

ÍNDICE	Página
RESUMEN.....	5
INTRODUCCIÓN .....	6
1. CAPÍTULO PRIMERO: BREVES REFERENCIAS SOBRE EL E-COMMERCE.....	7
1.1. ORIGEN, NOCIONES Y DEFINICIONES DE UN FENÓMENO COMPLEJO Y EVOLUTIVO .....	7
1.2. DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO .....	12
1.3. TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO .....	14
1.4. BENEFICIOS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO .....	15
1.5. COMERCIO ELECTRÓNICO Y DERECHOS DEL CONSUMIDOR .....	18
1.6. RACIONALIDAD LIMITADA Y FALLAS DE MERCADO COMO JUSTIFICANTES DE LA REGULACIÓN DEL E-COMMERCE .....	23
1.6.1. <i>Asimetría negocial</i> .....	26
1.6.2. <i>Asimetría de la información</i> .....	29
1.6.3. <i>Racionalidad limitada</i> .....	34
1.7. REGULACIÓN Y SITUACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PREVIO A LA DICTACIÓN DEL REGLAMENTO .....	35
2. CAPÍTULO SEGUNDO: CRÓNICA DE UNA REGULACIÓN ANUNCIADA, EL REGLAMENTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO .....	41
2.1. ORIGEN Y ANTECEDENTES DEL REGLAMENTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO .....	41
2.2. ASPECTOS RELEVANTES DEL REGLAMENTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO .....	45
2.2.1. <i>Objeto y ámbito de aplicación</i> .....	45
2.2.2. <i>Definiciones</i> .....	47
2.2.3. <i>Sobre formación del consentimiento en el comercio electrónico</i> .....	50
2.2.4. <i>Las plataformas de comercio electrónico o Marketplaces</i> .....	51
2.3. LA CADENA COMPARTIDA DE SUMINISTRO DE INFORMACIÓN EN EL REGLAMENTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y EL ROL DE LAS PLATAFORMAS O <i>MARKETPLACES</i> .....	53
2.4. ANÁLISIS PORMENORIZADO DE LOS DEBERES INFORMACIONALES DEL REGLAMENTO.....	54
2.4.1. <i>El deber genérico de entregar información en línea</i> .....	55
2.4.2. <i>El deber de entregar información sobre el vendedor</i> .....	58
2.4.3. <i>El deber de entregar información sobre el rol del operador de la plataforma</i> .....	59
2.4.4. <i>El deber de entregar información sobre las características y prestaciones esenciales de los bienes (productos) o servicios</i> .....	60
2.4.5. <i>El deber de otorgar información sobre la contratación</i> .....	62
2.4.6. <i>El deber de otorgar información sobre el costo total del bien o servicio</i> .....	62

2.4.7.	<i>El deber de otorgar información sobre el stock y disponibilidad del bien o servicio..</i>	63
2.4.8.	<i>El deber de proveer información sobre la entrega, el despacho o el retiro .....</i>	65
2.4.9.	<i>El deber de informar sobre el derecho a retracto.....</i>	66
2.4.10.	<i>El deber de informar sobre el soporte de contacto .....</i>	67
2.4.11.	<i>El deber de informar sobre los términos y condiciones.....</i>	67
2.5.	SOBRE EL PERFECCIONAMIENTO DEL CONTRATO .....	69
2.6.	SOBRE PUBLICIDAD, PROMOCIONES Y OFERTAS.....	70
2.7.	INFRACCIONES AL REGLAMENTO .....	70
2.8.	ANÁLISIS SOBRE LA RESPONSABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS ¿DE QUÉ SON RESPONSABLES? DETERMINACIÓN DE LA NATURALEZA DE LOS <i>MARKETPLACES</i> Y DILUCIDACIONES SOBRE UNA CORRECTA APLICACIÓN DEL REGLAMENTO Y LA LEY N°19.496 A LAS PLATAFORMAS.....	73
2.8.1.	<i>El “quiebre” de la cadena: Una hipótesis efectiva de responsabilidad del Operador del Marketplace o plataforma.....</i>	82
2.8.2.	<i>El marketplace como proveedor de servicios conexos: Una segunda hipótesis de responsabilidad del operador del Marketplace.....</i>	83
2.9.	ENFORCEMENT DEL REGLAMENTO. ....	84
3.	CONCLUSIONES.....	88
4.	BIBLIOGRAFÍA.....	91