. El derecho elegido será aplicable siempre que fuera más favorable al consumidor.
 - 2.- En caso de ausencia de elección válida, los contratos internacionales de consumo celebrados por el consumidor, estando éste fuera del Estado de su domicilio, se rigen por el derecho del lugar de celebración.

Problemática del **comercio** **transfronterizo**

DIP / legislación argentina

- Jurisdicción internacional (CCyC)
- ARTÍCULO 2601.- Fuentes de jurisdicción. La jurisdicción internacional de los jueces argentinos, no mediando tratados internacionales y en ausencia de acuerdo de partes en materias disponibles para la prórroga de jurisdicción, se atribuye conforme a las reglas del presente Código y a las leyes especiales que sean de aplicación.

Previsiones del Código en materia de contratos

- **ARTÍCULO 2650.-** Jurisdicción. No existiendo acuerdo válido de elección de foro, son competentes para conocer en las acciones resultantes de un contrato, a opción de actor:
 - a) los jueces del domicilio o residencia habitual del demandado. Si existen varios demandados, los jueces del domicilio o residencia habitual de cualquiera de ellos;
 - b) los jueces del lugar de cumplimiento de cualquiera de las obligaciones contractuales.
 - c) los jueces del lugar donde se ubica una agencia, sucursal o representación del demandado, siempre que ésta haya participado en la negociación o celebración del contrato.
- **ARTÍCULO 2651.-** Autonomía de la voluntad. Reglas. Los contratos se rigen por el derecho elegido por las partes en cuanto a su validez intrínseca, naturaleza, efectos, derechos y obligaciones. La elección debe ser expresa o resultar de manera cierta y evidente de los términos del contrato o de las circunstancias del caso. Dicha elección puede referirse a la totalidad o a partes del contrato.

Previsión en materia de **contratos de “consumo”**

- **ARTÍCULO 2654.-** Jurisdicción. Las demandas que versen sobre relaciones de consumo pueden interponerse, a elección del consumidor, ante los jueces del lugar de celebración del contrato, del cumplimiento de la prestación del servicio, de la entrega de bienes, del cumplimiento de la obligación de garantía, del domicilio del demandado o del lugar donde el consumidor realiza actos necesarios para la celebración del contrato.

También son competentes los jueces del Estado donde el demandado tiene sucursal, agencia o cualquier forma de representación comercial, cuando éstas hayan intervenido en la celebración del contrato o cuando el demandado las haya mencionado a los efectos del cumplimiento de una garantía contractual.

La acción entablada contra el consumidor por la otra parte contratante sólo puede interponerse ante los jueces del Estado del domicilio del consumidor.

En esta materia no se admite el acuerdo de elección de foro.

Previsión en materia de contratos de “consumo”

- **ARTÍCULO 2655.-** Derecho aplicable. Los contratos de consumo se rigen por el derecho del Estado del domicilio del consumidor en los siguientes casos:
 - a) si la conclusión del contrato fue precedida de una oferta o de una publicidad o actividad realizada en el Estado del domicilio del consumidor y éste ha cumplido en él los actos necesarios para la conclusión del contrato;
 - b) si el proveedor ha recibido el pedido en el Estado del domicilio del consumidor;
 - c) si el consumidor fue inducido por su proveedor a desplazarse a un Estado extranjero a los fines de efectuar en él su pedido;
 - d) si los contratos de viaje, por un precio global, comprenden prestaciones combinadas de transporte y alojamiento.

En su defecto, los contratos de consumo se rigen por el derecho del país del lugar de cumplimiento. En caso de no poder determinarse el lugar de cumplimiento, el contrato se rige por el derecho del lugar de celebración.

¡Muchas gracias!

