

CONTRATOS DE CONSUMO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO INTERNACIONAL

Soledad García Fariña () - Bárbara Grünfeld Barki (**)*

PALABRAS CLAVE: Comercio Electrónico. Tipologías contractuales. Consentimiento en contratos electrónicos. Oferta y aceptación. Lugar de formación del contrato. Deberes de información. Derecho de desistimiento.

RESUMEN- El comercio electrónico es un moderno y notorio fenómeno que ha venido creciendo constantemente, tanto a nivel regional como a nivel mundial. Es una nueva forma de contratación que posee características propias, diferencias y semejanzas con la contratación comercial tradicional. En este aspecto, presenta un desafío para todos sus actores; tanto el consumidor como el comerciante requieren de la definición de obligaciones y derechos claros, así como de un marco normativo práctico y sustentable.

1. REALIDAD COMERCIAL- En materia de comercio electrónico o contratación electrónica, Latinoamérica ha mejorado notoriamente sus condiciones. El índice "e-Readiness" que mide la capacidad de los países para transformar Internet en un canal de ventas efectivo para llegar a los consumidores reveló que América Latina y el Caribe mejoraron un 30% durante 2010 y 2011 y que crecerían un 16% adicional hacia finales de 2012.

El fenómeno del comercio electrónico es un fenómeno creciente a nivel mundial. Ana TRÍAS e Hilda ZARATE¹ señalan que en 1999 se estimaba que el comercio electrónico global representaba aproximadamente 100 mil millones de dólares estadounidenses y que crecería exponencialmente aproximadamente 3 billones de dólares antes de 2005. Asimismo, comentan que se estimaba que durante el mismo período, el número mundial de usuarios de Internet aumentaría de 171 millones a 345 millones.

Tomando el caso de España, un país en donde existe desarrollada protección del consumidor en la contratación electrónica, se puede señalar que, de acuerdo al Newsletter "Consejo de Ministros" de Thomson Reuters de 11 de Octubre de 2013, "las nuevas tecnologías, como Internet o la telefonía móvil de última generación, han multiplicado las ofertas y los contratos de los usuarios por esta vía. En cuanto al comercio electrónico, en un sólo trimestre tiene un volumen de negocio de 2.700 millones de euros con un total de 33,8 millones de operaciones". La Ministra de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad del Gobierno de España, Ana Mato afirmó, además, que se prevé que siga creciendo.

¹ TRÍAS, Ana "Protección al consumidor en el comercio electrónico" en Revista de Derecho de la Universidad de Montevideo.

ZARATE, Hilda Z "Derecho de los consumidores y el comercio electrónico" Universidad nacional del nordeste Comunicaciones científicas y tecnológicas 2006.- Resumen: S-033

Hoy en día, se puede comprar de manera electrónica todo tipo de bienes y el costo de las operaciones realizadas, a diferencia de lo que puede creerse, no necesariamente es bajo. Pueden citarse múltiples ejemplos dentro de esta forma de contratación "a distancia": (a) las compras realizadas a través de portales de internet con los multisonados ejemplos de Amazon o eBay; (b) las compras telefónicas o (c) las contrataciones de la Administración o cualquier persona jurídica de derecho privado realizadas a través de plataformas electrónicas diseñadas especialmente para el desarrollo de todo el proceso de selección de ofertas presentadas.

La contratación electrónica ha crecido de la manera que se comentó anteriormente debido a sus ventajas: (a) Eliminación de barreras geográficas con la consiguiente ampliación de mercados, tanto a consumidores como a empresas; (b) Ahorro considerable de tiempo y dinero en las gestiones; (c) Contratación más flexible para las partes, produciendo iguales efectos jurídicos; (d) Mayor rapidez y agilidad en la celebración de los contratos y en sus fases.

En palabras de Ricardo LORENZETTI² *"El comercio electrónico tiene fuertes incentivos económicos: una reducción de costos administrativos e impositivos, el acortamiento del proceso de distribución e intermediación, la posibilidad de operar durante todo el día; la superación de las barreras nacionales; el aumento de la celeridad en las transacciones"*

Pero, también es necesario tener en consideración ciertos aspectos negativos: (a) La (in) seguridad en el modo de pago electrónico; (b) El tratamiento de los datos personales proporcionados por los consumidores en el momento de la compra; (c) La incertidumbre en la determinación de ley aplicable en cada caso concreto cuando la contratación electrónica es internacional.

Y en relación al comercio electrónico internacional, particularmente, se pueden agregar ciertas "especificidades": la barrera idiomática, la falta de información, la diferencia de normas y costumbres, las dificultades e inseguridad en la entrega y en el pago, la inseguridad en la garantía, en el nivel de calidad y en el servicio post venta³

2. COMERCIO ELECTRÓNICO. DIFERENTES TIPOLOGÍAS CONTRACTUALES.- La Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico⁴

² LORENZETTI, Ricardo L. "Comercio electrónico y defensa del consumidor" LA LEY2000-D, 1003 - LLP 2000, 01/01/2000, 1186

³ LIMA MARQUES, Claudia "La insuficiente protección del consumidor en las normas del Derecho Internacional Privado – De la necesidad de una Convención Interamericana (CIDIP) sobre la ley aplicable a algunos contratos y relaciones de consumo" extractos del Curso: "La protección del consumidor: aspectos del derecho privado regional y general", Curso de Derecho Internacional, CJI/OEA, Washington/Río de Janeiro, 2001 (en prensa), para su divulgación en Brasil. Recuperado de: http://www.oas.org/dil/AgreementsPDF/CIDIPVII_home_temas_cidip-vii_proteccionconsumidor_leyaplicable_apoyo_propuestabrasil.pdf

⁴ La Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico es un instrumento elaborado por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, en consideración del creciente número de operaciones de mercado celebradas por vía electrónica y como elemento para ayudar a todos los Estados a fortalecer la legislación que rige el uso de métodos

señala, en su artículo 1, que "será aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos⁵ utilizada en el contexto de actividades comerciales". Señala posteriormente que el término comercial "deberá ser interpretado ampliamente de forma que abarque las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual" Y continúa: "Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las operaciones siguientes: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; de facturaje (factoring); de arrendamiento de bienes de equipo con opción de compra (leasing); de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; de inversión; de financiación; de banca; de seguros; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera"

Por su parte, la OMPI, en su estudio sobre Comercio Electrónico y Propiedad Intelectual de Mayo de 2000, señala que quizás no es posible dar una definición precisa del comercio electrónico por lo que opta por definir las palabras "comercio" y "electrónico" por separado. Sobre ellas, señala que *Electrónico* refiere a la "infraestructura mundial de tecnologías y redes de la informática y las telecomunicaciones que permite el procesamiento y la transmisión de datos digitalizados" y *Comercio* refiere a una serie cada vez mayor de actividades que tienen lugar en redes abiertas –compra, venta, comercio, publicidad y transacciones de toda índole– que conducen a un intercambio de valor entre dos partes.

Se puede distinguir diferentes tipologías de comercio electrónico según los actores que en él participan o según el modo de cumplimiento de los contratos celebrados.

➤ Según los actores que en él participan: Teniendo en consideración las partes intervinientes se destacan las siguientes modalidades de comercio electrónico:

- Comercio Electrónico Business - Business (B2B) o Comercio de empresa a empresa (para el intercambio insumos o aprovisionamientos);
- Comercio Electrónico: Business - Consumer (B2C)⁶;
- Comercio Electrónico: Business - Government (B2G) y
- Comercio Electrónico: Consumer- Consumer (C2C) como, por ejemplo, deRemate.com (ahora absorbido por MercadoLibre)

➤ Según el modo de cumplimiento: En atención la forma de ejecución del contrato, el comercio electrónico puede ser:

de comunicación y almacenamiento de información sustitutivos de los que utilizan papel y a preparar tal legislación en los casos en que carezcan de ella.

⁵ El artículo 2 de la ley define a "Mensaje de Datos" de la siguiente manera: "se entenderá la información generada, enviada, recibida o archivada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos (EDI), el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax"

⁶ A la modalidad de comercio electrónico B2C será a la que se referirá este trabajo.

- Directo: Cuando la entrega del bien o el cumplimiento del servicio se realiza on-line
- Indirecto: Cuando la entrega del bien o desarrollo del servicio se realiza en el domicilio del acreedor.

Por último, respecto del Comercio Electrónico, es necesario mencionar los dos principios que lo rigen: (a) Principio de equivalencia funcional y (b) Principio de neutralidad tecnológica.

El primero implica que la contratación realizada por los medios electrónicos tiene el mismo valor y fuerza jurídica que "la tradicional" forma de contratación, aquella en soporte papel. Así, por ejemplo, la ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la información y de comercio electrónico de España en el art. 23 inc. 3º establece *"Siempre que la Ley exija que el contrato o cualquier información relacionada con el mismo conste por escrito, este requisito se entenderá satisfecho si el contrato o la información se contiene en un soporte electrónico"* y el art. 24 inc. 2 señala que *"En todo caso, el soporte electrónico en que conste un contrato celebrado por vía electrónica será admisible en juicio como prueba documental"*. Por su parte, la Ley Modelo CNUDMI sobre comercio electrónico dispone, en su artículo 5, que: *"No se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a la información por la sola razón de que esté en forma de mensaje de datos"*

El segundo principio implica que las leyes no deben asignar distinto carácter a estas contrataciones en función del medio tecnológico utilizado en cada una de ellas; las leyes dictadas sobre comercio electrónico deben ser neutrales ante los avances de la tecnología y no priorizar una sobre otra.

3. LA PRESTACIÓN DEL CONSENTIMIENTO EN LOS CONTRATOS DE CONSUMO INTERNACIONALES CELEBRADOS POR VÍA ELECTRÓNICA. OFERTA Y ACEPTACIÓN EN LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS INTERNACIONALES. LUGAR DE FORMACIÓN DEL CONTRATO.- Respecto de los contratos celebrados por medios electrónicos, la doctrina discute su calificación como contratos entre ausentes o contratos entre presentes. Sin embargo y a pesar de reseñar las opiniones que existen a este respecto, lo importante es ser conscientes respecto del sistema elegido por el ordenamiento jurídico aplicable para la determinación del momento y lugar de perfeccionamiento del contrato; puesto que aún cuando se diferencie entre ambos tipos de contratación, la solución para determinar el momento del perfeccionamiento del contrato y su lugar es la misma; será, por ejemplo, en aquellos sistemas que se adhieren a la teoría de la recepción, siempre el lugar y momento en que la aceptación del destinatario llegue a la esfera de conocimiento del proponente, independientemente de que se trate de una propuesta verbal o realizada por mensajero o por correspondencia epistolar o telegráfica.

Para GAMARRA, los contratos telemáticos o electrónicos son contratos entre ausentes⁷. Para ALTMARK y MOLINA QUIROGA se deberá considerar a los contratos telemáticos o electrónicos como contratos entre presentes o ausentes dependiendo de la topología contractual del caso específico; así un contrato celebrado vía e-mail será debe

⁷ GAMARRA, Jorge: "Tratado de Derecho Civil Uruguayo" Tomo XI, FCU, 2006, Montevideo, Uruguay

ser considerado un contrato entre ausentes, pero un contrato celebrado vía chat on -line, debería ser considerado entre presentes, aún cuando los contratantes se encuentren en lugares distintos. Lo mismo opina FELDSTEIN DE CARDENAS⁸.

A efectos de estudiar las posiciones respecto del momento de perfeccionamiento del contrato se mencionarán, como ejemplos de soluciones internacionales, los siguientes instrumentos: (a) la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico; (b) la Convención de las Naciones Unidas sobre la utilización de las comunicaciones electrónicas en los contratos internacionales; (c) la Directiva 31/2000 del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a aspectos jurídicos de los servicios de sociedad de la información, en particular, el comercio electrónico en el mercado interior y (d) la recomendación de la Comisión Europea del 19 de Octubre de 1994 relativa a aspectos jurídicos del intercambio electrónico de datos (EDI).

- La ley Modelo CNUDMI establece, respecto al tiempo y lugar de envío que, salvo pacto en contrario, el mensaje de datos se tiene por expedido cuando entra en el sistema de información que no esté bajo control del iniciador, y es recibido cuando entra en el sistema de información designado o en el momento en que el destinatario recupere el mensaje, en el caso de que no se enviare al sistema designado por el destinatario.

- La Convención de las Naciones Unidas sobre la utilización de las comunicaciones electrónicas en los contratos internacionales, si bien no resulta aplicable, entre otros, a los contratos de consumo, en su *Artículo 10. Tiempo y lugar de envío y de recepción de las comunicaciones electrónicas* establece un criterio que podría resultar útil para determinar el momento de perfeccionamiento de los contratos electrónicos. Este artículo establece: *1. La comunicación electrónica se tendrá por expedida en el momento en que salga de un sistema de información que esté bajo el control del iniciador o de la parte que la envíe en nombre de éste o, si la comunicación electrónica no ha salido de un sistema de información que esté bajo el control del iniciador o de la parte que la envíe en nombre de éste, en el momento en que esa comunicación se reciba. 2. La comunicación electrónica se tendrá por recibida en el momento en que pueda ser recuperada por el destinatario en una dirección electrónica que él haya designado. La comunicación electrónica se tendrá por recibida en otra dirección electrónica del destinatario en el momento en que pueda ser recuperada por el destinatario en esa dirección y en el momento en que el destinatario tenga conocimiento de que esa comunicación ha sido enviada a dicha dirección. Se presumirá que una comunicación electrónica puede ser recuperada por el destinatario en el momento en que llegue a la dirección electrónica de éste. 3. La comunicación electrónica se tendrá por expedida en el lugar en que el iniciador tenga su establecimiento y por recibida en el lugar en que el destinatario tenga el suyo, conforme se determine en función de lo dispuesto en el artículo 6. 4. El párrafo 2 del presente artículo será aplicable aun cuando el sistema de información que sirva de soporte a la dirección electrónica esté ubicado en un lugar distinto de aquel en que se tenga por recibida la comunicación en virtud del párrafo 3 del presente artículo.* Según este artículo de la Convención, la “recepción” se produce cuando la comunicación electrónica puede ser recuperada por el destinatario, lo cual se presume que ocurre cuando llega a la dirección electrónica del destinatario.

⁸ FELDSTEIN DE CARDENAS, Sara: "Contratos Internacionales. Primera parte. Contratos celebrados por ordenador" Abeledo- Perrot, 1995, Buenos Aires,...

- La Directiva 31/2000 del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a aspectos jurídicos de los servicios de sociedad de la información, en particular, el comercio electrónico en el mercado interior informa que se considerará que los prestadores de un servicio han recibido el pedido y los destinatarios el acuse de recibo cuando las partes a las que se dirigen puedan tener acceso a los mismos.
- La recomendación de la Comisión Europea del 19 de Octubre de 1994 relativa a aspectos jurídicos del intercambio electrónico de datos (EDI) establece que un contrato celebrado mediante el EDI se considerará celebrado en el lugar y momento en que el mensaje de EDI que contenga la aceptación de una oferta llegue al sistema informático del ofertante.

Como se observa, todos los instrumentos reseñados se adhieren al sistema de la recepción.

En cuanto a la determinación del lugar de celebración del contrato pueden citarse (a) la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico; (b) la recomendación de la Comisión Europea del 19 de Octubre de 1994 relativa a aspectos jurídicos del intercambio electrónico de datos (EDI) y (c) Ley 34/2002 de 11 de Julio sobre servicios de sociedad de la información y de comercio electrónico de España.

- La Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico establece, en el artículo 15, párrafo 4) que, de no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el mensaje de datos se tendrá por expedido en el lugar donde el iniciador tenga su establecimiento y por recibido en el lugar donde el destinatario tenga el suyo. Para los fines del presente párrafo: a) Si el iniciador o el destinatario tienen más de un establecimiento, su establecimiento será el que guarde una relación más estrecha con la operación subyacente o, de no haber una operación subyacente, su establecimiento principal; b) Si el iniciador o el destinatario no tienen establecimiento, se tendrá en cuenta su lugar de residencia habitual. Esta solución prevé la situación, que muy a menudo ocurre, que el sistema de información del destinatario en el que se recibe o recupera el mensaje de datos no se halla bajo la misma jurisdicción que el destinatario. El párrafo 4) tiene, pues, la principal finalidad de asegurar que el lugar en que se encuentra el sistema de información no sea el elemento determinante, y que haya un vínculo razonable entre el destinatario y lo que se considere el lugar de recepción, y que el iniciador pueda determinar fácilmente ese lugar.

Este mismo criterio sigue la ley 34/2002 de 11 de Julio sobre servicios de sociedad de la información y de comercio electrónico de España cuando establece, en su artículo 2 que "La utilización de medios tecnológicos situados en España, para la prestación o el acceso al servicio, no servirá como criterio para determinar, por sí solo, el establecimiento en España del prestador"

Esto significa que para determinar el lugar de celebración de un contrato, en ambos instrumentos, no se debe estar a la localización de los medios tecnológicos en que se

reciben los mensajes sino al lugar efectivo de localización del establecimiento comercial del prestador de servicios⁹.

- La recomendación de la Comisión Europea del 19 de Octubre de 1994 relativa a aspectos jurídicos del intercambio electrónico de datos (EDI) establece que el lugar de celebración del contrato, es el del domicilio del oferente. A efectos de determinar este lugar, también se tiene en consideración dónde se encuentra situado su principal establecimiento.

- La ley 34/2002 de 11 de Julio sobre servicios de sociedad de la información y de comercio electrónico de España. Esta señala que los contratos celebrados por vía electrónica en los que intervenga como parte un consumidor se presumirán celebrados en el lugar en que éste tenga su residencia habitual¹⁰.

4. DEBERES DEL OFERENTE. DEBERES DE INFORMACIÓN PREVIO Y POSTERIOR. - Independientemente de cuál sea el instrumento en materia de comercio electrónico y protección de consumidores de que se trate se destacan como deberes del oferente: el deber de información previa y el deber de información posterior a la celebración del contrato o deber de confirmación documental (acuse de recibo).

La información que se suministre, conforme principios generales, deberá ser ajustada al principio de buena fe y reunir los caracteres de veracidad, suficiencia y eficacia, así como una claridad y sencillez que permita su fácil e inequívoca comprensión. La información deberá facilitarse por cualquier medio adecuado al mecanismo de comunicación a distancia y el empresario o profesional tiene el deber de permitir el almacenamiento y reproducción posteriores de la información a cuyo suministro esté obligado.

Cabe recordar, finalmente, como señala la Directiva 83/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los derechos de los consumidores que *"en los contratos a distancia, es preciso adaptar los requisitos de información para tener en cuenta las restricciones técnicas de determinados medios de comunicación, como las limitaciones de número de caracteres en determinadas pantallas de teléfono móvil o de tiempo en los anuncios de ventas televisivos. En tales casos, el comerciante debe respetar un conjunto mínimo de requisitos de información y remitir al consumidor a otra fuente de información, por ejemplo facilitando un número de teléfono gratuito o un enlace a una página web del comerciante donde la información pertinente esté directamente disponible y sea fácilmente accesible"*

⁹ La Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales, aunque, como ya se señaló, no resulta aplicable a los contratos de consumo, establece similar criterio, en su artículo 6 cuando señala que "Un lugar no constituye un establecimiento por el mero hecho de que sea el lugar: a) donde estén ubicados el equipo y la tecnología que sirvan de soporte para el sistema de información utilizado por una de las partes para la formación de un contrato; o b) donde otras partes puedan obtener acceso a dicho sistema de información"

¹⁰ Sin perjuicio de ello, en el Artículo 26. *Ley aplicable* reza que para la determinación de la ley aplicable a los contratos electrónicos se estará a lo dispuesto en las normas de Derecho internacional privado del ordenamiento jurídico español.

En el ámbito del MERCOSUR, cabe recordar la existencia de la Resolución GMC 21/04 sobre derecho a la información del consumidor en las transacciones comerciales efectuadas a través de internet que lamentablemente no se encuentra vigente debido a que aún no se ha adoptado el Reglamento Común para la Defensa del Consumidor por lo que cada Estado aún puede aplicar su propia legislación tuitiva.

Finalmente, respecto del deber de información posterior a la celebración del contrato o deber de confirmación documental sólo cabe señalar que él se cumple por el envío del típico acuse de recibo por un medio equivalente al utilizado en el proceso de contratación dentro de un plazo razonable desde realizada la contratación. El mismo se ha previsto como un mecanismo para dar mayor certeza al consumidor de los productos o servicios comprados y debe contener, entre otra información, la dirección del establecimiento del empresario o los mecanismos para el ejercicio del derecho de receso.

5. DERECHO DE DESISTIMIENTO Y RESOLUCIÓN. EN EL MENÚ “OPCIONES”, ELIJA “DESHACER”. - Dado que en las ventas a distancia el consumidor no puede ver los bienes antes de celebrar el contrato, cobra especial importancia el derecho de desistimiento. El consumidor debe disponer de un derecho de desistimiento estando autorizado a probar e inspeccionar los bienes que ha comprado en la medida suficiente que le permita determinar la naturaleza, las características y el buen funcionamiento de los bienes. En la legislación uruguaya el plazo para el ejercicio del derecho de desistimiento es de 5 días desde perfeccionado el contrato o recibido el producto mientras que en los países de la Unión Europea dicho plazo es de 14 días, plazo que fue recientemente ampliado por Directiva del 2011.

6. CONCLUSIONES. - El comercio electrónico es un fenómeno creciente. Este facilita al consumidor el acceso a diversos tipos de bienes, de diversas calidades y en mejores condiciones de competencia.

Sin embargo, este fenómeno se ve entorpecido por cierto número de obstáculos jurídicos que se oponen a su buen funcionamiento y que hacen menos atractivo el ejercicio de la libertad de establecimiento y de la libre circulación de servicios. Esos obstáculos sólo podrán eliminarse estableciendo normas uniformes en materia de protección de los consumidores (particularmente su información) y de resolución de conflictos.

Una armonización plena de determinados aspectos reglamentarios fundamentales debe reforzar considerablemente la seguridad jurídica, tanto para los consumidores como para los comerciantes.

BIBLIOGRAFÍA.

ARCE, Tinajeros: “Protección del Consumidor en el MERCOSUR: Primeras observaciones sobre publicidad y oferta en el comercio eletrônico” recuperado de www.alfa-redi.org/node/9520

BERMEJO, Guillermo Díaz. "La protección del consumidor en el comercio electrónico" recuperado de: www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/la-protección-del-consumidor-en-el-comercio-electrónico

- FELDSTEIN DE CARDENAS**, Sara: "Contratos Internacionales. Primera parte. Contratos celebrados por ordenador" Abeledo- Perrot, 1995, Buenos Aires.
- FELDSTEIN DE CARDENAS**, Sara: "Contratación Electrónica Internacional. Una mirada desde el Derecho Internacional Privado", 2008, Buenos Aires, Argentina.
- GAMARRA**, Jorge: "Tratado de Derecho Civil Uruguayo" Tomo XI, FCU, 2006, Montevideo, Uruguay.
- GARCIA COSO**, Emiliano: "Las bases legales del Comercio Electrónico en la U.E" Saberes. Revista de estudios jurídicos, económicos y sociales. Vol. 1, Universidad Alfonso X, El Sabio, 2003, Madrid, España
- IMBACHI CERON**, Jair Fernando: "La protección del consumidor en el entorno digital" Capítulo del texto "Derecho del Consumidor en Colombia", Revista Derecho Competencia, Vol. 4 Nro. 4, 405-455, enero- diciembre 2008, Bogotá, Colombia.
- LIMA MARQUES**, Claudia "La insuficiente protección del consumidor en las normas del Derecho Internacional Privado Curso de Derecho Internacional, CJI/OEA, Washington/Río de Janeiro, 2001 (en prensa), para su divulgación en Brasil. Recuperado de: http://www.oas.org/dil/AgreementsPDF/CIDIPVII_home_temas_cidip-vii_proteccionconsumidor_leyaplicable_apoyo_propuestabrasil.pdf.
- LORENZETTI**, Ricardo L. "Comercio electrónico y defensa del consumidor" LA LEY2000-D, 1003 - LLP 2000, 01/01/2000, 1186.
- MERAZ ESPINOZA**, Ana Isabel: "Aspectos jurídicos del comercio electrónico como comercio transnacional" Universidad Complutense de Madrid, Memoria para optar al grado de doctor, 2006, Madrid, España.
- NOBILIA**, Aida: "Perfeccionamiento de los Contratos en el Comercio Electrónico" recuperado de www.alfa-redi.org/node/9546
- RICO CARRILLO**, Mariliana: "La protección de los consumidores en la contratación de seguros a través de Internet" en Revista Chilena de Derecho Informático, Nro. 8, 2006, Santiago, Chile
- SILVA BARROILHET**, Paula: "Autonomía de la voluntad, contratación electrónica y protección del consumidor" en Revista Chilena de Derecho Informático, Santiago, Chile
- TRÍAS**, Ana "Protección al consumidor en el comercio electrónico" en Revista de Derecho de la Universidad de Montevideo.
- VIEGA**, María José: "Aspectos Jurídicos de la Contratación a través de Internet" Ponencia presentada a las JIAP 2003, Montevideo, 13, 14 y 15 de agosto de 2003.
- VIEGA**, María José: "La oferta y la aceptación en los contratos telemáticos" Ponencia presentada al Simposio Argentino de Informática y Derecho – SID 2003. Buenos Aires, Setiembre 2003.
- VILLAR PALASÍ**, José Luis: "Implicancias jurídicas de internet" Saberes. Revista de estudios jurídicos, económicos y sociales. Vol. 1, Universidad Alfonso X, El Sabio, año 2003, Madrid, España.
- ZARATE**, Hilda Z "Derecho de los consumidores y el comercio electrónico" Universidad nacional del nordeste Comunicaciones científicas y tecnológicas 2006.- Resumen: S-033, Corrientes, Argentina.
- ZURILLA CARIÑANA**, M^a Ángeles: "Comercio electrónico y protección de los consumidores en España" en Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo - Vol. I | n. 2, 2011.

(*) Doctora en Derecho. Aspirante a Profesor adscripto Derecho de las Obligaciones, Facultad de Derecho - Universidad Católica del Uruguay. Aspirante de Maestría en

Derecho con énfasis en Derecho Civil Contractual. Correo electrónico: soledad.garcia@bls-e.com

(**) Doctora en Derecho y ciencias sociales, Universidad de la Republica Oriental del Uruguay: Maestria en Administracion de Negocios (EMBA), Escuela de Negocios Universidad de Belgrano (UB) Buenos Aires, Argentina/ Les-Heures University, Barcelona, España. Correo electrónico: barbara.grunfeld@bls-e.com