

# Comercio electrónico

## y responsabilidad del comprador y vendedor



La jurisprudencia generada a partir de un fallo de Cámara deja en claro la importancia de la aceptación de los términos y condiciones por parte de consumidores y vendedores que interactúan en una plataforma de comercio online. A la vez, establece una diferenciación entre los servicios de intermediación tecnológica para realizar transacciones y las obligaciones y riesgos a los que se exponen las partes en ese entorno.



### Por Sandra Sofía Arcos Valcárcel

Abogada de CAIL y docente de la Universidad de Buenos Aires

“Comercio electrónico” es toda distribución, comercialización en general (v.gr. compra y venta), suministro de información de productos y/o servicios a través de Internet. Básicamente, la red permite que cualquier cliente potencial acceda a productos, bienes y servicios que ofrecen proveedores desde cualquier lugar, a cualquier hora del día o de la noche. El Código Civil y Comercial de la Nación, en vigencia desde el 1 de agosto de 2015, lo titula “contratos celebrados a distancia” y los define como aquellos concluidos

entre un proveedor y un consumidor con el uso exclusivo de medios de comunicación a distancia (art. 1105 CCC). La definición doctrinaria de la venta a distancia o fuera de los establecimientos comerciales es aquella que, con un sentido amplio, afirma que consiste en ir al encuentro de la clientela para ofrecerle bienes o servicios. Esta es, sin duda, la técnica de venta de mayor antigüedad y la más expandida, sólo que ahora, “reciclada” y aggiornada debido al uso de la tecnología. Recientemente, la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, Sala D, dictó sentencia en el caso “Kosten, Esteban c. Mercado Libre SRL s/ ordinario” (sentencia publicada en La Ley 02/05/2018, pág. 6, Cita on line: AR/JUR/1780/2018) en el que la parte reclamante demandó al sitio de compras a distancia por la falta de entrega de un automotor que ha-

bría adquirido a través de la vía electrónica y que nunca le entregaron. Adelanto que la demanda fue rechazada en ambas instancias, con costas al accionante.

La Cámara hizo un impecable análisis del derecho extranjero y precedentes judiciales europeos, y los trasladó a nuestro medio. Los jueces indicaron que la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de fecha 8/6/2000 relativa a "Determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, y en particular, el comercio electrónico en el mercado interior" -cuyo contenido normativo ha sido incorporado por los países de la Unión Europea a sus derechos internos con análogos alcances (Alemania, en 2007; Inglaterra, en 2002; Francia, en 2004; Italia, en 2003; España, en 2002; Austria, en 2001; Bélgica, en 2003; Dinamarca, en 2002; Finlandia, en 2002; Grecia, 2003; Islandia, 2002; Noruega, 2003; Portugal, 2004; Suecia, 2002; Holanda, 2005; etc.)-, posee reglas relacionadas con la 'Responsabilidad de los prestadores de servicios intermediarios'. Entre ellas, la responsabilidad de los prestadores de servicio en Internet que facilitan el contacto entre vendedores y compradores de productos, puesto que son los 'servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico', quedando por ende comprendidos los servicios prestados a distancia a través de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, a petición individual de un destinatario de servicios y, normalmente, a cambio de una remuneración, resultando evidente que la explotación de un mercado electrónico reúne todos esos elementos (conf. TJCE, 12/7/2011, 'L'Oréal S.A., Lancôme parfums et beauté & Cie SNC, L.G. &C., L'Oréal (UK) Ltd. c/ eBay International AG')".

En ese marco, y extrapolando las conclusiones de los precedentes europeos al caso en análisis -conforme surgiera de la prueba colectada en la causa-, se determinó que Mercado Libre SRL, como plataforma de ventas y subastas online, se divide en dos secciones:





una, destinada a la compraventa de bienes no registrables en la que los datos del vendedor son dados a conocer al adquirente sólo después de que este decide concretar la operación haciendo "clic" en el botón "comprar" (sección de "marketplace"); y otra, vinculada a la adquisición de bienes registrables, con relación a la cual los datos personales del vendedor están publicados en la misma oferta, funcionando en tal caso la plataforma como una simple sección de avisos ("sección de clasificados"), que permite a los interesados contactarse directamente, sin necesidad de tener que manifestar previamente una voluntad de compra ni registrarse en el sistema. La operación referida en la demanda (compraventa de un rodado automotor) se canalizó en el marco de la segunda sección, por tanto, el actor y la vendedora del automotor se vincularon "... de manera independiente y por fuera de la mencionada plataforma comercial...", lo que llevó a la demandada a una posición neutral con relación a las operaciones concretadas en la plataforma, lo que -en esas operaciones- es advertido a los usuarios en los "Términos y

Condiciones" que necesariamente deben ser leídos y aceptados al momento de registrarse como tales.

Así, el Tribunal entendió que se puede hablar de exención de responsabilidad del operador de un mercado electrónico de ventas o subastas online cuando no desempeña un papel activo que le permita adquirir conocimiento o control de los datos almacenados; es decir, cuando ha sido un "mero canal" -caso en el que actúa como foro para una transacción entre un comprador y un vendedor-, que tiene una función neutra, meramente técnica, automática y pasiva, lo que impide que tenga conocimiento y control de la información almacenada.

Ello es correlato natural de que no puede imponerse a un prestador de servicios de hosting -es decir, solo almacenamiento- la obligación general de supervisar los datos que transmitan o almacenen, ni la de realizar búsquedas activas de hechos o circunstancias que indiquen actividades ilícitas; por tanto, no se le pueden exigir obligaciones "proactivas". Por ello, a la inexistencia de una obligación general de vigilar le debe seguir, como regla, la inexistencia de responsabilidad, tal como lo declaró la Corte Suprema de Justicia de la Nación al analizar el régimen de responsabilidad de los "motores de búsqueda" en Internet (en el caso "Rodríguez, M.B. c/ Google Inc. s/ daños y perjuicios", de octubre de 2014).

En ese contexto, se determinó que todas las aclaraciones que ofrece el sitio web de la empresa demandada, puestas a disposición de los usuarios para su lectura de un modo sencillo, cumplen adecuadamente con los estándares de información cierta, clara y detallada del servicio que se provee, con lo que tampoco hubo en el caso concreto incumplimiento de la obligación de información debida a los consumidores en cuanto a la comprensión de los riesgos derivados del empleo del sitio (art. 1107 del CCC; art. 4, primer párrafo, de la ley 24.240).

Entonces, a la hora de determinar la responsabilidad o no del sitio web de mercado electrónico, la manera y el grado en que un operador interactúa con los vendedores y los propietarios es un aspecto fundamental para los tribunales, lo que decidirá técnicamente el resultado del proceso.

**PUBLICIDAD EN MEDIOS GRÁFICOS**

# UNA TRAYECTORIA DE 70 AÑOS AL SERVICIO DE LA VERDAD



Desde hace 70 años, la transparencia del mercado publicitario está representada por el IVC. Brindando datos reales de circulación en medios gráficos, la pauta en medios es segura y efectiva.

**Por eso, a la hora de pautar en medios,  
cuente con la verdad, cuente con el IVC.**



**INSTITUTO VERIFICADOR  
DE CIRCULACIONES**

Av. de Mayo 1370 1° piso  
C1085ABQ - C.A.B.A.  
Tel.Fax.: 5411-5236-4119  
info@ivc.org.ar  
www.ivc.org.ar

**LA VERDAD, SIEMPRE.**