

PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN ARGENTINA: NUEVO CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL DE LA NACIÓN ¹

Lourdes García Montoro
Centro de Estudios de Consumo
Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha del trabajo: 9 de diciembre de 2014

El viejo, decimonónico y genial Código Civil argentino producido por el gran Vélez Sarsfield ha sido derogado. El legislador argentino acaba de aprobar en la presente legislatura este nuevo Código Civil y Comercial, que entrará en vigor el próximo año. Es pronto para hacer un juicio global, pero en estas páginas damos cuenta de las normas específicas de consumo que en el texto se contienen. No son todas, pues fuera del Código subsisten leyes especiales.

Las normas de protección del consumidor en Argentina están parcialmente recogidas en el Código Civil y Comercial de la Nación, que dedica el Título III de su Libro tercero a los contratos de consumo. A diferencia de lo que ocurre en España, donde las relaciones entre consumidor y empresario se encuentran reguladas fuera del Código Civil, concretamente en el Real Decreto 1/2007, por el que se regula el Texto Refundido de la Ley General en Defensa de los Consumidores y Usuarios (en adelante, TRLGDCU); en Argentina se recoge esta regulación junto al resto de normas civiles y mercantiles, lo cual no obsta a que se otorgue una especial protección al consumidor.

1. Relación de consumo: el contrato de consumo y su interpretación

La regulación relativa a los contratos de consumo comienza en el artículo 1092 del Código Civil y Comercial argentino con la definición de relación de consumo, entendiendo por tal el vínculo jurídico entre un proveedor y un consumidor. Este mismo precepto recoge la definición de consumidor como “*persona humana o jurídica que adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa, bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar y social.*” También se considerará consumidor a quien, sin ser parte de una relación de

¹ Trabajo realizado dentro del Convenio de colaboración entre la UCLM y el Ilustre Colegio Notarial de Castilla-La Mancha

consumo como consecuencia o en ocasión de ella, adquiere o utiliza bienes o servicios como destinatario final.

La necesidad de que el consumidor sea el destinatario final de los bienes o servicios adquiridos permite excluir del concepto a aquellas personas que actúan en el ámbito profesional; empresarios, fabricantes o proveedores que adquieren bienes para su transformación en otros o su posterior venta a terceros, pero que no los utilizarán en beneficio propio.

Para obtener la definición de proveedor es necesario acudir al concepto de contrato de consumo previsto en el artículo 1093, según el cual *“contrato de consumo es el celebrado entre un consumidor o usuario final con una persona humana o jurídica que actúe profesional u ocasionalmente o con una empresa productora de bienes o prestadora de servicios, pública o privada, que tenga por objeto la adquisición, uso o goce de los bienes o servicios por parte de los consumidores o usuarios, para su uso privado, familiar o social.”*

En cuanto a la interpretación del contrato de consumo, los artículos 1094 y 1095 de la norma argentina se decantan por la aplicación del principio de protección del consumidor y el de acceso al consumo sustentable. El contrato se interpretará en el sentido más favorable para el consumidor y, cuando existan dudas sobre los alcances de su obligación, se adoptará la que sea menos gravosa.

2. Formación del consentimiento

El capítulo 2 del Título III del Código Civil y Comercial argentino se ocupa de lo relacionado con la formación del consentimiento del consumidor, en especial, en lo que atañe al uso de prácticas abusivas y a la información y publicidad.

Estos preceptos, según el alcance determinado por el artículo 1096, serán aplicables a todas las personas expuestas a las prácticas comerciales, determinables o no, sean consumidores o sujetos equiparados (personas que sin ser parte de una relación de consumo adquieren bienes o servicios como destinatario final, art. 1092).

La dignidad de la persona es objeto de especial protección en este capítulo, al prever el artículo 1097 la necesidad de que los proveedores garanticen condiciones de atención y trato digno a los consumidores y usuarios. Los proveedores deben abstenerse de desplegar conductas que coloquen a los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias.

El artículo 1098 protege la igualdad de la persona, obligando a los proveedores a dar un trato equitativo y no discriminatorio, sin que puedan establecer diferencias

basadas en pautas contrarias a la garantía constitucional de igualdad, en especial, la de la nacionalidad de los consumidores.

En el artículo 1099 se garantiza la libertad de contratar mediante la prohibición de prácticas que limiten la libertad de contratar del consumidor, en especial, las que subordinan la provisión de productos o servicios a la adquisición simultánea de otros, u otras prácticas que persigan el mismo objetivo.

En cuanto a la información y publicidad dirigida al consumidor, el artículo 1100 obliga al proveedor a suministrar información en forma cierta y detallada al consumidor, respecto de todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, las condiciones de su comercialización y toda circunstancia relevante para el contrato. Esta información será siempre gratuita para el consumidor, y proporcionada con la claridad necesaria que permita su comprensión.

El artículo 1101 prevé varios supuestos en los que la publicidad estará prohibida:

- Cuando *contenga indicaciones falsas o de tal naturaleza que induzcan o puedan inducir a error al consumidor, o cuando recaigan sobre elementos esenciales del producto o servicio;*
- Cuando *efectúe comparaciones de bienes o servicios de naturaleza tal que conduzcan a error al consumidor;*
- Cuando *sea abusiva, discriminatoria o induzca al consumidor a comportarse de forma perjudicial o peligrosa para su salud o seguridad.*

En definitiva, siempre que pueda afectar negativamente a la prestación del consentimiento del consumidor por inducirle a error o a comportarse de forma perjudicial o peligrosa para sí mismo.

La publicidad se considerará incorporada al contrato celebrado con el consumidor, tal y como lo prevé el artículo 1103.

Respecto de las acciones de que disponen los consumidores afectados por publicidad contraria a lo previsto en estas normas, el artículo 1102 contempla la legitimación para solicitar al juez la cesación de la publicidad ilícita; la publicación, a cargo del demandado, de anuncios rectificatorios y, en su caso, de la sentencia condenatoria.

3. Modalidades especiales: contratos celebrados a distancia o fuera de establecimiento mercantil

La protección del consumidor no puede concebirse completa sin la regulación de la contratación a distancia, en aumento continuo gracias, sobre todo, a la utilización de medios electrónicos.

Comienza el Capítulo 3 del Título III con la definición en el artículo 1104 de contrato celebrado fuera de establecimiento comercial, entendiéndose por tal al 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.”*

Los contratos celebrados a distancia se definen en el artículo 1105 como *“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 cuanto a la utilización de medios electrónicos, el artículo 1106 considera cumplido el requisito de que el contrato conste por escrito si se contiene en un soporte electrónico u otra tecnología similar.

Si las partes se valen de técnicas de comunicación electrónica o similares para la celebración de un contrato de consumo a distancia, el artículo 1107 requiere que el proveedor informe 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.”*

Cuando se realicen ofertas de contratación por medios electrónicos, según lo previsto en el artículo 1108, éstas permanecerán vigentes durante el tiempo que fije el oferente o, en su defecto, durante todo el tiempo que permanezcan accesibles al destinatario. Cuando se produzca la aceptación, el oferente deberá confirmar por vía electrónica y sin demora la recepción de la misma.

Por lo que respecta al lugar de cumplimiento, el artículo 1109 considera como tal el *“lugar 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.”*

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 a partir de la celebración del contrato, tal y como se prevé en el artículo 1110. *“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.”* Dicha revocación deberá ser notificada al proveedor por escrito, por medios electrónicos o similares o mediante la devolución de la cosa dentro del plazo de diez días (art. 1112). Una vez ejercido el derecho de revocar, el artículo 1113 prevé la liberación de las partes de sus obligaciones correspondientes y la restitución recíproca y simultánea de las prestaciones que hubieran cumplido. Cuando por causa imputable al consumidor fuera imposible devolver la prestación objeto del contrato, deberá pagar éste al proveedor el valor de mercado de la cosa en el momento de ejercitar la revocación, a menos que este precio fuera superior al de adquisición, caso en el cual solo quedaría obligado a devolver este último, según la previsión contenida en el artículo 1114.

La falta de información de la existencia del derecho de desistimiento, que debe constar en el documento contractual, no determina la extinción del derecho, y así lo dispone el artículo 1111.

El ejercicio del derecho de revocación no debe implicar gasto alguno para el consumidor. Según el artículo 1115 en relación a los gastos, *“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.”*

Para finalizar con los contratos celebrados a distancia o fuera del establecimiento comercial, el artículo 1116 recoge una serie de supuestos en los que no resultará de aplicación el derecho de desistimiento:

- *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;*
- *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;

- *Los de suministro de prensa diaria, publicaciones periódicas y revistas.*

4. Cláusulas abusivas

El capítulo 4 del Título III objeto de examen está dedicado íntegramente a la regulación de las cláusulas abusivas en los contratos de consumo, a los que serán de aplicación lo dispuesto por las leyes especiales y los artículos 985 a 988, existan o no cláusulas generales predispuestas por una de las partes.

El artículo 1117 recurre a la remisión a otros preceptos del Código que serán de aplicación también a los contratos de consumo. En particular, el art. 985 requiere que las cláusulas generales predispuestas sean comprensibles y autosuficientes, que la redacción sea clara, completa y fácilmente legible; teniendo por no convenientes aquellas cláusulas que efectúan un reenvío a textos o documentos que no se facilitan previa o simultáneamente a la conclusión del contrato.

En cuanto a las cláusulas particulares, el artículo 986 las define como “*aquellas que, negociadas individualmente, amplían, limitan, suprimen o interpretan una cláusula general. En caso de incompatibilidad entre cláusulas generales y particulares, prevalecen estas últimas.*”

Las cláusulas ambiguas predispuestas por una de las partes se interpretan en sentido contrario a la parte predisponente, es decir, en el sentido más favorable para el consumidor que es el que se ve obligado a adherirse a las cláusulas predispuestas.

El artículo 988 se dedica a las cláusulas abusivas, que se tendrán por no escritas en los siguientes casos:

- *Cláusulas que desnaturalizan las obligaciones del predisponente;*
- *Las que importan renuncia o restricción a los derechos del adherente, o amplían derechos del predisponente que resultan de normas supletorias;*
- *Las que por su contenido, redacción o presentación, no son razonablemente previsibles.*

Sin embargo, por lo que respecta al control de incorporación, el artículo 1118 recoge una previsión concreta para los contratos de consumo, pudiendo las cláusulas incorporadas a este tipo de contratos ser declaradas abusivas aun cuando sean negociadas individualmente o aprobadas expresamente por el consumidor.

Como regla general, según el artículo 1119, “*es abusiva la cláusula que, habiendo sido o no negociada individualmente, tiene por objeto o por efecto provocar un desequilibrio significativo entre los derechos y las obligaciones de las partes, en perjuicio del consumidor.*”

Existe una situación jurídica abusiva, en el sentido del artículo 1120, cuando el mismo resultado se alcanza a través de la predisposición de una pluralidad de actos jurídicos conexos.

Existen una serie de límites a la declaración de abusividad, no pudiendo ser declaradas abusivas las cláusulas relativas a la relación entre el precio y el bien o el servicio procurado, o las que reflejan disposiciones vigentes en tratados internacionales o en normas legales imperativas.

Como broche final a la regulación de los contratos de consumo, el Código argentino recoge en su artículo 1122 el control judicial de las cláusulas abusivas, que se rige por las siguientes reglas:

- *La aprobación administrativa de los contratos o de sus cláusulas no obsta al control;*
- *Las cláusulas abusivas se tienen por no convenidas;*
- *Si el juez declara la nulidad parcial del contrato, simultáneamente lo debe integrar, si no puede subsistir sin comprometer su finalidad;*
- *Cuando se prueba una situación jurídica abusiva derivada de contratos conexos, el juez debe aplicar lo dispuesto en el artículo 1075².*

5. Contratos bancarios con consumidores y usuarios

Fuera del título dedicado a la regulación de los contratos de consumo, el Código Civil y Comercial de la Nación introduce un apartado específico para la regulación de los contratos bancarios celebrados con consumidores y usuarios, del artículo 1384 al 1389, reconociendo la aplicación de las disposiciones relativas a los contratos de consumo también a la contratación bancaria. La especial vulnerabilidad

² Artículo 1075: *Según las circunstancias, probada la conexidad, un contratante puede oponer las excepciones de incumplimiento total, parcial o defectuoso, aún frente a la inejecución de obligaciones ajenas a su contrato. Atendiendo al principio de la conservación, la misma regla se aplica cuando la extinción de uno de los contratos produce la frustración de la finalidad económica común.*

del consumidor en la contratación bancaria justifica esta protección sectorial específica.

En relación a la publicidad realizada por bancos, el artículo 1385 requiere que los anuncios contengan información clara, concisa y con un ejemplo representativo, sobre las operaciones que se proponen. Se recoge expresamente la información que deben facilitar, en particular:

- *Los montos mínimos y máximos de las operaciones individualmente consideradas;*
- *La tasa de interés y si es fija o variable;*
- *Las tarifas por gastos y comisiones, con indicación de los supuestos y la periodicidad de su aplicación;*
- *El costo financiero total en las operaciones de crédito;*
- *La existencia de eventuales servicios accesorios para el otorgamiento del crédito o la aceptación de la inversión y los costos relativos a tales servicios;*
- *La duración propuesta del contrato.*

Continúa el artículo 1386 con la forma del contrato, que debe ser redactado por escrito en instrumentos que permitan al consumidor obtener una copia, conservar la información que le sea entregada por el banco, acceder a la información por un periodo de tiempo adecuado a la naturaleza del contrato y reproducir la información archivada.

Antes de vincular contractualmente al consumidor, el artículo 1387 obliga al banco a proveer información suficiente para que el cliente pueda comparar las distintas ofertas de crédito existentes en el sistema, publicadas por el Banco Central de la República Argentina. Además, “*si el banco rechaza una solicitud de crédito por la información negativa registrada en una base de datos, debe informar al consumidor en forma inmediata y gratuita el resultado de la consulta y la fuente de donde la obtuvo.*”

En los contratos de crédito será obligatorio que conste la información relativa al tipo y partes del contrato, el importe total de la financiación, el coste financiero total y las condiciones de desembolso y reembolso; de otro modo, el contrato será nulo según lo dispuesto en el artículo 1389.



www.uclm.es/centro/cesco
Noticias Consumo

Al consumidor no puede exigírsele ninguna suma que no se encuentre expresamente prevista en el contrato, tal y como se recoge en el artículo 1388. En ningún caso pueden cargarse comisiones o costes por servicios no prestados efectivamente. *“Las cláusulas relativas a costos a cargo del consumidor que no están incluidas o que están incluidas incorrectamente en el costo financiero total publicitado o incorporado al documento contractual, se tienen por no escritas.”*