

**“ALGUNAS CUESTIONES ACERCA DE LA
CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA”**

María Guillermina Muñoz Barda

Introducción.-

Con el cambio tecnológico y la globalización se han abierto nuevos caminos expandiéndose el mercado hacia una nueva modalidad de contratar: el comercio electrónico o E-commerce, el que impulsado por el desarrollo masivo de Internet y la informática a dado lugar a una nueva forma de contratar diferenciándose de los modos tradicionales, ha permitido expandir mercados traspasando fronteras espaciales y temporales, utilizando nuevos canales de comunicación, también se han producido una serie de cambios en torno a los sujetos intervinientes, entre otros aspectos que se analizaran en el presente trabajo.

El comercio electrónico no es restringido, por el contrario es utilizado tanto en el ámbito público como en el privado, se realizan contrataciones entre empresas pero también con consumidores y en el ámbito nacional o internacional.

Esta actividad también se desarrolla en gran magnitud en el ámbito internacional donde el comercio se canaliza por intermedio de esta vía.

Muchas son las ventajas que proporciona este tipo de contratación, pero también hay ciertas desventajas y problemas que se suscitan en virtud de la incertidumbre que produce no tener una reglamentación específica del comercio electrónico y las dudas acerca de las normas aplicables y tratamiento jurídico que merecen estos casos.

Algunas de las cuestiones que se plantean en la contratación electrónica giran en torno a cuando se considera perfeccionado el contrato, momento y lugar de celebración, cual es la ley aplicable, quien es el juez competente y cuales son los medios probatorios.

En cuanto a la formación del contrato, habrá que determinar si la relación entre las partes debe ser enmarcada como una declaración de voluntad común destinada a regular los derechos de las partes, como un oferta contractual o como una oferta indeterminada o una invitación a contratar.

Contrato electrónico. Definición

El comercio electrónico denominado e-commerce es aquel cuya actividad se circunscribe a las transacciones electrónicas consistentes en el intercambio de bienes o servicios desarrollados a través de mecanismos que proporcionan tecnologías tales como el correo electrónico o internet.

No hay presencia física entre los contratantes, comprador y vendedor no se encuentran frente a frente, la computadora es la infraestructura e internet el medio o soporte que permite la comunicación entre las partes.

La oferta de un producto puede ser efectuada por un proveedor a través de un sitio web y cuya posición en el mercado le permitirá ampliar el espectro de consumidores, reduciendo los

costos de comercialización o puede ser realizada mediante sitios intermediarios tales como Mercado Libre, Ebay, entre otros.¹

Se puede distinguir entre comercio electrónico indirecto, aquel utilizado para la adquisición de bienes tangibles usando canales tradicionales de distribución y comercio electrónico directo en el que el pedido, el pago y el envío de los bienes tangibles o servicios se produce on line, tal como sucede con las transacciones de música o software”.²

Para algunos esto tiene relación con la distinción entre contratación electrónica y contratación informática, entendiéndose por esta última la que tiene por objeto un bien o servicio informático, incluyéndose en esta categoría todos los contratos vinculados al hardware y software y por contratación electrónica aquella que con independencia de cuál sea su objeto, se realiza a través de los medios electrónicos, que no tienen que ser siempre ordenadores y la producción, publicidad, venta y distribución se hace a través de las redes de comunicaciones.³

Las reglas de la Cámara de Comercio internacional, aplicables a contratos electrónicos en los cuales las partes se sometan a sus disposiciones, definen al contrato electrónico como el “acuerdo con fuerza legal concluido a través del intercambio de mensajes electrónicos, concernientes a una o más transacciones electrónicas en la cual las partes acuerdan los términos y condiciones del convenio, incluyendo sus derechos y obligaciones”⁴

Este medio electrónico se utiliza tanto para los contratos con el estado como para los contratos celebrados entre los particulares, entre empresas o con consumidores, por adhesión o no, nacionales o internacionales.

Cuando hablamos de comercio electrónico no restringimos este concepto a una finalidad de lucro si no que abarca relaciones jurídicas con o sin fines comerciales.

Hay distintas formas de comercio electrónico:

- Transacciones B2B: transacciones entre empresas (Business to Business)
- Transacciones B2C: la relación es entre empresas y consumidores (Business-consumer)
- Transacciones C2C: operaciones que realizan los consumidores entre sí (Consumer-consumer).

¹ FORONDA, M. Carolina “Los sitios web en el consumo electrónico y el ejemplo brasileño” en *Revista de Derecho comercial, del consumidor y de la empresa*. Año III, N° 4, Agosto 2012, La Ley. Pág. 107.

² FELDSTEIN de CÁRDENAS, Sara L, MEDINA Flavia A., RODRIGUEZ Mónica S., SCOTTI Luciana B. “Contratación Electrónica Internacional” acceso a través de www.derecho.uba.ar/investigacion/investigadores/publicaciones/scotti-comercio_electronico.

³ HOCSMAN, Heriberto S. “Negocios en Internet” Editorial Astrea. 2005. Pág. 81

⁴ Reglas de la Cámara de Comercio Internacional (ICC), “Uniform Rules and Guidelines for Electronic Trade and Settlement (URGETS).

Ventajas y desventajas de la contratación electrónica. .

Algunas de las ventajas del comercio electrónico consisten en la rapidez; la reducción de costos ya que desaparecen los intermediarios y se logra evitar costos en comisiones y otros gastos, hay mayores posibilidades de elección y mejores condiciones económicas; la difusión publicitaria que se logra a través de internet; la amplitud del mercado, dado que las partes pueden estar domiciliadas en distintos sitios prescindiendo del lugar donde estas se encuentran ubicadas y el bien o servicio puede ser ofrecido a nivel mundial, pudiendo operar sin límites fronterizos.

En otras palabras, Internet aumenta las posibilidades de interactuar con otros sujetos, de elegir productos y servicios de un rango cada vez más amplio, de obtener algunas categorías de bienes personalizados y disminuir el tiempo de elección, todo lo cual reduce drásticamente los costos de transacción.⁵

Se amplía la posibilidad de promocionar y vender en el exterior servicios tradicionalmente poco transables como turismo y servicios profesionales. También se viabiliza la potenciación de oportunidades a través del armado de redes de productores de bienes o servicios similares, con producción insuficientes para satisfacer demandas externas.⁶

Las desventajas también son varias, tal como el déficit de información sobre condiciones del servicio, calidad de productos y servicios, declaraciones negociales impulsivas, contratos de adhesión, desconfianza sobre la estabilidad empresarial de la contraparte, mayores riesgos de fraude que pueden darse en la identidad de los sujetos, en las prestaciones o en los medios de pago;⁷ mayor desocupación, dado que las máquinas suplen funciones del hombre y además la complejidad a la hora de identificar a las partes que participan de la transacción y se vislumbran riesgos a los que se encuentran expuestos, lo que implica la necesidad de desarrollar sistemas de seguridad que posibiliten la realización del negocio.

Por último otra de las desventajas radica en torno a la dificultad probatoria ya que la transacción no queda registrada en un soporte de papel, tema al cual hare referencia más adelante.

Formación del contrato. Momento de perfeccionamiento.

Con respecto a la formación del contrato electrónico al igual que en los contratos tradicionales debe determinarse qué relación hay entre las partes:

- La relación puede estar enmarcada en una declaración de voluntad común destinada a regular derechos de las partes (Art. 1137 y 1144 Código Civil);

⁵ LORENZETTI, Ricardo L. "Comercio electrónico" Editorial Abeledo- Perrot. Buenos Aires 2001. Pág. 27.

⁶ PIAGGI Ana L. "El comercio electrónico y el nuevo escenario de los negocios" *Revista Colegio de Abogados de la Ciudad de Buenos Aires*. II-XXX-414.

⁷⁷ CARABAJO CASCÓN, Fernando, "Aspectos legales del comercio electrónico" presentación de clase dictada en el marco de la Maestría de derecho Empresario, Universidad Austral. 15/10/2013

- Puede tratarse de una oferta contractual o una manifestación unilateral en que una parte realiza una invitación a ofertar, tal es el caso de ciertas plataformas de ventas en las cuales los propietarios exponen fotografías y características técnicas de los productos, mencionan el stock disponible y en algunos casos la base, reservándose a aceptar o rechazar las ofertas recibidas.⁸
- Oferta indeterminada o invitación a contratar (Art. 454 Código de Comercio).

El momento del perfeccionamiento del contrato dependerá del mecanismo de comunicación seleccionado por las partes y adoptará según el caso la modalidad de contrato entre presentes o entre ausentes.

En caso de que los ordenadores puedan dialogar entre sí en forma instantánea y conforme a una programación previa, uno emite la oferta contenida en la declaración unilateral de voluntad del proponente y la misma es aceptada inmediatamente una vez recibida, el contrato queda perfeccionado y presupone un contrato entre presentes. Debe quedar en claro que en este caso no interesa que las partes no estén físicamente presentes.

En cambio si el destinatario de la oferta está ausente o su aceptación requiere de un plazo de reflexión, el intercambio de declaraciones ya no es instantáneo, hay un tiempo considerable entre la oferta la aceptación, en este caso en el momento en que se emita la aceptación el contrato quedará formado entre ausentes.⁹

Con respecto al momento en que se perfecciona el contrato entre ausentes, hay distintas teorías:

- Regla de la declaración: considera concluido el contrato con el solo hecho de la aceptación de la oferta.
- Regla de la expedición: queda concluido con la expedición o envío de la aceptación por parte del aceptante
- Regla de la recepción: queda perfeccionado desde que la aceptación es recibida por el oferente.
- Regla del conocimiento: desde que la aceptación es conocida por el oferente.

En el derecho argentino en la contratación entre ausentes se aplica como regla la teoría de la expedición de modo que el contrato se perfecciona desde que la aceptación de la oferta es enviada por el aceptante al oferente.¹⁰

⁸ DIEZ ORMAECHEA, Roberto “Formación del consentimiento en la contratación electrónica” *Revista de Derecho Comercial del Consumidor y de la Empresa*, Año IV N° 3 Junio 2013. La Ley, pág. 168.

⁹STIGLITZ, Rubén S. “Contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales y contratos a distancia en el proyecto del Código Civil y Comercial” *Revista de Derecho Comercial, del consumidor y de la Empresa*. Año 3, N° 5 Octubre de 2012. La Ley. Pág 177.

¹⁰ LORENZETTI, Ricardo L. “Comercio electrónico” Editorial Abeledo- Perrot. Buenos Aires 2001. Pág. 195

Lugar de celebración

Es muy importante determinar el lugar de celebración del contrato pues de ello dependerá el juez competente, la ley aplicable y se determinará el carácter nacional o internacional del contrato.

Será necesario distinguir entre las relaciones de consumo y las relaciones entre empresarios o profesionales

El lugar de celebración en principio será el pactado por las partes intervinientes y en ausencia de pacto expreso, será el del domicilio del oferente.

La ley modelo de UNCITRAL sobre comercio electrónico (Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional) en su artículo 15 establece que el lugar de celebración del contrato es aquel donde el iniciador o destinatario tiene su establecimiento, si tiene más de un establecimiento será el de su establecimiento principal.

Cuando el contrato se da en el marco de una relación de consumo, se tendrá por celebrado en el lugar en que el consumidor tenga su residencia habitual como forma de protección a la parte más débil.

Con respecto a la prórroga de jurisdicción, ella será válida cuando surja de un acuerdo de partes, siempre que exista una justificación razonable y no se lesione ningún derecho.

En las relaciones de consumo, las cláusulas de prórroga de jurisdicción son consideradas abusivas y violatorias del principio constitucional de defensa en juicio

Dichas cláusulas son muy comunes en los contratos de adhesión en los que se establece la prórroga de jurisdicción a favor de tribunales ubicados en otras provincias o países distintos al que reside el consumidor, violando el derecho de defensa en juicio.

En nuestra legislación interna, el art. 37 de la ley 24.240 establece que se considerarán como no convenidas aquellas cláusulas que importen una restricción al derecho del consumidor o amplíen los derechos de la otra parte, y la Resolución 53/03 de la Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor¹¹ considera que será abusiva toda cláusula que disponga que las acciones judiciales deben entablarse en una jurisdicción distinta del lugar del domicilio del consumidor al tiempo de la celebración del contrato.

¹¹ ANEXO a la Resolución S.C.D. y D.C. N° 53 “Son consideradas abusivas las cláusulas que: ...e) Impongan al consumidor cualquier limitación en el ejercicio de acciones judiciales u otros recursos, o de cualquier manera condicionen el ejercicio de sus derechos, especialmente cuando: I. Se disponga que las acciones judiciales puedan entablarse en jurisdicción distinta del lugar del domicilio del consumidor al tiempo de la celebración del contrato, excepto cuando se disponga que la acción se entable en el lugar del domicilio real del consumidor al tiempo en que aquélla se inicie...”

Normativa aplicable.

Como ya hemos visto, hay tres tipos de contratos electrónicos, entre empresa y consumidor, entre empresas o entre consumidores, esta clasificación es importante a la hora de determinar la ley aplicable.

Cuando el contrato es de consumo final se debe tener en cuenta la libertad e igualdad contractual característica de los contratos se deja de lado, ya que predominan los contratos de adhesión con cláusulas predispuestas, restringiéndose la posibilidad de negociar.

Frente a esta desigualdad en la que se encuentra el consumidor surgió la necesidad de crear normas para protegerlos.

A los contratos electrónicos que se realicen con consumidores le serán aplicables las normas del Código Civil, las del Código de Comercio y las de la Ley de Defensa del Consumidor.

Todas las demás situaciones que no entran en el ámbito de la ley de defensa del consumidor, sobre todo las ofertas en el ámbito comercial caen en la órbita de las disposiciones generales sobre contratos del Código Civil.¹²

En todos los casos, frente a la falta de regulación específica, se considera aplicable a la contratación electrónica las normas generales de los contratos aplicándolas por analogía, pero ello no es tan simple ya que hay ciertas cuestiones que se suscitan en los contratos electrónicos que exceden las reglas generales, ya que estamos frente a nuevos conceptos y a una nueva figura contractual que debe ser regulada expresamente.

Prueba del contrato electrónico. Seguridad en la contratación.

Uno de los problemas que presenta el contrato electrónico es la dificultad probatoria ya que estos no constan en un soporte material.

El documento es una declaración de voluntad destinada a producir efectos jurídicos y la documentación es la forma que adopta esa declaración, la cual puede ser corporal o incorporal o electrónica

Si no se exige una forma especial para la celebración del contrato, las partes pueden, en función del principio de libertad de formas convenir celebrarlo por medio de ordenadores. El contrato se hallará contenido en los pulsos electromagnéticos y puede quedar almacenado en la memoria de la computadora o en un disco lo que se denomina “Documento electrónico”, el cual constituye la representación del acuerdo.¹³

¹² HOCSMAN, Heriberto S. “Negocios en Internet” Editorial Astrea. 2005. Pág. 89.

¹³ STIGLITZ, Rubén S. “Contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales y contratos a distancia en el proyecto del Código Civil y Comercial” *Revista de Derecho Comercial, del consumidor y de la Empresa*. Año 3, N° 5 Octubre de 2012. La Ley. Pág 178.

Una de las soluciones a este problema de dificultad probatoria ha sido la creación del EDI (Electronic Data Interchange) o intercambio electrónico de datos, es un acuerdo en el cual se determinan las reglas técnicas y jurídicas que harán vinculantes a las declaraciones.¹⁴

A través de EDI las partes acuerdan cooperar transmitiendo información para un entendimiento claro acerca de un negocio común, de esta forma se transmiten los sistemas informáticos de quienes participan en la transacción formando una base común de información quedando constancia de todo en registros electrónicos, todo lo cual fomenta una seguridad jurídica y además reduce el manejo de documentos en papel.

Además mediante los EDI se puede obtener a un costo muy bajo, constancia de que un mensaje fue recibido.

Otro aspecto importante fue la sanción de la Ley 25.506 de firma digital que produjo un cambio en torno a la prueba de los contratos electrónicos.

A raíz del fenómeno de esta modalidad de contratación se generó una preocupación normativa de resguardar los derechos individuales, lo que llevó a que se implementen modalidades tecnológicas afines a las utilizadas para el desarrollo de las prácticas negociales tendientes a preservar el principio de seguridad, tales como la encriptación y la firma digital. La ley 25.508 acogió en el sistema jurídico argentino, la modalidad de la firma electrónica y la firma digital regulando su operatividad y eficacia jurídica.

Se trata de un sistema que pretende dar una respuesta tecnológica a las transacciones digitales brindando seguridad en razón de que los registros tecnológicos son fácilmente alterables.¹⁵

En los contratos electrónicos es necesario generar y garantizar confianza en el consumidor para lo cual es fundamental difundir entre los usuarios los derechos a la información y la obligación de informar por parte del vendedor sobre las formas y características de esta forma de contratar.

La firma digital es una herramienta que permite garantizar la autoría e integridad de los documentos digitales y goza de la misma seguridad que tienen los documentos en soporte papel. Consiste en un conjunto de datos asociados a un mensaje enviado digitalmente que garantiza la entidad del firmante y el mensaje.¹⁶

Proyecto del Código Civil y Comercial.-

¹⁴ MÁRQUEZ, José F. - MOISSET DE ESPANÉS, Luis “La formación del consentimiento en la contratación electrónica” Academia Nacional de Derecho y Ciencias Sociales de Córdoba. Año 2004. Acceso a través de <http://www.acader.unc.edu.ar>

¹⁵ CONTE GRAND, Julio “Las nuevas tecnología aplicadas a la instrumentación de los actos jurídicos” en *Revista Argentina de Derecho Empresario. Universidad Austral*. Año 2005. N° 3. Editorial Ad-Hoc Pág 330.

¹⁶ KATZ, Flora M. “El notariado. El comercio electrónico. Firma digital” *Revista de Notariado*. II-XXIV-40. 30/12/2004.

El Proyecto del Código Civil y Comercial de la Nación regula algunas cuestiones relacionadas a este tipo de contratos.

El artículo 1104 hace referencia a la regulación de los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles:

“Está comprendido en la categoría de contrato celebrado fuera de los establecimientos comerciales del proveedor el que resulta de una oferta o propuesta sobre un bien o servicio concluido en el domicilio o lugar de trabajo del consumidor, en la vía pública, o por medio de correspondencia, los que resultan de una convocatoria al consumidor o usuario al establecimiento del proveedor o a otro sitio, cuando el objetivo de dicha convocatoria sea total o parcialmente distinto al de la contratación, o se trate de un premio u obsequio”.

En la Ley de defensa del Consumidor no se ha previsto orgánicamente la venta a distancia, solo establece en su Art. 33 que la venta a distancia es aquella en que la propuesta se efectúa por medio postal, telecomunicaciones, electrónico o similar y la respuesta se realiza por iguales medios.

El artículo 1105 del Proyecto del código define a los Contratos celebrados a distancia como: *“aquéllos 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”*

El contrato se celebra sin la presencia física del vendedor y el comprador, ya que el vendedor emite una oferta y el vendedor debe aceptarla o rechazarla a través del mismo u otro mecanismo a distancia.

El comercio electrónico constituye un mecanismo específico de los contratos concluidos a distancia.

Con respecto a los medios electrónicos utilizados en el artículo 1106 dispone que en caso de que una ley exija que el contrato deba constar por escrito, se considerara cumplido dicho requisito si el contrato contiene un soporte electrónico.

“Siempre que en este Código o en leyes especiales se exija que el contrato conste por escrito, este requisito se debe entender satisfecho si el contrato con el consumidor o usuario contiene un soporte electrónico u otra tecnología similar”.

El artículo 1107 establece que cuando la contratación se efectúe con consumidores, el proveedor debe informar al consumidor los riesgos que conlleva contratar por medios electrónicos y quien los asumirá, la facultad de revocar el contrato y todos los datos que sean necesarios para el empleo del medio elegido.

“Si las partes se valen de técnicas de comunicación electrónica o similares para la celebración de un contrato de consumo a distancia, el proveedor debe informar al consumidor, además del contenido mínimo del contrato y la facultad de revocar, todos los datos necesarios para utilizar correctamente el medio elegido, para comprender los riesgos derivados de su empleo, y para tener absolutamente claro quién asume esos riesgos”.

En cuanto a la formación del contrato, el mismo quedara perfeccionado cuando se pueda verificar que la aceptación de ajusta a la oferta, el art. 1108 in fine establece la obligación del oferente de confirmar por vía electrónica la llegada de la aceptación, desde ese momento el contrato quedará perfeccionado

“Las ofertas de contratación por medios electrónicos o similares deben tener vigencia durante el período que fije el oferente o, en su defecto, durante todo el tiempo que permanezcan accesibles al destinatario. El oferente debe confirmar por vía electrónica y sin demora la llegada de la aceptación”.

Una de las cuestiones que se plantean hoy en día respecto de los contratos electrónicos es el lugar de cumplimiento y la posibilidad de prorrogar la jurisdicción.

El artículo 1109 del proyecto da respuesta a esta cuestión estableciendo que el lugar de cumplimiento será aquel en que el consumidor recibió la prestación, además prohíbe prorrogar la jurisdicción, estableciendo que cualquier cláusula que así lo disponga se tendrá como no escrita.

“En los contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales, a distancia, y con utilización de medios electrónicos o similares, se considera lugar de cumplimiento aquél en el que el consumidor recibió o debió recibir la prestación. Ese lugar fija la jurisdicción aplicable a los conflictos derivados del contrato. La cláusula de prórroga de jurisdicción se tiene por no escrita”.

Por último, los artículos 1110 a 1116 hacen referencia a la revocación estableciendo, entre otras cosas, que será considerada no válida toda cláusula en la que se renuncie o se prohíba ejercer el derecho de revocación.

Conclusión.-

El comercio electrónico es un fenómeno que ha aumentado en estos últimos años y nuestro país no esta exento, desde la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CAECE), señalaron que en la Argentina hay un boom del e-commerce. En 2012, hubo un gran crecimiento del comercio electrónico y sólo en operaciones dentro del país se movieron 16.700 millones de pesos.¹⁷

¹⁷ Diario Clarín On Line, disponible al 22/11/2013 acceso a través de http://www.clarin.com/sociedad/Pese-nuevos-controles-compras_por_Internet_0_1032496995.html

Todo esto se vio impulsado por los incentivos económicos, la reducción de costos, acortamiento de los procesos de distribución, difusión publicitaria entre otras ventajas que genera este tipo de contratos frente a la contratación tradicional.

Sin dudas una de las grandes deficiencias es la falta de una regulación específica ya que hoy en día en nuestro país, el derecho no se adapta a las exigencias de la realidad tecnológica, por lo que es sumamente necesario contar con un marco legal que transmita confianza, garantice información a los consumidores, transparencia, seguridad jurídica, incrementa la previsibilidad comercial y regule específicamente todos los aspectos como ser, sistema de responsabilidad, juez competente, ley aplicable, lugar de cumplimiento, elementos probatorios, entre otros.

Hasta tanto no exista un marco legal, a los contratos electrónicos le serán aplicables las normas análogas, como son las disposiciones del Código Civil, del Código de Comercio y las de la Ley de Defensa del Consumidor cuando así corresponda.

Con respecto al perfeccionamiento del contrato, si es celebrado entre presentes, se perfecciona en forma instantánea cuando se brinda el consentimiento, en cambio si es entre ausentes, habrá que abocarse a la teoría de la expedición por la cual el contrato se considerará perfeccionado con el envío de la aceptación al oferente.

El oferente tiene la obligación de confirmar la recepción del mensaje de aceptación.

En cuanto al lugar de celebración determinará la ley aplicable, aquel será el pactado por las partes y a falta de acuerdo será el del lugar del establecimiento del oferente, salvo que se trate de una relación de consumo en donde se considerará lugar de celebración del contrato en de la residencia habitual del consumidor. En este último caso se tendrá por abusiva y no escrita toda cláusula que prorrogue la competencia.

Por último, en lo que respecta a la prueba de estos contratos, si bien en nuestro ordenamiento contamos con una ley de firma digital, este sistema no es muy utilizado en Argentina por lo que la firma digital no soluciona la dificultad probatoria, tampoco los EDI los cuales son comunes en los sistemas cerrados pero no en los sistemas abiertos de internet. Esta es otra de las cuestiones que deben ser reglamentadas.

El proyecto de Código Civil y Comercial de la Nación contiene algunas disposiciones aplicables a la contratación electrónica no obstante considero que ello no será suficiente para solucionar las cuestiones que se suscitan en el marco de estos contratos electrónicos sino que será necesaria una ley específica como la que tienen otros países del mundo como Francia (Ley 575/04) y España (Ley 34/2002), entre otros.

María Guillermina Muñoz Barda.

BIBLIOGRAFIA

- CARABAJO CASCÓN, Fernando, “Aspectos legales del comercio electrónico” presentación de clase dictada en el marco de la Maestría de derecho Empresario, Universidad Austral. 15/10/2013.
- CONTE GRAND, Julio “Las nuevas tecnología aplicadas a la instrumentación de los actos jurídicos” en *Revista Argentina de Derecho Empresario. Universidad Austral*. Año 2005. N° 3. Editorial Ad-Hoc
- DIEZ ORMAECHEA, Roberto “Formación del consentimiento en la contratación electrónica” *Revista de Derecho Comercial del Consumidor y de la Empresa*, Año IV N° 3 Junio 2013. La Ley
- FELDSTEIN de CÁRDENAS, Sara L, MEDINA Flavia A., RODRIGUEZ Mónica S., SCOTTI Luciana B. “Contratación Electrónica Internacional” www.derecho.uba.ar/investigacion/investigadores/publicaciones/scotti-comercio_electronico.
- FORONDA, M. Carolina “Los sitios web en el consumo electrónico y el ejemplo brasileño” en *Revista de Derecho comercial, del consumidor y de la empresa*. Año III, N° 4, Agosto 2012, La Ley.
- HOCSMAN, Heriberto S. “Negocios en Internet” Editorial Astrea. 2005.
- KATZ, Flora M. “El notariado. El comercio electrónico. Firma digital” *Revista de Notariado*. IJ-XXIV-40. 30/12/2004.
- LORENZETTI, Ricardo L. “Comercio electrónico” Editorial Abeledo- Perrot. Buenos Aires 2001
- MÁRQUEZ, José F. - MOISSET DE ESPANÉS, Luis “La formación del consentimiento en la contratación electrónica” Academia Nacional de Derecho y Ciencias Sociales de Córdoba. Año 2004. <http://www.acader.unc.edu.ar>
- PIAGGI Ana L. “El comercio electrónico y el nuevo escenario de los negocios” *Revista Colegio de Abogados de la Ciudad de Buenos Aires*. IJ-XXX-414.
- STIGLITZ, Rubén S. “Contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales y contratos a distancia en el proyecto del Código Civil y Comercial” *Revista de Derecho Comercial, del consumidor y de la Empresa*. Año 3, N° 5 Octubre de 2012. La Ley.