

## RESPONSABILIDAD DE LOS SITIOS WEB QUE INTERMEDIAN EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

**Autores:** Julio Corenfeld y Marcela Pons\*

### **Resumen:**

*1. Los sitios web que prestan un servicio de intermediación en el comercio electrónico pueden ser responsabilizados tanto por la deficiente prestación del servicio que brindan (publicidad, calificación de los usuarios, trasmisión de la oferta, manejo de la subasta, entre otros) como por el incumplimiento de la obligación principal que asumen sus usuarios vendedores.*

*2. Es de aplicación en estos casos los arts. 1073, 1075 y 736 del CCy C.*

*3. No es asimilable el servicio que brindan los sitios web intermediarios en el comercio electrónico con el que brindan los diarios y revistas al publicar un aviso clasificado.*

*4. Los sitios web intermediarios en el comercio electrónico están obligados a informar la facultad de revocación que tiene el consumidor de conformidad con lo establecido en los artículo 34, segundo párrafo de la ley 24.240 y 1110 del CCy C de la Nación a responder en caso de daños ocasionados a los consumidores por el incumplimiento de dicha obligación*

### **1. Introducción**

Durante estos últimos años el crecimiento del comercio electrónico ha sido notable y sostenido. Ello ha hecho surgir sitios web dedicados exclusivamente a intermediar entre usuarios que pretenden vender un producto o servicio<sup>1</sup> y aquellos que pretenden adquirirlo o contratarlo<sup>2</sup>.

Paralelamente, desde la incorporación de los derechos del consumidor en nuestra Constitución Nacional y, sobre todo, desde la sanción de la ley de defensa del consumidor, y su reciente consagración en el Código Civil y Comercial de la Nación, la protección integral de los consumidores o usuarios, se ha consolidado y ampliado a toda clase de relación de consumo.

Sin embargo, aún existen supuestos de responsabilidad en el ámbito del derecho del consumo en los cuales el deber de responder de los proveedores genera o puede generar algunas dudas. Uno de esos casos, entiendo, es el de los sitios web que intermedian

---

\* Julio Corenfeld. Docente Auxiliar. Departamento de Derecho, Universidad Nacional del Sur (Bahía Blanca). y Marcela Pons. Docente Auxiliar. Departamento de Derecho, Universidad Nacional del Sur (Bahía Blanca). Avalado por: Sebastián Arruiz. Profesor Adjunto. Departamento de Derecho, Universidad Nacional del Sur (Bahía Blanca).

<sup>1</sup> A los que denominaremos usuarios vendedores.

<sup>2</sup> A los que denominaremos usuarios compradores.

entre usuarios vendedores (que pueden o no ser proveedores, según el caso<sup>3</sup>) y usuarios compradores (que pueden o no ser consumidores<sup>4</sup>).

El propósito de este trabajo, es exponer algunas argumentos (que, en definitiva, me permitirán extraer algunas conclusiones) a fin de fundamentar el por qué y en qué casos los sitios web que intermedian en el comercio electrónico deben responder en caso de la defectuosa prestación del servicio que brindan y, lo que resulta tal vez más interesante y -en principio- complejo, los caso de daños ocasionados por los incumplimientos<sup>5</sup> en que pueden incurrir los usuarios vendedores.

## **2. Intermediación en el comercio electrónico.**

Los sitios web a los cuales me refiero en este trabajo son aquellos que se dedican a la intermediación entre usuarios inscriptos a su servicio de compras, ventas, pagos y subastas por internet. Sus usuarios pueden comprar y/o vender tanto productos nuevos como usados a un precio fijo o en la modalidad denominada subasta.

Para poder vender un producto a través de estos sitios es necesario registrarse (lo que en algunos casos no tiene costo) y completar un formulario de venta con todos los datos, detalles y fotos del producto que se pretende ofrecer. El usuario vendedor tiene dos opciones para publicar su producto: una básica y una normal (que siempre tiene un costo) que permite destacar en la publicación el producto ofrecido. En ambos casos, y siempre y cuando la venta se concrete, el sitio web intermediario tiene derecho a percibir una comisión por la venta.

Específicamente, este tipo de sitios web percibe una comisión por venta equivalente a un porcentaje sobre el precio de venta, si fue vendido mediante la modalidad subasta será sobre el precio al que haya finalizado la misma, siempre teniendo en cuenta lo establecido en las condiciones de contratación del sitio como montos máximos y mínimos y el tipo de publicación elegida (que puede variar a opción del usuario vendedor).

Por su parte, los usuarios compradores, para poder adquirir productos o contratar servicios, deben también registrarse en el sitio (lo que puede o no tener costo) y luego de buscar y seleccionar un producto o servicio que deseen adquirir o contratar, pueden elegir la opción de comprarlo. De hacerlo, el propio sitio web intermediario envía -por correo electrónico- los datos de la contraparte al usuario vendedor y al usuario comprador a fin de que tomen contacto entre sí. Como puede verse, la actuación de este tipo de sitios no se limita solamente a publicitar los productos (como es el caso de los avisos clasificados que pueden verse en diarios y revistas) sino que interviene activamente en toda la operación de venta.

Inclusive, una vez perfeccionada la contratación, los usuarios intervinientes en la operación deben calificarse, es decir, manifestar al resto de los usuarios registrados en

---

<sup>3</sup> A nuestro entender, resulta irrelevante a los fines de atribuir responsabilidad al sitio web intermediario si el usuario vendedor es o no proveedor en los términos del artículo 2° de la ley 24.240.

<sup>4</sup> Obviamente, en este caso nos referimos a aquellos supuestos en los cuales el usuario que adquiere un producto o contrata la prestación de un servicio es consumidor en los términos del artículo 1° de la ley 24.240.

<sup>5</sup> El incumplimiento puede consistir en la entrega de un producto defectuoso o en la prestación defectuosa de un producto, o en entregar un producto o prestar un servicio que no reúna las características del contratado por el usuario comprador o, directamente, que no se entregue el bien adquirido o no se preste el servicio contratado.

el sitio web cómo ha sido su experiencia en relación a su contraparte (comprador o vendedor), al producto o servicio adquirido o contratado y a la transacción misma. Esto último no es más que un sistema de calificación que permite a los usuarios conocer la reputación de las partes intervinientes en la operación y, sin lugar a dudas, generar una confianza en los potenciales usuarios compradores que pueden creer razonablemente que el sitio web realiza un control de los datos que aportan los usuarios vendedores y de las calificaciones que se brindan sobre ellos. Todo este sistema de calificación permite que los usuarios compradores puedan orientarse hacia los usuarios vendedores con mejores calificaciones. Por su parte, también resulta relevante que, generalmente, estos sitios web se reservan la facultad de quitar de sus registros a aquellos usuarios vendedores no confiables, es decir a aquellos que hayan obtenido malas calificaciones.

### **3. Responsabilidad frente a la deficiente prestación del servicio.**

Si consideramos que el servicio principal que ofrecen los sitios web intermediarios en el contrato electrónico es la de brindar información a los usuarios, compradores y vendedores, acerca de los servicios y productos ofrecidos, a las condiciones de contratación, a la reputación de los usuarios, etc, podemos considerar casos de deficiente prestación del servicio a aquellos en los cuales, por ejemplo, hay errores en la publicidad realizada (porque no se respetaron las condiciones contratadas), errores al consignar los datos del producto o servicio ofrecido, errores al consignar la oferta realizada por el usuario comprador, falta de control o corroboración de los datos consignados por los usuarios, etc.

En tales casos, teniendo en cuenta que se trata de defectos en la prestación del servicio principal que brinda el sitio web, no hay dudas, a mi entender, que se configurará una infracción a lo dispuesto en el artículo 19 de la ley 24.240 que establece, en relación a las modalidades de prestación de servicios, que *“Quienes presten servicios de cualquier naturaleza están obligados a respetar los términos, plazos, condiciones, modalidades, reservas y demás circunstancias conforme a las cuales hayan sido ofrecidos, publicitados o convenidos”*. Es evidente que quien adquiere un producto a través de uno de estos sitios web (que obtiene una ganancia por cada operación que se realiza a través del mismo), lo hace con la razonable expectativa, por ejemplo, de que los datos que brindan los usuarios vendedores son controlados y/o verificados por el administrador del sitio web (que es, por otra parte, quien lucra por la prestación de su servicio de intermediación). Siguiendo con el ejemplo, el hecho de que los datos consignados por alguno de los usuarios sea erróneo o falso convierte en defectuoso el servicio brindado.

Así, frente a la falta de cumplimiento adecuado del servicio, los usuarios podrán exigir el cumplimiento acabado de la prestación comprometida y/o exigir una indemnización por los daños y perjuicios que dicho incumplimiento

### **4. Responsabilidad frente al incumplimiento o cumplimiento defectuoso del usuario vendedor.**

Por un lado, podría afirmarse que, en todos aquellos casos en los cuales se adquiere un producto o servicio a través de los sitios web intermediarios se configura un supuesto de conexidad contractual. Ello implicaría que varios negocios jurídicos interdependientes y autónomos y con sujetos plurales conforman una cadena contractual con nexos funcionales vinculantes. En estos casos, esos contratos vinculados funcionalmente son: el celebrado entre usuarios (comprador y vendedor), el celebrado entre el usuario

comprador y el sitio web y, finalmente, el celebrado entre el usuario vendedor y el sitio web.

Al respecto, prescribe el art. 1073 del Código Civil y Comercial unificado: “*Hay conexidad cuando dos o más contratos se hallan vinculados entre sí por una finalidad económica común previamente establecida, de modo que uno de ellos ha sido determinante del otro para el logro del resultado perseguido. Esta finalidad puede ser establecida por la ley, expresamente pactada, o derivada de la interpretación, conforme con lo que se dispone en el artículo 1074.*”

En el caso de los contratos mencionados, podría afirmarse que existe entre ellos una vinculación contractual en donde la finalidad económica que los vincula estaría dada por la venta de un producto o la contratación de un servicio. Ese nexo económico funcional entre los contratos celebrados me permite concluir que, desde el punto de vista jurídico, no puedan ser considerados como absolutamente independientes, pues ello implicaría desvincularlos de la operación que se llevó a cabo, haciendo aparecer como formalmente separado lo que, desde el plano económico y jurídico, constituye una unidad.

Más allá de la forma jurídica utilizada para instrumentar la operación, hay un resultado común que trasciende a cada contrato particular: el cumplimiento del contrato de compraventa o de la locación del servicio. Ello, entiendo, obliga a atender más que nada a la verdadera realidad económica subyacente, independientemente de los límites formales de cada uno de los contratos en particular.

Generalmente, en los casos de contratación a través de un sitio web intermediario se observa una operación, si se me permite el término, principal o global, llevada a cabo mediante la celebración de contratos formalmente independientes (contrato entre usuario comprador y usuario vendedor, contrato entre usuario comprador y el sitio web intermediario y contrato entre usuario vendedor y el sitio web intermediario), pero tendientes a un mismo fin último: la venta de un producto o la contratación de un servicio. Esa es la única *causa o finalidad económica sistemática o global* perseguida mediante los diferentes contratos celebrados, pero que tienen, cada uno de ellos, una causa-fin específica o particular.

En consecuencia, en casos como estos tenemos una pluralidad de causas o finalidades específicas que se persiguen en cada uno de los contratos celebrados, pero que confluyen en una única causa o finalidad principal: la venta de un producto o la contratación de un servicio.

La conexidad contractual supone reconocer la expansión o la privación de los efectos directos de un contrato hacia los restantes negocios vinculados, aceptando una comunidad de fines que hace partícipes a todos los interesados.<sup>6</sup>

De ello, y de acuerdo a lo que surge del art. 1075 del CCy C puede desprenderse, que si se incumple con alguna de las obligaciones propias del contrato de compraventa o de prestación del servicio (causa principal), las consecuencias de dicho incumplimiento (entre las cuales se encuentra la posibilidad de que le sea exigible el cumplimiento estricto de la obligación principal asumida) se puede trasladar a los sujetos intervinientes en el o en los otros contratos conexos.

---

<sup>6</sup> HERNÁNDEZ, Carlos, *Código Civil y Comercial de la Nación comentado*, Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2015, p.148.

Establece el citado artículo: Artículo 1075 Efectos. Según las circunstancias, probada la conexidad, un contratante puede oponer las excepciones de incumplimiento total, parcial o defectuoso, aún frente a la inejecución de obligaciones ajenas a su contrato. Atendiendo al principio de la conservación, la misma regla se aplica cuando la extinción de uno de los contratos produce la frustración de la finalidad económica común.

El art. 1075 podemos colegir importantes efectos resultantes de la conexidad contractual.

Así, si bien se ha discutido la procedencia de la acción directa por parte de quienes no son sujeto común de los negocios conexos, no pareciera dar lugar a dudas en este tipo de contrataciones en los que el usuario comprador es parte común de los distintos contratos conexos, correspondiéndole, a nuestro entender, legitimación activa para reclamar ante el incumplimiento o cumplimiento defectuoso directamente a quien actuó como intermediario necesario en esa transacción.

Más allá de lo expuesto, los elementos que subyacen en las diferentes formas de vinculación (consentimiento, objeto y principalmente la causa final) obligan a interpretar que quien participa de uno de los negocios singulares, no debe ser considerado como tercero en las restantes relaciones conexas.

En referencia a ello, ya en el año 1995 en la Comisión sobre *La Protección del consumidor en el ámbito contractual* de las XV Jornadas de Derecho Civil llevadas a cabo en Mar del Plata se concluyó que “... en los supuestos de conexidad contractual, la responsabilidad puede extenderse más allá de los límites de un único contrato otorgando al consumidor una acción directa contra el que formalmente no ha contratado con él, pero ha participado en el contrato conexo, a fin de reclamar la prestación debida o la responsabilidad por incumplimiento”.

En los casos de los sitios web intermediarios en el comercio electrónico, precisamente, se destaca la presencia de un intermediario cuya labor está destinada a alcanzar la finalidad de la operación. No estamos frente a una cadena de contratos típicos aislados e independientes entre sí. El consumidor es parte de al menos dos contratos: el contrato de compraventa con el usuario vendedor y el contrato con el sitio intermediario. Dada la evidente interrelación que existe entre esos contratos, los efectos de uno podrían propagarse hacia el otro como una excepción a la regla del efecto relativo de los contratos y, así, las consecuencias de uno repercuten o deben repercutir sobre el otro.

Esgrimir a ultranza el principio de eficacia relativa significa admitir que cada contrato constituye una isla que atesora su propio régimen con independencia de sus elementos comunes y de la eventual vinculación con otros negocios. Contrariamente la dogmática moderna se preocupa por identificar los lazos que los une, que no son otros que los elementos que comparten

Si se tiene en cuenta el nexo funcional entre los distintos contratos y el fin último perseguido (venta de un producto o contratación de un servicio), puede concluirse que “... una de las partes no puede ser considerada como un tercero en sus relaciones con la otra parte del mismo conjunto. Por el contrario, ese vínculo que se establece y la unicidad del negocio realizado justifica la responsabilidad contractual de las partes que han intervenido en ese grupo de contratos; es decir que se establecerá una suerte de responsabilidad entre ellos. De ese modo, el contratante, a través de una acción directa podría reclamar la prestación derivada de uno de los contratos contra el otro que ha intervenido en el otro contrato conexo, o rechazar el cumplimiento de la prestación emergente de un contrato, invocando el incumplimiento del otro contrato,

*distinto, pero conexo a aquel cuya ejecución reclama*”<sup>7</sup>. (Gherzi, Carlos, *Contratos. Problemática moderna*, Ed. Jurídicas Cuyo, p. 34).

Podríamos decir que, como en el caso en análisis, cuando el sistema de contratos conexos se sitúa dentro del marco de una relación de consumo, el contrato que une al consumidor (usuario comprador) con el sistema (grupo de contratos conexos) deberá ser interpretado considerando las reglas hermenéuticas propias de los contratos de consumo (art. 37 ley 24.240) que mandan a interpretar a favor del consumidor.<sup>8</sup>

Desde esta perspectiva, frente al incumplimiento o cumplimiento defectuoso de la obligación asumida por el usuario vendedor de los sitios web intermediarios del comercio electrónico es posible no solo exigirles el cumplimiento estricto de la obligación sino, por aplicación de los artículos 1073, 1075 del CCy C y del art. 10 bis de la ley 24.240, responsabilizarlos por los daños y perjuicios que el incumplimiento ocasione a los usuarios compradores, habilitando de esta manera al usuario comprador demandar por responsabilidad contractual a un tercero en relación al contrato de compraventa (el sitio web intermediario) que es parte en otro contrato unido por una relación de conexidad con el primero<sup>9</sup>.

Pero podría analizarse si no es posible considerar al incumplimiento o cumplimiento defectuoso del usuario vendedor un caso de incumplimiento defectuoso del servicio por parte del sitio web intermediario. Para ello, es necesario analizar, nuevamente, las características del servicio ofrecido por el sitio web intermediario. Decíamos, anteriormente, que esta clase de servicio se caracteriza por ofrecer información acerca de los productos y servicios ofrecidos, de los usuarios vendedores y compradores y de su reputación como tales en la utilización del servicio. Por otra parte, el administrador del sitio web se reserva el derecho de controlar a los usuarios e impedirles continuar utilizando el servicio cuando su reputación es negativa.

Todo ello tiende a generar confianza por parte de los usuarios del servicio y una expectativa razonable de que las contrataciones realizadas a través de la utilización de dicho servicio son “seguras” o están sujetas a algún tipo de control por parte de un tercero, lo que minimiza los riesgos de ser defraudados o estafados por su contraparte. Básicamente, la expectativa de obtener esta seguridad en la contratación electrónica es lo que hace elegir a los oferentes y demandantes contratar a través de estos intermediarios. Si esto no fuera así, no se explicaría por qué tanto oferentes como demandantes eligen esta clase de intermediarios, afrontando un costo por ello, y no optan por contratar electrónicamente a través de otros sitios que sólo se limitan a brindar publicidad (y, por ello, no cobran una comisión por su servicio). Evidentemente, lo que hace atractivo esta clase de intermediación en el comercio electrónico es la “confianza” que genera la existencia de un registro de usuarios, un sistema de calificaciones para los contratantes y la expectativa razonable de que existe alguna clase de control respecto de los usuarios del servicio.

No se trata de una simple intermediación, por la que se pone en contacto a las partes oferente y demandante, por el contrario, se trata de la prestación de un servicio adicional relacionado con brindar información relevante para las partes (acerca de la reputación de los usuarios en la utilización del servicio) y ejercer cierto control de los usuarios desde el momento de registrarse. Por otra parte, el sitio web intermediario tiene la

---

<sup>7</sup> GHERSI, Carlos, *Contratos. Problemática moderna*, Ed. Jurídicas Cuyo, Mendoza, p.34.

<sup>8</sup> HERNÁNDEZ, Carlos, ob.cit., pág.155.

<sup>9</sup> *Ibíd.*, pág.160.

posibilidad de decidir qué clase de control ejerce. Desde el momento en que decide qué información le requiere a los usuarios y que requisitos exige para registrarse como usuarios, decide qué grado de control ejercerá sobre los mismos. Luego, debe asumir los riesgos de la falta de un control adecuado o suficiente.

Cuando hay incumplimiento o cumplimiento defectuoso por parte del usuario vendedor, queda en evidencia que el control por parte del sitio web intermediario falló o resultó insuficiente. No se cumple con la expectativa razonable que el usuario comprador del servicio poseía. La prestación del servicio del sitio web intermediario fue defectuoso. Luego, si hubo prestación defectuosa del servicio, el intermediario responde por los daños y perjuicios causados.

## **5. Responsabilidad por el incumplimiento de la obligación establecida en el artículo 34 de la LDC y en el artículo 1110 del CCyC.**

En general, puede verse también que estos sitios web incumplen con el deber de información específica que establece el artículo 34, párrafo segundo, de la ley de defensa del consumidor y el art 1110 del CCy C. Las normas en cuestión, establecen, en relación a las ventas realizadas fuera del establecimiento del proveedor (entre las que cabe incluir, sin duda alguna, a las realizadas a través de internet) que “... *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.(LDC). En el caso del art-1110 el plazo se computa a partir de la celebración del contrato o a partir de la entrega del bien si está fue anterior a la aceptación 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. ...*”

Nótese que en el caso regulado por el art. 1110 del Código Civil, el plazo comienza a correr aún antes de la aceptación de la contratación por parte del usuario comprador, lo que a todas luces nos parece desacertado.

La obligación establecida en el mencionado artículo no es más que la imposición de un deber específico relacionado con la obligación de informar que tiene el proveedor y que encuentra una protección, si se me permite la expresión, más amplia o genérica en el artículo 4 de la ley 24.240 y en el 1107 del CC y C..

A nuestro entender, si se tiene en cuenta que en estos casos estamos frente a contratos conexos y que es posible, conforme los argumentos ya expuestos, exigirles a los sitios web intermediarios el cumplimiento de la obligación principal, con mayor certeza podría exigírseles el cumplimiento de ese deber específico de información.

El incumplimiento de esa obligación no solo podrá merecer una sanción administrativa por parte de las autoridades de aplicación de la ley de defensa del consumidor sino que podrá acarrear incluso responsabilidad por los daños y perjuicios que pueda sufrir el consumidor.

## **6. Conclusiones.**

Los sitios web que prestan un servicio de intermediación en el comercio electrónico pueden ser responsabilizados tanto por la deficiente prestación del servicio que brindan

(publicidad, calificación de los usuarios, transmisión de la oferta, manejo de la subasta, entre otros) como por el incumplimiento de la obligación principal que asumen sus usuarios vendedores.

Es de aplicación en estos casos los arts. 1073, 1075 y 736 del CCyC.

De ninguna forma puede asimilarse el servicio que brindan los sitios web intermediarios en el comercio electrónico con el que brindan los diarios y revistas al publicar un aviso clasificado.

Los sitios web intermediarios en el comercio electrónico están obligados a informar la facultad de revocación que tiene el consumidor de conformidad con lo establecido en los artículo 34, segundo párrafo de la ley 24.240 y 1110 del CCyC de la Nación a responder en caso de daños ocasionados a los consumidores por el incumplimiento de dicha obligación.