

**Ecommerce:**

## **Una mirada a la Responsabilidad de las Plataformas Digitales que prestan servicios de intermediación en contrataciones a distancia**

Por Gabriel Gonzalez Madeo

### **I.- Palabras Preliminares [\[arriba\]](#)**

Este trabajo tiene por objetivo analizar someramente la Responsabilidad por Daños y Perjuicios acaecidos en el marco de contrataciones a distancia y por medios electrónicos en las cuales confluyen vínculos jurídicos de los más variados y complejos, y en donde es de fundamental importancia la intermediación de plataformas digitales o páginas web, cuyos servicios pueden limitarse a brindar alojamiento de datos u otros conexos.

### **II.- Introducción [\[arriba\]](#)**

Resulta más que evidente que con la llegada de internet y las nuevas tecnologías se ha desarrollado un campo más que propicio para las contrataciones efectuadas a distancia y de manera electrónica, circunstancia que se ha visto aún más profundizada por los acontecimientos actuales vinculados al COVID-19. Púes el comercio electrónico o eCommerce ha sido un fenomenal motor para el crecimiento de las economías, tal es así que en nuestro país que, para finales del siglo XX, se creó la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE); esta organización, que nuclea a empresas usuarias y emprendedoras del sector, tiene como objetivo lograr que la economía digital se constituya en una eficaz herramienta para el desarrollo social y económico de la República Argentina y sus economías regionales. Mientras en 2010, cuando 26,5 millones de argentinos contaban con acceso a Internet, solo el 26% eran usuarios de comercio electrónico; para finales de 2019, junto con un marcado aumento en la conectividad a la Internet de la población, el porcentaje de usuarios de comercio electrónico ascendió al 90%). Consecuentemente, el incremento en las ventas ha sido exponencial. Solo la variación de 2018 a 2019 implicó un crecimiento del 76%, alcanzándose la suma de \$ 403.278 millones (en 2010 se habían facturado \$ 7.775 millones).[1] Nadie puede dudar de que el comercio electrónico haya revolucionado la actividad económica al favorecer y facilitar el acceso a informaciones, prestación de servicios y obtención de productos sin necesidad de desplazamiento por parte del consumidor al establecimiento comercial. Esta fascinante, fantasmagórica ilusión que se abre, gracias a la Internet, permite por un lado que el proveedor reduzca sus costos, lo cual puede provocar abaratamiento en el valor de los productos y servicios, y por el otro, simétricamente, puede ocasionar, además de las inseguridades jurídicas, un ahondamiento, una exposición de las debilidades, de las vulnerabilidades de quienes, como los consumidores, se encuentran en una situación de inferioridad técnico-económica, con respecto a los expertos, no profanos.[2]

En este marco no puede pasar de resalto la importancia de las plataformas digitales o sitios web, las cuales actúan como intermediarios en este tipo de contrataciones, prestando servicios de distinta índole, v.gr. alojamiento de datos, medios de pago, envíos etc.; pues como se ha mencionado se originan diversos vínculos jurídicos los cuales no solo ya unen a la parte compradora y a la parte vendedora, sino que relacionan a estas con la plataforma digital. Es por ello que en

ese contexto analizaremos que sucede ante un incumplimiento contractual de alguna de las partes y que tipo de responsabilidad surge para la prestadora del servicio digital.

### III.- Comercio Electrónico, Contrato a distancia y Plataformas Digitales [\[arriba\]](#)

#### A) *Conceptos*

El Comercio Electrónico ha sido definido como

“El conjunto de transacciones comerciales y financieras realizadas por medios electrónicos o digitales de comunicación, ya sea por redes abiertas o cerradas, incluyendo sonido e imagen, que se despliega dentro de un sistema global utilizando redes informáticas y muy especialmente internet, el cual permite crear el mercado electrónico virtual, sin límites geográficos ni temporales, operado por ordenador y a distancia, de productos, de bienes, de servicios, de tecnologías, entre otros”.<sup>[3]</sup>

En cuanto a los contratos celebrados a distancia dispone el art. 1105 del CCCN que 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”. En estos contratos, tanto la negociación como la conclusión de la contratación y el pago se efectúan electrónicamente, manifestándose el consentimiento a través del teclado, debiendo el consumidor adherir a extensas condiciones generales, lo cual hace aplicable al caso el fenómeno regulador de los contratos de adhesión, ya que todo el sistema responde al criterio de organización del proveedor a través de su sitio web.<sup>[4]</sup>

Respecto a las Plataformas Digitales intermediarias han sido definidas como cualquier profesional o no, distinto del proveedor y consumidor, por cuyo intermedio se lleva a cabo la relación de consumo.<sup>[5]</sup> También se han referido a ellos como “plataformas de intermediación en comercio electrónico”, las cuales permiten la comunidad entre diversos proveedores y consumidores, y brindan a estos últimos un servicio por el cual pueden adquirir los bienes y servicios allí ofrecidos.<sup>[6]</sup> El sitio intermediario se transforma en una parte fundamental de la relación de consumo electrónica -la relación de consumo base entre quien adquiere un bien o servicio y quien lo provee a través del sitio- en la que interviene, resultando una garantía para el consumidor que cree y confía en estos sitios, que suelen ser reconocidos a nivel nacional o internacional. Esta garantía se pone de manifiesto solo cuando el consumidor, previo a la compra consiente los términos y condiciones del sitio para su utilización y para las negociaciones que por su intermedio se llevarán a cabo, sino también por el presunto control sobre las compras y sus usuarios que el sitio intermediario aparenta poseer.<sup>[7]</sup> Una característica de estos sitios web intermediarios es la confianza que ellos generan para concretar la celebración de operaciones comerciales de forma electrónica, cobrando mayor relevancia frente a esta circunstancia la información brindada a los distintos usuarios del servicio, pues el derecho de información intenta suministrar al usuario conocimientos de los cuales normalmente carece con el fin

de que pueda hacer una elección racional y fundada de un bien o servicio y de esta manera superar la asimetría de las relaciones de consumo.[8]

### *B) Marco Normativo Aplicable*

La gran problemática que gira en torno a la responsabilidad de estas plataformas digitales intermediarias en la contratación electrónica es que no existe un plexo normativo específico aplicable a las mismas, por lo que los casos elevados a los estrados judiciales deberán ser resueltos mediante una interpretación de las circunstancias de hecho, las cuales pueden derivarnos a la aplicación distintas normas: si nos encontramos en el marco de una relación de consumo deberemos recurrir a las normas de la Constitución Nacional que regulan la materia, la Ley N° 24.240 (L.D.C.), y los arts. 1092 y sigs. del CCCN, en caso contrario, deberemos recurrir a las pautas generales del CCCN, todo ello sin perjuicio de que en la generalidad de los casos se trata de contratos de consumo y celebrados por adhesión a cláusulas generales predispuestas, por lo que también deberemos observar las normas de los arts. 984 y sigs. del CCCN.

Esta circunstancia (carencia de regulación específica) ha sido tenida en cuenta por la jurisprudencia al momento de resolver un conflicto entre un usuario que contrató la compra de un vehículo automotor de manera electrónica a través de la plataforma Mercado Libre; me refiero al fallo “Kosten, Esteban c/Mercado Libre SRL s/ordinario”, resuelto por la Cámara Nacional Comercial, Sala D en el año 2018. Surge de los autos que la Plataforma Digital de Mercado Libre 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 “click” 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 compra había sido realizada mediante la segunda modalidad referida.

En orden a lo mencionado en el párrafo anterior, el Tribunal entiende que hay que poner la mirada en el derecho comparado a efectos de extraer pautas orientadoras que sirvan de guía para la resolución del conflicto: así

“[...]Representa un hito de insoslayable la mención la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8/6/2000, relativa a ‘Determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, 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: ‘Telemediengesetz’ o TMG de 26/2/2007; Inglaterra: ‘Electronic Commerce -EC Directive- Regulations’ de 2002; Francia: Ley N° 2004-575 de 21/6/2004; Italia decreto-legislativo n° 70/2003; España: Ley N° 34/2002 de 11 de junio; Austria, Ley N° 152/2001; Bélgica, ley de 11/3/2003; Dinamarca: Ley N° 227/2002; Finlandia: Ley N° 459/2002; Francia: Leyes N° 719/200 y N° 575/2004; Grecia: decreto 131/2003; Islandia: Ley N° 30/2002; Noruega; Ley N° 35/2003; Portugal: decreto 7/2004; Suecia: ley de 6/6/2002; Holanda: ley del 13/5/2005; etc.). La Directiva 2003/31/CE fijó reglas relacionadas con la ‘Responsabilidad de los prestadores de servicios intermediarios’ (Sección 4), entre las que destacan las siguientes: ‘...art. 14. Alojamiento de datos 1. Los Estados

miembros garantizarán que, cuando se preste un servicio de la sociedad de la información consistente en almacenar datos facilitados por el destinatario del servicio, el prestador de servicios no pueda ser considerado responsable de los datos almacenados a petición del destinatario, a condición de que: a) el prestador de servicios no tenga conocimiento efectivo de que la actividad a la información es ilícita y, en lo que se refiere a una acción por daños y perjuicios, no tenga conocimiento de hechos o circunstancias por los que la actividad o la información revele su carácter ilícito, o de que, b) en cuanto tenga conocimiento de estos puntos, el prestador de servicios actúe con prontitud para retirar los datos o hacer que el acceso a ellos sea imposible...´.´...art. 15. Inexistencia de obligación general de supervisión 1. Los Estados miembros no impondrán a los prestadores de servicios una obligación general de supervisar los datos que transmitan o almacenen, ni una obligación general de realizar búsquedas activas de hechos o circunstancias que indiquen actividades ilícitas, respecto de los servicios contemplados en los arts. 12, 13 y 14. 2. Los Estados miembros podrán establecer obligaciones tendientes a que los prestadores de servicios de la sociedad de la información comuniquen con prontitud a las autoridades públicas competentes los presuntos datos ilícitos o las actividades ilícitas llevadas a cabo por destinatarios de su servicio o la obligación de comunicar a las autoridades competentes, a solicitud de éstas, información que les permita identificar a los destinatarios de su servicio con los que hayan celebrado acuerdos de almacenamiento...´. El Tribunal de Justicia de la Comunidad Europea ha resuelto que las precedentes disposiciones se aplican, entre otros casos, a los prestadores de servicio en Internet que facilitan el contacto entre vendedores y compradores de productos, pues la Directiva 2000/31/CE, tal como indica su título, se refiere a 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, Laboratoire Garnier & Cie, L’Oréal (UK) Ltd. c/ eBay International AG’, apartado 109 [...]) El mero hecho de que el operador de un mercado electrónico almacene en su servidor ofertas de venta, determine las condiciones de su servicio, sea remunerado por el mismo y dé información general a sus clientes no puede implicar que se le excluya de las exenciones de responsabilidad previstas por la Directiva 2000/31/CE (apartado 115). Pero cuanto, por el contrario, este operador presta una asistencia consistente, entre otras cosas, en optimizar la presentación de las ofertas de venta en cuestión o en promover tales ofertas, cabe considerar que no ha ocupado una posición neutra entre el cliente vendedor correspondiente y los potenciales compradores, sino que ha desempeñado un papel activo que le permite adquirir conocimiento o control de los datos relativos a esas ofertas. De este modo y por lo que se refiere a esos datos, tal operador no puede acogerse a la excepción en materia de responsabilidad prevista por el arts. 14 de la Directiva 2000/31/CE (apartado 116)”.[9]

Haciéndose eco de estos antecedentes legales y jurisprudenciales del derecho comparado la Sala D entendió que el marco normativo aplicable en el plano nacional dependerá del papel activo o pasivo que adopte el operador del mercado electrónico de ventas o subastas on-line (Plataforma Digital):

“[...] a) Puede hablarse de una exención de responsabilidad del operador de un mercado electrónico de ventas o subastas on line cuando no ha desempeñado un papel activo que le permita adquirir conocimiento o control de los datos

almacenados, es decir, cuando ha sido un 'mero canal' limitándose a proporcionar un foro para una transacción entre un comprador y un vendedor. Tal general exención se funda en la circunstancia de que no es posible responsabilizar al operador cuando actúa efectivamente como un mero intermediario, es decir, adoptando entre los destinatarios del servicio (comprador y vendedor) una posición neutra, meramente técnica, automática y pasiva, lo que impide que tenga conocimiento y control de la información almacenada. [...] No puede imponerse a los prestadores de servicios de mero almacenamiento (hosting) una obligación general de supervisar los datos que transmitan o almacenen, ni una obligación general de realizar búsquedas activas de hechos o circunstancias que indiquen actividades ilícitas. Esto es así pues se está en presencia de un intermediario que se presenta como un alojador que no tiene obligaciones 'proactivas' (conf. Lorenzetti, R., Comercio Electrónico, Buenos Aires, 2001, ps. 278 y 293; Anteproyecto de ley de comercio electrónico argentino, elaborado por la Jefatura de Gabinete del P.E.N., año 2000, art. 38). [...] b) No obstante, aun si el operador del mercado electrónico hubiera desempeñado una posición neutra, podría ser responsabilizado mediante una condena de daños y perjuicios, no pudiéndose acoger a la exención antes referida, si ha tenido conocimiento de hechos o circunstancias a partir de los cuales un operador económico diligente hubiera debido constatar el carácter ilícito de las ofertas de venta en cuestión y, en caso de adquirir tal conocimiento, no haya actuado con prontitud. [...] Deben quedar a salvo los casos de 'ignorancia premeditada' y de 'indiferencia imprudente'. Si el operador tiene motivos que le hagan sospechar que los usuarios de sus servicios están cometiendo ilícitos, no le está permitido 'apartar la vista' a fin de sustraerse de la responsabilidad. Dicho de otro modo, la 'ignorancia premeditada' o la 'ignorancia culpable' equivale a un conocimiento efectivo (sentencia dictada en el caso 'Tiffany (NJ) INC. y Tiffany y Company v. EBay, Inc.', 600 F.3d. 93 [2010]). En esta segunda hipótesis que se examina, la responsabilidad del proveedor tiene base subjetiva [...] Se trata, valga aclararlo, de una responsabilidad (subjetiva) no por el contenido ilícito de los datos alojados en el servidor o por las conductas de los usuarios del servicio, sino por el hecho de una omisión o inadecuada, incompleta o injustificadamente tardía retirada de los contenidos o de adoptar la acción necesaria para bloquear el acceso a ellos. c) En fin, ninguna exención de responsabilidad puede aprobarse cuando el operador del mercado electrónico prestó un papel activo que le permitió adquirir conocimiento o control de los datos almacenados. Tampoco si ha recibido una orden judicial que lo colocaba en situación de ejercer una 'vigilancia activa' o prestó una asistencia consistente, en particular, en optimizar la presentación de las ofertas de venta en cuestión o en promover tales ofertas, vgr. a través de motores de búsqueda externos como Google o Yahoo [...]" [10]

En conclusión, el precedente en cuestión se enrola en la postura de que no puede responsabilizarse a las Plataformas Digitales de intermediación con fundamento en factores objetivos de atribución cuando existe una actividad pasiva en la prestación del servicio, si no que se resolvió que el factor de atribución es subjetivo, por lo que la culpa deberá ser probada por el damnificado; contrario es lo que sucede cuando existe un rol activo, pues en este supuesto no habrá marco para exención de responsabilidad.

Los principios resultantes de este Leading Case han sido replicados en otros más recientes, tales como por ejemplo fue el caso resuelto por el Juzgado Nacional en lo Comercial n° 29, a cargo de María del Milagro Paz Posse, causa "Damián Pergierycht c/ OLX S.A. s/ Ordinario", en la cual el actor reclamaba una indemnización por haber sufrido un robo cuando iba a encontrarse con el vendedor

de un teléfono celular publicado en la plataforma propiedad de la accionada. Nuevamente se ratifica que la accionada (OLX S.A.) no puede ser responsabilizada por ser mera intermediaria por haber permanecido ajena a las negociaciones efectuadas por las partes, siendo su rol equiparable al de los clásicos avisos clasificados.

Por otra parte existe doctrina contraria a lo resuelto en el Fallo “Kosten”, la cual entiende que la responsabilidad de los servicios digitales de intermediación, aún en los supuestos que no se trate de Relación de Consumo, siempre será objetiva: en primer lugar, al enmarcarse la contratación electrónica en una relación de consumo, resulta de aplicación el art. 40 de la L.C.D. el cuál trata de la responsabilidad solidaria de quienes integran la cadena de comercialización y consagra un factor de atribución objetivo, del cual solo se puede escapar demostrando la causa ajena del daño en sus tres manifestaciones: caso fortuito o fuerza mayor, hecho de la víctima, o hecho de un tercero por el cual no se debe responder; en segundo lugar, si la contratación no se corresponde con un contrato de consumo, existen dos posiciones, la primera que entiende que al no existir un marco regulatorio específico se deberá recurrir a las normas de derecho común y de derecho comparado a efectos de lograr una guía interpretativa, tal y como surge del fallo “Kosten” señalado ut supra. La segunda postura entiende que, en todo caso, la responsabilidad de los servicios de intermediación siempre será objetiva en consecuencia de la “Teoría del Riesgo Creado”, pues

“este tipo de sitios introducen al mercado un servicio de un gran valor, utilidad e importancia como nos ha demostrado la experiencia, pero que comporta una nueva forma de riesgo. El mismo consiste en la proliferación de ámbitos propicios para la comisión de fraudes, violentándose así los derechos de sus usuarios, quienes amparados en la confianza que le generan dichos sitios deciden utilizar sus servicios. Estos nuevos medios de hacer negocios en el mundo virtual importan para sus operadores un gran beneficio económico gracias a la reducción de gastos operacionales generados a partir de la utilización de este medio. Como contrapartida de esto, deben soportar las consecuencias de los daños que sufran sus usuarios con motivo del servicio prestado”. [11]

Por su parte, la Conclusión 3 de la Comisión 10 de la XV Jornadas Nacionales de Derecho Civil celebrada en la Ciudad de Bahía Blanca en el año 2015 dice: “Daños derivados de la actividad de internet”, que

“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”. [12]

Por lo que riesgo que crea quien opera estos sitios, generando así un ambiente propicio para los fraudes e ilícitos, donde sus usuarios acceden y operan basándose en la confianza que dichos sitios le generan. Por tal motivo, será el operador del sitio quien deba acreditar que ante un ilícito ha existido un hecho de la víctima o de un tercero que lo ha provocado, o que ha habido caso fortuito o fuerza mayor. [13]

#### **IV.- Conclusiones** [\[arriba\]](#)

Resulta más que evidente que con la llegada de internet y las nuevas tecnologías se ha desarrollado un campo más que propicio para las contrataciones efectuadas a distancia y de manera electrónica. En este contexto es fundamental el rol de las plataformas digitales o sitios web de intermediación que conectan a los usuarios del servicio (compradores y vendedores).

La gran problemática que gira en torno a la responsabilidad de estas plataformas digitales intermediarias en la contratación electrónica es que no existe un plexo normativo específico aplicable a las mismas. Por lo que los casos deberán ser resueltos conforme las circunstancias de hecho las cuales pueden derivarnos a la aplicación de distintas normas:

Existe doctrina que entiende que, si la contratación electrónica se encuadra en una relación de consumo, será de aplicación el art. 40 del L.C.D. por lo que, ante el acaecimiento de daño, la plataforma de intermediación será responsable al integrar la cadena de comercialización, con fundamento en un factor de atribución objetivo, y solamente podrá eximirse demostrando causa ajena.

Otra postura doctrinaria adoptada en el fallo “Kosten” concluye que lo determinante para la atribución de factores objetivos o subjetivos de responsabilidad dependerá del rol que tenga el servicio de intermediación; si mantiene un rol pasivo puede hablarse de exención de responsabilidad fundada en la circunstancia de que no es posible responsabilizar al operador cuando actúa efectivamente como un mero intermediario, pudiendo ser responsabilizada solamente por factores subjetivos si ha tenido conocimiento de hechos o circunstancias a partir de los cuales un operador económico diligente hubiera debido constatar el carácter ilícito de las ofertas de venta en cuestión y, en caso de adquirir tal conocimiento, no haya actuado con prontitud, en consecuencia la culpa del operador deberá ser probada por el damnificado.

Finalmente otra corriente doctrinaria entiende que si no nos encontramos dentro del supuesto de la relación de consumo, aun ello, la responsabilidad será siempre objetiva, fundándose en la “Teoría del Riesgo creado”, debido a que este tipo de sitios introducen al mercado un servicio que comporta una nueva forma de riesgo, el cual consiste en la proliferación de ámbitos propicios para la comisión de fraudes, violentándose así los derechos de sus usuarios, quienes amparados en la confianza que le generan dichos sitios deciden utilizar sus servicio y como contrapartida de esto, deben soportar las consecuencias de los daños que sufran sus usuarios con motivo del servicio prestado.

La problemática todavía no encuentra una solución pacífica, por lo que es importante contar con los distintos fundamentos de las posiciones doctrinarias y jurisprudenciales a efectos de solucionar los casos que se presenten, ponderando en todo momento las circunstancias de hecho.

#### Notas [\[arriba\]](#)

[1] Montenegro Correa, Sebastián N, “El fortalecimiento del Comercio Electrónico”. Publicado en Revista Erreius (Plataforma Digital), octubre de 2020,

Temas de Derecho Comercial Empresarial y del Consumidor.

[2] Feldstein de Cárdenas, Sara L.: “Desprotección del consumidor transfronterizo. Hitos en el derecho latinoamericano contemporáneo”- LL - 18/3/2015 - pág. 1.

[3] Scotti, Luciana B.: “Contratos electrónicos. Un estudio desde el derecho internacional privado argentino” - Ed. Eudeba - Bs. As. - 2012 - pág. 54.

[4] Tambussi, Carlos E. “Regulación y Competencia en Comercio Electrónico”, Publicado en Revista Erreius (Plataforma Digital), mayo de 2018, Temas de Derecho Comercial Empresarial y del Consumidor.

[5] Foronda, María C.: “Los sitios web en el consumo electrónico y el ejemplo brasileño” - Revista de Derecho Comercial del Consumidor y de la Empresa - LL - agosto/2012 - Bs. As. - pág. 107.

[6] Faliero, Johanna C.: “La protección del consumidor en el comercio electrónico. Un caso de responsabilidad de los intermediarios comerciales en internet” - LL - 2017-B-275.

[7] Foronda, María C.: “Los sitios web en el consumo electrónico y el ejemplo brasileño” - Revista de Derecho Comercial del Consumidor y de la Empresa - LL - agosto/2012 - Bs. As. - pág. 108.

[8] Kukva, Vanesa E. “El deber de información en la contratación electrónica”. Publicado en Revista Erreius (Plataforma Digital), abril de 2019, Temas de Derecho Comercial Empresarial y del Consumidor.

[9] “Kosten, Esteban c/ Mercado Libre SRL s/Ordinario - Cam. Nacn. Com. - Sala D - 22/3/2018 - CITA DIGITAL IUSJU027775E.

[10] “Kosten, Esteban c/ Mercado Libre SRL s/Ordinario - Cam. Nacn. Com. - Sala D - 22/3/2018 - CITA DIGITAL IUSJU027775E.

[11] Furundarena, Mariano D. “La Responsabilidad de los Sitios de Intermediación Online Frente a los Consumidores”, Publicado en Revista Erreius (Plataforma Digital), Julio de 2018, “Temas de Derecho Comercial Empresarial y del Consumidor”.

[12] <https://jndcbahiblanca2015.com/wp-content/uploads/2015/10/CONCLUSIONES-10.pdf>.

[13] Furundarena, Mariano D. “La Responsabilidad de los Sitios de Intermediación Online Frente a los Consumidores”, Publicado en Revista Erreius (Plataforma Digital), Julio de 2018, “Temas de Derecho Comercial Empresarial y del Consumidor”.