

Comisión N° 2 “Protección contractual del consumidor”

Keynote speaker: Belén JPAZE y Fulvio SANTARELLI

Presidentes: Javier WAJNTRAUB y Alejandro CHAMATROPULOS

Coordinadores: Lorena BIANCHI y Marcelo QUAGLIA

Relatora: Julieta TRIVISONNO

CONCLUSIONES

- a) La Comisión ha entendido que el Título II del Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor dedicado a la “Protección contractual del consumidor” contiene avances favorables en lo atinente al contrato de consumo, en tanto comprende soluciones generales y particulares beneficiosas para el consumidor.
- b) Se recomienda acentuar (por vía legal o interpretativa) la protección de aquellos consumidores que contratan servicios financieros con entidades que no se encuentran bajo la órbita del Banco Central de la República Argentina, por tratarse de un supuesto de hipervulnerabilidad.
- c) Es conveniente establecer en el Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor pautas mínimas de tutela de derechos fundamentales de consumidores que permitan contrarrestar ciertos efectos que se deriven de la eventual aplicación de normas procesales que entren en colisión con ellos en determinadas situaciones como podría suceder, por ejemplo, en materia de secuestros prendarios, ejecuciones hipotecarias, en la protección de inquilinos o en ciertas circunstancias derivadas de contratos por adhesión en general.
- d) El principio de la oralidad en el proceso judicial constituye un recurso valioso para resguardar la situación contractual de los consumidores en ciertas circunstancias.
- e) La sola circunstancia de que una parte obtenga ganancias a partir de la celebración de un contrato no transforma a dicho sujeto automáticamente en un proveedor obligado a cumplir con las normas de defensa del consumidor.

f) Para que el contrato de locación con destino final sea calificado como de consumo, lo definitorio será que el locador cumpla los requisitos para ser considerado proveedor, especialmente lo referido a la nota de profesionalidad, que se podría inferir a partir de determinados elementos aportados por el interesado en acreditar tal circunstancia, como, por ejemplo, la cantidad de inmuebles que esté alquilando en simultáneo el locador, su acabada experiencia o antigüedad celebrando este tipo de contratos, la intervención o no de intermediarios inmobiliarios o terceros, entre otros aspectos a considerar.

g) En materia de comercio electrónico se advierte la necesidad de elevar el estándar en el cumplimiento del deber de información para que el consumidor tenga plena conciencia de sus derechos, así como también de regular la responsabilidad de las plataformas digitales de intermediación comercial. En tal sentido, el Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor incorpora normas encomiables en los arts. 72, 73 y concordantes.

h) La sorpresa tiene diversas funciones en todo el régimen tutelar del consumidor: a) es pauta de control de incorporación y contenido de cláusulas abusivas; b) es indicio de una voluntad viciada temporalmente por supresión de la voluntad de elección; c) es fundamento de una tutela reforzada en los contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales y en ciertos supuestos de operaciones a distancia.

i) Debe considerarse que existe una presunción de conexidad contractual en las relaciones de consumo cuando el contenido del mensaje publicitario incluya más de un contrato, o si en la publicidad de uno de ellos se hace referencia a otro o a un proveedor diferente. En este sentido, se propone la aplicación analógica de la solución del art. 92 inc. 1° del Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor prevista en el ámbito de la operatoria de créditos para el consumo.