

# La relación de consumo

## 1. Recepción constitucional y en la Ley 24240

Con la reforma constitucional del año 1994, en nuestro país, se incorpora al art. 42 de este cuerpo legal a estos derechos de tercera generación, como son los derechos de los consumidores. Al incorporarse el artículo 42, se materializa en la norma de mayor jerarquía local el reconocimiento de un núcleo básico de derechos fundamentales que se manifiestan en el primer párrafo:

Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de la salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección y a condiciones de trato equitativo y digno<sup>[1]</sup>.

<sup>[1]</sup> Art. 42, Ley 24430. (1994). Constitución de la Nación Argentina. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/804/norma.htm>

Asimismo, en el párrafo siguiente se distinguen los deberes impuestos al Estado para que se materialicen los derechos antes mencionados, entre los que se destacan “a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia, a la calidad y eficiencia de los servicios públicos”<sup>[2]</sup>.

---

<sup>[2]</sup> Art. 42, Ley 24430. (1994). Constitución de la Nación Argentina. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/804/norma.htm>

Ya en el tercer párrafo, encontramos la trascendental y destacada disposición, la cual menciona que:

La legislación establecerá procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos, y los marcos regulatorios de los servicios públicos de competencia nacional, previendo la necesaria participación de las asociaciones

de consumidores y usuarios y de las provincias interesadas, en los organismos de control.

No está de más recordar que una norma será plenamente efectiva y, por sobre todas las cosas, tuitiva, cuando contenga procedimientos de defensa y de resguardo frente a los derechos amenazados.

La defensa del consumidor se despliega en dos ámbitos muy marcados: por un lado, la protección de los derechos patrimoniales (no sufrir daño, la protección de los intereses económicos, la libertad de elección, el trato equitativo y digno) y la protección de los derechos personales (la defensa de la salud y la seguridad de no sufrir un deterioro en ella o en la vida); por otro lado, “el derecho a una información adecuada y veraz que resguarda tanto a los derechos patrimoniales como a los personales” (Gelli, 2004).

### **La relación de consumo en el Código Civil y Comercial**

El Código Civil y Comercial la define en su artículo 1092 como:

El vínculo jurídico entre un proveedor y un consumidor. Se considera consumidor a la 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 o social.

Queda equiparado al consumidor, quien sin ser parte de una relación de consumo como consecuencia o en ocasión de ella, adquiere o utiliza bienes o servicios, en forma gratuita u onerosa, como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social.<sup>[3]</sup>

---

<sup>[3]</sup> Art. 1092, Ley 26994. (2015). Código Civil y Comercial de la Nación. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/235000-239999/235975/norma.htm>

### **Vinculación y diferenciación con el contrato de consumo**

El artículo 1093 del Código Civil y Comercial define cuándo estamos frente a un contrato de consumo. Se refiere a aquel:

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.<sup>[4]</sup>

Se caracteriza porque una de sus partes es un consumidor final de bienes o el usuario de servicios. Puede serlo, indistintamente, la persona individual o jurídica ubicada al agotarse el circuito económico y que pone fin, a través del consumo o del uso, a la vida económica del bien o servicio. Resulta indistinto que el uso o utilización de bienes y servicios se efectúe a título personal o familiar, o sea, para el uso privado. (“Interpretación del art. 1092 del C. C. y C.”, s. f., <https://universojus.com/cc-comentado-infojus/interpretacion-art-1092>).

<sup>[4]</sup> Art. 1093, Ley 26994. (2015). Código Civil y Comercial de la Nación. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/235000-239999/235975/norma.htm>

En el contrato de consumo, el proceso de formación del consentimiento resulta:

Signado por la vulnerabilidad de una de sus partes, el consumidor; y la superioridad de la otra, el proveedor. Es, precisamente, en atención a esa peculiar característica que se disponen herramientas correctoras de dichas asimetrías, a fin de garantizar la libertad de contratar del consumidor y restablecer el equilibrio negocial cuando se vea afectado por la ausencia de negociación. (Díaz, s. f., [https://esupcom.unr.edu.ar/archivos/esupcom/quinto/derecho\\_5.pdf](https://esupcom.unr.edu.ar/archivos/esupcom/quinto/derecho_5.pdf)).

## 2. Consumidor y/o usuario

Es Ricardo Lorenzetti (2009) quien resume más acabadamente los elementos de calificación del sujeto activo de la relación de consumo: el consumidor. Las definiciones normativas se valen de dos elementos: el elemento personal, referido al tipo de personas que pueden ser consumidores; y el elemento material, vinculado a la actividad del sujeto referida al bien.

La Ley 26361[5], que modifica a la Ley 24240, adopta un criterio amplio, es decir, no solamente es consumidor la persona física individual, la cual fue el origen del sistema protectorio, sino que las personas jurídicas son también consumidores, ya sean de derecho público o privado, con o sin fines de lucro.

Desde la perspectiva del elemento material, observamos el consumo final, es decir, es quien consume para sí o para su grupo familiar. El consumidor debe probar que hay consumo final para poder invocar que se le aplique la LDC.

La Constitución argentina califica a las relaciones de consumo como un bien de "incidencia colectiva"[6], y se legitima a los afectados, al Defensor del Pueblo y las asociaciones representativas a actuar en su defensa.

[5] Ley 26361. (2008). Modificación de la Ley 24240. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/135000-139999/139252/norma.htm>

[6] Art. 43, Ley 24430. (1994). Constitución de la Nación Argentina. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/804/norma.htm>

### **Consumidor contratante**

La figura del consumidor nace vinculada al contrato y, por esta razón, se lo define diciendo que es quien contrata a título oneroso, como ocurre en la legislación argentina, y que es la noción preponderante en la Ley 24240[7].

No obstante, se ha logrado un avance respecto de esta concepción al incluir a los contratos gratuitos. Originariamente, se pensó que no había posibilidad de aplicar normas consumeristas a las liberalidades, pero las políticas de *marketing* demuestran que los regalos no son tales, sino medios de atracción de los clientes.

Sin embargo, esta concepción es insuficiente. Tengamos presente que el elemento activante del principio protectorio no es el acto de contratar (acto jurídico bilateral), sino el acto de consumir (hecho jurídico). Por esta razón, hay una serie de sujetos que son consumidores sin haber contratado, que es el criterio amplio receptado por la Ley

[7] Ley 24240. (1993). Ley de Defensa del Consumidor. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>

[8] Ley 26361. (2008). Modificación de la Ley 24240. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/135000-139999/139252/norma.htm>

### **Consumidor no contratante: terceros, víctimas, afectados por prácticas comerciales**

La doctrina trató el tema de los terceros en los vínculos de consumo, porque siempre se partió del esquema del contrato y, como no eran parte, eran terceros. Esta calificación dificultaba la comprensión jurídica de la legitimación, pero esos obstáculos eran superados al redefinir la causa fuente del vínculo: contratos, actos jurídicos unilaterales y hechos jurídicos. En virtud de este enfoque, no estamos en presencia de terceros, ya que la legitimación deriva del hecho jurídico de consumir.

Lorenzetti (2009) nos menciona los sujetos que entran en esta categoría. A saber:

- El usuario: el usuario **usa**, no contrata. Puede ser un invitado, un familiar, un tercero ajeno.
- La víctima de un daño causado por un producto o servicio.
- El **afectado** o **expuesto** a prácticas comerciales: el consumidor está en contacto con la publicidad abusiva, engañosa, fraudulenta; está sometido a ofertas que condicionan la compra de un producto a otro; puede ser afectado por situaciones monopólicas; puede ser tratado discriminatoriamente; puede existir omisión de información.

### **Persona expuesta a la relación de consumo**

Se trata de una persona o grupo de ellas que no son parte de la relación de consumo base o fuente, pero que, además, no adquieren o utilizan bienes como destinatarias finales, sino que solamente se encuentran expuestas a ellos o a las consecuencias del acto o relación de consumo que introdujo esos bienes en el mercado. (Rusconi, 2009, p. 163).

El vínculo se genera “con la materialización de los efectos de una relación de consumo que refleja sus consecuencias hacia terceros” (Rusconi, 2009, p. 163). Para algunos autores, la Ley 26994<sup>[9]</sup> eliminó la figura del *Bystander* del primer artículo de la Ley de Defensa del Consumidor<sup>[10]</sup>; para otros, simplemente, redefinió sus contornos.

<sup>[9]</sup> Ley 26994. (2015). Código Civil y Comercial de la Nación. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/235000-239999/235975/norma.htm>

<sup>[10]</sup> Art. 1, Ley 24240. (1993). Ley de Defensa del Consumidor. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>

### **El proveedor. Noción. Situaciones excluidas**

De acuerdo con la Ley de Defensa del Consumidor, el proveedor:

Es la persona física o jurídica, de naturaleza pública o privada, que desarrolla de manera profesional, aun ocasionalmente, actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios, destinados a consumidores o usuarios.

No están comprendidos los servicios de profesionales liberales que requieran para su ejercicio título universitario y matrícula otorgada por colegios profesionales reconocidos oficialmente o autoridad facultada para ello, pero sí la publicidad que se haga de su ofrecimiento.<sup>[11]</sup>

---

<sup>[11]</sup> Art. 2, Ley 24240. (1993). Ley de Defensa del Consumidor. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>

Se puede hacer una relación directa de este art. 2 LDC con el art. 1093 CCyCN<sup>[12]</sup>, y destacar que lo trascendental de ambas disposiciones es que la profesionalidad aparece como distintivo que no puede faltar.

<sup>[12]</sup> Art. 1093, Ley 26994. (2015). Código Civil y Comercial de la Nación. Honorable

Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/235000-239999/235975/norma.htm>

### **Asociaciones de consumidores: Noción. Legitimación. Autorización para funcionar. Requisitos para obtener reconocimiento. Reclamos**

Las asociaciones de consumidores son personas de existencia ideal de carácter privado (art. 148 C. C. C.), aunque no es imperativo que asuman la forma de asociaciones civiles, ya que pueden constituirse bajo otra forma jurídica (por ejemplo, como cooperativas), siempre que cumplan con los requisitos de la ley (Tinti y Calderón, 2017, p. 332).

Se les concede una legitimación activa para accionar en defensa de los intereses de los consumidores o usuarios afectados o amenazados a aquellas constituidas como personas jurídicas y con la autorización del art. 56 LDC[13].

[13] Art. 56, Ley 24240. (1993). Ley de Defensa del Consumidor. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>

### **Prescripción liberatoria en el derecho del consumidor**

De acuerdo con el art. 50 de la Ley 24240, las sanciones que surgen de la ley “prescriben en el término de tres (3) años”[14].

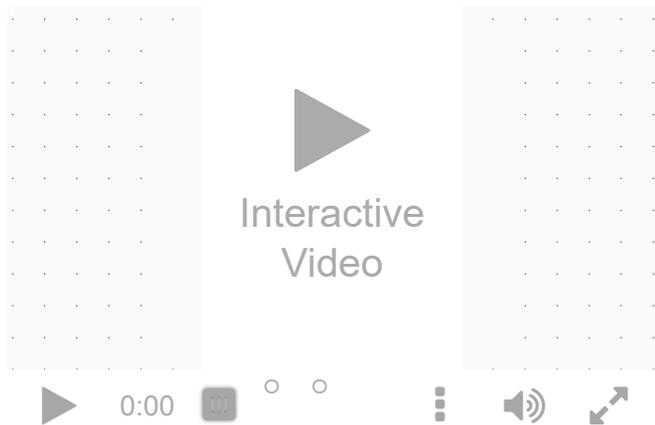
Asimismo, el artículo prevé que la prescripción se interrumpe por la comisión de nuevas infracciones o por el inicio de las actuaciones administrativas[15].

[14] Art. 50, Ley 24240. (1993). Ley de Defensa del Consumidor. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>

[15] Art. 50, Ley 24240. (1993). Ley de Defensa del Consumidor. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>

El plazo de 3 años de prescripción liberatoria fijado en el art. 50 de la Ley 24240, según Ley 26994, se aplicará exclusivamente a las sanciones administrativas impuestas por la violación de dicha normativa especial o de cualquier normativa que integre el sistema tuitivo de consumo. (Bustingorry, s. f., <http://www.pensamientocivil.com.ar/system/files/2015/07/Doctrina1449.pdf>).

## Video conceptual



## Referencias

**Bustingorry, R.** (s. f.). La prescripción liberatoria en las relaciones de consumo a la luz de la Ley 26994. DPI Diario. Recuperado de <http://www.pensamientocivil.com.ar/system/files/2015/07/Doctrina1449.pdf>

**Díaz, M.** (s. f.). Hechos y actos jurídicos. Recuperado de [https://esupcom.unr.edu.ar/archivos/esupcom/quinto/derecho\\_5.pdf](https://esupcom.unr.edu.ar/archivos/esupcom/quinto/derecho_5.pdf)

**Gelli, M.** (2004). *Constitución de la Nación comentada y concordada*. Buenos Aires, AR: La Ley.

Interpretación del art. 1092 del C. C. y C. (s. f.). UniversoJus. Recuperado de <https://universojus.com/cc-comentado-infojus/interpretacion-art-1092>

**Interpretación del art. 1092 del C. C. y C.** (s. f.). UniversoJus. Recuperado de <https://universojus.com/cc-comentado-infojus/interpretacion-art-1092>

**Ley 24430.** (1994). Constitución de la Nación Argentina. Honorable Congreso de la Nación

Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/804/norma.htm>

**Ley 26361.** (2008). Modificación de la Ley 24240. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/135000-139999/139252/norma.htm>

**Ley 26994.** (2015). Código Civil y Comercial de la Nación. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/235000-239999/235975/norma.htm>

**Lorenzetti, R.** (2009). *Derecho de los consumidores*. Buenos Aires, AR: Rubinzal Culzoni.

**Rusconi, D.** (2009). *Manual de derecho del consumidor*. Buenos Aires, AR: Abeledo Perrot.

**Tinti, G. y Calderón, R.** (2017). *Derecho del consumidor: Ley nro. 24240*. Córdoba, AR: Aleroni Ediciones.