Universidad Católica de

Santiago del Estero

**Carrera:** Ingeniería en Informática.

**Asignatura:** Legislación y Gestión Ambiental.

**Docente:**

* Castillo, Noelia.

**Tema:** Contratos Informáticos o Contratos Vinculados con la Actividad Informática.

**Tipo de Contrato:** Contratos celebrados on line.

**Alumnos:**

* Barsotti, Alejandro.
* Pellegrinet, Nicolás.
* Sclerandi, Wendy.

**Ciudad:** Rafaela.

**Fecha de entrega:** 5/10/2017.

Índice

[Concepto del contrato 3](#_Toc494923548)

[Naturaleza jurídica 3](#_Toc494923549)

[Caracteres 3](#_Toc494923550)

[Sujetos 3](#_Toc494923551)

[Objeto 4](#_Toc494923552)

[Obligaciones de las partes 4](#_Toc494923553)

[Marco legal o normativa aplicable en argentina 4](#_Toc494923554)

[Ventajas y desventajas de la contratación electrónica 7](#_Toc494923555)

[Ventajas 7](#_Toc494923556)

[Desventajas 8](#_Toc494923557)

[Ejemplos de Contratos Electrónicos 8](#_Toc494923558)

[Anexo I 9](#_Toc494923559)

[La digitalización permite invertir desde el celular, firmar contratos y obtener créditos sin bancarizarse 9](#_Toc494923560)

[Bibliografía 11](#_Toc494923561)

# Concepto del contrato

Un *contrato electrónico* es un acuerdo de voluntad cuya celebración se perfecciona sin la presencia física de las partes contratantes y a través del uso de medios electrónicos.

Características:

1. El lapso entre oferta y aceptación, como así también la ausencia física de los contratantes, determinan su inclusión en la categoría de “contratos a distancia”. Sin embargo, debido a la instantaneidad de las tecnologías de comunicación actuales, puede que dicho lapso no sea considerable, lo que implica que no toda contratación electrónica puede considerarse “contrato entre ausentes”.
2. La forma de manifestación del consentimiento se realiza a través de un medio electrónico.
3. La modalidad más usual para la celebración de estos contratos es la de “contratos click-wrap”. Se trata de aquellos en los que el aceptante manifiesta su voluntad de aceptar las condiciones o cláusulas redactadas por el predisponente mediante un simple “click” en un botón con una leyenda que exprese el acuerdo (“Acepto”, “Estoy de acuerdo”, etc.).
4. No existe un documento escrito.

# Naturaleza jurídica

En términos generales, los contratos electrónicos toman la forma de contratos de adhesión. Los mismos son confeccionados unilateralmente por el predisponente y no permiten al consumidor o usuario la posibilidad de discutir las cláusulas del contrato, sino que sólo le confieren la posibilidad de aceptar o rechazar dichos términos en su totalidad.

# Caracteres

Los contratos electrónicos de adhesión, sean o no de consumo, deben cumplir ciertos requisitos formales y sustanciales mínimos en relación a las cláusulas generales predispuestas que lo integran:

1. Deben ser comprensibles y autosuficientes.
2. Su redacción debe ser clara, completa y fácilmente legible.
3. Se tienen por no convenidas aquellas que efectúan un reenvío a textos o documentos que no se facilitan a la contraparte del predisponente, previa o simultáneamente a la conclusión del contrato.

# Sujetos

La contratación electrónica se utiliza tanto para los contratos con el estado como para los contratos celebrados entre los particulares, entre empresas o con consumidores.

Estos contratos pueden ser clasificados según el tipo de relación que tiendan a regir:

* Relaciones entre comerciante y consumidor (Business to Consumer o B2C).
* Relaciones entre comerciantes (Business to Business o B2B).
* Relaciones entre consumidores (Consumer to Consumer o C2C).

# Objeto

A diferencia de los contratos informáticos, que tienen por objeto un bien o servicio informático (hardware y software), los contratos electrónicos no tienen dependencia con respecto al objeto del contrato.

De esta manera, el objeto de la contratación electrónica podrá ser cualquiera que cumpla con las siguientes condiciones generales: debe ser real, posible, lícito, determinado o susceptible de determinación sin necesidad de nuevo acuerdo entre las partes.

# Obligaciones de las partes

Generalmente, en este tipo de contratos, las partes son identificadas como “proveedor”, “oferente” o “predisponente” y “consumidor” o “usuario”.

El predisponente se encuentra obligado a informar a su contraparte:

* Contenido mínimo del contrato.
* Facultad de revocar la aceptación del contrato.
* 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.

Asimismo, el oferente debe confirmar por vía electrónica y sin demora la llegada de la aceptación del contrato.

El consumidor tiene el derecho irrenunciable de revocar la aceptación dentro de los diez días computados a partir de la celebración del contrato. La notificación de tal revocación debe efectuarse por escrito o medios electrónicos, o mediante la devolución de la cosa dentro del plazo referido.

Si el derecho de revocar es ejercido en tiempo y forma por el consumidor, las partes quedan liberadas de sus obligaciones correspectivas y deben restituirse recíproca y simultáneamente las prestaciones que han cumplido.

# Marco legal o normativa aplicable en argentina

El Derecho Argentino consagra y regula expresamente los contratos de consumo tanto en el Código Civil y Comercial como en la Ley Nº 24.240 y modificatorias, comprendiendo a los contratos electrónicos como especialmente idóneos para hacer surgir una relación de consumo.

Por un lado, en la Ley N° 24.240 se establecen las siguientes normativas para los contratos online:

**ARTICULO 33.- Venta por Correspondencia y Otras**. Es aquella en que la propuesta se efectúa por medio postal, telecomunicaciones, electrónico o similar y la respuesta a la misma se realiza por iguales medios.

**ARTICULO 34.- Revocación de Aceptación**. En los casos de los artículos 32 y 33, el consumidor tiene derecho a revocar la aceptación durante el plazo de cinco (5) días corridos, contados a partir de la fecha en que se entregue la cosa o se celebre el contrato, lo último que ocurra, sin responsabilidad alguna. Esa 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.

El consumidor debe poner la cosa a disposición del vendedor y los gastos de devolución son por cuenta de este último.

**ARTICULO 35.- Prohibición**. Queda prohibida la realización de propuesta al consumidor, por cualquier tipo de medio, sobre una cosa o servicio que no haya sido requerido previamente y que genere un cargo automático en cualquier sistema de débito, que obligue al consumidor a manifestarse por la negativa para que dicho cargo no se efectivice.

Si con la oferta se envió una cosa, el receptor no está obligado a conservarla ni a restituirla al remitente, aunque la restitución pueda ser realizada libre de gastos.

Por otro lado, en el Código Civil y Comercial se establece el siguiente marco legal:

**ARTICULO 1104.- Contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales**. 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.

**ARTICULO 1105.- Contratos celebrados a distancia**. Contratos celebrados a distancia 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.

**ARTICULO 1106.- Utilización de medios electrónicos**. 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.

**ARTICULO 1107.- Información sobre los medios electrónicos**. 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.

**ARTICULO 1108.- Ofertas por medios electrónicos**. 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.

**ARTICULO 1109.- Lugar de cumplimiento**. En los contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales, a distancia, y con utilización de medios electrónicos o similares, se considera lugar de cumplimiento aquel 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.

**ARTICULO 1110.- Revocación**. En los contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales y a distancia, el consumidor tiene el derecho irrenunciable de revocar la aceptación dentro de los diez días computados a partir de la celebración del contrato.

Si la aceptación es posterior a la entrega del bien, el plazo debe comenzar a correr desde que esta última se produce.

Si el plazo vence en día inhábil, se prorroga hasta el primer día hábil siguiente.

Las cláusulas, pactos o cualquier modalidad aceptada por el consumidor durante este período que tengan por resultado la imposibilidad de ejercer el derecho de revocación se tienen por no escritos.

**ARTICULO 1111.- Deber de informar el derecho a la revocación**. El proveedor debe informar al consumidor sobre la facultad de revocación mediante su inclusión en caracteres destacados en todo documento que presenta al consumidor en la etapa de negociaciones o en el documento que instrumenta el contrato concluido, ubicada como disposición inmediatamente anterior a la firma del consumidor o usuario. El derecho de revocación no se extingue si el consumidor no ha sido informado debidamente sobre su derecho.

**ARTICULO 1112.- Forma y plazo para notificar la revocación**. La revocación debe ser notificada al proveedor por escrito o medios electrónicos o similares, o mediante la devolución de la cosa dentro del plazo de diez días computados conforme a lo previsto en el artículo 1110.

**ARTICULO 1113.- Efectos del ejercicio del derecho de revocación**. Si el derecho de revocar es ejercido en tiempo y forma por el consumidor, las partes quedan liberadas de sus obligaciones correspectivas y deben restituirse recíproca y simultáneamente las prestaciones que han cumplido.

**ARTICULO 1114.- Imposibilidad de devolución**. La imposibilidad de devolver la prestación objeto del contrato no priva al consumidor de su derecho a revocar. Si la imposibilidad le es imputable, debe pagar al proveedor el valor de mercado que la prestación tiene al momento del ejercicio del derecho a revocar, excepto que dicho valor sea superior al precio de adquisición, en cuyo caso la obligación queda limitada a este último.

**ARTICULO 1115.- Gastos**. El ejercicio del derecho de revocación no debe implicar gasto alguno para el consumidor. En particular, el consumidor no tiene que reembolsar cantidad alguna por la disminución del valor de la cosa que sea consecuencia de su uso conforme a lo pactado o a su propia naturaleza, y tiene derecho al reembolso de los gastos necesarios y útiles que realizó en ella.

**ARTICULO 1116.- Excepciones al derecho de revocar**. Excepto pacto en contrario, el derecho de revocar no es aplicable a los siguientes contratos:

1. los referidos a productos confeccionados conforme a las especificaciones suministradas por el consumidor o claramente personalizados o que, por su naturaleza, no pueden ser devueltos o puedan deteriorarse con rapidez;
2. los de suministro de grabaciones sonoras o de video, de discos y de programas informáticos que han sido decodificados por el consumidor, así como de ficheros informáticos, suministrados por vía electrónica, susceptibles de ser descargados o reproducidos con carácter inmediato para su uso permanente;
3. los de suministro de prensa diaria, publicaciones periódicas y revistas.

# Ventajas y desventajas de la contratación electrónica

## Ventajas

* Rapidez.
* Reducción de costos. Esto se debe a la desaparición de los intermediarios y de los costos en comisiones y otros gastos.
* Mayores posibilidades de elección.
* Difusión publicitaria a través de internet.
* Amplitud del mercado. Las partes pueden estar en distintos sitios y el bien o servicio puede ser ofrecido a nivel nacional o mundial.

## Desventajas

* Déficit de información sobre condiciones del servicio y calidad de productos y servicios.
* Contratos de adhesión. Implican imposibilidad de negociar cláusulas o términos.
* Desconfianza sobre la estabilidad empresarial de la contraparte.
* Mayores riesgos de fraude en la identidad de los sujetos, en las prestaciones o en los medios de pago.
* Mayor desocupación. Las máquinas y medios automáticos suplen funciones del hombre.
* Complejidad a la hora de identificar a las partes que participan de la transacción. Esto implica la necesidad de desarrollar sistemas de seguridad que posibiliten la realización del negocio.
* Dificultad probatoria.

# Ejemplos de Contratos Electrónicos

Como principal ejemplo de la temática abarcada, es posible mencionar que prácticamente todo software, red social y servicio online de la actualidad utiliza un contrato electrónico de adhesión, llamado “Términos y Condiciones”. La aceptación de las cláusulas y términos establecidos en el mismo resulta obligatoria para gozar de los beneficios o lograr utilizar la herramienta de la que se trate.

Por otro lado, en el Anexo I, puede observarse un artículo relacionado a la contratación electrónica y la firma digital, métodos que ya se encuentran implementados por el gobierno nacional y se hallan en gran crecimiento.

# Anexo I

## La digitalización permite invertir desde el celular, firmar contratos y obtener créditos sin bancarizarse

www.telam.com.ar - 21/05/2017

La decisión del gobierno nacional de avanzar con la digitalización y la inclusión financieras produjo importantes cambios en las diferentes operaciones del sistema que a partir del uso de las nuevas tecnologías hacen posible invertir ahorros desde el teléfono celular, celebrar contratos de modo virtual a través de la firma digital y otorgar créditos a emprendedores a partir de una plataforma de internet.

"Estamos alineados con la política del Gobierno de que los pagos sean cada vez más digitales y menos en efectivo", afirmó a Télam el vicepresidente de Operaciones de Mercado Pago, Osvaldo Giménez, quien remarcó que "incluir financieramente a gente que no lo está es una prioridad, y estamos totalmente de acuerdo".

Mercado Pago lanzó Mercado Crédito, plataforma crediticia que ofrece préstamos de capital de trabajo a pequeñas y medianas empresas y emprendedores que venden a través de Mercado Libre o que procesan sus cobros con Mercado Pago, por un monto máximo de $ 800.000 a pagar en hasta 12 meses, a una tasa de 29% anual, sin comisiones ni gastos.

"Estamos ofreciendo créditos a 15.000 empresas en la Argentina por $ 1.800 millones, y apuntamos a ofrecerle a 80.000 en el primer año", destacó a Télam Giménez, quien precisó que "en la medida que aumente la oferta de créditos, aumentaremos el monto de fondeo".

Mercado Crédito está activa desde febrero último, cuando se otorgó el primer crédito, y hasta el momento otorgó 4.000 préstamos a más de 3.200 pymes y emprendedores, por $ 365 millones, con un monto promedio de $ 92.000 por operación.

Por su parte, Banelco se convirtió en una de las diez autoridades certificantes licenciadas en el marco de la Ley de Firma Digital, herramienta tecnológica que permite asegurar la autoría de un documento o mensaje y verificar que su contenido no haya sido alterado, y puede utilizarse para emitir declaraciones impositivas y notificaciones judiciales, operaciones bancarias, contratos a distancia y documentos de comercio exterior.

De acuerdo a la ley, un documento electrónico firmado digitalmente posee la misma validez jurídica que un documento en papel firmado de puño y letra.

Existen tres organismos oficiales y siete empresas privadas autorizadas para certificarla; y ellas son la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), la Administración Nacional de la Seguridad Social (Anses), y la Oficina Nacional de Tecnologías de Información (ONTI), las públicas.

En tanto que las privadas son Box Custodia de Archivos, Digilogix, Encode, Lakaut, Tecnología de Valores, Train Solutions, y ahora la empresa Prisma, controlante de Banelco y los medios de pago electrónicos Visa, Monedero, Todo Pago, Pagos Mis Cuentas y Lapos.

"Con la firma digital se eliminan costos y se acortan plazos. Porque no hay costos de envíos de la documentación, y también se ahorra en archivo y almacenamiento de la documentación", explicó a Télam, Valeria Melchior, gerente de Productos en Prisma.

La ejecutiva indicó que la firma digital "facilita la realización de trámites en internet, porque el intercambio de información se hace de manera legal".

"Gracias a esta nueva tecnología, ahora es más simple la legalización digital de contratos, acuerdos, resúmenes electrónicos financieros o de servicios, de todo tipo de certificados, como aportes, ART, recibos de sueldo; la firma de facturas y la aplicación de firmas digitales a procesos internos, ayudando a la eficiencia de los procesos y reduciendo costos", destacó Melchior.

En tanto, el director de Individuos de Puente, Pablo Castagna, aseguró que "el 80% de las operaciones cursadas por los clientes vienen por los canales on line", ya sea la plataforma de internet o la aplicación para teléfonos celulares.

"Desde la apertura de una cuenta hasta invertir en Lebac, fondos comunes de inversión, Letes, títulos públicos, obligaciones negociables o acciones, se puede hacer desde la computadora o el celular", indicó Castagna.

Destacó que "las medidas impulsadas por el Banco Central ayudan porque el hecho de que la autoridad reguladora busque que todo pase por la digitalización y la informatización, contribuye a la profundización de la utilización de la tecnología en las operaciones".

Subrayó que "los jóvenes cada vez manejan más capitales para invertir y son los que prefieren la comodidad de operar desde su casa o el trabajo", y puntualizó que "entre los clientes sub 30 el uso de la operatoria digital tiene una incidencia del 95%".

# Bibliografía

* Contratos Comerciales Modernos. Juan M. Farina. Ed. Astrea.
* http://www.enciclopedia-juridica.biz14.com/d/objeto-del-contrato/objeto-del-contrato.htm
* http://www.ijeditores.com.ar/articulos.php?idarticulo=68144&print=1#indice\_3
* http://www.saij.gob.ar/john-grover-dorado-contratos-electronicos-consumo-derecho-argentino-dacf160582-2016-10-26/123456789-0abc-defg2850-61fcanirtcod?&o=0&f=Total%7CFecha/2016/10%7CEstado%20de%20Vigencia%5B5%2C1%5D%7CTema/Derecho%20civil%5B3%2C1%5D%7COrga
* http://www.telam.com.ar/notas/201705/189808-digitalizacion-celular-bancos-finanzas.html
* Nuevo Código Civil y Comercial.