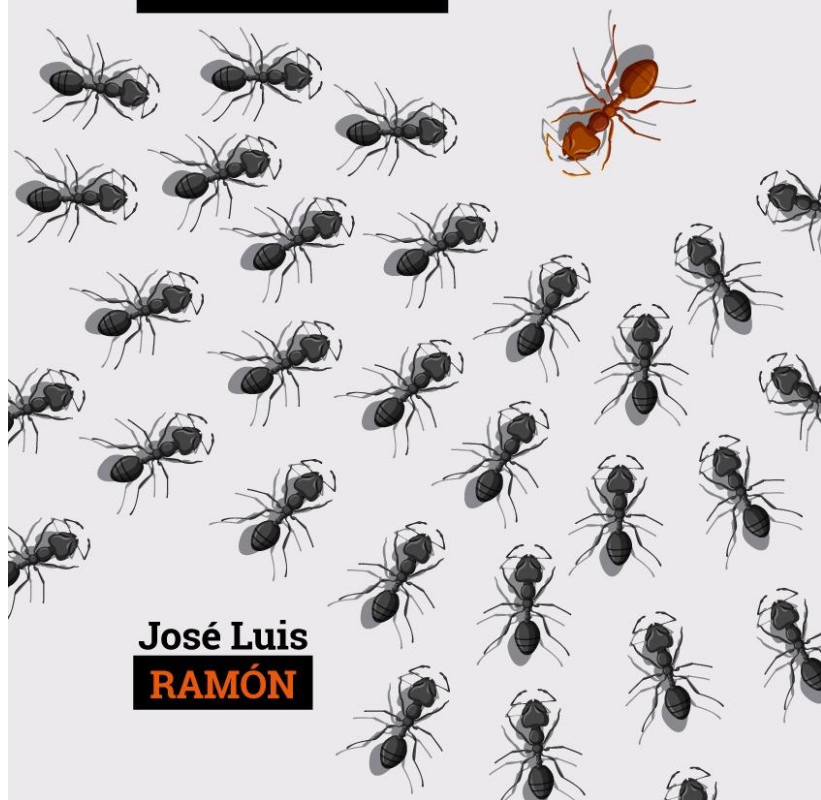


**PROYECTO DE CÓDIGO DE
DE PROTECCIÓN LAS Y LOS
CONSUMIDORES Y USUARIOS
DE LA NACIÓN**



**José Luis
RAMÓN**

José Luis Ramón

Proyecto de Código de
Protección de las y los
Consumidores y Usuarios
de la Nación

Autor: Ramon, Jose Luis

Edición: Alejandro Alvaro Alonso Perez Hazaña

Proyecto de Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación / Jose Luis Ramon ; editado por Alejandro Alvaro Alonso Perez Hazaña. - 1a ed. - Luján de Cuyo : Jose Luis Ramon, 2021.

Libro digital, PDF/A

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-86-9575-4

1. Protección del Consumidor. 2. Códigos. 3. Legislación.
CDD 343.071

Printed and made in Argentina

Hecho e impreso en la República Argentina

Queda hecho el depósito que previene la ley 11.723

Prohibida la reproducción total o parcial de este libro, o su almacenamiento en un sistema informático, su transmisión por cualquier medio electrónico, mecánico, fotocopia, registro u otros medios sin el permiso previo por escrito de los titulares del copyright.

Impreso en la Argentina –Printed in Argentina

ÍNDICE

Agradecimientos.....	9
Prólogo de Dante Rusconi	13
FUNDAMENTOS DEL CÓDIGO DE PROTECCIÓN DE LAS Y LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE LA NACIÓN.....	25
I. Razones, bases y método para la codificación de la protección de las y los consumidores en Argentina	32
1. Aspectos valorativos.....	32
2. Método para la construcción del Código	46
3. Lenguaje sencillo y enfoque de género	48
4. Contenido y sistematización.....	50
II. Título Preliminar: Esencia de la protección de las y los consumidores y usuarios	52
1. Objeto de la protección, normas de aplicación, prelación normativa y reglas hermenéuticas	52
2. Concepto legal de consumidor y expuestos a la relación de consumo	55
3. Las y los consumidores con vulnerabilidad agravada o hipervulnerables.....	64
4. Los proveedores alcanzados por el ámbito de aplicación del Código.....	65
5. La relación de consumo	71
6. Principios y derechos para la protección de las y los consumidores y usuarios	74

7. Orden público y prescripción.....	82
III. Libro Primero: Políticas públicas y autoridades para la protección.....	89
1. Introducción.....	89
2. Educación.....	91
3. Coordinación interjurisdiccional, seguimiento y rendición de cuentas	92
4. El Sistema Nacional de Defensa de las y los Consumidores ...	93
IV. Libro Segundo: Protección en las relaciones de consumo	100
1. La protección de la libertad de elección y la salud	101
2. Protección de la equidad y la dignidad.....	104
3. Oferta y publicidad en las relaciones de consumo	109
4. Protección del ambiente en las relaciones de consumo	111
V. Libro Tercero: Protección en los contratos de consumo	114
1. Disposiciones generales para la protección en las relaciones de consumo contractuales	114
2. Protección de las y los consumidores en entornos digitales	124
3. Protección de los intereses económicos	129
4. Servicios públicos.....	146
VI. Libro Cuarto: Responsabilidad civil y penal en las relaciones de consumo	152
1. Prevención de daños y responsabilidad civil de los proveedores.....	152
2. Delitos en las relaciones de consumo.....	161
VII. Libro Quinto: Garantías para la prevención y solución de conflictos en las relaciones de consumo	167
1. Prevención y solución de conflictos ante el Poder Judicial ..	167
2. Prevención y solución de conflictos en sede administrativa	189

3. Mecanismos de participación ciudadana	200
VIII. Título Final: Disposiciones finales y transitorias	208
1. Modificaciones normativa	208
2. Disposiciones transitorias.....	209
TÍTULO PRELIMINAR	212
Capítulo I Ámbito de Aplicación, integración normativa e interpretación.....	212
Capítulo II Principios y derechos	217
LIBRO PRIMERO - POLÍTICAS PÚBLICAS Y AUTORIDADES PARA LA PROTECCIÓN.....	228
TÍTULO I Políticas Públicas para la protección de las y los consumidores y usuarios.....	228
Capítulo I Objetivos Generales	228
Capítulo II Educación para las relaciones de consumo.....	233
Capítulo IV Planificación y seguimiento de las políticas públicas	242
TÍTULO II Del Sistema Nacional de Protección de las y los Consumidores.....	244
Capítulo I Autoridad nacional y autoridades locales	244
Capítulo II Órganos y funcionarios de la Autoridad Nacional de Aplicación	248
Capítulo III Presupuesto y recursos económicos.....	271
Capítulo IV Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo.....	273
Capítulo V Registros e información pública.....	274
Capítulo VI Fondo Nacional para la Protección de los Derechos de las y los Consumidores y Usuarios.....	285
Capítulo VII Fondo de Financiamiento del Sistema de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo	288

Capítulo VIII Funciones preventivas de la Autoridad de Aplicación	290
Capítulo IX Asistencia jurídica y patrocinio a consumidores	297
Capítulo X Cuerpos Asesores	299
LIBRO SEGUNDO PROTECCIÓN EN LAS RELACIONES DE CONSUMO	307
TÍTULO I Protección de la libertad de elección y la salud	307
Capítulo I Derecho y deber de información	307
Capítulo II Protección de la salud, seguridad e integridad física	310
Sección 3º Seguridad alimentaria y etiquetado nutricional	312
TÍTULO II Protección de la equidad y la dignidad	314
Capítulo I Disposiciones generales	314
Capítulo II Prácticas comerciales	317
TÍTULO III Oferta y publicidad en las relaciones de consumo	330
Capítulo I Alcances y efectos de la oferta	330
Capítulo II Alcances y efectos de la publicidad	332
TÍTULO IV Protección del medio ambiente en las relaciones de consumo	345
Capítulo I Sustentabilidad de las relaciones de consumo	345
Capítulo II Obsolescencia artificial	348
Capítulo III Garantía mínima obligatoria	350
Capítulo IV Servicios de reparación	355
LIBRO TERCERO PROTECCIÓN EN LOS CONTRATOS DE CONSUMO	358
TÍTULO I Protección en las relaciones contractuales	358
Capítulo I Disposiciones generales	358
Capítulo II Contratos por adhesión	365
Capítulo III Cláusulas y condiciones abusivas	366

Capítulo IV Contratos de consumo conexos.....	372
Capítulo V Ejecución y extinción del contrato.....	375
Capítulo VI Contratos específicos.....	376
TÍTULO II Protección en entornos digitales	382
Capítulo I Disposiciones generales	382
Capítulo II Protección en el comercio electrónico	385
Capítulo III Intermediación en el comercio electrónico	388
TÍTULO III Protección de los intereses económicos.....	392
Capítulo I Contratos de crédito o de financiación para el consumo	392
Capítulo II Servicios de gestión financiera.....	404
Capítulo III Prevención del sobreendeudamiento.....	409
TÍTULO IV Servicios públicos.....	420
Capítulo I Disposiciones generales	420
Capítulo II Tarifas.....	431
Capítulo III Facturación.....	432
LIBRO CUARTO RESPONSABILIDAD CIVIL Y PENAL EN LAS RELACIONES DE CONSUMO	437
TÍTULO I Prevención de daños y responsabilidad civil de los proveedores	437
Capítulo I Función preventiva y precautoria	437
Capítulo II Función resarcitoria	439
Capítulo III Daño extrapatrimonial colectivo.....	443
Capítulo IV Función disuasiva	444
TÍTULO II Delitos en las relaciones de consumo.....	446
Capítulo I Disposiciones generales	446
Capítulo II De los delitos	460

LIBRO QUINTO GARANTÍAS PARA LA PREVENCIÓN Y SOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LAS RELACIONES DE CONSUMO	471
TÍTULO I Prevención y solución de conflictos ante el Poder Judicial	471
Capítulo I Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo ..	471
Capítulo II Disposiciones comunes a los procesos individuales y colectivos	480
Capítulo III Garantías mínimas para el acceso a la justicia colectiva de consumidores y usuarios	497
Capítulo IV Procesos sobre derechos de incidencia colectiva interjurisdiccionales o con alcance en más de una jurisdicción	499
Capítulo V Procesos especiales.....	527
TÍTULO II Prevención y solución de conflictos en sede administrativa.....	552
Capítulo I Disposiciones generales	552
Capítulo II Procedimiento Común	562
Capítulo III Procedimientos administrativos especiales	586
TÍTULO III Formas de participación ciudadana	596
Capítulo I Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores	596
Capítulo II Audiencias públicas	619
Capítulo III Consulta pública	624
Capítulo IV Convenciones colectivas en relaciones de consumo	625
TÍTULO FINAL Disposiciones finales y transitorias.....	630
Capítulo I Disposiciones finales	630
Capítulo II Disposiciones transitorias.....	640

Agradecimientos

Cómo es común en el trabajo legislativo, un legislador pone su firma en un proyecto. Pero atrás de ese proyecto, hay todo un grupo de gente que deja su tiempo y su esfuerzo en hacer esa idea inicial en un proyecto posible. Cuando pensamos en un Código, eso se potencia aún más. Atrás de este proyecto de Código, ha habido un gran grupo de profesionales, gente con vocación en la materia, gente con ganas de cambiar las cosas y hacer real eso por lo que yo vine a esta cámara a pelear.

Mi lugar en todo esto, es hacer el espacio, ayudar, empujar, y transmitir esa energía que nos lleva a luchar para hacer esas ideas en realidad.

Este código viene a cerrar el trabajo de estos años en el Congreso de la nación, y refleja para todos los que trabajaron en él, años de investigación, de pensar soluciones, de chocarse con la pared, de angustiarse ante la falta de respuestas y de ver cómo los esquemas que conocemos no sirven para los problemas que tenemos los consumidores en argentina. Contiene las ideas directrices que hemos presentado en infinidad de proyectos de ley por separado, siempre con la idea de ir hacia un sistema unificado que contenga una idea directriz clara. Hay acá respuestas para la falta de soluciones colectivas a los problemas, aspecto esencial en cualquier derecho en donde tenemos un colectivo de gente con debilidad para llegar a la justicia y segregado (originalmente contenido en el proyecto 6234-D-2018); el pase a un índice móvil de las sanciones basadas en el derecho del consumidor (proyecto 3250-D-2018); la preocupación por las estimaciones en el cobro de los servicios esenciales y el daño que hacen a los consumidores

(proyectos 4490-D-2018, 4491-D-2018 y 4492-D-2018); los distintos proyectos que presentamos para dar una respuesta al sobreendeudamiento (el 7774-D-2018 de portabilidad de deudas de los consumidores, y el 384-D-2020 de prevención del sobreendeudamiento de los consumidores); en materia de servicios públicos, la posibilidad de traslado de actualizaciones de precios a los consumidores o incluso de cobrar por obras no realizadas (proyectos 6279-D-2018); la falta de un marco general y abarcativo para todos los servicios públicos -incluso de una definición clara de los mismos- (propuesta generada en el proyecto 7775-D-2018); el incumplimiento constante de los mecanismos para resolver los aumentos de los servicios educativos (1085-D-2019, 1212-D-2020 y 1213-D-2020); la falta total de regulación en el comercio electrónico y la necesidad imperiosa de dar una respuesta que proteja a todas las partes (materializada con el proyecto 4399-D-2020), la necesidad de una autoridad de aplicación autónoma y separada del ministerio de producción y del poder político de turno (3807-D-2019) y de un régimen claro y estable para regular la participación vigorosa de la sociedad civil en la protección de los consumidores -origen de mi trabajo público y motivo de mi venida a este congreso- (presentada con el proyecto 4355-D-2020). Este trabajo enorme en estos años, no me genera un enorme orgullo por el equipo que se ha podido conformar para hacerlo realidad, sino que es para mí un compromiso con los mendocinos que me han elegido por mi trabajo en defensa de los consumidores, y con la representación que me siento un poco obligado, tal vez por los años que las he acompañado codo a codo, de las asociaciones de defensa del consumidor de todo el país.

Es difícil agradecer a todos los que han participado de esta obra que sin dudas es multitudinaria y tengo la seguridad que marcará un antes y un después en la materia en nuestro país, pero no quiero dejar de agradecer a mi jefe de equipos

técnicos, el Dr. Alejandro Perez Hazaña que con su paciencia y constancia ha hecho posible coordinar esta tarea, darle sentido y llevarla a buen puerto. Al Dr. Ezequiel Galván que ha estado atrás de la mayoría de los proyectos que fueron formando este cuerpo normativo y generando las respuestas, para darle una coherencia e integridad en el código. A la Dra. Gulo Tieri que ha aportado su visión en muchos temas de género y consumidores hipervulnerables, así como respuestas concretas y detalladas a las necesidades de las asociaciones de defensa del consumidor. A la Dra. Antonella Torres Velarde que ha aportado su constancia y tiempo para ayudar en la difícil tarea de mantener la coherencia en un proyecto tan grande y a poner la lupa en los temas ambientales que tan fuerte conexión tienen con el derecho del consumidor.

Finalmente, un agradecimiento especial debo darle al Dr. Dante Rusconi -que me honra con el prólogo de este libro- que ha trabajado denodadamente para volcar junto al resto del equipo, día a día, una visión coherente de la materia, poniendo un ímpetu envidiable, una pata central para mí que es la experiencia de campo en resolver por y para los consumidores -así como la militancia incansable y a pesar de todo-, que nos transmitió a todos esa energía vital que es tan importante para hacer realidad todo proyecto de integración complejo y que ha tomado más de un año en hacerse realidad.

Obviamente, este trabajo, tampoco sería posible sin la ayuda y el tiempo que le han dedicado muchísimas asociaciones de defensa del consumidor que han puesto el hombro para traer los problemas y propuestas necesarios para que este proyecto sea realidad, a las fiscalías con vocación en la materia de todo el país, el aporte enorme que han hecho los colegios de abogados (que tienen un rol central en el código), las recomendaciones y ayudas que han llegado por distintas jornadas y en la página generada al efecto, así

como a los magistrados que, dejando toda su vocación en este derecho, han realizado su aporte práctico.

A todos ellos, y a los legisladores que han escuchado durante estos años mis propuestas y aportes en cada tema - y deberán ahora soportar el apostolado que vendrá con este código que hoy les presentamos-, les debo mi agradecimiento.

Que esta enorme propuesta legislativa sea la puerta a un país más justo, con más derechos y en donde los consumidores y proveedores de cualquier punto de nuestra nación, sean más justos, más respetuosos y que entre todos consigamos día a día, dar los pasos necesarios para tener una nación más próspera para todos.

Prólogo de Dante Rusconi

El Proyecto de Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación que me toca prologar, se inscribe en un largo proceso de desarrollo y debate que se viene dando desde la segunda mitad del siglo pasado en todo el mundo, en torno a los problemas emergentes de las relaciones de consumo y sus formas de abordaje. Particularmente en Argentina, se comenzó a hablar de estos temas en el plano teórico a partir de la década del 80', y con especial impulso luego de sus dos grandes hitos normativos, la sanción de la Ley Nacional 24.240 de Defensa del Consumidor en el año 1993, y la reforma a la Constitución Nacional aprobada en el año 1994 que incluyó expresamente esos derechos en el artículo 42, reconociendo su faceta colectiva en el artículo 43. También la incorporación al ordenamiento nacional de los instrumentos de derechos humanos y su vinculación con los derechos de consumidores y usuarios, constituye otro de los grandes factores de desarrollo de la materia, al entenderse, tal como venimos propiciando desde hace muchos años, que existe una fructífera simbiosis entre ambos campos de derechos si se tiene en cuenta el "costado humano" de las relaciones de consumo y los bienes esenciales en ellas involucrados.

Con mayor perspectiva, puede apreciarse también a la protección de las y los consumidores y usuarios dentro de procesos económicos y fenómenos sociales más generales y complejos, conocidos y estudiados como "globalización" y "posmodernidad", en los cuales, desde diferentes ópticas, se analiza la superación de las fronteras políticas, económicas, culturales y los obstáculos físicos o materiales para las

transacciones. Se ha reconocido la insuficiencia de los modelos jurídicos clásicos, fundados en las libertades individuales, para dar contención a la multiplicidad de nuevas necesidades y vulnerabilidades aparecidas en aquellos contextos. Como consecuencia, las instituciones jurídicas conocidas hasta el momento y también los cuerpos normativos alumbrados durante el siglo XIX que pretendían reglar, desde el derecho privado, todos los aspectos de las relaciones entre las personas, están sometidos a revisión y reformulación. Pese a ello, el cambio de paradigma necesario para superar ese modelo iusprivatista y liberal, aparece como la principal cuenta pendiente en materia de tutela de las personas en las relaciones de consumo.

Si bien es conocido que la noción de “consumidor” emergió históricamente al advertirse la “innata” o “congénita” debilidad de las personas como consecuencia de la “asimetría negocial” o el “inferior poder de negociación”, en las relaciones contractuales con quienes comercializan o suministran bienes o servicios actuando profesionalmente como “proveedores”, hoy esa estrecha noción se encuentra en crisis. El avance de la perspectiva humanista y el reclamo insatisfecho de justicia social en el amplísimo escenario de las relaciones de consumo, exigen dejar atrás las vetustas corrientes de pensamiento - y las normas que reflejan esas ideas - que encorsetan los derechos de las y los consumidores como un “microsistema” del derecho privado (civil y comercial), ocupándose sólo de una porción de los vastísimos problemas que se dan en las relaciones de consumo, sin respuesta para muchas, sino la mayor parte, de las múltiples vulnerabilidades que enfrentan las personas en la sociedad de consumo actual.

Puede dimensionarse la naturaleza de las problemáticas involucradas en las relaciones de consumo, la opresión experimentada por las personas en ese ámbito y los cambios históricos que están produciendo las reivindicaciones de los derechos de las y los consumidores, contrastándolos con las luchas que vienen librando las y los trabajadores desde la Revolución Industrial. Las reivindicaciones de las y los trabajadores nunca concluirán, pues se renuevan ante cada transformación en los métodos de producción y comercialización y con la incorporación de nuevas tecnologías. El mismo recorrido, aunque con sustanciales diferencias desde el punto de vista de la visibilización y cohesión de la “clase consumidora”, transitan los derechos de las y los consumidores, muy especialmente de cara al siglo XXI que recién iniciamos. Ambos espacios reivindicatorios son también asimilables respecto de los constantes intentos del poder corporativo y de los sectores conservadores por revertir las conquistas y reconocimientos de derechos obtenidos a lo largo de aquel trayecto.

Sin embargo, el “movimiento consumeril”, en contraposición con el movimiento de las y los trabajadores principalmente luego de su sindicalización, aún no ha logrado colocar en la agenda pública - de manera sostenida y genuina - sus necesidades y reclamos. La actual coyuntura, signada por la emergencia sanitaria y económica, es un claro ejemplo de ello: los derechos de las y los consumidores importan a las autoridades en la medida que sirvan o sean funcionales para controlar determinadas variables o índices económicos, o resolver situaciones que se dan en determinados sectores del mercado, pero no se conocen políticas públicas de mediano y largo plazo tendientes a dar respuestas estructurales e integrales en “perspectiva consumerista”.

El discurso, tantas veces citado, del presidente de Estados Unidos J. F. Kennedy del 15 de marzo de 1962 - fecha luego reconocida como el Día Mundial de los Derechos del Consumidor -, es un buen ejemplo de las contradicciones y dificultades que históricamente ha enfrentado la protección de las y los consumidores, y que permanecen sin respuestas adecuadas hasta nuestros días. No tenemos dudas que *“ser consumidor, por definición nos incluye a todos”*, como dijo entonces el presidente norteamericano. Sin embargo, esa frase que abría su discurso, repetida en nuestras latitudes como el mantra del *“consumidores somos todos”*, pareciera haber agotado u ocultado la complejidad del análisis que requiere la cuestión, y los múltiples problemas a enfrentar en las relaciones de consumo. En aquella intervención pública de la que transcurrieron ya 60 años, también se acertó en señalar, entre varias otras cuestiones, que las y los consumidores conforman *“el único grupo importante de la economía que no está organizado de manera eficaz y cuyas opiniones a menudo no se escuchan”*. Este factor, la falta de cohesión del “movimiento consumeril”, es uno de los motivos más importante de la ausencia de un análisis profundo e integral de las verdaderas necesidades y demandas que deben atenderse para lograr una protección relativamente eficiente, en términos contextuales, de las personas en la sociedad de consumo.

La falta de empatía y cohesión entre las y los integrantes de la “clase consumidora”, síntoma general de la época que transitamos, junto con las resistencias del *establishment* económico, académico, y político en algunos casos, son las principales causas de la invisibilización de las reales problemáticas y debates que nos debemos en torno a los destinos del Derecho del Consumidor en Argentina. No nos llama la atención entonces que las tensiones propias del

proceso reivindicatorio por una mejora sustancial de la posición de las y los consumidores, hayan quedado relegadas incluso en el terreno de “lo académico”, donde aquella visión conservadora y micro sistémica posee una amplia hegemonía al punto de cercenar el debate público de cualquier mirada disidente sobre el tema, exigiendo e imponiendo, mediante argumentos de autoridad y otras estrategias artificiosas, una especie de pensamiento único o de consensos complacientes.

La sanción del Código Civil y Comercial de la Nación en 2015, con importantes actualizaciones y avances en muchos aspectos de la regulación de las relaciones civiles y comerciales, en nuestra materia no hizo más que profundizar aquel enfoque anclado al derecho privado. Se fundamentó que era necesario replicar los contenidos más importantes de la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor dentro del articulado del Código Civil y Comercial para consolidar un “núcleo duro de tutela”, donde la centralidad y los “pisos mínimos” se ubican en esa norma general desde donde se “ilumina” al resto de las fuentes, respetando los “micro sistemas normativos” entre los que se incluyó a la Ley de Defensa del Consumidor. No obstante, como se sabe, el Código Unificado avanzó introduciendo modificaciones regresivas en importantes aspectos de la Ley 24.240, fundamentalmente al restringir su ámbito de aplicación acotando los alcances de la figura del “consumidor expuesto” y en materia de prescripción judicial, eliminando el plazo trienal y la regla de la prevalencia del plazo más beneficioso para las y los consumidores cuando existieran otras leyes con plazos distintos.

La falta de cuestionamiento a ese rol satelital, secundario, dependiente del derecho privado que el Código

Unificado de 2015 le adjudicó a la legislación protectoria de consumidores y usuarios, desde “lo legislativo”, es otra de las barreras a la expansión, autonomía y transversalidad del Derecho del Consumidor que debemos derribar. Esa falta de reconocimiento de la verdadera trascendencia de la materia, ha impedido proyectar una protección integral comprensiva de la heterogeneidad de aspectos que deben contemplarse normativamente para dar contención a los desafíos que presenta la cada vez más compleja sociedad de consumo en la que vivimos; en ella, desde hace tiempo, la relevancia de los problemas contractuales comenzó a ser eclipsada por los problemas ambientales, la falta de acceso a bienes esenciales, la pobreza y el endeudamiento, la falta de educación para las relaciones de consumo, la tecnologización de los métodos de producción y comercialización, la ineficacia de los procedimientos administrativos y judiciales para dar respuestas adecuadas en términos de calidad y tiempo, la jerarquización de las autoridades y asociaciones de consumidores, etcétera.

Destacamos entonces, que la mayor subordinación o vulnerabilidad de las y los consumidores, la más determinante, no es su debilidad en los vínculos comerciales o mercantiles, sino que lo constituye la vulnerabilidad estructural o social propia del rol pasivo y menesteroso, eternamente carecientes, sin identidad y ajenos al debate público, que se les ha asignado en todos los ámbitos de la sociedad. Ese sojuzgamiento conlleva la ausencia de un replanteo profundo sobre los cambios de raíz que reclama el sistema protectorio de sus derechos. Precisamos deconstruir el imaginario reinante, ya sea por imposición o por resignación, que justifica las grandes privaciones que aquejan a las personas en el escenario de esta sociedad de consumo, naturalizándolas como “daños colaterales” que representan el

precio a pagar para sobrellevar nuestra existencia en el mundo que nos toca transitar.

Hoy es “natural”, producto de su habitualidad, que no existan condenas penales para los directivos de empresas que lucran con formidables estafas y fraudes masivos; es natural que circulen en el mercado productos nocivos o peligroso para la salud; es natural que un organismo público de defensa del consumidor carezca de autonomía y dependa de áreas destinadas al fomento de la economía o a incentivar la producción; es natural que grandes sectores de la población no puedan acceder a los servicios públicos o a otros bienes esenciales; es natural que consumamos alimentos sin saber cómo han sido elaborados o qué componentes tienen y si son o no saludables; es natural que un juicio sumarísimo demore varios años; es natural que una acción colectiva no tenga un trámite claro y rápido; es natural que las condenas por “daño punitivo” sean irrisorias en relación al patrimonio de los proveedores; es natural que las cuestiones ambientales permanezcan ignoradas en las relaciones de consumo; es natural que las publicidades se valgan de estrategias abusivas y se aprovechen de la confianza del público; es natural que se presuponga, o no importe, que todas las personas tienen acceso y conocimiento de la tecnología; es natural que la internet y las redes sociales sean fuente de múltiples engaños y profundicen aún más las desigualdades; es natural que los algoritmos tomen decisiones que involucran la salud, el acceso a bienes o la dignidad de las y los consumidores; es natural también que las poblaciones alejadas de los centros urbanos carezcan de los bienes más esenciales y de posibilidades de reclamarlos; es natural que se fomente el endeudamiento de las familias sin darles educación financiera; es natural que niños, niñas y adolescentes carezcan de educación formal en todos los

niveles en materia de relaciones de consumo; es natural que valiéndose de las necesidades de determinados sectores de la población, se ofrezcan créditos o financiación a tasas exorbitantes y en condiciones claramente abusivas; es natural que existan graves conflictos de intereses en quienes dicen representar o defender los derechos de las y los consumidores; es natural que las autoridades se reúnan y tomen decisiones consensuadas con las empresas sin ninguna participación de las y los consumidores o de las asociaciones que los representan; es natural que no existan políticas públicas de mediano y largo plazo en la materia; es natural invocar los derechos humanos como un eslogan progresista para solapar retrocesos en nuestra materia; entre muchísimas otras nocivas naturalizaciones.

Pues bien, creemos que todas aquellas situaciones no son naturales, ni deben naturalizarse. Las y los consumidores no debemos acostumbrarnos a convivir con esas inequidades. Ninguno de aquellos son problemas sin solución.

Ciertamente, no son pocas las dificultades para empezar a recorrer el camino de las respuestas, y uno de los mayores desafíos es el de dejar de pensar con cabeza ajena, combatir los argumentos de autoridad y darle voz a las y los que, hasta hoy, no han sido escuchados. Pese a la complejidad del escenario que se nos presenta, creemos que estamos en un momento bisagra para el Derecho del Consumidor en Argentina: por primera vez la necesidad de la codificación de la materia, que unos pocos nos animamos a proponer ya hace bastante tiempo, se ha consolidado y aparece como el principal punto de consenso de los diferentes posicionamientos frente al tema.

En ese rumbo, por primera vez en Argentina, un legislador ha llegado al Congreso de la Nación impulsado desde Mendoza por su militancia en favor de los derechos de las y los consumidores - el Diputado José Luis Ramón - quien, conocedor de las problemáticas que involucra la cuestión, me propuso integrar un equipo técnico con el objetivo de concebir una nueva norma que sea capaz de receptar la protección integral y transversal de las personas en las relaciones de consumo. El desafío propuesto implica la incómoda tarea de desandar aquél camino de la naturalización, de la claudicación, y también enfrentar el costo de pensar distinto. Más aún cuando la propuesta significa replantear estructuras y proponer respuestas en muchos casos alejadas de lo conocido, no siempre “pisando sobre firme”.

Es así que, sin desconocer las reglas y principios axiomáticos sobre los que se concibió y desarrolló el régimen protectorio en nuestro país y tomando en cuenta las fuentes extranjeras, principalmente el panorama de los países de Latinoamérica, se arribó a un diagnóstico de las diversas dificultades existentes en cada aspecto o eje sobre el que entendimos necesario reconstruir el sistema en pos de una tutela integral, fortaleciendo el amenazado orden público, en forma transversal al derecho privado y al derecho público, siempre con la Constitución Nacional y los instrumentos de derechos humanos como faros.

Partiendo de esas bases, el Proyecto de Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación, se ocupa de asuntos relevantes y dificultosos, varios ausentes de abordaje hasta la actualidad. Entre ellos se propone la sistematización de las políticas públicas, su planificación, exigibilidad y rendición de cuentas; el consumo sustentable, la obsolescencia artificial y la durabilidad de los

productos; las responsabilidades ambientales y los incentivos para la mejoras de los estándares de calidad; la protección de la dignidad de las personas y las prácticas comerciales; los vínculos y prácticas en entornos digitales, con especial atención a la protección de la dignidad, los datos personales y el acceso a la información relativa al empleo de tecnologías y procesos automatizados; las diferentes formas y tipos de publicidad comercial; las cláusulas y situaciones contractuales abusivas; las nuevas formas de contratación; los contratos y servicios financieros; el sobreendeudamiento personal y familiar y las vías para prevenirlo y solucionarlo; los servicios públicos y esenciales; los principios de precaución y prevención de daños y la responsabilidad civil individual y colectiva por su generación; la responsabilidad penal de los proveedores; las vías judiciales y administrativas para la operatividad individual y colectiva de derechos y los mecanismos de participación ciudadana, tales como las audiencias públicas, la consulta pública y las convenciones colectivas de consumo.

Otra de las cuestiones a las que el Proyecto busca dar respuesta es la endeblez de las estructuras burocráticas del Estado dedicadas a la protección de las y los consumidores, que se muestran cada vez más ineficaces en relación a la masividad de las conductas dañosas y al poder y profesionalismo que poseen las empresas y corporaciones, poder que incluso, como se sabe, en algunos ámbitos hace tambalear al de los propios estados. En ese aspecto, destacamos la “federalización” del sistema en todo el territorio nacional receptando, por fin, la históricamente relegada autonomía municipal en la materia - pese a su expreso reconocimiento constitucional -, descentralizando su aplicación y reconociendo las competencias de las autoridades en los ámbitos nacional, provincial y municipal,

de modo de facilitar la capilarización de la tutela legal hacia todos los rincones del país. Garantía de ello será la existencia de una autoridad nacional robusta, diseñada con autarquía económica e independencia política, previéndose pormenorizadamente los recursos para solventar el funcionamiento de su estructura y procesos transparentes para su integración, control y funcionamiento, en la cual se otorga a las y los consumidores, a través de las asociaciones que los representan, un lugar destacado en la gestión de los intereses y derechos representados.

Importantes estudios científicos indican que el actual modelo de producción y consumo, desde el punto de vista ambiental, se encuentra agotado y requiere de urgentes ajustes. En este aspecto, la línea del horizonte aparece cada vez más cercana en el tiempo. También se conocen los múltiples efectos negativos que tienen para las personas y la vida en sociedad, la ausencia de enfoques sistémicos y políticas públicas consistentes, destinadas al abordaje de las problemáticas derivadas de modelos contruidos exclusivamente sobre el fomento al consumo y la individualidad. Las empresas y comercios deben hacer su parte encarando, en el ámbito de sus responsabilidades, procesos virtuosos de revisión de prácticas y políticas tendientes a mejorar sustancialmente en el respeto de los derechos de las y los consumidores y desarrollar sus actividades sobre la base de una competencia leal y de conductas legítimas y transparentes. El Estado, en los casos en los que actúa como “proveedor” también debe ajustarse a esos estándares, y cuando actúa como autoridad de control de las relaciones de consumo, precisa de múltiples herramientas y saberes que le permita desempeñarse en forma proactiva e igualmente profesional que los proveedores y actividades bajo su supervisión.

Creemos que el Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación proyectado tiene el potencial para lograr los cambios estructurales que se necesitan. La protección de las y los consumidores en el hostil escenario de la sociedad de consumo, requiere de convicciones fuertes y normas claras, desprovistas de válvulas de escape que hagan permeable un sistema protectorio que debe ser uniforme, sólido pero maleable, conteniendo el centro de protección cualquiera sea el “diálogo” que deba sostener con el resto del ordenamiento. De ahí la trascendencia de una verdadera codificación de la materia.

Finalmente deseo agradecer infinitamente a todas y todos quienes, con sus aportes al Proyecto, se animaron a revisar prejuicios y convicciones impuestas, o al menos a admitir que es válido tener una mirada diferente y más sensible de la realidad. En este trabajo colectivo, todos los aportes, comentarios, debates e intercambios, y por supuesto, las críticas recibidas, han sido y serán imprescindibles para lograr darle cuerpo a una norma que se haga cargo de los desafíos que nos depara la sociedad de consumo en esta época y el intento de encontrar soluciones adecuadas. Las únicas certezas que nos acompañan son la impostergable necesidad de un análisis profundo en torno a los destinos de la protección de las y los consumidores, y de la mano de lo anterior, la premura de cambios legislativos capaces de revertir estructuralmente el relegado rol que tradicionalmente se nos ha asignado en Argentina.

Dante D. Rusconi

15 de Marzo de 2021.-

FUNDAMENTOS DEL CÓDIGO DE PROTECCIÓN DE LAS Y LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE LA NACIÓN

¿Por qué un Código del derecho de los consumidores? La idea de que la economía moderna es una jungla, en donde los mejores se imponen, el estado no necesita entrar, las mejores y más justas reglas se imponen solas, todos actúan racional y libremente, y que al fin del día –por arte de magia– todo esto logra un mayor bienestar para todos, es una mentira vieja, insostenible y abandonada en todo el mundo. Los países que siguen creciendo de forma sostenida y aseguran un alto bienestar para todos, hacen de la protección del derecho de los consumidores, el respeto por las buenas prácticas de la lealtad comercial y el cuidado por una sana competencia; una regla.

El camino es ir a una Economía Social de Mercado, con reglas claras y justas que protejan al débil, aseguren el bienestar general y den las bases para un crecimiento sostenido y a largo plazo. Con equilibrio del mercado, garantizado por la presencia del Estado; no solo los fuertes crecen, a costa de las pequeñas y medianas empresas, y a mayor escala, de toda la sociedad. Este modelo, moderno y de libre mercado humanista, es aquel que permite el crecimiento de todos los actores y se desahoga a los nuevos emprendedores.

Las economías prósperas del mundo desarrollado, aún las más liberales, funcionan con reglas sociales claras. Hasta los Estados más pequeños tienen como función controlar la especulación, asegurar la alimentación, castigar los ilícitos. Para ello, el Estado se hace presente, con el objetivo de equilibrar el poder de los grandes proveedores. Por ello, la presencia del Estado u otras organizaciones sociales, y la fijación de reglas sobre cómo se contrata, qué es la propiedad privada, qué castigos se imponen, y qué es justo o no; siempre son la base de un Estado que pugna por el bienestar de su pueblo.

El “mercado”, visto desde lo negativo, no es un lugar donde se encuentran libremente las partes y acuerdan. En realidad es, un lugar donde las partes con diferente poder de negociación se encuentran. Es lo que pasa cada vez que entramos en un negocio -de cualquier tipo- y lo vemos, cuando intentamos afiliarnos a una obra social, abrir una cuenta bancaria, tramitar la luz, o comprar en un hipermercado.

No hay nunca libertad en serio ahí, porque no hay equilibrio. Los proveedores son los que ponen las condiciones.

Tampoco existe la libertad de contratar cualquier cosa. Lo que cualquier argentino firma, no es ley hace mucho tiempo.

Difícil hubiera sido desterrar muchos flagelos graves de nuestra sociedad. Si todo quedara librado al mercado, flagelos como la esclavitud, o la prisión por deudas, por ejemplo, aún existirían.

En nuestra sociedad, como en las más desarrolladas y liberales del hemisferio norte; la protección y la regulación de los mercados tienen nivel constitucional.

Los contratos no son libres: dependen de la regulación estatal (siempre fue así). Sin esto, es imposible asegurar que estos tengan fines lícitos (y no únicamente los que convengan a la parte fuerte en ese contrato), y que se respeten los mecanismos y contrapesos elegidos, para lograr mayor justicia, distribución de las cargas, y responsabilidad por los daños que la economía genera.

Esta regulación de las relaciones económicas de las partes, no se arregla cargando la culpa al débil, con frases como que el consumidor “busque mejores precios” o “si no le gusta que no firme”.

Nuestra constitución fija un rumbo que tenemos que seguir como sociedad, y debe el Estado asegurar, que este objetivo de justicia social, lo sea para defensa del débil en la sociedad. Por otro lado, estos argumentos, obviamente, son siempre utilizados por los fuertes para imponerse.

Necesitamos que el estado apoye a los débiles para equilibrarlos con los fuertes. Es la única posibilidad que hace posible elegir con libertad. Esto se entendió hace mucho en todo el mundo, no podemos dejar el mercado liberado, porque así es como los grandes arrasan con todos, tanto con las PYMES como con los consumidores.

Si dejamos al consumidor abandonado, como pasa hoy en día tantas veces, vamos a verlo intentar escapar al abuso como pueda -a veces va lograr escapar, como cuando se cambia de empresa o pasa de la escuela pública a la privada-, y a veces no va a poder escapar no importa cuánto intente -

¿cuántos se pasaron de una empresa celular a otra para darse cuenta que son lo mismo?-. Es imposible que el consumidor elija en muchísimos casos, como cuando tiene un problema de salud o necesita un servicio esencial y público para vivir.

El estado no le pide a nadie que sea un héroe. No hay una elección en serio entre elegir pagar un tratamiento en un hospital o morir de la enfermedad. Este desequilibrio entre los proveedores y los consumidores, no está nada más en estos casos esenciales: está siempre. Los proveedores, tienen mucho más poder que los consumidores, y el estado tiene que compensar esto, para el beneficio de toda la economía: de los consumidores que van a recibir mejores productos y servicios, y de los proveedores que van a competir sanamente, y no únicamente en ver quien atrapa mejor a un consumidor o acapara un mercado y ahoga a los más chicos.

Pero el mercado (esa idea de lugar a donde vamos a consumir), tiene actores, y no son todos iguales como vimos. Los actores forman una cadena. En el mercado actual, la cadena de comercialización está compuesta por tres grupos claramente diferenciables: los grandes proveedores, las PYME y los consumidores.

Los grandes proveedores, pueden imponer sus condiciones en casi todos los casos (ya no elegimos cómo contratamos o si nos cambian el servicio) y dan forma al mercado en general, mediante la estandarización de mecánicas de comercialización y la generación de prácticas que se convierten en “lo común” (como la posibilidad de cambiar los contratos cuando quiere la empresa de telefonía celular, o que los reclamos se hacen por teléfono, o los tiempos que tardan en resolverlos, o tantas otras prácticas).

Sumado a esto, tienen un enorme poder de lobby y muchas veces incluso legitimidad (su palabra vale más) tanto ante la justicia como social y mediáticamente.

Las pymes usualmente siguen las líneas generales –las buenas y las malas- de las empresas grandes (muchas veces es lo más eficiente, y aprovecha el camino ya transitado), pero la diferencia es que no pueden forzar al mercado a seguir sus decisiones, ni siquiera forzar sus visiones sobre los temas. Mucho menos pueden torcer las decisiones del poder político de turno (ni aun por medio de sus cámaras empresarias), como si lo hacen las grandes empresas: se enteran tarde de las decisiones y no pueden protegerse. Esto hace que queden expuestas a cualquier línea política del momento ante el poder judicial y ejecutivo.

Pero en esta jungla que es el mercado moderno –y particularmente el argentino con la escasa presencia del Estado, los consumidores son los más débiles de la cadena. Esta debilidad la tienen 1) cuando no pueden elegir qué consumen, sea por coacción social (para entenderlo basta con pensar cada uno de nosotros qué opinarían nuestros amigos, familia o trabajo, si no tuviéramos un celular, o pensemos que los trabajadores no tienen la opción de no ser clientes de un banco), monopolio (no podemos elegir la empresa que nos da la luz, el agua, el gas), oligopolio (tenemos solo tres empresas de telefonía celular, que casualmente dan el mismo servicio al mismo precio y con la misma calidad) o colusión de precios o productos; 2) no pueden o saben cómo luchar por las condiciones en que se comercializan los bienes.

En nuestra economía, los consumidores no trabajan juntos, no tienen casi representación en ninguna mesa de decisión, no tienen representantes, no tienen sindicatos:

están solos. No se pueden hacer escuchar, y no son escuchados ni tomados en cuenta. Los consumidores solo pueden aceptar las condiciones que le imponen los grandes (o queda afuera de “lo normal”, excluidos de la sociedad), y apenas puede elegir en algunos casos frente a las pymes con quién contratan o no.

¿Qué podemos hacer todos para frenar estas injusticias? ¿Para qué nos sirve la política en estos problemas? Para mucho. Es la única herramienta para compensar esto y reequilibrar la sociedad.

Lo primero que tenemos que hacer si queremos un equilibrio que permita crecer en serio a nuestra economía y hacernos realmente competitivos en el mundo es:

- priorizar en todos los casos a los consumidores
- controlar y proteger a las pymes
- controlar fuertemente a los grandes proveedores.

Tenemos que lograr mayor presencia del poder del Estado para el consumidor y un fuerte fomento para las PYMES.

Para lograr este reequilibrio a favor de las PYMES y de los Consumidores, no alcanza con políticas aisladas, necesitamos asegurar un sistema unificado de legislación (Código), que contenga una justicia que se pare del lado del consumidor y comprenda el mercado moderno, y una autoridad estatal que esté para la protección del consumidor y no para cubrir la espalda de los grandes proveedores y del estado.

Por qué necesitamos una autoridad de defensa del consumidor fuerte e independiente

Las oficinas de defensa del consumidor, no tienen presupuesto, no tienen inspectores, y muchas veces el personal no está capacitado en serio para defender a los consumidores. No tienen ni la infraestructura, ni el alcance.

Pero peor aún, los funcionarios entran y salen: no tienen posibilidades de generar un cambio en serio, no tienen independencia o peso propio. A todo esto, se suma que las oficinas de defensa del consumidor son vistas como una simple oficina de atención al cliente de las empresas, pero pagadas por el estado. Ninguna de estas oficinas busca resolver los problemas de fondo, o mejorar el mercado, se quedan en cada uno de los reclamos, y terminan trabajando para acomodar lo que las empresas no tienen interés de solucionar por sí mismas.

En el estado de hoy, la defensa del derecho de los consumidores no existe. Si queremos equilibrar el mercado, esto tiene que cambiar.

Por ello, en este Código que hoy se presenta, proponemos en cada punto, la existencia de un Estado que se haga presente, que prevenga, castigue y repare los daños a los consumidores que ya conocemos, que los vemos a diario: las filas, los cobros discriminados, los servicios caídos, los descuentos en nuestras cuentas, etc. Buscamos que se rectifique el mercado en favor de los consumidores y se equilibre el gran peso que agobia y desmejora la calidad de vida de miles de argentinos, que a diario son abusados por aquellos apropiados de las distintas actividades económicas.

Este Código viene a equilibrar este fiel de la balanza.

I. Razones, bases y método para la codificación de la protección de las y los consumidores en Argentina

1. Aspectos valorativos

1.1. La necesidad de un Código

Los derechos que poseen las y los consumidores y usuarios tienen como objetivo proteger a las personas en múltiples aspectos en las relaciones de consumo. Tanto en las problemáticas involucradas en torno al acceso a los bienes más básicos o esenciales, como son los alimentos, los servicios públicos o las prestaciones relacionadas con la salud y la educación, y también en relación a otros bienes y actividades más complejas o sofisticadas, como pueden ser los diversos productos y servicios tecnológicos, las actividades bancarias y financieras y las transacciones, cada vez más habituales, que se dan en los entornos digitales. A la vez, en una visión en perspectiva del escenario en que se desarrollan las relaciones de consumo, debemos tener en cuenta las derivaciones ambientales y sociales del fenómeno del consumo masivo.

El Derecho del Consumidor en Argentina ha alcanzado un desarrollo normativo, jurisprudencial y científico que reclama con urgencia la consolidación de sus bases legales en un cuerpo propio, que permita cristalizar su autonomía y dé efectiva cuenta del carácter transversal de sus institutos y herramientas. Pese a ello, generalmente se lo considera como un apéndice o “microsistema” o “subsistema” del derecho privado o mercantil, sin dimensionar, en sus

verdaderos alcances, el “rostro humano” de las relaciones de consumo y la “constitucionalización” de sus contenidos en la Reforma Constitucional del año 1994.

Un año antes, en 1993, había sido sancionada la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor que, como era de esperar, recibió un notable respaldo e impulso con la recepción de los principales aspectos de la protección de las y los consumidores y usuarios en el artículo 42 de la Constitución Reformada, y en su artículo 43, con el reconocimiento de esos derechos dentro de los de “incidencia colectiva”, y la consiguiente aptitud procesal para accionar colectivamente en su defensa a las y los propios afectados, al defensor del pueblo y a las asociaciones de defensa de las y los consumidores.

A partir de esos hitos legislativos, comienza un proceso incesante de expansión de los contenidos y de los ámbitos de aplicación de la materia, motorizado por el enorme acervo jurisprudencial generado, y también por una importante producción científica. Actoras fundamentales en ese crecimiento, han sido las asociaciones de defensa de las y los consumidores, con importantes logros judiciales en el aspecto de la tutela colectiva, y un trabajo incesante, pese a la escasez de recursos, de difusión de derechos y atención de reclamos.

Así, no exentas de dificultades, las instituciones, principios y reglas propias del Derecho de las y los Consumidores, muchas de ellas inéditas para el derecho argentino, comenzaron a evidenciarse y a generar conciencia de la existencia de ciertos derechos que protegen a las personas cuando se relacionan con proveedores de bienes y servicios de la más variada naturaleza, o cuando se encuentran expuestas a determinadas prácticas de alcances

masivos que generan afectaciones de igual naturaleza, tales como la publicidad comercial o las derivaciones ambientales, sociales y económicas de la producción y comercialización a gran escala. En estos aspectos, la generación de hábitos de consumo perjudiciales para la salud de las personas o el medio ambiente, o el fenómeno del sobreendeudamiento de las familias, son cuestiones centrales que requieren de especial y pronta atención.

Muchos de aquellos avances fueron incorporados a través de sucesivas modificaciones a la Ley 24.240, siendo la última gran reforma legislativa la introducida hace 13 años por la Ley 26.361 sancionada en 2008. Luego, el Código Civil y Comercial de la Nación vigente a partir de 2015, receptó también algunos aspectos de esos avances, aunque acentuó aquél sesgo que entiende a la materia como un subsistema del derecho privado, al pretender aprehender el “núcleo duro” de la tutela de las y los consumidores, tutela que, como es evidente, desborda esa parcela del ordenamiento jurídico.

El Derecho del Consumidor compendia, en clave protectoria, contenidos del Derecho Civil y Comercial, del Derecho Ambiental, de los Derechos Humanos, del Derecho Administrativo, del Derecho Penal, del Derecho Procesal, del Derecho Internacional, entre otras áreas. La doctrina civilista, con agudeza, viene advirtiendo desde hace tiempo la imposibilidad de contención de éstas, y de otras problemáticas, por parte del derecho privado patrimonial clásico, que piensa al individuo instalado en el bien y genera importantes exclusiones, siendo necesario pensar en un nuevo paradigma (Lorenzetti, Ricardo L., “Nuevos paradigmas en el derecho privado: el acceso a los bienes”, LL 1994-E-990). Ese fenómeno, también advertido en el derecho comparado, generó un proceso de “descodificación” de los

códigos decimonónicos que obedece a una serie de causas, entre las cuales, y no es la menor, se encuentra la indiferencia de los Códigos tradicionales, del Derecho Privado, por los grandes temas jurídicos de la posmodernidad (Mosset Iturraspe, Jorge, “Del micro al macro sistema y viceversa. El “diálogo de las fuentes”, RDPyC 2009-1, Rubinzal Culzoni, p. 7 y ss.)

Transcurridos 27 años desde la sanción de la Ley 24.240, hoy observamos que muchos de sus logros y desarrollos son frecuentemente puestos en crisis, en muchos casos, debido a esa mirada parcial del ámbito en el cual la protección de consumidores y usuarios está llamada a desarrollar todo su potencial. Ocurre que, en muchos casos la labor jurisprudencial, académica o legislativa, se apoya en una aplicación deficitaria de la técnica hermenéutica del “diálogo de las fuentes”, apartándose de los principios axiomáticos y base constitucional de la tutela legal de las y los consumidores, perdiéndose de vista que las leyes deben ser interpretadas considerando armónicamente la totalidad del ordenamiento jurídico, y los principios y garantías de raigambre constitucional, para obtener un resultado adecuado (Corte Suprema de Justicia de la Nación, “Brizuela”, 23/11/1976, Fallos: 296:432; “Bagnat”, 10/03/88, Fallos 311:255; también doctrina de Fallos: 312:974; 312:2192; 313:433; 313:1467; 314:1445; 315:356; 315:380; 318:141; 320:521; 320:875; entre otros).

Incluso se han impulsado iniciativas legislativas que buscan anclar definitivamente la materia dentro del estrecho campo, en relación a la amplitud de contenidos involucrados, del derecho privado patrimonial y, lo que sería verdaderamente adverso, reformular regresivamente algunas de sus principales instituciones y conceptos.

El profesor brasileño Antonio Hermann Benjamín, uno de los principales referentes de la materia en el mundo, tomando conceptos del filósofo y sociólogo francés Jean Baudrillard, definió al Derecho del Consumidor como “la disciplina jurídica de la vida cotidiana del habitante de la sociedad de consumo” (Benjamín, Antonio H., “El derecho del consumidor”, JA 1993-II-913). En ese enfoque, la disciplina resume en sus axiomas la búsqueda constante del ideal de justicia aplicado al mercado y a las actividades económicas y vinculaciones jurídicas que nacen y se desarrollan en él, pero no desde una perspectiva economicista o simplemente regulatoria, sino desde una concepción que integra -desde el derecho- aspectos económicos, humanos y sociales (Rusconi, Dante D., Manual de Derecho del Consumidor, Dir., Abeledo-Perrot, 2da ed., Bs. As., 2015, p 2).

Las fuentes legales europeas, principalmente las directrices comunitarias y la legislación de países como España, Francia, Alemania e Italia, que otrora sirvieron en gran medida para el desarrollo de nuestras normas locales en la materia, poseen una estructura lógica propia de su ámbito de referencia, y se muestran insuficientes para brindar una protección enfocada en las personas como la que propone el proyecto de Código que hoy ponemos a consideración, capaz de comprender, en su integralidad, los problemas y padecimientos que enfrentan consumidores y consumidoras en estas latitudes.

Otra destacada profesora brasilera, en reflexiones destinadas a la realidad jurídica de su país, pero perfectamente válidas en nuestro contexto, ha advertido que quien sea ingenuo y siga eruditamente los modelos colocados como definitivos por el derecho comparado, sin distancia crítica y rigor científico, transformará el Código Civil en el

centro no solo del Derecho Privado, sino del Derecho económico, deconstruyendo los logros del tratamiento diferente del Derecho Comercial y la sociedad de consumo masivo en el mercado brasileiro; esa concepción, advertía, podía general en Brasil, al igual que puede hacerlo en Argentina, un “vaciamiento inconstitucional” del Derecho del Consumidor (Claudia Lima Marques, “Superação das antinomias pelo diálogo das fontes: o modelo brasileiro de coexistência entre o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil de 2002, Revista de Direito do Consumidor -RT, San Pablo-, nro. 51, Jul-Sept 2004, ps. 34-67).

Atendiendo a ese fenómeno de expansión y de “visibilización” de la amplitud de los ámbitos que comprende el Derecho del Consumidor, o dicho de otro modo, advirtiendo los diferentes ámbitos y entornos en los que las y los consumidores precisan de tutela, otros países latinoamericanos han dictado normas consecuentes con aquellas notas de autonomía y transversalidad y que, con identidad propia, evitaron la dispersión o atomización normativa del sistema protectorio, consolidando sus principios y reglas en cuerpos normativos codificados. Se destaca en ese sentido, por supuesto, el Código de Defensa del Consumidor de Brasil sancionado en 1990, norma destacada a nivel mundial por varias razones; o más próximo en el tiempo, el Código de Defensa del Consumidor de Perú de 2010, también con muy interesantes previsiones.

Esas circunstancias, y aquella mirada panorámica que se propicia, capaz de alcanzar en su totalidad la complejidad de los vínculos y desafíos que hoy nos presenta la sociedad de consumo, muestran la necesidad imperiosa de consolidar, también en Argentina, la protección integral de consumidores y usuarios a través de la codificación de sus principales

instituciones y contenidos, alumbrando un cuerpo normativo uniforme, que recepte su centralidad dentro del ordenamiento nacional, contribuyendo a resolver las dificultades que actualmente condicionan la efectiva implementación del sistema vigente, no sólo pensando en las históricas problemáticas conocidas en las relaciones de consumo, sino, fundamentalmente, que sea capaz de dar respuesta a los desafíos que ya se avizoran en la sociedad de consumo del siglo XXI.

1.2. Derecho del Consumidor y Derechos Humanos

El Proyecto reconoce la íntima interrelación entre el Derecho del Consumidor y los Derechos Humanos a lo largo de todo su texto, recepta la aplicación de los tratados e instrumentos de protección de derechos humanos y, como orientación, los criterios generales que surgen de la doctrina de sus organismos de aplicación. Esta vinculación la impregna en todos y cada uno de los derechos individuales y colectivos, y en especial en lo relativo a las políticas educativas y ambientales, en el derecho a un trato equitativo y digno, en la protección acentuada de consumidoras y consumidores con vulnerabilidad agravada, el derecho a la salud, en el derecho de acceso a la justicia y en el derecho a la información, entre otros.

Se incorpora de ese modo una fructífera simbiosis entre las normas protectorias de consumidores y usuarios y los instrumentos de derechos humanos, reconociendo una articulación que debe trascender lo meramente discursivo y enfocarse en la efectiva interrelación de ambas esferas de derechos. De tal modo, la intersección de ambos campos

potencia la protección de las personas humanas y garantiza la disponibilidad de mecanismos efectivos de implementación.

La integridad y la dignidad de las personas en la sociedad de consumo y en la era global de la digitalización, no pueden tutelarse sin ese enfoque que, independientemente de caracterizaciones teóricas, permita poner freno a los llamados “daños colaterales” del mercado y colocar por encima de las tentaciones que abundan en la sociedad de consumo, la satisfacción de las necesidades esenciales de la población.

No obstante, remarcamos que el Proyecto que se pone a consideración de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación, no es una mera herramienta de control del mercado, por el contrario, sus principios y reglas inciden en múltiples aspectos de la vida de las personas. Su objetivo es asegurar la integridad y la dignidad de las personas en la sociedad de consumo, valores que no pueden tutelarse sin un enfoque y una efectiva interrelación entre Derecho del Consumidor y Derechos Humanos. El reconocimiento legal de esta fecunda vinculación impedirá regresiones en las conquistas normativas y en las interpretaciones virtuosas logradas hasta aquí, y también un desarrollo y crecimiento constante, acorde a los problemas que, sin pausa, se renuevan en las relaciones de consumo.

1.3. Derecho del Consumidor y medioambiente

En forma análoga a lo que sucede con lo reseñado en el acápite anterior, la cuestión ambiental atraviesa todo el

articulado, tomando un rol preponderante en relación a la sustentabilidad del consumo y la producción y comercialización de bienes y servicios. En consonancia con el artículo 41 de la Constitución Nacional, se procura que el consumo de las generaciones presentes no comprometa ni al ambiente, ni a la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras.

Se hace hincapié no sólo en la responsabilidad de las y los consumidores, sino principalmente en la obligación de los proveedores de respetar las normas ambientales vigentes, en la calidad y durabilidad de los bienes, con especial atención a las diferentes formas de obsolescencia artificial, propiciando el desarrollo de buenas prácticas y empleo eficiente de los recursos y las tecnologías disponibles, con el objetivo primordial de minimizar el impacto ambiental de sus actividades.

Se establece con claridad que, como derivación directa del beneficio que obtienen los proveedores por su actividad y por su profesionalidad, tienen responsabilidad por la gestión de los residuos que generen en la producción, comercialización, distribución o importación de bienes o servicios. Especialmente, se prevén mecanismos de trazabilidad de residuos, en particular de los electrónicos por su alta capacidad contaminante y el volumen con que se generan.

La Autoridad Nacional de Aplicación tendrá un rol preponderante en el control y seguimiento de los procesos de los proveedores, realizando la verificación ambiental a lo largo de la vida útil de los bienes y servicios destinados a las y los consumidores. En cumplimiento de esta función se prevé que se registren las organizaciones o emprendimientos dedicados a la gestión de residuos, el fomento de las instancias de

colaboración público-privada de acciones destinadas a la protección del ambiente en el ámbito de las relaciones de consumo, promoviendo especialmente la participación ciudadana a través de las asociaciones de defensa de las y los consumidores.

Para incentivar y controlar efectivamente el cumplimiento de las normas de aplicación, se crean los Sellos de “Responsabilidad Ambiental en las Relaciones de Consumo” (“Sello RESARC”) como mecanismo de certificación del cumplimiento de los criterios y estándares de eficiencia y responsabilidad en sus dimensiones ambiental, ética, económica y social; y el de “Libre de Obsolescencia Programada” (“Sello LOP”) como certificación del diseño, producción, fabricación y comercialización de bienes o servicios libres de obsolescencia programada.

Se regula la obsolescencia artificial de bienes o servicios no consumibles como práctica ilícita, ya sea que se proyecte desde el primer uso, hasta la simple reducción directa o indirecta de su vida útil, comprendiendo también los casos en que la reparación o el mantenimiento sean prácticamente imposibles o inviables económicamente, o se presenten incompatibilidades con actualizaciones o las tecnologías necesarias para continuar con su utilización pese a su buen estado de conservación. Se incluye también, para combatir una práctica extremadamente común en nuestros tiempos, la generación de una falsa percepción de la inutilidad de un objeto, cuando en realidad tiene larga vida útil por delante.

Para evitar estas prácticas, y para que las y los consumidores cuenten con la información que les permita evaluar la verdadera utilidad de lo que adquieren, se impone la obligación de los proveedores de informar el período de

tiempo de vida útil para el cual ha sido diseñado un producto o servicio. En los casos que el proveedor intencionalmente informe un período de vida útil de un bien no consumible inferior al real, el período de garantía en que deberán asegurarse repuestos y servicio técnico, será el que indiquen las legítimas expectativas de la o el consumidor o el que surja de otros bienes y servicios similares, entre otras pautas. Finalmente, colocando a Argentina entre los pocos países en el mundo que han abordado integralmente estas cuestiones, también se prevé la responsabilidad penal por esas conductas.

1.4. Derecho del Consumidor y entornos digitales

Los entornos digitales son un ámbito en el cual se desarrolla la relación de consumo que acentúa la vulnerabilidad estructural de las y los consumidores. Si bien el medio por el cual se desarrolla la relación de consumo no modifica o restringe los derechos de las y los consumidores, si obliga a implementar medidas para asegurar su efectivo goce y ejercicio.

La legislación vigente se advierte insuficiente para dar respuesta a la reconfiguración de la relación de consumo en el entorno digital (ej. Res. 316/2018, 270/2020, 271/2020, 424/2020 Secretaría de Comercio Interior). Asimismo, la regulación de los entornos digitales es un campo en disputa, donde discursivamente se aprovecha el fenómeno tecnológico para justiciar regresiones en la protección de las y los consumidores (ej. art. 73 Proyecto 2576/19; C.Nac. Comercial, Sala D, “Kosten, Esteban c/ Mercado Libre SRL s/ ordinario”).

En conclusión, se identifica la necesidad de dictar una legislación que garantice la protección efectiva de las y los consumidores en los entornos digitales, además de erradicar cualquier intención de regresividad en la materia. En correlato, la respuesta de este Proyecto de Código es una regulación que adecúa la protección de las y los consumidores a los entornos digitales bajo el principio rector que “nunca será inferior a la reconocida en las relaciones de consumo presenciales” (art. 228).

La asimetría en la relación de consumo se consolida debido a que el proveedor ahora no solo predispone el contenido del contrato, sino también la posibilidad de acción de las y los consumidores a través de la plataforma digital (ej. no incluyendo un botón para dar de baja el servicio o una opción para reclamo). Además, permite una mayor capacidad del proveedor para direccionar el consumo, situación de especial gravedad cuando éste es un intermediario que perjudica la libre competencia que despierta la preocupación internacional (ej. (Informe “Investigation of competition in digital markets”, Congreso de los Estados Unidos, 2020).

De este modo, la regulación propuesta contempla normas destinadas a impedir que la plataforma digital sea un medio para restringir los derechos de las y los consumidores. Asimismo, se limita la posibilidad de los proveedores de direccionar el consumo, al reprimirse prácticas como sistemas de reputación no objetivos y veraces o alterar el orden de los bienes, servicios o proveedores bajo el criterio informado. En este aspecto, este Código contempla e integra normas de defensa de la competencia cuando hacen a la protección de los intereses económicos y la libertad de elección de las y los consumidores, como contempla la legislación vigente (art. 3 LDC).

Por último, este Proyecto de Código no solo destaca por contemplar expresamente la protección de las y los consumidores en entornos digitales, sino también por sus reglas y principios generales, que permiten que el estándar de protección consagrado no se modifique por el avance tecnológico. Las relaciones de consumo se desarrollan en nuevos contextos, pero la protección efectiva de las y los consumidores en las mismas no puede depender de una rápida respuesta legislativa.

1.5. Contexto global

En el plano internacional vale señalar que las grandes crisis sistémicas de la economía global, como la Gran Depresión de 1929 y la crisis financiera de 2008, han evidenciado el fracaso del mercado libre desregulado y sus efectos nocivos para el funcionamiento del propio capitalismo. A esta altura de los acontecimientos, no quedan dudas que “(l)a edad de oro del capitalismo habría sido imposible sin el consenso de que la economía de la empresa privada...tenía que ser salvada de sí misma para sobrevivir” (Hobsbawm, Eric J., “Historia del Siglo XX. Historia del Mundo Contemporáneo”, ed. Crítica, Grijalbo Mondadori, Buenos Aires, 1998, p. 276).

En nuestros días la necesidad de hacer más equitativa la economía basada en el consumo masivo resulta más evidente que nunca. En efecto, el actual capitalismo globalizado se caracteriza por una progresiva desregulación e interconexión de los grandes servicios internacionales masivos y por el eslabonamiento de las plazas financieras del mundo que, a través de nuevos canales digitales, se han

puesto entre sí en una situación de dependencia recíproca. La tensión principal está dada por la aceleración del avance tecnológico y la revolución constante en los medios de producción que presionan las estructuras políticas, económicas, sociales e institucionales, obligándolas a ajustarse a las nuevas exigencias y, particularmente, a sus efectos no deseados: inestabilidad financiera, aumento de la pobreza, desigualdad social y económica, incremento de los niveles de desocupación, deterioro del medio ambiente, entre otros.

Como consecuencia, los cambios ocurridos en la economía global, en donde el crecimiento económico depende del comercio y la inversión y es motorizado incesantemente por la publicidad consumista, impactan directamente en el diseño, gestión y ejecución de las políticas públicas. Si el Estado no es capaz de adecuar sus estructuras e instituciones para enfrentar la globalización económica, equilibrando las desigualdades crecientes entre las operaciones de las empresas transnacionales, los bancos y el comercio, al tiempo que controla la volatilidad financiera y protege los derechos económicos y sociales de sus ciudadanos, habrá debilitado peligrosamente su legitimidad.

Para lograrlo, el Estado precisa hacerse de instrumentos jurídicos que puedan desplazarse en la presente etapa histórica con mayor eficacia, así como de instituciones verdaderamente representativas y capaces de dar contención a los problemas de todas las personas en el contexto de una sociedad de consumo cada vez más compleja. Pero la tarea no sólo depende del Estado, sino también es preciso generar el escenario apropiado para la participación activa de las organizaciones de la sociedad civil, y en particular de las asociaciones de defensa de las y los consumidores que, como

decíamos antes, van ganado un progresivo protagonismo, generando un movimiento “de abajo hacia arriba”, consecuente con los principios más elementales de nuestra democracia.

El desafío que hemos tenido en cuenta, entre varios, es crear las condiciones que posibiliten el diseño e implementación de políticas públicas inclusivas y efectivas, que propendan a equilibrar la relación entre el estado, los agentes del mercado o “proveedores” y la sociedad civil.

2. Método para la construcción del Código

El proyecto de Código que se presenta es, en primer lugar, exactamente eso, una propuesta de codificación y sistematización integral de todos los aspectos involucrados en la tutela legal de las y los consumidores. A la vez ha sido desarrollado con un sentido profundamente federal, estructurado de modo de favorecer su efectiva implementación en todo el país y posibilitando una verdadera descentralización del sistema protectorio en todas las funciones del estado y en los ámbitos nacional, provincial y municipal.

Ello en gran medida favorecido por el proceso participativo que se siguió para diagnosticar las necesidades a cubrir con sus contenidos, dando lugar a la recepción de opiniones, sugerencias e inquietudes por toda persona o institución que se mostrara interesada. A tal fin, entre otros canales, a través de la página de internet www.codigoconsumidor.com se generaron cuatro grandes áreas temáticas - Conceptos e Instituciones, Contratos y

Prácticas Comerciales, Comercial y Delitos, y Proceso y Procedimiento - poniéndose a disposición, en cada una de ellas, un formulario con preguntas orientativas para recabar opiniones y aportes.

También fueron convocadas personas e instituciones involucradas con la materia desde diferentes ámbitos y desde lugares representativos de la enorme diversidad geográfica y socioeconómica que caracteriza a la Argentina. Se mantuvo un largo y productivo intercambio durante más de un año con personas que trabajan o trabajaron en autoridades de aplicación de la legislación de defensa del consumidor en los ámbitos nacional, provincial y municipal; jueces y juezas de diferentes jurisdicciones del país; magistrados, magistradas, empleadas y empleados del Ministerio Público de diferentes ámbitos jurisdiccionales; de defensorías del pueblo; profesores y profesoras que enseñan e investigan la temática en diferentes universidades del país; representantes de asociaciones de defensa de las y los consumidores; académicos y autoridades extranjeras; entre otras personas.

Fueron recibidos gran cantidad aportes y sugerencias, muchas de las cuales hoy forman parte del texto legislativo propuesto, y al mismo tiempo se tomó nota de las necesidades reales de las y los consumidores y usuarios y las carencias de la tutela pública, ya sean desde el Poder Judicial, desde el Poder Ejecutivo, así como desde otros ámbitos u organismos con funciones en la temática.

A la vez se tuvo especial cuidado en el enfoque de género, no sólo evitando formalmente la ginopía, sino también previendo específicas herramientas para evitar la discriminación o la marginación de personas o sectores de la población tradicionalmente relegados en estos aspectos.

Ese proceso de construcción “desde abajo hacia arriba”, posibilitó pensar soluciones capaces de diseñar respuestas a las deficiencias estructurales que hoy presenta el sistema protectorio en nuestro país, así como abarcar las diferentes manifestaciones de las vulnerabilidades de las personas destinatarias de la tutela legal.

La ventaja de un Código con identidad argentina y perspectiva global, además del reconocimiento de la autonomía de la disciplina y la consolidación de sus desarrollos pensando en los desafíos venideros, es la de dotar de previsibilidad y estabilidad -seguridad jurídica- a la finalidad tutelar del sistema y, fundamentalmente, a las pautas hermenéuticas (principios y reglas) que lo distinguen de otros ordenamientos, asentadas sobre las columnas del orden público y el principio de protección, elementos que se desarrollan en forma sustancial y pormenorizada, poniendo especial atención a lo largo de sus contenidos en el enfoque de derechos humanos y la protección de personas o grupos con vulnerabilidad agravada, la protección ambiental y la necesidad de respuestas integrales a las vastas problemáticas que afectan a consumidores y usuarios.

3. Lenguaje sencillo y enfoque de género

Un Código destinado a brindar protección a las y los consumidores y usuarios debe estar redactado en forma sencilla, incluso escapándole a conceptos que, aunque sean de uso común en el mundo del derecho, no puedan ser comprendidos o den lugar a equívocos para el común de las personas. En los casos que fue necesario, se redefinen algunos conceptos o instituciones con la finalidad de

esclarecer sus contenidos y acercarlos a los destinatarios de la protección legal.

En relación al enfoque inclusivo, para ser consecuente con la amplitud y diversidad de la protección que se prevé, sin perder rigor técnico, el Código prohíbe que se discrimine o margine a personas o sectores de la población por razones de raza; color, sexo o identidad sexual, idioma, religión, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social. La prohibición se complementa con la protección que es su complemento insoslayable.

Es necesario destacar las dos premisas fundamentales que tenidas en cuenta a lo largo de todo el Código: que lo que no se nombra no se puede proteger y que es necesario proyectar un texto que además de mirar el presente, se adapte al futuro. En esa misión, de nombrar para dar entidad, con vocación de elasticidad, se menciona a las consumidoras, además de a los consumidores como tradicionalmente se ha hecho, y se pone especial énfasis también en otras identidades de género y en los colectivos desventajados de la diversidad sexual, por tener una vulnerabilidad agravada. Sin perjuicio de lo anterior, se ha elegido, en lugar de nombrar en todos los casos a las personas del colectivo LGTBIQ+, aludir a las personas que pertenezcan a cualquier grupo minoritario del espectro de la identidad de género o de la diversidad sexual, en el afán de que la protección sea perenne, independientemente de las categorías que se conocen y aceptan hasta hoy. Para estos colectivos, al igual que para los otros hipervulnerables, las autoridades están obligadas a interpretar y aplicar los principios, los derechos e incluso los procedimientos, de forma tal que sean útiles de acuerdo a sus

particularidades, adoptando las medidas de acción positiva necesarias para garantizar una protección efectiva.

En relación a la representatividad de las mujeres y otros colectivos del espectro del género tradicionalmente desventajados -personas trans, no binaries, intersexuales, etc.-, se prevé que ocupen por lo menos la mitad de los órganos y cargos con poder de decisión en las distintas esferas orgánicas que prevé el Código. Esta medida es de suma importancia porque le da verdadero contenido al discurso que atraviesa el proyecto. Es indispensable que estos grupos de personas tengan una garantía de acceso a los puestos de poder, para que se garantice la participación de quienes son destinatarios de las especiales protecciones de esta y otras leyes, que además, consuetudinariamente tienen menos acceso a la vida política de nuestro país, en cualquier esfera.

Tanto los cargos del Directorio de la Autoridad Nacional de Aplicación como de los órganos directivos de las Asociaciones de las y los consumidores, deberán ser cubiertos al menos en un cincuenta por ciento por mujeres, personas trans o no binarias.

4. Contenido y sistematización

El Proyecto de Código de Protección de las y los Consumidores de la Nación recoge y sistematiza la diversidad de contenidos e instituciones sustanciales y adjetivas que integran la materia, estructurándolas en forma lógica y comprensible, de modo de presentar, en primer lugar, los conceptos, reglas y principios esenciales de la protección

legal; luego la estructura institucional para implementar la protección y las políticas públicas que deben desarrollar las autoridades para cumplir con el mandato constitucional de proveedor protección; seguidamente se recepta la protección general en el marco de las relaciones de consumo, estableciendo los derechos de las y los consumidores y las obligaciones de los proveedores, diferenciándola de la protección específica en las relaciones contractuales, ya sea presenciales o no presenciales; posteriormente se desarrolla la responsabilidad civil y penal por incumplimientos a la normas protectorias; a continuación los procesos judiciales y los procedimientos e infracciones administrativas; y finalmente los mecanismos de participación ciudadana previendo las convenciones colectivas de consumo, las audiencias públicas y consultas públicas, con especial atención a la constitución y funcionamiento de las asociaciones de defensa de las y los consumidores.

Para receptar en su integralidad los contenidos protectorios que funcionarán como pisos mínimos de tutela, y receptar la centralidad de la protección legal en el Código propio de la materia iluminando así al resto de las normas que lo integran y complementan, fue imprescindible realizar ajustes en otras normas especiales o generales, ya sea porque se incorporan contenidos que se encontraban desperdigados, o bien porque resultó necesario uniformar los conceptos y principios troncales de la materia en clave protectoria. A raíz de ello, entre otras modificaciones, se incorporan al Código contenidos de la Ley 26.993 del Sistema de Resolución de Conflictos en las Relaciones de Consumo, y se modifican varios artículos del Código Civil y Comercial de la Nación para ajustar sus contenidos al nuevo sistema protectorio.

Así, el contenido del proyecto de Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación (CPCUN) se desarrolla en seiscientos cuarenta y siete artículos, sistematizados en un Título Preliminar denominado “Esencia de la Protección de las y los Consumidores y Usuarios”, cinco Libros denominados, el Libro Primero “Políticas Públicas y Autoridades para la Protección”, el Libro Segundo “Protección en las Relaciones de Consumo”, el Libro Tercero “Protección en los Contratos de Consumo”, el Libro Cuarto “Responsabilidad Civil y Penal en las Relaciones de Consumo”, el Libro Quinto “Garantías para la Prevención y Solución de Conflictos en las Relaciones de Consumo”, y un Título Final de disposiciones finales y transitorias.

Siguiendo esa sistematización, se informan a continuación los contenidos de cada uno de los ejes estructurales del proyecto.

II. Título Preliminar: Esencia de la protección de las y los consumidores y usuarios

1. Objeto de la protección, normas de aplicación, prelación normativa y reglas hermenéuticas

En el Título Preliminar se estructura el sistema de normas de aplicación a la protección de consumidores y usuarios y se desarrollan los conceptos troncales, los principios que rigen todo el sistema protectorio de la tutela de consumidores y usuarios estableciéndose en primer lugar, el objeto y fin del cuerpo normativo, dejando en claro su finalidad tutelar y la fuente constitucional de la protección, con expresa referencia de los artículos 42 y 43 de la Constitución Nacional,

en primer orden, y también de los tratados e instrumentos de derechos humanos, y las demás leyes y normas generales y especiales de aplicación a las relaciones de consumo. Allí queda definido el núcleo dogmático de la tutela legal.

Se destaca el sólido anclaje que tiene el esquema protectorio en las normas estructurales y fundantes del sistema político y jurídico de la República Argentina, que justifica la directiva general para todo el ordenamiento consistente en que las reglas y principios, las políticas públicas, los institutos, los procesos judiciales y los procedimientos administrativos previstos en la norma, deban ser desarrollados, implementados, aplicados e interpretados siempre de la forma que mejor conduzca a la realización de su objeto y fin, cual es “la protección de las y los consumidores y usuarios en forma individual y colectiva” para el “efectivo goce y ejercicio” de los derechos reconocidos.

Se establecen las reglas y pautas para la integración de las normas generales y especiales que se relacionan con el Código proyectado, consolidando así un conglomerado de dispositivos legales aunados por la circunstancia del reconocimiento de derechos a las y los consumidores, independientemente del carácter y jerarquía que posean. Los instrumentos de derechos humanos receptados con jerarquía constitucional en el artículo 75 inc. 22 y 23 de la Constitución Nacional, adquieren sentido y operatividad directa dentro del sistema protectorio, además de su operatividad general en la protección de los derechos fundamentales de las personas. También integran el sistema legal los demás tratados e instrumentos de derechos humanos en los que la República Argentina sea parte y los tratados de integración o bilaterales, en la medida que eleven el estándar de protección previsto en el Código.

Se deja establecido que el “ piso mínimo ” de la tutela legal de las y los consumidores y usuarios en el ordenamiento nacional es el que surge del Código de la materia, prohibiéndose cualquier restricción o regresión, ya sea que provenga de prácticas o hechos, o bien de normas que lo contradigan.

Cualquier conflicto interpretativo, ya sea que se trate de confrontación o ausencia de normas, pero también ante la falta de certeza en torno a las circunstancias del caso, deberá guiarse por la regla axiomática de la prevalencia de la interpretación y solución más favorable a las y los consumidores y usuarios.

En consonancia con la manda constitucional del segundo párrafo del artículo 42 de la Constitución Nacional, se enuncia que los “ jueces, juezas, magistrados y magistradas, las autoridades y agentes de todos los ámbitos del estado, y especialmente las autoridades de aplicación de este Código ”, deben aplicarlo con el objetivo de maximizar los derechos de las y los consumidores y respetando el orden público protectorio que impera en la materia. Esta previsión, que si bien podría entenderse como una obviedad, aparece como necesaria puesto que muchas veces se comprueba en la realidad que la clara exigencia constitucional, tal vez por su generalidad, es soslayada por las “ autoridades ”. Ahora se individualiza a las y los principales destinatarios del mandato del Constituyente.

2. Concepto legal de consumidor y expuestos a la relación de consumo

En relación al concepto legal de “consumidora” o “consumidor”, en el artículo 4 del Proyecto se recepta el presupuesto axiomático que lo define, reconociéndose “de pleno derecho” la característica inherente a esa categoría jurídica, cual es la vulnerabilidad de las personas en las relaciones de consumo.

Esta condición, unánimemente reconocida desde lo discursivo, no posee expresa recepción legal y resulta muy valiosa desde el punto de vista de la comprensión integral de los contenidos y soluciones que presenta el Código. No es necesario indagar en las circunstancias del caso, las y los consumidores son personas vulnerables, y por esa razón, destinatarias de una tutela legal preferente o diferenciada. A lo largo del texto se da respuesta, sino a todas, al menos a la enorme mayoría de los ámbitos y situaciones en las que se manifiesta esa vulnerabilidad, comprendiéndola en sus múltiples aspectos que, como se dijo, exceden largamente la “inferioridad negocial” propia de aquella concepción microsistémica que el Proyecto de Código busca superar.

La debilidad de las y los consumidores es consecuencia de factores mucho más profundos y sistémicos que los que se dan en las relaciones comerciales o contractuales, destacándose que se trata de una “subordinación estructural” en la que se encuentran situadas las personas en la sociedad de consumo, resultado del rol o posición que ocupan en ella cuando interactúan, o se encuentran expuestas, en las relaciones de consumo. Esa subordinación se manifiesta a través de múltiples “debilidades” que someten a las y los consumidores, comprendiendo entre ellas, la “debilidad

material” o económica en relación a los recursos con los que cuentan los proveedores; la “debilidad psicológica” consistente en la dominación o condicionamientos de tipo psicológico que significa el entorno y los “estímulos”, muchos de ellos nocivos, existentes en la sociedad de consumo; la “debilidad cognoscente” derivada de la disparidad de conocimientos, acceso a la información y recursos para acceder a ellos que poseen las y los consumidores en relación a los proveedores, brecha que parece tornarse cada vez más insalvable en los vínculos que se producen en entornos digitales; vinculado con lo anterior, el “desconocimiento técnico” es otro elemento que acrecienta la vulnerabilidad, ya que los proveedores profesionales conocen, o generan, los hábitos, las costumbres y las características de las y los diferentes consumidores, pudiendo dirigir de mejor manera la comercialización de sus bienes, orientándolos a determinados sectores de la población, diseñando estrategias según el poder adquisitivo de quienes serán sus receptores, desarrollando publicidades y ofertas acordes con las características de los receptores del mensaje, diversificando la producción y constantemente generando “nuevas necesidades”; y el “desconocimiento cívico” para el ejercicio de los derechos reconocidos por la legislación, siendo el Estado, y también las asociaciones de defensa de las y los consumidores, quienes tiene un rol decisivo en este aspecto, con la elaboración e implementación de políticas de difusión y educación tendientes a suprimir o atemperar la vulnerabilidad, preparando y educando a las y los consumidores para que cuenten con conocimientos suficientes para tomar decisiones de consumo adecuadas y razonadas, evitando engaños y abusos a sus derechos, y cuando ellos se concretan, orientándoles y acompañándoles a la hora de exigir su cumplimiento ante las autoridades

(Rusconi, Dante D., Manual de Derecho del Consumidor, cit., ps. 15-21).

El concepto de consumidor o consumidora, usuario o usuario receptado en el Código mantiene la estructura proveniente de la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor (LDC), destacándose como elementos caracterizantes del acto de consumo al destino final, personal, familiar o social, independientemente de si trata de una persona física o jurídica y de si el consumo es a título oneroso o gratuito. Se aclara expresamente que el vínculo de la o el consumidor con el proveedor puede ser directo, o bien indirecto, comprendiendo en este caso a la y el consumidor que la LDC actualmente caracteriza como “equiparado” y que “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”.

Se corrige así el error de redacción, o conceptual, que porta actualmente el artículo 1 de la Ley 24.240 que, pese a la amplia conceptualización de los alcances de la relación de consumo del artículo 3, en el primer precepto entiende que el vínculo indirecto entre proveedor y consumidor no se da dentro de la “relación de consumo”. La LDC caracteriza como “consumidores equiparados” a las personas que “sin ser parte de una relación de consumo”, adquieren o utilizan bienes y servicios “como consecuencia, o en ocasión de ella”. La noción descrita parecería ser derivación de aquel sesgo que equipara al “contrato de consumo” con la noción, comprensiva de éste, de “relación de consumo”. En verdad, estas personas son también consumidoras o consumidores en sentido estricto puesto que el vínculo se produce dentro del marco de una relación de consumo, con la única diferencia que no se

relacionan en forma directa con los proveedores, sino indirectamente, ya sea a través de otra u otro consumidor -directo- a través del cual adquieren o utilizan un bien, o cuando sufren algún daño o afectación proveniente de un producto o servicio sin haberlo adquirido directamente, entre un sinnúmero de situaciones.

En el segundo párrafo del artículo 4 del Proyecto se receptan dos supuestos que poseen reconocimiento jurisprudencial, tratándose de los actos de consumo que poseen destino “mixto” y destino “no profesional”. En ambos casos, es la vulnerabilidad o subordinación que se presenta en determinadas circunstancias la que justifica extender la protección a esos casos. El Proyecto aclara que la vulnerabilidad se presume cuando se trate de personas humanas o jurídicas adherentes a contratos por adhesión o a cláusulas o condiciones predispuestas, o de usuarias y usuarios de servicios públicos domiciliarios y/o esenciales.

Se trata del reconocimiento en el texto legal de determinados supuestos que vienen siendo admitidos por la jurisprudencia. Creemos que resulta ventajoso, además de previsible, posibilitar que los jueces y juezas, o las autoridades de aplicación cuando corresponda, ante estos supuestos tengan a disposición una solución que puede significar la más justa y apropiada para el caso concreto. En definitiva, el concepto de “consumidor” se encuentra determinado por una serie de factores y elementos que se combinan, y al tratarse de una noción relacional, muchas veces serán las circunstancias del caso, y el criterio de las autoridades, las que determinarán la aplicación del Código de Protección o de la legislación común.

No caben dudas que, en sí mismos, la adhesión a contratos predispuestos o a condiciones generales, en tanto

impide la discusión del contenido obligacional del vínculo entre las partes, limita o impide según el caso, la libertad de elección o la expresión de la voluntad. Lo mismo ocurre cuando se trata de usuarios de servicios públicos, los que generalmente son prestados en condiciones monopólicas o de escasa competencia. De todos modos, la vulnerabilidad o subordinación no estará únicamente determinada por esas circunstancias, que bien podrían quedar comprendidas por la legislación general, sino que deberán presentarse, en forma combinada o independiente, otros factores que la casuística jurisprudencial ha tenido en cuenta para justificar la extensión del régimen protectorio, tales como la integración parcial del bien a un proceso productivo; la no habitualidad o no profesionalidad del profano en relación al proveedor profesional respecto del bien de que se trate; la existencia de un desequilibrio evidente en la relación entre las partes; el destino principal del bien; el hecho de tratarse de una persona física y que el bien sea la única fuente de ingreso personal y familiar; que se trate de una actividad de subsistencia y de poca entidad; que el propósito final no sea disponer del bien o del servicio con carácter profesional, o transformarlo como intermediario; la inexistencia de intención de lucrar con su enajenación, o de ampliar un proceso de producción o comercialización destinado al mercado; que se trate de una persona jurídica sin fines de lucro; entre otros. En cualquier caso, conforme la propia regla interpretativa del Código, la duda llevará a la aplicación del régimen consumeril.

Lo cierto es que la modificación que introdujo la Ley 26.361 a la Ley 24.240, eliminó la exclusión que poseía el artículo 2º, que en su párrafo 2º, vedaba el carácter de consumidores o usuarios a “quienes adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o

prestación a terceros”. No obstante, se aclaró que ello no implica que lisa y llanamente cualquier empresario, comerciante o profesional pueda invocar la protección destinada a las y los consumidores, sino que el destino o utilización final y la actuación fuera del ámbito de su actividad profesional configuran, ambas, condiciones determinantes de la situación de vulnerabilidad en esos casos, circunstancias que, contrariamente a lo que ocurre respecto del “consumidor no profesional”, podrán ser rebatidas mediante prueba en contrario. Sólo aquellas personas que adquieran bienes fuera de su ámbito de actividad profesional y, además, no los incorporen de manera directa a su actividad comercial o productiva, podrán acudir al auxilio del régimen protectorio. Ello no eximirá del cuidadoso análisis de las circunstancias del caso para no desvirtuar el sistema, generalizando su aplicación extensiva a supuestos que puedan contrariar su esencia basada en el axioma del favor debilis (Rusconi, Dante D., Manual de Derecho del Consumidor, cit., p. 209).

El último párrafo del artículo 4 del Proyecto recepta a los consumidores expuestos, considerando como tales a las personas humanas o jurídicas, determinadas o indeterminadas, que se encuentren amenazadas, alcanzadas o afectadas por una relación de consumo o de cualquier manera expuestas a sus efectos o consecuencias. Se restablece de este modo la figura del “consumidor expuesto” o *by stander* como se lo conoce en el derecho anglosajón, incluida en el artículo 1 de la Ley 24.240 modificada por Ley 26.361 en el año 2008 y que, contrariando los elogios que había despertado esa figura en la mayor parte de la doctrina especializada, fue eliminada casi en simultáneo por las leyes 26.993 que aprobó el Sistema de Resolución de Conflictos en las Relaciones de Consumo, y la 26.994 que aprobó el Código Civil y Comercial de la Nación y en su Anexo II introdujo

cuestionables modificaciones a la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor. En este sentido, se criticó esa modificación puesto que implicó, sorpresivamente, reducir el ámbito de aplicación de la legislación de defensa del consumidor en una decisión objetable constitucional y convencionalmente por regresiva.

La figura de la o el consumidor expuesto implica el reconocimiento de la existencia de relaciones de consumo de vínculo indeterminado *ex ante* o relaciones de consumo en abstracto, o latentes. La relación proviene de situaciones que pueden denominarse genéricamente como de “contacto social”, como explican algunos autores brasileiros (entre otros, Miragem, Bruno, *Direito do consumidor*, Revista dos Tribunais, São Paulo, 2008, ps. 81, nota 3, con cita de Cardoso, Fernando H – Ianni, Octavio [orgs.], *Homen e sociedade. Leituras básicas de sociologia geral*, Companhia Editora Nacional, São Paulo, 1961, ps. 145-161).

En estos casos, no existe un vínculo jurídico desde antes entre el proveedor y la o el consumidor, sino que el vínculo se concreta con la materialización de los efectos de una relación de consumo que refleja o proyecta sus consecuencias hacia terceros. La protección es netamente preventiva y tiene en miras la prevención de afectaciones a la gran masa de consumidores espectadores de las relaciones de consumo que los circundan, en particular de situaciones provenientes de eventuales afectaciones medioambientales o a los derechos humanos, protecciones éstas que tienen un destacado protagonismo como eje estructural del Código, o derivadas de prácticas comerciales ilícitas, de la publicidad comercial, etcétera.

El acto de consumo o “acción de consumir” no es el único elemento caracterizante de la relación de consumo,

sino que las situaciones de exposición, en la visión amplia que orienta los contenidos del Código, pone la atención en las consecuencias sociales derivadas de la elaboración y comercialización de bienes y servicios, colocándose el interés colectivo, y la prevención de afectaciones masivas, por encima del interés individual. Es que existen un sinnúmero de situaciones en las cuales las o los consumidores pueden ver afectados sus derechos fuera de la relación de consumo a pesar de no existir una relación contractual definida, ya no en su faz individual, sino como miembros de la sociedad que poseen la expectativa legítima que sus derechos sean respetados tanto por parte del Estado, como por los particulares proveedores (Rusconi, Dante D., “Acciones judiciales de los consumidores”, ed. Juris, Rosario, 2004, p. 9).

Destacando la importancia de la recepción legal de las personas expuestas a las relaciones de consumo, en las Jornadas Nacionales de Derecho Civil reiteradamente se reconoció y valoró positivamente la figura. En efecto, en las XXIII Jornadas Nacionales de Derecho Civil realizadas en la ciudad de Tucumán en el año 2011, la Comisión N° 8 respecto del ítem “la categoría de consumidor”, coincidió por unanimidad en que la “tutela del consumidor abarca cuatro supuestos distintos, a saber: a. Quien adquiere bienes o servicios con un destino final, sea a título gratuito u oneroso (consumidor en sentido estricto). b. Quien utiliza bienes o servicios con un destino final sin ser parte de un contrato de consumo. c. El sucesor particular en los derechos adquiridos por el consumidor originario. d. Los sujetos expuestos a una relación de consumo” (ver conclusiones <http://jndcbahiablanca2015.com/wp-content/uploads/2014/02/Ed-anteriores-27-XXIIIJornadas-2011.pdf>; disponible a diciembre de 2020).

En la siguiente edición del evento, las XXIV Jornadas Nacionales de Derecho Civil celebradas en la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional de Buenos Aires en el año 2013, se volvió sobre el tema y se ratificaron, aún con mayor énfasis, las conclusiones de Tucumán; aquí se dijo, por unanimidad, que “La categoría de consumidor y usuario reconocida en nuestro ordenamiento jurídico comprende al destinatario final de bienes y servicios, y al expuesto a la relación de consumo. Esta última figura amplía la categoría conceptual del consumidor y usuario con sustento en la función preventiva y reparatoria que despliegan numerosos institutos del Derecho del Consumidor y se justifica también por la proyección colectiva que suele tener la afectación de sus derechos”, y el Despacho “A” de la mayoría, advirtió que “Cualquier intento legislativo de suprimir el “expuesto en la relación de consumo” en la LDC debe declararse inconstitucional (art. 42, CN y arts. 1º, 2º, LDC)” (ver conclusiones en <https://jndcbahiablanca2015.com/wp-content/uploads/2014/01/Ed-anteriores-28-XXIV-Jornadas-2013.pdf>, disponible a diciembre de 2020).

Pues bien, la progresividad exigible en materia de protección de las y los consumidores y usuarios, que conlleva la “no-regresión”, impone desandar aquellas modificaciones y restablecer este valioso instituto de forma tal de recuperar el estatus protectorio que se había alcanzado en 2008 con las modificaciones incorporadas por la ley 26.361.

3. Las y los consumidores con vulnerabilidad agravada o hipervulnerables

El artículo 5° del Proyecto recepta el concepto de vulnerabilidad agravada o hipervulnerabilidad que ya tiene recepción en el derecho vigente, a partir de la Resolución N° 139/2020 de la Secretaría del Comercio Interior del Ministerio de Desarrollo Productivo, dándole estatus normativo, aunque infralegal, a esta protección especial. Se considera que portan una vulnerabilidad agravada las personas humanas o grupos de ellas, que por razones personales o sociales, que pueden ser circunstanciales o permanentes, enfrenten dificultades para ejercer y gozar con plenitud sus derechos, justamente por sus condiciones o cualidades personales.

Se prevé una presunción para ciertos grupos, a modo enunciativo, a los que los tratados internacionales y la legislación local ya ha brindado una protección especial, por tratarse de colectivos tradicionalmente desventajados: niños, niñas o adolescentes; mujeres; personas que pertenezcan a cualquier grupo minoritario del espectro de la identidad de género o diversidad sexual; minorías étnicas; adultos mayores; personas enfermas o con discapacidad; personas en situación de vulnerabilidad socio-económica.

En los casos en que se considere que la persona o grupo porte una vulnerabilidad agravada, la consecuencia será la obligación de las autoridades adoptar las medidas de acción positiva que sean necesarias para garantizar una protección efectiva y adecuada a las circunstancias, incluyendo la adaptación de los procesos y procedimientos, en caso de ameritarlo la situación.

4. Los proveedores alcanzados por el ámbito de aplicación del Código

El artículo 6 del proyecto, también con base en la Ley 24.240 y en consolidada jurisprudencia y doctrina, define al proveedor como “la persona humana o jurídica de naturaleza pública o privada, que desarrolla de manera profesional, aun ocasionalmente, actividades de producción, montaje, creación material o intelectual, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución, intermediación, comercialización o prestación de bienes y servicios, entre otras, destinadas a consumidores o usuarios.”

La nota caracterizante del sujeto obligado por las disposiciones del régimen protectorio de consumidores y usuarios, es su profesionalidad, es decir el conocimiento de la actividad que desarrolla, aun cuando se trate de un acto aislado. Así como se presume la vulnerabilidad de las y los consumidores, se presume axiomáticamente, de pleno derecho, sin posibilidad de demostrar lo contrario, que el proveedor es un sujeto profesional y conoce, o debe conocer, pormenorizadamente la actividad que desarrolla y las responsabilidades que le tocan. De ahí aquella supremacía que detenta en el ámbito general de las relaciones de consumo, y particularmente la supremacía que ejerce cuando se relaciona con las y los consumidores que pone en evidencia la asimetría de estos vínculos.

Las actividades indicadas en el precepto lo son, por supuesto, a título enunciativo y dan cuenta de los ámbitos en los que los proveedores habitualmente se desempeñan. Para evitar “fugas” del sistema, se incorpora expresamente a la intermediación puesto que, no obstante ser claramente una actividad alcanzada por el ámbito de aplicación de la

legislación protectoria, recurrentemente en algunos ámbitos, como pueden ser los servicios de transporte o turísticos, o la intermediación digital en el comercio electrónico, se propicia la ajenidad de ciertos proveedores, o de determinadas situaciones, al amplio espectro de las relaciones de consumo. Como indica el texto, alejando toda duda posible, “(t)odos los proveedores que intervengan o participen de cualquier manera en esas actividades, quedan obligados al cumplimiento de la presente ley.” Bajo la denominación genérica de “proveedor” quedan alcanzados todos los sujetos que integran la denominada “cadena de comercialización”, integrada por quienes intervienen en el ciclo económico del bien o servicio hasta que éste llega a quien lo adquiere o utiliza en beneficio propio, familiar o social.

Otra novedad de importancia que trae el texto proyectado es la aclaración en el sentido que “(l)a persecución u obtención de ganancias o rentabilidad económica no es condición para ser considerado proveedor”. Esta cuestión tan elemental, no obstante, ha sido motivo de algún pronunciamiento judicial, en donde no se reconoció el carácter de proveedor a una entidad sin fines de lucro que organizó un evento sin ser un profesional de esa actividad, aunque, como expresamente aclara el texto de la Ley 24.240, “ocasionalmente” asumió ese rol. Si bien en aquel caso se presentaron ciertas particularidades que pueden convertirlo en materia opinable, es equivocado condicionar, o reducir, la “profesionalidad” a la actuación con ánimo de lucro u obtención de ganancias o renta. Aun cuando la actuación profesional y la persecución de ganancias habitualmente caracterizan, en simultáneo, la actividad de los proveedores privados en las relaciones comerciales, es sobre la noción de profesionalidad que se construye el concepto de proveedor, y se define la vulnerabilidad de las y los consumidores,

pudiendo darse casos de operaciones llevadas a cabo profesionalmente que no tengan una finalidad inmediata de rédito económico y, no obstante ello, quedar encuadradas dentro del ámbito de la ley de defensa del consumidor (Rusconi, Dante D., Manual de Derecho del Consumidor, cit., p. 213; en el mismo sentido, “¿Se aplica la ley de defensa del consumidor a actividades gratuitas realizadas por entidades sin fines de lucro?”, en www.justiciacolectiva.org.ar/1590-2/ disponible en diciembre de 2020).

Tanto el texto de la Ley 24.240, como el texto propuesto por el Proyecto de Código de Protección de las y los Consumidores de la Nación, aclaran que el proveedor puede ser una persona pública o privada, y que el vínculo entre consumidores y proveedores puede ser oneroso o gratuito. De modo que una interpretación que respete las pautas propias de la materia, no debería llevar a resultados que consagren excepciones allí donde no estén expresamente previstas en las normas protectorias.

Otra situación que ha dado lugar a ciertos titubeos en la doctrina y la jurisprudencia, es en el caso de actividades realizadas por determinados entes que, por su naturaleza pública, o por no poseer fines de lucro, en ciertos casos han sido excluidos de sus obligaciones y responsabilidades como proveedores dentro del estatuto protectorio de las y los consumidores y usuarios. Para evitar también fugas del régimen tutelar en estos supuestos y garantizar coherencia intra y extra sistema, se aclara que “(e)l Estado y los organismos o entes estatales o con participación estatal en todas sus formas, aun cuando actúen en el ejercicio de una función administrativa o se trate de relaciones regladas por el derecho público, así como las cooperativas, mutuales y asociaciones u otras entidades sin fines de lucro, serán

considerados proveedores cuando desarrollen cualquiera de las actividades enunciadas en el párrafo anterior”.

Como se señaló, la profesionalidad distingue al experto del profano y constituye la causa del desequilibrio en la relación entre ambos, generadora de las distintas situaciones de vulnerabilidad o subordinación. Por lo tanto, el Estado, cuando directa o indirectamente, asociado a particulares o delegando funciones, realiza actividades alcanzadas por la ley o presta servicios a consumidores, actúa profesionalmente en carácter de proveedor. Igualmente lo hacen las entidades privadas o “no estatales” sin fines de lucro, como ocurre con las asociaciones mutuales o cooperativas que prestan servicios públicos o intermedian en operaciones de crédito para el consumo destinadas a sus “afiliados-consumidores”.

La legislación protectoria, la anterior y la proyectada, no contemplan excepciones basada en la naturaleza jurídica de la persona que actúa profesionalmente, mucho menos es admisible que determinados regímenes sectoriales u ordenamientos locales puedan contradecir sus contenidos o establecer exclusiones. Pese a ello, es común que entidades y organismos públicos o “mixtos” (prestadores de servicios públicos, por ejemplo), o entidades privadas (mutuales, obras sociales, cooperativas, asociaciones) sostengan que no se encuentran alcanzadas por la legislación de protección de consumidores y usuarios porque su actividad se desarrolla sin ánimo lucrativo, o porque el marco legal específico expresa o implícitamente lo establece, o porque los destinatarios de su actividad reciben sus productos o servicios en carácter de “socios” o “afiliados obligatorios”, o porque cuentan con organismos de control propios, etc.

Sin embargo, cuando las actividades que desarrollan (prestaciones médicas, servicios públicos, otorgamiento de créditos o financiación para consumo, mutuos dinerarios, etc.) se ofrecen profesionalmente en el ámbito de las relaciones de consumo y con destino de consumo, no hay razón alguna que justifique una fragmentación del sistema protectorio. En una mirada mercantil si se quiere, fácil es advertir que estos proveedores concurren o compiten con proveedores privados que desarrollan esas mismas actividades, generando situaciones de manifiesta injusticia puesto que, por una lado pretenden eximirse del régimen general de aplicación a todas las relaciones de consumo en desmedro de otros actores que desarrollan la misma actividad y están sujetos al mismo, y por el otro, porque esas personas a las que se les niega su condición de consumidoras y consumidores, usuarias y usuarios, ven incrementada su vulnerabilidad al no poder acceder a sus derechos como tales y a las vías instrumentales para hacerlos valer.

Respecto a la condición de “proveedores” de los profesionales liberales con título habilitante y matrícula otorgada por colegios profesionales, tanto la doctrina como el derecho comparado no presentan uniformidad. En Gran Bretaña, la Fair Trading Act de 1973, secc. 137, ap. 2º, incluye a los profesionales liberales; en México, la Ley Federal sobre Protección del Consumidor excluye los servicios profesionales que no sean de carácter mercantil (art. 5º) y en Brasil, el Código de Defensa del Consumidor los incluye, estableciendo que “la responsabilidad personal de profesionales liberales será definida bajo verificación de culpa” (art. 14, inc. 4º).

En el debate previo a la sanción de la ley 26.361 en el Senado de la Nación se dijo que “más allá de prestar un servicio, el que presta un profesional liberal con título universitario y matrícula no puede ser asemejado al concepto de un proveedor. El profesional presta un servicio, pero no se corresponde con la conceptualización del proveedor, o lo que implica un proveedor, que comercializa bienes y servicios, bajo el contexto de la ley 24.240... En definitiva, un profesional liberal no es un agente de mercado ni económico, sino más bien un agente social (...) Se los excluye por la sencilla razón de que dichos profesionales se rigen por normas específicas, es decir, por un poder disciplinario interno de matrícula que ejercen los propios colegios profesionales. Ello tiene que ver, muchas veces, con colegios profesionales que funcionan con ciertas pautas que están establecidas en la ciudad de Buenos Aires o en las propias provincias, que son materias concretas reservadas a ellas y que no fueron delegadas al poder central” (Versión taquigráfica; intervención del senador Petcoff Naidenoff). En este último sentido también se ha expedido la Corte Suprema de la Nación (Fallos 315:1013 y Fallos 304:1588).

Teniendo en cuenta lo anterior, se mantiene la exclusión del carácter de proveedores establecido en el artículo 2 de la Ley 24.240, pero aplicándoseles las reglas generales previstas en materia de prácticas comerciales y publicidad, o bien todas las disposiciones del Código cuando realizan actividades comerciales o ajenas a su incumbencia profesional en carácter de proveedores.

5. La relación de consumo

El ámbito material e inmaterial - ya que alcanza a los vínculos en entornos digitales - de aplicación del Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación está determinado por la noción de “relación de consumo”, comprensiva del amplio espectro de vínculos que se presentan en ese escenario.

El artículo 7 del Proyecto conserva, en sustancia, la noción contenida en el artículo 3 de la Ley 24.240 conforme la modificación que le introdujera la Ley 26.361, aunque se la explicita en forma más ilustrativa teniendo en cuenta las elaboraciones doctrinarias y jurisprudenciales al respecto.

En primer lugar, se aclara que la relación de consumo puede ser un vínculo individual o colectivo, algo que podría entenderse como una obviedad, pero refleja la importancia que el Código le otorga a las facetas colectiva y preventiva de la tutela de consumidores y usuarios. Y al mismo tiempo, se señalan, de manera enunciativa, las múltiples áreas de incidencia de ese vínculo, comprendiendo las situaciones de contacto social o exposición y las consecuencias de la información, de la publicidad, las prácticas comerciales, las derivadas de conductas monopólicas o anticompetitivas, la generación de riesgos y el deber de seguridad, las conductas antiambientales y las contrarias a los derechos humanos. Tampoco aquí existen grandes novedades, puesto que todas estas situaciones ya han sido motivo de pronunciamientos judiciales basados en la aplicación de la legislación de protección de las y los consumidores; aunque, también es cierto, a menudo se escuchan voces disonantes que advierten sobre demasías o insustancialidades en la tutela legal.

Tanto la doctrina como la jurisprudencia fueron forjando y robusteciendo a través de los años la idea, a esta altura ya consolidada como uno de los conceptos medulares de la materia, que la adopción en el artículo 42 de la Constitución Nacional, de la expresión “relación de consumo” implicó evitar circunscribir los derechos y garantías propios de las y los consumidores a “lo contractual” y, por el contrario, reconocerlos con una visión mucho más amplia, en todas las circunstancias que rodean o se refieren o constituyen un antecedente o son una consecuencia de la actividad encaminada a satisfacer la demanda de bienes y servicios con destino final (algunos de los precedentes jurisprudenciales más recordados en este sentido son “Bloise de Tucchi”, Sup. Corte Mendoza, 26/7/2002; “Torres, Érica”, C. Nac. Civ., sala F, 17/9/2003; “Bianchi”, Corte Sup. Nación, Fallos 329:4944; “Mosca”, Corte Sup. Nac., Fallos 330:563, entre muchos).

La atención de la protección se centra en las eventualidades que pueden presentarse cuando las personas son alcanzadas, aún de manera involuntaria, por las circunstancias o los elementos de los que se vale el proveedor para desarrollar su actividad. El simple hecho de transitar por las instalaciones de un establecimiento comercial, por las inmediaciones de un estadio, o por una autovía concesionada, por ejemplo, ámbitos materiales aquellos a los que cabe agregar ahora las situaciones cada vez más frecuentes de afectaciones en el mundo digital, hace que las personas accedan al estatus de consumidores o usuarios amparados por la legislación protectoria.

La fuente de la relación de consumo - contractual o extracontractual, utilizando categorías ya perimidas en la materia - pasa a ser un elemento indiferente a la hora de su

conceptualización. Tanto la Ley 24.240, como el Código proyectado, indican que la relación de consumo es un “vínculo jurídico” entre proveedores y las y los consumidores, determinados o indeterminados, vínculo que podrá tener como causa un hecho jurídico entendido como todo acontecimiento que produzca el nacimiento de relaciones o situaciones jurídicas (art. 257, CCCN), un simple acto lícito (art. 258, CCCN), o bien un acto jurídico en sentido estricto, como acto voluntario lícito destinado a la adquisición, extinción o modificación de relaciones o situaciones jurídicas (art. 259, CCCN).

Tales actos pueden ser gratuitos u onerosos, directos o indirectos, con lo cual, las posibilidades de vínculos o relaciones de consumo que se presentan son prácticamente inagotables, puesto que serán tantas como posibilidades de relacionamiento, contacto o exposición, entre consumidores y proveedores existan. Quedan alcanzadas las denominadas “prácticas comerciales” lícitas e ilícitas (publicidad, ofertas, exhibiciones, prácticas desleales o anticompetitivas, etc.); las amenazas o los daños causados individualmente o a la colectividad de consumidores por productos elaborados, o los derivados de los procesos de producción, elaboración, o comercialización de bienes y servicios; las afectaciones a derechos de incidencia colectiva lesionados en forma individual y homogénea, y también las amenazas o afectaciones indivisibles a los valores y al patrimonio social, tales como el medioambiente, la salud de la población en su aspecto colectivo, los derechos humanos y los valores culturales, entre un sinfín de situaciones.

De lo anterior se sigue que, encontrándose presentes, aun cuando indeterminados, los dos polos que constituyen el componente subjetivo del vínculo de consumo, una o un

consumidor y un proveedor profesional, en el marco de una actividad de las enunciadas en el artículo 6, se encuentran presentes los presupuestos indispensables para la activación del sistema legal protectorio y todo su andamiaje de herramientas de implementación y garantías jurisdiccionales.

6. Principios y derechos para la protección de las y los consumidores y usuarios

El Capítulo II del Título Preliminar está destinado el enunciado de los principios que orientan toda la protección de las y los consumidores y usuarios, y también de los derechos que, como se sabe, poseen expresa recepción en el artículo 42 de la Constitución Nacional, aunque ahora se los amplían visibilizando, con carácter enunciativo, aquellos que se encontraban implícitamente reconocidos y son adaptados a las nuevas necesidades protectorias.

6.1. Principios

El Derecho del Consumidor es por esencia dinámico en tanto las relaciones de consumo se encuentran en constante transformación, razón por la cual sus conceptos y contenidos deben ser lo suficientemente maleables como para comprender el enorme abanico de situaciones a las que se aplican. Pero la adecuación de sus preceptos por parte del intérprete - autoridades de aplicación, jueces, legisladores, etcétera - podría llegar a modificar su esencia, desvirtuando

en su aplicación dinámica los principios sobre los que se ha construido y evolucionado.

El peligro de deformación en la praxis, implementación y desarrollo de los alcances del Derecho del Consumidor y sus normas protectorias, estará suficientemente alejado si al aplicar sus contenidos a las realidades sobre las que actúa, no son perdidos de vista sus cimientos genéticos y la razón de ser del conjunto de herramientas, conceptos y lineamientos que lo conforman. Con esa finalidad, el artículo 8 describe dieciséis principios que, en interacción con las reglas de interpretación, integración y prelación normativa contenidas en los artículos 1, 2 y 3, consolidan el piso mínimo de protección, estructuran una tutela legal con bases y sustancia propias, y terminan de definir la centralidad del sistema y el diálogo intrasistémico y con el resto del ordenamiento.

Los principios enunciados son el de progresividad y no regresión; de acceso al consumo; de protección de los intereses económicos; de acceso a la información; de transparencia y explicabilidad de las tecnologías y los algoritmos; de consumo sustentable; de protección específica a personas con vulnerabilidad agravada; de respeto de la dignidad de la persona humana; de prevención de riesgos y daños; de precaución; antidiscriminatorio; de primacía de la realidad; de inoponibilidad de la personalidad jurídica; de equiparación; de participación y asociación; y el principio general de protección.

Como se notará, muchos de los principios enunciados poseen su correlato en derechos concretos de las y los consumidores y en reglamentaciones pormenorizadas de sus proyecciones en los vínculos de consumo que son desgranadas a lo largo del articulado; mientras que otros

principios, son construcciones más amplias o abiertas que sirven de directrices generales, orientadas a dotar de uniformidad y consistencia a la dinámica de todo el sistema protectorio. De forma tal que los principios que orientan el Código proyectado, no sólo son “mandatos de optimización” o “directrices políticas” como se los conoce, que podrían ser cumplidos en mayor o menor grado, o sujetas a ponderación según el caso, sino que, en primer lugar, en tanto se conectan con concretos derechos que completan, complementan o refuerzan, a la vez, potenciarán las reglas definidas en los dispositivos contemplados en los diferentes bloques o ejes que estructuran la tutela legal; en simultáneo, servirán de norte para el desarrollo y evolución de la protección al compás de aquella naturaleza cambiante de las relaciones de consumo.

Todo el sistema de derechos y principios se rige por las reglas receptadas en los tres primeros artículos del Título Preliminar, de forma tal que, independientemente de si se trata de reglas o principios, tanto las políticas públicas, los institutos y disposiciones normativas, los procesos judiciales y los procedimientos administrativos, siempre deberán ser desarrollados, implementados, aplicados e interpretados de la forma que mejor conduzca a la realización del objeto y fin del Código: “la protección de las y los consumidores y usuarios en forma individual y colectiva” (artículo 1); en la medida que eleven el estándar de protección previsto en el Código que configura el presupuesto mínimo de protección y no podrá ser restringido ni modificado regresivamente por prácticas ni otras normas (artículo 2), y todo ello, “siempre con la finalidad de maximizar los derechos de las y los consumidores y usuarios” (artículo 3).

El blindaje “no dispositivo”, ni sujeto a ponderación regresiva del esquema tutelar descripto, se cierra con el orden público de los derechos de las y los consumidores, que también capitalizando las enseñanzas provenientes de las marchas y contramarchas en torno a los diferentes aspectos de la materia, se lo renueva y desarrolla en el artículo 10 del Proyecto.

6.2. Derechos

Los derechos de las y los consumidores y usuarios abarcan los diferentes ámbitos y vinculaciones alcanzados por las relaciones de consumo, comprendiendo aspectos sustanciales y generales que, con las particularidades propias de la disciplina, se confunden o se funden con los derechos generales de la ciudadanía, tales como el derecho a recibir educación, a la protección de la salud, a condiciones de trato equitativo y digno, a gozar de servicios públicos de calidad o a la protección de los intereses económicos. Otros derechos poseen una “identidad consumeril” más marcada, ya sea por su relevancia conceptual o estructurante de la materia, como el derecho a la libertad de elección, a la protección de los intereses económicos, a la transparencia y competencia en los mercados, el derecho a la información, que se irradia en todos los institutos que componen el régimen protectorio. También existen derechos de orden instrumental, orientados a asegurar la operatividad e implementación de los primeros, entre ellos, el derecho a procedimientos eficaces para la resolución de conflictos, a la participación mediante la conformación de asociaciones que representen los intereses de las y los consumidores, etcétera.

Esa amplia gama de prerrogativas legales, que es desgranada en los diferentes incisos del artículo 9 del proyecto, posee un claro sentido protectorio, interactuando y complementándose entre sí de forma tal que unos no tendrían sentido, o exigibilidad, sin la existencia y el debido respeto de los restantes. El arribo de los derechos de las y los consumidores y usuarios a los textos constitucionales y su simbiosis con los instrumentos internacionales de derechos humanos, como ocurrió en nuestro país en el año 1994, le han dado a nuestra materia rasgos bien definidos de “derecho socializante”, permitiendo construir una plataforma axiomática de raíz sólida y coherente, enfocada en la transparencia, la lealtad y el sentido colectivo de las relaciones de consumo.

Estos derechos también involucran e interpelan al propio Estado, que tiene que proveer activamente a su protección y desarrollo mediante la implementación de políticas públicas y de acciones concretas desde todos sus ámbitos de gestión. Promover el bien común, o bienestar general según el Preámbulo de la Constitución Nacional, mediante acciones positivas es una función insoslayable del estado moderno, inseparable de la clásica función de prevención de daños, como dos caras de una misma moneda (Gordillo, Agustín, Tratado de derecho administrativo, t. 2, “La defensa del usuario y del administrado”, 9ª ed., Fundación de Derecho Administrativo, Buenos Aires, 2009, ps. V-12 y ss.).

Por ello, la protección pública de las y los consumidores y usuarios debe concretarse desde las tres funciones clásicas del Estado, desde la función legislativa, la función administrativa y la función judicial (Rusconi, Dante D., “La protección de consumidores y usuarios como función esencial del Estado argentino”, en obra colectiva “Ejercicio de la función pública. Ética y transparencia - en homenaje al Prof.

Bartolomé Fiorini”, D’Argenio, Inés, dir., Platense, La Plata, 2007, ps. 331 y ss.). Con ese enfoque, es dable afirmar que se trata de “derechos bifrontes o bivalentes”, que repercuten tanto en el ámbito de las relaciones privadas, como también en la esfera pública, marcando pautas concretas en materia de políticas estatales de protección, fomento, educación y divulgación de los contenidos de la materia.

El enunciado de derechos del artículo 9, como se dijo, se asienta sobre los expresamente reconocidos en el artículo 42 de la Constitución Nacional, pero también saca a la luz otros implícitos, y todos ellos son receptados prestando especial atención a los ejes estructurales que sostienen la protección de las y los consumidores a lo largo del articulado del Código, a saber: la importancia del medio ambiente, el enfoque de derechos humanos con especial atención a los grupos desaventajados o relegados, las relaciones en entornos digitales y el impacto de la utilización de las tecnologías y procesos automatizados en las relaciones de consumo.

El listado describe quince derechos, sin perjuicio de otros que explícita o implícitamente surjan de los principios generales de la materia receptados en el artículo 8 y de las demás normas de aplicación a las relaciones de consumo. Entre ellos destacamos, por su trascendencia y transversalidad a todos los demás, el de obtener educación, un aspecto que se desarrolla profundamente en los capítulos de políticas públicas, en particular en el Capítulo II del Título I del Libro Primero, y el derecho de acceso a bienes y servicios esenciales “en especial aquellos relacionados con la salud de las personas y las necesarias para gozar o alcanzar condiciones dignas de vida y de desarrollo personal y familiar”.

Igualmente, el derecho a la información es enunciado en sus dimensiones más importantes y recuperando sus características distintivas que, por diferentes razones, fueron perdiéndose con las sucesivas reformas sobre el punto. Así, se aclara que la información debe ser “veraz, objetiva, oportuna, detallada, gratuita y adecuada a las circunstancias del caso”, todas notas imprescindibles para su debido cumplimiento, y a la vez se lo robustece y adecúa a los desafíos e incógnitas que presentan las nuevas relaciones de consumo en la sociedad digital, comprendiendo todo lo relacionado con el uso o aplicación de las tecnologías, la inteligencia artificial u otros procesos automatizados, para la producción, desarrollo, fabricación o comercialización de bienes y servicios, así como el derecho a conocer y entender el funcionamiento de los mismos.

Se contemplan derechos en los diferentes ámbitos que actualmente afectan a las y los consumidores, y que a la vez, se avizoran como causas de problemáticas futuras, entre ellas, el sobreendeudamiento, la protección de los datos personales y contra las prácticas abusivas, engañosas o discriminatorias en los entornos digitales, derechos contra conductas antiambientales, así como a obtener una reparación integral, comprensiva de los daños extrapatrimoniales sufridos en forma individual o colectiva, a contar con procesos y procedimientos judiciales y efectivos y a recibir protección de parte de las autoridades, a participar en forma individual, colectiva o asociada, en el control de actividades y toma de decisiones que los involucren, etcétera. El reconocimiento de derechos de las y los consumidores y usuarios no es meramente declamativo, sino que cada uno de ellos es desarrollado e instrumentados en los diferentes ejes de contenidos que conforman el Código proyectado.

Insistimos en poner de resalto que son “derechos-deberes” puesto que, en su aspecto positivo, implican prerrogativas colocadas en cabeza de las y los consumidores, exigibles frente a los proveedores. Pero también, desde la perspectiva negativa o “pasiva”, implican deberes de conducta o de abstención operativos, incluso sin que exista un vínculo concreto. Los derechos de las y los consumidores y usuarios se encuentran protegidos, desde la propia Constitución Nacional, independientemente de su afectación particularizada y concreta, configurándose como derechos en “expectativa constante”, o mejor expresado, de tutela permanente, sin que siquiera sea necesaria una amenaza inminente de afectación.

Esta renovada mirada hace que el nuevo derecho del consumidor argentino proyectado en el Código, ejerza su verdadera función de derecho socializador, ocupándose de un sujeto inmerso en la sociedad de consumo, influenciado, condicionado y agraviado por el mercado; disminuido —y hasta sometido— en sus libertades; que no negocia ni discute con los proveedores, sino que adhiere, asiente o presta conformidad, y muchas veces ni siquiera esto. Dedicamos atención a la y el consumidor atomizado, multiplicado por miles como partícipe de la masa de consumidores, falto de individualidad y carente de representación; tentado por la publicidad y, al mismo tiempo, insatisfecho por la publicidad; pasible de daños que se intentan justificar en aras del desarrollo económico. Con esa impronta omnicomprensiva, pero sin perder de vista su razón de ser, el derecho del consumidor encuentra su rumbo en estos tiempos, muy distintos a los de sus orígenes.

7. Orden público y prescripción

7.1. Orden público

El principio protectorio y el orden público, son los dos pilares de cualquier sistema que busque la protección de un grupo particularmente desaventajado. Por este motivo, su impacto en la protección de los consumidores y este Código, son centrales, y permanentes en todo su articulado.

Salimos de un planteo genérico como el establecido en la Ley 24.240 original en su artículo 65, para pasar a un texto que contiene una declaración clara sobre sus características, objetivos y alcances. Nos alejamos también, de errores de planteo que equiparan al orden público con un principio, cuando el mismo corresponde a una regla declarativa, con consecuencias específicas limitantes de la libertad de las partes. De esta manera se asegura de la mayor manera posible, que la interpretación judicial no termine desvirtuando la fuerza de esta declaración, o poniendo otros principios (como ha sucedido repetidas veces alegando la “mala fe” de los consumidores o su asentimiento, para dar con tierra con las limitaciones de esta declaración, tenemos en “Prevención, Asesoramiento y Defensa del Consumidor e/ BankBoston N.A. s/ sumarísimo”, CSJ 717/2010 (46-P)/CS1, ejemplo claro de esto que tuvo que llegar al máximo tribunal de la Nación).

En esencia, la declaración que efectúa el Código, busca alcanzar su extensión temporal y material (se establece desde cuándo y hasta cuándo rige, así como a qué normativa se extiende, resolviendo su alcance en los casos de integración normativa y aclarando para evitar dudas, su alcance a los contratos en toda su extensión), así como dejar salvada cualquier duda sobre la finalidad del instituto y mecánica de interpretación judicial. De esta manera, se busca evitar una interpretación que ponga por encima la protección

de una o un consumidor en concreto (y tome así en cuenta sus características personales), para orientar sin dudas la solución a la protección de las y los consumidores en su conjunto, objetivo final del orden público. De la misma manera, es una obligación de la autoridad a cargo de los procesos judiciales y administrativos, el necesario análisis del impacto general de la decisión particular, análisis cuya falta implica en esta rama del derecho un problema grave, ya que la inmensa mayoría de los problemas son en masa y a escala. Así, se asegura un piso de derechos sólido para todos los casos, y una intervención efectiva del estado en la regulación del mismo, en lugar de priorizar las circunstancias de cada caso concreto y distorsionar así la protección buscada.

Otra novedad del Código, es establecer los mecanismos de transacción y la imposibilidad expresa de la renuncia. El esquema anterior de la Ley 24.240 (con la declaración general de la ley), debió haber dado -en una interpretación integral con el Código Civil mediante su art. 887 y luego el Código Civil y Comercial en su art. 994- como resultado una ausencia total de duda sobre esta prohibición: esto no sucedió. En la práctica, mediante el acotamiento del alcance de la declaración (teorías que aseveraban que determinados artículos no estaban dentro de la declaración, o que eran los jueces los que debían determinar cuándo había orden público y no el legislador en la norma), se fundaron soluciones en que la renuncia de derechos de orden público no sólo era aceptada, sino que se presentaba como “razonable”. Tan así fue, que incluso propuestas normativas intentaron establecer la renuncia de derechos trayendo modelos de países como Chile, en donde el orden público no es una regla de protección del Derecho de los Consumidores (y los derechos de las y los consumidores ni siquiera tienen jerarquía constitucional). Al igual que en otros derechos protectorios, y en cualquier

normativa de orden público, la renuncia de derechos es inaceptable, ya que habilitar esto, implica que los particulares puedan pasar por debajo del piso que el estado fija en la materia y de esta manera, que el fuerte se imponga sin controles sobre el sujeto de protección. Por eso, al igual que en el Derecho del Trabajador (en donde este punto fue trabajado con mayor amplitud doctrinaria y jurisprudencial, y siguiendo el trabajo “El orden público en el derecho del consumidor, y los límites a las renunciaciones y transacciones”, La Ley, Revista de Derecho Comercial y De Las Obligaciones N° 289, pág. 265, Perez Hazaña, Alejandro), se establecen los mecanismos para permitir la transacción -no la renuncia que sigue prohibida de acuerdo al mecanismo vigente desde su origen para el orden público-. Lo establecido, tiene correlato directo en las mecánicas de transacción en la instancia prejudicial (COPREC), en la administrativa, en la judicial individual y colectiva.

La declaración del orden público que corresponde a un código de esta magnitud, busca dar respuestas a todos los problemas que se han dado en la práctica en un instituto que es pilar de la materia y de cualquier sistema protectorio. Su alcance lo vemos en todo el Código, justifica la publicidad de las decisiones, la intervención del Ministerio Público y otros, habilita la participación de los legitimados colectivos en problemáticas de todo tipo, explican los controles fuertes para todo tipo de acuerdo, así como las declaraciones expresas de las y los magistrados en cualquier caso en que se afecte el mismo. Buscamos así, pasar a un esquema transparente y coherente de protección, que dé respuesta a todos los interrogantes planteados en estos 25 años de trabajo en la materia y que aumenten el estándar de protección de las y los consumidores, así como las herramientas de protección del estado para evitar distorsiones.

El orden público y el principio constitucional protectorio son los pilares del sistema de la materia y de este Código. Estas bases y la jerarquía de la materia, son las herramientas que permiten concluir que el enfoque debe ser social, y el objetivo a tener en cuenta es el impacto en la comunidad de las soluciones que se tomen. Con esto en mente, podemos dejar de lado los planteos individualistas que se sostienen en posturas relacionadas con la capacidad de consentimiento y los vicios derivados.

Este enfoque social de la materia, derivado necesariamente del orden público que la imbuye, implica en muchos casos, poner por encima de los intereses individuales, las graves consecuencias en la sociedad de consumo de masas, de la repetición del problema o las consecuencias en otros consumidores que las violaciones al orden público generan. Tenemos que dar pasos firmes, para no solo declamar la importancia de la materia, su jerarquía constitucional y su carácter protectorio, sino para dar soluciones y respuestas que sostengan estas afirmaciones y se paren claramente del lado de los consumidores, evitando todo tipo de renunciaciones y transacciones que rompen todo el esfuerzo judicial, legislativo y social, con un plumazo.

A la hora de interpretar el orden público, debemos recordar que la CSJN hace mucho tiempo resolvió este problema en el derecho laboral, dándole al mercado el cariz humanístico que debe tener para cumplir cualquier objetivo. En materia laboral primero y en derecho del consumidor en “CEPIS”, ha afirmado que *“(r)esulta claro que el hombre no debe ser objeto de mercado alguno, sino señor de todos éstos, los cuales sólo encuentran sentido y validez si tributan a la realización de los derechos de aquél y del bien común. De ahí que no debe ser el mercado el que someta a sus reglas*

y pretensiones las medidas del hombre ni los contenidos y alcances de los derechos humanos. Por el contrario, es el mercado el que debe adaptarse a los moldes fundamentales que representan la Constitución Nacional y el Derecho Internacional de los Derechos Humanos de jerarquía constitucional, bajo pena de caer en la ilegalidad". Es ese el norte de esta propuesta, y la guía que tuvimos a la hora de generar las distintas respuestas legislativas.

7.2. Prescripción

El régimen de la prescripción en las relaciones de consumo es un aspecto sustancial en la protección de los derechos e intereses económicos de las y los consumidores. En particular, este Proyecto de Código (art. 11) abandona una histórica concepción unidireccional de la prescripción, desde las y los consumidores en el ejercicio de sus derechos, para contemplar también la prescripción de las acciones contra las y los consumidores.

En la prescripción de las acciones judiciales de las y los consumidores, este Proyecto de Código contempla un plazo mínimo de cinco años, de modo coherente con la regulación vigente (art. 2560 Cod. Civ. y Com.), que se integra con la regla del plazo más favorable a la o el consumidor en los casos que la legislación contemple otros distintos. De este modo, sin reducir el estándar de protección vigente (a contrario de otras iniciativas regresivas que proponen el retorno del plazo trienal), se corrigen los efectos negativos de la reforma que introdujo la Ley 26.994, especialmente para las y los consumidores de seguros (ej. Cám. Civ. y Com. Primera, Sala II, "Nader, Juan Manuel c/ Caja de Seguros S.A.

s/ daños y perjuicios” causa 273.645; Rusconi, Dante D., Manual de Defensa del Consumidor, cit., p. 142-144).

Asimismo, se reincorpora el efecto interruptivo del inicio de las actuaciones administrativas (art. 50 LDC original y mod. Ley 26.631) derogado por la Ley 26.994. En este aspecto, este Proyecto de Código reafirma la instancia administrativa ante la autoridad de aplicación como un mecanismo de efectiva protección y recomposición de las y los consumidores, corrigiendo una reforma regresiva en perjuicio de las autoridades provinciales debido a que el COPREC sí conservó estos efectos para las y los consumidores en su ámbito de implementación (art. 6 Ley 26.993).

En cuanto a la prescripción de las acciones judiciales contra las y los consumidores, es decir, de obligaciones a cargo de las y los consumidores con origen en una relación de consumo, sea o no un proveedor el accionante (ej. cesionarios, endosatarios, derechos a favor de terceros), se establece un plazo máximo trienal, aplicándose los contemplados en otras leyes generales o especiales cuando resulten más breves (propuesta de los Proyectos S-2576/19, 3143-D-2020, 5156-D-2020). La prescripción de estas acciones integra la protección de las y los consumidores ante situaciones de sobreendeudamiento, por restringir la posibilidad de agravar la obligación por el transcurso del tiempo (intereses moratorios y punitivos) antes de ingresar en el sistema judicial y/o por acercar en el tiempo una solución definitiva.

Este Proyecto de Código propone un cambio sustancial en el régimen de la prescripción en las relaciones de consumo dado por el carácter irrenunciable de la prescripción liberatoria ganada por las y los consumidores y

la obligación judicial de declararla de oficio cuando se haya verificado en estos casos. Con fuente en los Proyectos 7775-D-2018 y 0384-D-2020, esta regulación se aparta de la legislación vigente (art. 2552 Cod. Civ. y Com.) en estos casos que el proveedor no ha actuado de modo diligente en la gestión de sus créditos.

Además de erradicar prácticas abusivas actuales en el cobro de estas obligaciones naturales (problemática a la que responden los Proyectos 3472-D-2017, 5913-D-2017, 2244-D-2019, 3740-D-2020, entre otros), que resultan contrarias al orden público y un abuso de la vulnerabilidad estructural de las y los consumidores, se corrige una realidad dada por la baja concurrencia de las y los consumidores a defenderse y oponer la prescripción en estos procesos.

En cuanto a los orígenes de esta restricción (art. 3964 Cod. Civ.), se inscribe en un paradigma en el cual el juez era un mero espectador, las relaciones se entendían paritarias y regidas por la autonomía de la voluntad, con una prueba a cargo de la parte interesada (nota al art. 3964). En este aspecto, el Derecho del Consumidor responde a un paradigma diferente, el cual reconoce la asimetría estructural entre las partes con un sentido protectorio.

Si bien Vélez Sarsfield invoca la obligación moral del deudor que lo disuade de oponer la prescripción, desde una perspectiva valorativa encontramos que, además de la escasa concurrencia de las y los consumidores a estos procesos a efectos de defenderse, también resulta excepcional que un proveedor abone obligaciones prescriptas en su giro comercial (sean fiscales, laborales, en favor de una o un consumidor, o de otra naturaleza). Es decir, no nos encontramos ante una o un consumidor que opta por renunciar a la prescripción liberatoria ganada por sus

convicciones, sino ante una asimetría en la capacidad de ejercerla.

En consecuencia, a efectos de corregir esta asimetría estructural y de brindar una efectiva protección de las y los consumidores, especialmente frente a situaciones de sobreendeudamiento, este Proyecto de Código opta por una tutela calificada.

Por último, aclarando que este régimen de la prescripción no comprende la prescripción de los delitos en las relaciones, se regula la prescripción de las sanciones administrativas emergentes de este Código y sus acciones de ejecución, estableciéndose el plazo de cinco años y la interrupción por la comisión de nuevas infracciones o el inicio de las actuaciones administrativas (art. 50 LDC).

III. Libro Primero: Políticas públicas y autoridades para la protección

1. Introducción

El Libro Primero de este Código está destinado al diseño e implementación de las políticas públicas para la protección de las y los consumidores y usuarios, desarrollando el mandato constitucional y jerarquizando el rol del Estado en la materia (artículo 12). De este modo, se establecen las directrices que orientan el accionar de las autoridades nacionales, en coordinación con las jurisdicciones locales en el marco de su autonomía y el respeto al federalismo.

Este Código establece como objetivos generales de la política pública la protección de las y los consumidores, así como el acceso al consumo entendido desde la dignidad de la persona, como contracara del consumismo, con una perspectiva integral de la persona con especial atención a su educación para interactuar en la sociedad de consumo y el cumplimiento de determinados estándares para asegurar que el consumo sustentable. Asimismo, en el marco de la interrelación, indivisibilidad e interdependencia del Derecho de las y los Consumidores y los Derechos Humanos en nuestro ámbito nacional, se recepta de modo expreso la obligación estatal de implementar las medidas positivas para asegurar el efectivo disfrute y tutela de los derechos de las personas que integran grupos con vulnerabilidad agravada.

Entre las políticas públicas contempladas, se destacan la generación de programas de educación e información, con especial recepción de la vulnerabilidad de las y los consumidores en las relaciones de consumo en entornos digitales; el fomento del asociativismo como herramienta de participación y defensa de los derechos e intereses de las y los consumidores, a través de sus asociaciones, de modo coherente con los principios constitucionales y convencionales en la materia; la búsqueda de la solución colectiva y preventiva de los conflictos; la protección de la salud, seguridad e integridad de las y los consumidores y usuarios; la erradicación de toda práctica discriminatoria o violenta, con especial recepción de los compromisos internacionales en materia de género; la vigilancia del cumplimiento de las normas, obligaciones y estándares de calidad por parte de los proveedores; la prevención y solución de situaciones de sobreendeudamiento, entendiendo las mismas desde la afectación a la dignidad de la persona y la protección de familia; el abordaje de las problemáticas

zonales, regionales, locales o sectoriales de una forma situada, que asegure la protección adecuada y eficiente, con la participación de las personas afectadas; la promoción de la responsabilidad social empresarial y el fomento de la competencia entre los proveedores; la coordinación, cooperación e intercambio entre las autoridades de las distintas jurisdicciones, poderes del estado, asociaciones de defensa de las y los consumidores, y demás actores involucrados en la tutela de los derechos de las y los consumidores.

2. Educación

El Código entiende que la educación para las relaciones de consumo tiene por fin formar personas críticas y autónomas, con herramientas que les permitan ejercer sus derechos, fortaleciendo sus capacidades para acceder a la justicia y que les permitan identificar sus reales necesidades (artículo 14). En consecuencia, se prevé la incorporación de la temática a los diseños curriculares en todos los niveles educativos, como herramienta indispensable para la consolidación de los objetivos descriptos y la consecuente capacitación a las y los educadores.

Se destaca que esta política pública nacional tiene un rol central para lograr cambios estructurales en el mercado y en la sociedad, al mismo tiempo que se reconoce su necesidad de un diseño situado, que recepte el contexto social, cultural y necesidades de las personas destinatarias. Con ese objetivo se prevé específicamente las necesidades educativas de las y los consumidores y usuarios con vulnerabilidad agravada (artículo 19), en materia de

educación financiera (artículo 20), la educación ambiental (artículo 21) y la educación tecnológica y digital (artículo 22).

3. Coordinación interjurisdiccional, seguimiento y rendición de cuentas

Este Código le asigna un rol preponderante a la coordinación, cooperación e intercambio entre las autoridades de las distintas jurisdicciones, así como con otros actores que intervienen en la protección de las y los consumidores, respetando el federalismo y la división de poderes como principio rector. En consecuencia, además de establecerse ámbitos destinados a tal fin, este Código le asigna a la Autoridad Nacional de Aplicación, como mandato específico, implementar medidas de capacitación y asesoramiento, entre otras, para fortalecer el sistema de protección de las y los consumidores en sus distintas dimensiones.

De este modo, se destaca la formación de las y los operadores, la promoción de conocimiento científico y multidisciplinario en la materia, la recolección de datos a fines estadísticos (Pérez Hazaña, Alejandro A. A. "Sistema de estadísticas de Defensa del Consumidor", en Revista del colegio de abogados de la plata, nº79, 2014, p.169-175) y el fortalecimiento de las autoridades de aplicación locales (en un sentido material y de recursos humanos). Asimismo, se incorpora también a los proveedores como colaboradores en la difusión de estas políticas públicas, medida que permite llegar a las y los consumidores de un modo dirigido con un manejo eficiente de los recursos.

Resulta importante y de suma utilidad, la recepción de la planificación en materia de políticas públicas y de mecanismos de seguimiento y rendición de cuentas. Se contempla la creación de un plan anual de políticas públicas y otro de mediano plazo, de forma tal de dotarlas de previsibilidad y operatividad, así como de asegurar la transparencia en el seguimiento de la ejecución de las mismas y el estado de realización del presupuesto que se les adjudique (artículos 27 y 28).

4. El Sistema Nacional de Defensa de las y los Consumidores

4.1. La Autoridad de las Relaciones de Consumo de Argentina (A.R.C.A.) y las autoridades locales

En cuanto a la autoridad de aplicación nacional, de modo coherente con los principios y objetivos que este Código recepta, en el artículo 29 se proyecta la creación de un organismo autárquico con independencia funcional y financiera cuya denominación es Autoridad de las Relaciones de Consumo de Argentina (A.R.C.A.). De este modo, se asegura la continuidad en el tiempo de las políticas públicas dirigidas a las y los consumidores, así como el debido cumplimiento de todas las funciones de la autoridad de aplicación con una orientación genuinamente protectoria de las y los consumidores y que supere las acciones que demande una coyuntura determinada (Rusconi, Dante D., Manual de Derecho del Consumidor, cit., ps. 752-755).

Con una composición orgánica que busca cubrir las múltiples áreas de gestión, con la dirección y representación legal asignada al Directorio y las competencias específicas en cabeza de Secretarías temáticas con autonomía funcional, el diseño propuesto propicia la idoneidad técnica e independencia de sus autoridades a través de la selección por concurso, como contempla la Ley 27.442 de Defensa de la Competencia o el Proyecto 3809-D-2019. Se observaron también las distintas experiencias en el interior del país, así como las experiencias regionales (el INDECOPI de Perú, la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia, el PROCON de Brasil, o el Servicio Nacional del Consumidor de Chile, entre otras).

Son significativas las pormenorizadas previsiones contempladas en el Proyecto en materia de recursos y financiamiento de las estructuras de la autoridad nacional de aplicación, con miras a lograr su “autosostenibilidad”, de modo de generar un sistema que posibilite una gestión eficiente de los recursos públicos teniendo en consideración el amplísimo campo de acción y las múltiples tareas propias de sus funciones.

Se destaca como una de las principales virtudes de este Código, la incorporación de las y los consumidores en el diseño e implementación de las políticas públicas que les comprenden, dimensión necesaria en todo accionar estatal con enfoque de derechos humanos y calidad democrática. De este modo, a través de las asociaciones debidamente registradas, se incorpora la participación y control de la sociedad civil en el Directorio, así como en la Sindicatura, órgano que agrupa a estas asociaciones (artículos 46 a 48). En este aspecto, se recupera las propuestas de los Proyectos

4355-D-2020, 3809-D-2019, 2710-D-2018, 1684-D-2017, entre otros.

En consecuencia, se establece un organismo con características y estructura acorde a las funciones que actualmente ya tiene la autoridad de aplicación de la Ley 24.240, así como las que se incorporan por el presente Código en pos de una tutela más efectiva de las personas en el marco de las relaciones de consumo.

Por otro lado, y acorde con el espíritu federal que orienta a todo el Proyecto, se reconoce expresamente en el artículo 31 como autoridades locales de aplicación, además de las provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, también a los municipios concordantemente con la autonomía que les es reconocida desde la propia Constitución Nacional (arts. 5 y 123). Un modelo descentralizado hasta el nivel municipal es el que se encuentra en funcionamiento en la Provincia de Buenos Aires desde el año 2004, donde la Ley 13.133 les reconoció todas sus funciones en la materia a los 135 municipios que la conforman, implementando las políticas públicas y aplicando los procedimientos y sanciones correspondientes (arts. 79, 80 y ss.).

Cada uno de esos ámbitos territoriales, actuarán como autoridades de aplicación en sus respectivas jurisdicciones y ámbitos de competencias, implementando y desarrollando las políticas públicas en la materia y ejerciendo el control, vigilancia, prevención y juzgamiento de las infracciones al Código y a las normas que lo integran y complementan.

4.2. Uniformidad orgánica para una mejor gestión

De modo coherente con la codificación propuesta, este proyecto unifica la dispersión de normas y estructuras que a nivel nacional involucra la tutela de las y los consumidores. De este modo, en el ámbito de la Autoridad de las Relaciones de Consumo de Argentina, se establece el funcionamiento del Servicio de Conciliaciones en las Relaciones de Consumo (COPREC) de la Ley 26.993, así como del Fondo de Financiamiento, el Sistema de Arbitraje de Consumo y la Ventanilla Federal Única de Reclamos de Defensa del Consumidor (Disposición 663/2019), por citar los ejemplos más representativos.

De este modo, se incorporan todas esas áreas y funciones existentes con anterioridad dentro de la estructura de la A.R.C.A. en coordinación con las jurisdicciones locales. Siendo que el acceso a mecanismos de tutela efectivos es un principio rector emanado del derecho internacional de los derechos humanos, el diseño propuesto concentra y optimiza esfuerzos en la búsqueda de un accionar estatal acorde a este principio.

4.3. Registros para el control, transparencia e información pública

Siendo el acceso a la información un pilar fundamental sobre el cual se estructura la protección de las y los consumidores, entre las funciones de la Autoridad de las Relaciones de Consumo de Argentina se incorpora la implementación de los registros nacionales de Proveedores,

Estadísticas y Reincidencia; de Contratos por Adhesión y Prácticas Comerciales; y de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores; así como el Sistema Integrado Nacional de Estadísticas de Defensa del Consumidor (SINEDEC).

En materia de generación y difusión de estadísticas, se receptaron las experiencias de la Unión Europea, con la unificación de criterios y campos a relevar y el Eurobarómetro, organismo de la Comunidad Europea que realiza constantes sondeos sobre los temas requeridos y genera información que no es tan rica en cantidad, pero sí en profundidad, así como el “Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor” (SINDEC), el cual se distingue por la coordinación entre el gobierno nacional con los órganos estaduais.

En este aspecto, en el marco del MERCOSUR, por medio del Comité Técnico Nº 7 de Defensa del Consumidor, Brasil ya propuso la creación del “Sistema de Información MERCOSUR de Defensa del Consumidor”. De este modo, la propuesta brasilera, que es una extrapolación del SINDEC de Brasil al ámbito del mercado común, similar a lo que ocurren en la Unión Europea, fortalece a las y los consumidores del MERCOSUR, siendo el SINEDEC propuesto un avance necesario de la Argentina en este sentido.

Además, en su diseño se incorporan las propuestas nacionales en esta materia, como el Proyecto 4356-D-2020 o los aportes de la doctrina, especialmente cuando se fundamenta en trabajo de campo local (ej. Pérez Hazaña, A. A., “Sistema de Estadísticas de Defensa del Consumidor, cit., p.180-192).

De este modo, se disponen una serie de mecanismos que le permiten a las y los consumidores conocer los

antecedentes y prácticas del proveedor de modo previo a la contratación, generando una mayor reciprocidad en el trato, así como una tutela preventiva y transparencia en las prácticas comerciales. En este último aspecto, se genera un importante incentivo para el accionar activo de los proveedores tendiente a competir sobre la base de una imagen positiva y buen trato hacia las y los consumidores.

En cuanto al Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, siendo estas un mecanismo de participación y autotutela de las y los consumidores, establecer el registro a cargo de un organismo autárquico como el que se propone, con requisitos de inscripción y remoción garantizados por la intervención del Poder Judicial y receptados en una ley emanada del Congreso de la Nación, son resguardos frente a eventuales reglamentaciones y/o aplicaciones arbitrarias en esta cuestión tan sensible a los intereses y representación colectiva de las y los consumidores (cf. Proyecto 3807-D-2019 y 4355-D-2020).

4.4. Tutela preventiva

Siendo el derecho de las y los consumidores de incidencia colectiva, adquiere relevancia el carácter preventivo y proactivo de la tutela pública. A tal fin, el Proyecto de Código incorpora múltiples mecanismos de tutela preventiva. En este aspecto, se le reconoce a la autoridad de aplicación la posibilidad de efectuar recomendaciones, advertencias y propuestas, instituto recuperado de la Ley orgánica del Defensor del Pueblo de la Nación (Ley 24.284) y también receptado en Brasil, donde la Ley de Acción Civil

Pública N° 7.347, en modificación introducida por la Ley 8078 que aprobó el Código de Defensa del Consumidor, contempla la posibilidad de que los órganos públicos legítimos podrán suscribir compromisos con los proveedores, entre otros interesados, para que adecúen su conducta a los requisitos legales, teniendo esos compromisos los efectos de un acuerdo extrajudicial exigible (art. 5, parágrafo 6°). Existen allí diferentes autoridades públicas, como el Ministerio Público o la Autoridad Nacional de las Telecomunicaciones (ANATEL), que activamente llevan adelante este obrar, orientado a dotar de mayor efectividad al sistema previniendo afectaciones más que a persiguiendo las consecuencias de las mismas.

La ARCA tendrá la posibilidad de suscribir con los proveedores “Acuerdos de Ajuste de Conducta” (artículos 90 y 91), los cuales tienen por objeto corregir conductas, prácticas y/o cláusulas contractuales presuntamente ilícitas o potencialmente perjudiciales para las y los consumidores. De igual modo, se establece el Régimen de Fiscalización de los derechos de las y los consumidores (artículos 92 y ss.), el cual permite una auditoría constante de los principales proveedores del mercado, identificando las posibles afectaciones a las y los consumidores, así como infracciones a este Código prematuramente.

4.5. Cuerpos asesores

El Código propuesto, entendiendo que la protección de las y los consumidores es una cuestión federal que requiere el esfuerzo conjunto y coordinado de las distintas jurisdicciones y actores, incorpora en el ámbito de la Autoridad de las Relaciones de Consumo de Argentina el

Consejo Federal para la Defensa de las y los Consumidores (CO.FE.DE.C.) como instancia federal de coordinación de las políticas públicas en la materia. De este modo, además de jerarquizar este espacio que ya se encuentra en funcionamiento mediante su recepción legislativa (propuesta del Proyecto 3807-D-2019, entre otros), se fortalece su importancia para el diseño, implementación y seguimiento de las políticas públicas destinadas a las y los consumidores.

Por otro lado, se establece la creación del Foro Nacional para la Protección de las y los Consumidores (FO.N.PRO.C.), siendo el mismo un ámbito intergubernamental y multisectorial que permite la coordinación e intercambio de experiencias entre los distintos actores estatales que intervienen en la tutela de las y los consumidores. El Foro funcionará como un encuentro periódico - se prevé que se reúna cada dos años - de funcionarios y autoridades de primer nivel, quienes, desde los diferentes ámbitos alcanzados por las relaciones de consumo, podrán analizar y proponer ajustes en la gestión de las políticas públicas en cada área de competencias y funciones, así como la coordinación entre las mismas.

IV. Libro Segundo: Protección en las relaciones de consumo

Siguiendo los ejes estructurales del Código proyectado, el Libro Segundo recepta la tutela general de las y los consumidores, la que se desarrolla en torno a la protección de la libertad de elección y la salud, con especial cuidado en el “derecho-deber” de información y sus proyecciones; la

protección de la dignidad y la equidad de las personas; la regulación de las prácticas comerciales, la oferta y la publicidad; y la protección del medio ambiente en las relaciones de consumo.

1. La protección de la libertad de elección y la salud

1.1. Derecho y deber de información

De modo coherente con el mandato constitucional y la actual legislación vigente, se recepta el derecho-deber de información en las relaciones de consumo como un elemento transversal a las mismas, tanto en como cargas y prerrogativas genéricas en cabeza de los proveedores independientemente de un vínculo determinado, en la etapa precontractual, en el momento del perfeccionamiento del contrato de consumo y alcanzando las consecuencias de esos vínculos. Ello teniendo en consideración que la información “es un tema central, casi obsesivo, recurrente en la ley de protección; puesto que no se puede prescindir del desconocimiento medio, ordinario o general de los consumidores frente al saber, al dominio de los avances o adelantos de los fabricantes y distribuidores” (Mosset Iturraspe, Jorge, “Introducción al derecho del consumidor”, RDPyC, nro. 5, Consumidores, Rubinzal-Culzoni, Santa Fe, p. 26);

De este modo, entendiendo la subordinación estructural de las y los consumidores en las relaciones de consumo, y particularmente la asimetría cognoscente en relación a los proveedores, se propone una regulación de este derecho-

deber que explicita la obligación de éstos de suministrar información cierta, objetiva, clara, detallada, oportuna, adecuada y en idioma nacional, de modo gratuito (artículo 108). Mejorando la protección actualmente establecida, de acuerdo con las recomendaciones de las Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor y los estándares internacionales más avanzados, se desarrollan sus alcances en los entornos digitales ante las incertidumbres y nuevas vulnerabilidades provenientes del empleo y aplicación de tecnologías e inteligencia artificial en las relaciones de consumo (artículo 109), en materia ambiental también se despliegan sus contenidos (artículo 110); así como su especificidad en los distintos contratos de consumo. Asimismo, se incorpora la información de advertencia a cargo tanto de los proveedores como de las autoridades estatales, con el fin de prevenir riesgos o perjuicios para las y los consumidores, especialmente cuando repercuten en la salud o la integridad de la persona (artículo 111). Se establece la prohibición de suministrar información que pueda inducir a error, engaño o confusión al consumidor, así como las consecuencias de los incumplimientos por su suministro en exceso, de modo complejo, contradictorio o superfluo (artículo 112).

Por último, se explicita, de acuerdo con la estructura general de responsabilidad plasmada en el Código y, fundamentalmente, teniendo en cuenta la vulnerabilidad inherente a la condición de “consumidor” y la profesionalidad connatural a la noción de “proveedor”, el carácter “de resultado” de la obligación de informar en cabeza de este (Vallespinos, Carlos Gustavo y Ossola, Federico Alejandro, La obligación de informar en los contratos, Hammurabi, Buenos Aires, 2010, ps. 231-241; 472 y ss.). Consecuentemente, en todos los casos pesará sobre el

proveedor la carga de probar su debido accionar informativo respetando los parámetros enunciados en el artículo 108 y las demás cargas y obligaciones establecidas en los diferentes vínculos abarcados por Código; derivándose responsabilidad por su incumplimiento atribuible bajo el factor objetivo (artículo 113).

1.2. Protección de la salud, seguridad e integridad física

La protección de la salud e integridad de las y los consumidores, incluso en el marco de relaciones de consumo entre privados, constituye una obligación estatal de origen constitucional y convencional. En consecuencia, este Código les impone a los proveedores la obligación de introducir en el mercado sólo bienes y servicios que resulten inocuos y seguros en condiciones normales de uso, así como de suministrar la información, advertencias y asesoramiento necesario en el caso de bienes y servicios riesgosos.

Se regulan las alertas y el detalle del procedimiento para el retiro de bienes y servicios peligrosos que hayan sido introducidos en el mercado, estableciendo las obligaciones del proveedor, el rol de la autoridad nacional de aplicación y el contenido del aviso de alerta, recuperando como fuente la resolución MERCOSUR/GMC/RES N° 04/17 en materia de “Procedimiento sobre alerta y retiro de productos y servicios considerados potencialmente nocivos o peligrosos en el Mercosur”.

En lo referido a seguridad alimentaria, este Proyecto de Código reconoce la importancia del etiquetado y denominación de los alimentos como una dimensión del

derecho a la información (Proyecto CD-146/20). En este aspecto, el etiquetado no solo hace al cuidado de la salud e integridad, sino también a una alimentación acorde a la necesidad fisiológica y cultural de cada persona.

Asimismo, la regulación propuesta integra la protección de las y los consumidores con las directrices y estándares que emanan de los organismos nacionales e internacionales especializados (entre ellos, FAO y OMS “Directrices sobre etiquetado nutricional”, CAC/GL 2-1985 y revisiones).

Con el Código de Protección y Defensa de Perú como ejemplo en la materia, se presta especial atención a la información en los alimentos modificados genéticamente y a los diseñados, elaborados o comercializados mediante el empleo de procesos automatizados, como pueden ser la inteligencia artificial o la impresión 3D de todo o parte de sus componentes, entre otras técnicas (artículo 119).

2. Protección de la equidad y la dignidad

2.1. Operatividad directa de los derechos humanos en las relaciones de consumo

El Título II de este Libro regula la protección de la equidad y la dignidad en las y los consumidores en la relación de consumo. De este modo, receptando la integración entre los derechos de las y los consumidores y los Derechos Humanos, este Código entiende la protección de la persona y su dignidad como principio rector.

La relación de consumo en nuestra tradición constitucional y legislativa excede a la relación contractual, siendo irrelevante a los efectos de la protección de las y los consumidores, el ámbito dentro del cual se desarrolla el vínculo entre las y los consumidores y los proveedores, el cual puede ser indeterminado desde el punto de vista de las partes involucradas e incierto en cuanto a su génesis comprendiendo las situaciones de exposición o contacto social. En consecuencia, el Proyecto desarrolla una protección general, pero también los resguardos específicamente previstos para los vínculos de tipo contractual, independientemente de las formas o medios utilizados para establecerlos.

El derecho internacional de los derechos humanos le impone al Estado Argentino la protección de todas las personas bajo su jurisdicción, de modo directo mediante sus deberes de respetar, garantizar y adoptar disposiciones de derecho interno, también esa protección se desarrolla en las relaciones entre privados, alcances que se conocen como “efecto horizontal” (o *Teoría del Drittwirkung*, para la doctrina alemana) de los derechos humanos. Así ha sido reconocido tempranamente por nuestra doctrina judicial (CSJN, “KOT, Samuel S.R.L.”, 05/09/1958, Fallos: 241:291) y también por la doctrina y jurisprudencia del Sistema Interamericano de derechos humanos (CorteIDH, OC-18/03 sobre “Condición jurídica y derechos de los migrantes indocumentados”; Corte IDH. Caso “Ximenes Lopes Vs. Brasil”, sent. 04/07/2006, Serie C No. 149; entre otros)

El mandato constitucional y legislativo en nuestro país lo reafirma respecto de las y los consumidores y usuarios en el amplio marco de la relación de consumo, razón por la cual, receptando la actual obligación de los proveedores de brindar

un trato equitativo y digno (art. 8 bis, LDC), se lo reformula y desarrolla como una obligación de abstenerse de toda conducta contraria a la dignidad de las y los consumidores, con una perspectiva de género en el concepto de dignidad mediante el reconocimiento del derecho a relaciones de consumo libres de violencia, tal como surge de los estándares alumbrados por la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra La Mujer conocida como "Convención de Belem do Pará" aprobada por Ley 24.632.

Es que, aun cuando se trate de relaciones entre particulares, la garantía de los derechos fundamentales exige una articulación del Estado de Derecho más compleja que la fundada hasta ahora, según el modelo liberal, sobre la diferenciación entre derecho público y derecho privado (FERRAJOLI, Luigi, "Contra los poderes salvajes del mercado: para un Constitucionalismo de Derecho Privado", en Estrategias y propuestas para la reforma del Estado, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Serie Estudios Jurídicos, N° 23, UNAM, México, p. 99-110). Y esa protección comprende tanto los vínculos individuales, como los colectivos, fortaleciendo la tutela de las y los consumidores al contemplar expresamente la afectación colectiva de la dignidad (artículo 121) y la reparación del daño extrapatrimonial colectivo (artículo 323) que es un mecanismo de reparación presente en las instancias internacionales de protección de los derechos humanos, contemplándose su carácter calificado cuando la afectación alcanza a las y los consumidores con vulnerabilidad agravada (artículo 124).

2.2. Prácticas comerciales

En la regulación de las prácticas comerciales en la relación de consumo se establece una protección lo suficientemente amplia como para alcanzar la enorme diversidad de prácticas existentes, previendo una protección específica respecto de cada bien tutelado en la relación de consumo.

De este modo, la prohibición de prácticas contrarias al trato digno, además del mandato general, identifica conductas específicas, como la de establecer diferencias de condiciones contractuales o de trato que resulten discriminatorias; tiempos y/o condiciones de espera abusivas; la retención o requisa de la o el consumidor por parte del proveedor; o la coacción mediante intimaciones o comunicaciones sistemáticas, vejatorias, con apariencia de reclamo judicial (por citar algunas de las conductas contempladas en el Capítulo II del Título II).

En las prácticas contrarias a la libertad de elección previstas en la Sección 3° del Capítulo II, se recepta la prohibición de propuestas u ofertas sobre bienes o servicios no solicitados previamente que genere cargos y obligue a la o el consumidor a manifestarse contra el mismo (actualmente prohibida por el art. 35 LDC); de subordinar la provisión de bienes o servicios a otros escindibles y/o independientes; cobrar cualquier cargo u concepto en caso de solicitud de baja (art. 10 quáter LDC); ejecutar servicios sin previo presupuesto y autorización expresa de la o el consumidor; o acudir a la sorpresa, el engaño, al acoso, la coacción, la fuerza o la influencia indebida, la intimidación o cualquier otro modo de coerción, a fin de lograr la contratación o el consentimiento; entre las conductas prohibidas expresamente. En los casos

de bienes o servicios no solicitados, se establece que la o el consumidor no tiene obligación de guardar, restituir, cancelar o dar de baja, aunque sea gratuita, equiparando lo recibido a una muestra gratis, sin obligaciones de la o el consumidor, pero conservando el proveedor la responsabilidad por los daños que el bien o servicio pudiera ocasionar.

Se establece la obligación de los proveedores de brindar condiciones dignas de atención y trato en función del lugar, tiempo y modo de recepción y respuesta de las consultas, asesoramiento y reclamos de las y los consumidores, debiendo ser efectiva y en tiempo razonable. Se incorporan disposiciones específicas respecto de las condiciones de atención y trato, como la atención prioritaria, el tiempo de espera y las condiciones abusivas de atención.

Se destaca que este Código recepta el derecho-deber de información y el derecho a un trato digno de modo interrelacionado, estableciendo mecanismos de acceso y consecuencias jurídicas a la falta de respuesta, así como a la respuesta parcial, inoportuna y/o infundada.

Por último, se establecen otras prácticas ilícitas, entre las que se destaca la prohibición de efectos cambiarios en las relaciones de consumo (artículo 132), erradicando una práctica generadora de enormes perjuicios y abusos, por restringir las defensas y derechos de las y los consumidores, así como la vigencia del orden público.

3. Oferta y publicidad en las relaciones de consumo

En la regulación de la oferta, así como de la publicidad, el Proyecto las desarrolla en su integridad y comprendiendo todos sus alcances.

Se toma como punto de partida la regulación actual (arts. 7 y 8 LDC), con el efecto vinculante de la oferta durante su vigencia debidamente informada o hasta su revocación, contemplando la irrelevancia de revocación al momento de aceptar o de concurrir al establecimiento comercial (artículo 142). En los casos que el proveedor no efectivice la oferta acepta se lo considerará como una negativa o restricción injustificada a contratar, con el derecho de las y los consumidores a exigir su cumplimiento, sin perjuicio de las sanciones y los daños y perjuicios (artículo 143).

En lo referido al régimen de la publicidad comercial, este Código introduce una definición de publicidad, no presente en otros cuerpos análogos, a efectos de poder comprender también la denominada “publicidad no tradicional” (art. 4, Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual), pero especialmente orientada a aquella realizada mediante personas públicas o influenciadores, a través de redes sociales y/o contenido audiovisual (artículo 144).

En este aspecto, además de adecuar la regulación en la materia a las nuevas tecnologías y formas de publicidad (ej. Proyecto S-1358/20 de “Marco legal para influenciadores”), esta propuesta fortalece la protección de las niñas y niños, no solo por ser habituales destinatarios de esos mensajes, sino también ante la falta de herramientas para el análisis crítico del contenido de la publicidad (en concordancia con el art. 81

inc. “h” e “i” de la Ley 26.522 y decreto reglamentario 1225/2010).

Se mantienen los efectos de la publicidad (art. 8, LDC), estableciendo que la interpretación del mensaje publicitario debe ser efectuada desde el sentido que puede adjudicar la o el consumidor destinatario y no el que otorga el proveedor responsable (artículo 145).

Este Código desarrolla la regulación vigente en materia de publicidad abusiva, engañosa, subliminal o encubierta, comparativa, la dirigida a niños, niñas y adolescentes, así como aquella que invoca estudios científicos, ensayos o testimonios. De este modo, se recepta además de las fórmulas generales de la legislación vigente, la producción doctrinaria, judicial y de los organismos estatales con competencia en la materia, así como las normas sectoriales del bien o servicio en cuestión (ej. art. 11 DNU 274/2019 de Lealtad Comercial; el Código de Ética y Autorregulación Publicitaria del Consejo Argentino de Autorregulación Publicitaria).

Este Proyecto de Código, además de integrarse con el Derecho Internacional de los Derechos Humanos, asume las obligaciones estatales de erradicar toda forma de discriminación y de permitirle a toda persona ser valorada y educada libre de patrones estereotipados de comportamiento y prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación (Convención de Belem Do Pará, entre otras). En consecuencia, se prohíbe toda publicidad con estos contenidos que lesionan la dignidad de las personas (art. 148) con una necesaria perspectiva de género, recuperando avances en este sentido, como la Comunicación A 7162/2020 del Banco Central de la República Argentina.

Bajo el concepto general de publicidad ilícita (Sección 2° del Capítulo II del Título III), se desdoblan la publicidad abusiva (artículo 148), la engañosa (artículo 149) y la subliminal (artículo 150). Por otro lado, se contemplan restricciones para determinados tipos de publicidades (Sección 3°), que por las características del público que puede alcanzar (niños, niñas y adolescentes) o los bienes promocionados (juguetes, medicamentos), o los métodos empleados (ensayos, muestras, demostraciones, comparaciones), merecen especial regulación. A la vez, teniendo en cuenta la gran cantidad de normas sectoriales de aplicación a la publicidad, se contempla expresamente la integración de esas normas con las del Código (artículo 161).

Siendo uno de los principales objetivos del Código Proyectado que la tutela consagrada, además resulte efectiva, se propone una regulación de las medidas de cese y contrapublicidad que favorece la prevención y/o reparación al reconocer expresamente el accionar de las autoridades de aplicación en las relaciones de consumo, su vinculación con el daño extrapatrimonial colectivo y con los requisitos sustantivos que deben tener estas medidas para ser idóneas (artículos 162 y 163).

4. Protección del ambiente en las relaciones de consumo

Este Código, si bien no innova al reconocer la protección del ambiente como un principio en las relaciones de consumo, se destaca por introducir una regulación en la materia que, a diferencia de la legislación vigente o de otros proyectos, no se limita a su mera invocación genérica. De este modo, el

Derecho del Consumidor se introduce de modo real en el diálogo entre el derecho a un ambiente sano y los Derechos Humanos, reafirmando la indivisibilidad e interdependencia entre los Derechos Económicos, Sociales, Culturales y Ambientales (D.E.S.C.A.).

Siendo el derecho a un ambiente sano un derecho-deber colectivo, en el cual toda persona puede participar en su gestión (CorteIDH, Opinión Consultiva 23/17, pár. 226-232), el Proyecto complementa el sistema de protección ambiental establecido por la Constitución Nacional (art. 41) y la Ley General del Ambiente (25.675), desde la dimensión de las relaciones de consumo y sus actores.

Se crean el Sello de Responsabilidad Ambiental en las Relaciones de Consumo (Sello RESARC) y el Sello Libre de Obsolescencia Programada (Sello LOP) como reconocimientos e incentivos que la Autoridad Nacional de Aplicación podrá utilizar como mecanismos de tutela indirecta, que recuperan la responsabilidad ambiental empresaria como un valor agregado, así como una forma de las y los consumidores para direccionar sus consumos (artículos 166 y 167).

Se regula la obsolescencia artificial (Capítulo II del Título IV), contemplando no sólo la reducción de la vida útil por el uso, sino también por otros mecanismos como la falta de actualización o compatibilidad con nueva tecnología, insumos, repuestos, o la valoración social o cultural del bien o servicio. En este aspecto, además de la prohibición expresa de estas prácticas comerciales, así como su sanción administrativa y penal, se establecen obligaciones de información, de generación y gestión de residuos, así como de reparación y garantía.

Es este aspecto la sistematización del Código resalta el sentido actual de la obligación de garantía, no solamente relacionada con el deber de seguridad y correcto funcionamiento de los bienes de consumo, sino receptándola en su vinculación plena con el consumo sustentable y los aspectos ambientales del diseño, fabricación, producción, elaboración y comercialización.

Si bien se reconoce que la garantía legal mínima obligatoria y la reparación (arts. 11-18 LDC) son derechos que tutelan los intereses económicos de las y los consumidores, este Código opta por contemplarlo dentro de las normas que también protegen al ambiente para destacar su doble sentido protectorio, del interés económico individual (homogéneo eventualmente) de las y los consumidores y del ambiente en su sentido colectivo e indivisible. De este modo, si bien se protege a las y los consumidores, en el accionar y ante el incumplimiento, los proveedores y autoridades administrativas y/o judiciales no solo deben procurar la reparación de las y los consumidores afectados, sino también mitigar el impacto ambiental en el proceso.

En cuanto a la garantía legal mínima obligatoria (Capítulo III), consecuentemente con la producción y el consumo responsables ambientalmente, se extienden los plazos a tres años para bienes nuevos y seis meses para los usados; la obligación de mantener repuestos por al menos cinco años, o la vida útil informada cuando esta sea mayor, así como se desarrolla lo pertinente a la reparación sin reducir la protección reconocida por la legislación vigente.

V. Libro Tercero: Protección en los contratos de consumo

1. Disposiciones generales para la protección en las relaciones de consumo contractuales

La sanción de un Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios implica consagrar un cuerpo único y autónomo que contenga los principios e institutos propios del Derecho del Consumidor. De este modo, el Proyecto regula el contrato de consumo, así como sus aspectos particulares e integración con otras normas. El Libro Tercero está dedicado a la protección de las y los consumidores en la relación contractual de consumo, la cual se complementa con la protección consagrada en la legislación general y en normas sectoriales o específicas, siempre bajo las pautas y “pisos” desarrollados en el Título Preliminar.

Para dotar de estabilidad, coherencia y cohesión al sistema alumbrado a partir del Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación, y facilitar el “diálogo” entre las normas generales y especiales que lo integran, ha sido imprescindible modificar -en el Título Final- los preceptos del Código Civil y Comercial de la Nación que se ocupan de determinados aspectos de los contratos de consumo, los cuales son receptados, ajustados y ampliados en el Proyecto.

Sabido es que el contrato de consumo se desarrolla en el marco de una relación marcadamente desigual, desigualdad que se hizo notoria en el marco de la masificación de la producción y la comercialización, al punto

tal que el paradigma del contrato individual y de la autonomía de la voluntad, a esta altura, han sido largamente superados. Ante la “crisis del contrato”, el Estado social o de bienestar está llamado a allanar los condicionamientos económicos y sociales que tornan a los derechos declamados en inaccesibles o de difícil concreción para buena parte de los habitantes, adquiriendo relevancia el orden público que impera en nuestra materia (Zentner, Diego H., Contrato de Consumo, La Ley, Buenos Aires, 2010, ps. 31 y ss.)

En consecuencia, el Proyecto de Código parte de la base de una relación de consumo regida por el orden público y el reconocimiento constitucional de la asimetría entre las partes, con la dignidad de la persona como principio rector, instrumentando la protección de las y los consumidores en la relación contractual en pos de asegurar la plena e integral vigencia de los derechos de las y los consumidores. Ello tanto en los contratos “clásicos” de consumo, pero también, y con mayor razón aún, frente al fenómeno de la contratación digital, receptando vínculos que requieren una atención específica al compás de las nuevas formas de instrumentación y perfeccionamiento en estos ámbitos inmateriales.

Se asigna un rol central al derecho-deber de información, en cuanto a contenido, alcances y condiciones de la información suministrada. En este aspecto, se consideran las particularidades que presentan la contratación en el ámbito de las relaciones de consumo, reglando el contenido predispuesto y la contratación por adhesión, la imposición de cláusulas abusivas, la modificación lícita o ilícita de las condiciones contractuales, entre otros casos en los cuales las y los consumidores requieren una protección que no se agota con el simple conocimiento previo de las condiciones y contexto contractual.

De igual modo, así como el Código proyectado reconoce como unos de los derechos de las y los consumidores el de acceso condiciones de vida digna (en su sentido convencional), de modo coherente, se reconoce en forma novedosa la finalidad social del contrato de consumo (artículo 193), de conformidad con importantes pronunciamientos judiciales en ese sentido (CSJN, Fallos: 324:677). Esta regla de interpretación e integración, está destinada a tutelar la dignidad de la o el consumidor y su grupo familiar y, como contrapartida, evitar el ejercicio abusivo de prácticas o derechos por parte de los proveedores, “cuidando que en ningún caso se desvirtúe la causa fin del contrato”. La doctrina civilista así lo ha destacado, fundamentalmente teniendo en cuenta el camino recorrido desde la gran reforma al ordenamiento civil en el año 1968 por la Ley 17.711, hito a partir del cual nuestro país adscribe a la concepción social del contrato, reafirmado por la legislación de protección de las y los consumidores (Zentner, Diego H., Contratos de Consumo, cit., p. 40).

En conclusión, este Título contempla las normas de protección específica de las y los consumidores en la relación contractual, desde la etapa previa al perfeccionamiento, hasta extinguido el contrato, unificando y robusteciendo el estándar de protección actualmente vigente que surge de la integración de la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor y el Código Civil y Comercial de la Nación. De este modo, con una regulación que brinda mayor seguridad jurídica sobre el alcance de los derechos y obligaciones de las partes, se fortalece y adecúan los derechos de las y los consumidores en las relaciones contractuales a los tiempos que corren, y también se potencia el accionar preventivo en la materia por parte de las autoridades administrativas y judiciales.

1.1. Domicilio electrónico

El Proyecto introduce la obligación de todos los proveedores de constituir un domicilio electrónico, en el cual se tendrán por válidas las comunicaciones y notificaciones de administrativas, judiciales y de las y los consumidores. En este aspecto, receptando el continuo reclamo de un telegrama o carta documento de consumo gratuito y fehaciente, como se encuentra previsto en el ámbito de las relaciones laborales, se aprovecha el desarrollo tecnológico y el contexto nacional para introducir este mecanismo para la protección efectiva de las y los consumidores, así como la gratuidad en el ámbito extrajudicial.

Se destaca que el domicilio electrónico actualmente resulta obligatorio en el ámbito fiscal (AFIP y provincias), en el ámbito administrativo a nivel nacional y en algunas jurisdicciones, así como en el ámbito judicial (sistema DEOX en el ámbito nacional y federal; Registro de Domicilios Electrónicos de la Suprema Corte de la Provincia de Buenos Aires, Ac. 3989/2020 y modif., reglamentada por Resolución SC N°1472/20). De igual modo, se lo recepta en el actual artículo 75 del Código Civil y Comercial (mod. Ley 27.551), así como en proyectos que buscan su introducción en las relaciones de consumo (3043-D-2020, 3071-D-2020, 3740-D-2020).

Como se observa, la obligación que se impone a los proveedores resulta coherente con la normativa vigente y el contexto en el cual se inscribe este Código. Así, se fortalece la vigencia de esta obligación mediante el Registro Nacional de Proveedores, Estadísticas y Reincidencias (artículos 68 y

69), como contenido de la información a suministrar en la relación contractual y reconocer como cláusula abusiva aquella que reste validez a estas notificaciones (artículo 203, ap. II, inc. m).

En cuanto al domicilio electrónico de las y los consumidores, si bien se reconoce esta posibilidad, se restringe su alcance al considerar como cláusula abusiva aquella que entienda cómo fehaciente a estas notificaciones cuando dicho domicilio no haya sido constituido en forma expresa (artículo 203, ap. II, inc. I). En este sentido, se opta por restringir en estos casos los efectos del domicilio electrónico entendiendo que los contratos de consumo en su generalidad son de contenido predispuesto por el proveedor, así como la consecuente desprotección de las y los consumidores que no cuentan con acceso regular a la conectividad necesaria, no tiene la formación para su uso o la regularidad de consulta que sí impone el ejercicio de una actividad profesional.

1.2. Contratos por adhesión

En los contratos de consumo predomina una estructura contractual de adhesión a un contenido predispuesto unilateralmente por el proveedor, sin capacidad de negociación de las y los consumidores. En consecuencia, el contrato por adhesión acentúa la asimetría entre las partes, al carecer de deliberación y eliminar cualquier posibilidad de parte de la o el consumidor de incidir en el clausulado; es decir, el contrato de consumo se acepta en un todo o no se acepta.

De este modo, la protección de las y los consumidores requiere un pormenorizado control del contenido predispuesto, de forma tal de evitar, o reducir, la proliferación de cláusulas abusivas contrarias al orden público de protección, en tanto limitan, restringen o impiden, según el caso, el efectivo e íntegro ejercicio de la autonomía de la voluntad y libertad de elección del “polo subordinado” en las relaciones de consumo. De ello se desprende también, la importancia que se le otorga en la regulación al control administrativo y judicial de este tipo de contratos.

Este Código, receptando el estándar actual de protección (art. 38 LDC) establece el control administrativo de estos contratos, su exhibición en páginas de internet institucionales y en establecimientos comerciales. A la vez, se incorpora el carácter obligatorio de la autorización administrativa y registración de los contratos por adhesión utilizados en algunas actividades y/o en relación a determinados proveedores (ej. proveedores de crédito no financiero o intermediarios digitales).

1.3. Cláusulas abusivas

El Proyecto, en punto a la regulación de las cláusulas abusivas, si bien recupera la legislación vigente (art. 37 LDC y Dec. Reglamentario 1798/94 y el Código Civil y Comercial de la Nación), a efectos de consolidar el estándar de protección en la materia y capitalizar el riquísimo acervo jurisprudencial sobre la cuestión, procede a su desarrollo pormenorizado en pos de una tutela verdaderamente efectiva. Teniendo en consideración las diferentes técnicas conocidas para regular las cláusulas abusivas, ya sea mediante

sistemas de normas abiertas o genéricas, o por medio del método casuístico con listados o catálogos particularizados, ambos con posibles falencias, se ha adoptado por una técnica “mixta” que es la que predomina en el derecho comparado y adoptó con ciertas falencias la Ley 24.240 (Zentner, Diego H., Contratos de Consumo, cit., ps. 195 y ss.). Al mismo tiempo, dotando de mayor solidez al sistema, se adoptan otros resguardos orientados principalmente al aspecto preventivo de la abusividad contractual.

De este modo, se establece:

a) Un catálogo de diez cláusulas abusivas genéricas o abiertas (artículo 203 ap. I), y otro listado enunciativo de veintiséis cláusulas abusivas en particular (artículo 203, ap. II);

b) El control administrativo permanente por parte de la autoridad nacional de aplicación;

c) Mecanismos de tutela preventiva no contradictorios, como las recomendaciones de la autoridad nacional de aplicación o los Compromisos de Ajuste de Conducta; y

d) Un listado actualizado de disponibilidad y consulta pública permanente en el cual se irán incorporando, a título informativo, las cláusulas consideradas abusivas por las autoridades administrativas y judiciales.

El Código reafirma la vigencia y también la operatividad del orden público que lo rige, al establecer la nulidad absoluta de estas cláusulas, así como su control judicial oficioso, incluso en los casos de aprobación administrativa, negociación individual o falta de cuestionamiento por la o el consumidor afectado (CSJN, “PADEC c/ BankBoston N.A. s/ Sumarísimo”, Fallos: 340:172). De igual modo, es reconocido

el importante rol que deben desarrollar la autoridad de aplicación en esta problemática (artículos 205 a 207), así como el Ministerio Público en su función de fiscal de la ley (artículo 204).

1.4. Conexidad contractual

El Proyecto destina el Capítulo IV del Título I del Libro Tercero a regular pormenorizadamente la conexidad contractual, dotándola de la significación especial y atendiendo las consecuencias que genera en el ámbito de las relaciones de consumo, al establecer, con apoyo en la realidad y en la casuística judicial, una serie de presunciones de conexidad, así como las expresas herramientas para que las y los consumidores puedan hacer valer y exigir sus derechos en ese contexto de vínculos interrelacionados.

En la conexidad contractual el efecto relativo de los contratos pierde sentido y, de no preverse alternativas a esa regla, el resultado sería convalidar situaciones de manifiesta injusticia. Por ello, el Proyecto otorga a la o el consumidor diferentes alternativas para proteger sus derechos cuando se encuentra frente a un entramado de vínculos y relaciones producto de la ingeniería contractual desplegada por el (o los) proveedor(es). Así, podrá suspender el cumplimiento de su propia prestación si se produce la inejecución de otro de los contratos conexos; ejercer la facultad extintiva en cualquiera de ellos; exigir el cumplimiento de las obligaciones debidas por el proveedor con el que contrató a otro proveedor parte de la operación; promover las acciones resarcitorias de los daños derivados de la inejecución contra otro proveedor que sea parte de alguno de los contratos conexos y con el que no

hubiera contratado directamente. Todo lo anterior, sin perjuicio de la acción de resarcimiento de los daños causados.

Finalmente se recepta la figura de la situación jurídica abusiva (enunciada en el artículo 1120 del Código Civil y Comercial de la Nación), encomendando a las juezas y los jueces la adopción de las medidas necesarias para evitar sus efectos y volver la situación al estado anterior y/o la fijación de una indemnización, teniendo en cuenta el mayor beneficio (o el menor perjuicio) para la o el consumidor.

1.5. Ejecución y extinción del contrato de consumo

En los casos de incumplimiento por parte del proveedor de las obligaciones que deriven del contrato, la oferta o la publicidad (reafirmando su carácter vinculante) el Proyecto, si bien recepta la legislación vigente (art. 10 bis LDC), incorpora el derecho a optar por el cumplimiento por parte de un tercero a cargo del proveedor obligado.

En materia de rescisión de contratos de consumo, además de fortalecer la libertad de elección y autonomía de la voluntad de las y los consumidores en el contrato de duración indeterminada -a través, por ejemplo, del régimen de cláusulas abusivas-, se contempla el derecho a poner fin al contrato de la misma forma empleada para su celebración (hoy establecido en el artículo 10 quáter de la LDC), pero también a través de cualquier otro modo disponible por el proveedor. En este aspecto, además de receptar la exigencia del “botón de baja” (Res. 271/2020 Secretaría de Comercio Interior), el Código contempla la protección específica de las

y los consumidores en los entornos digitales y las contrataciones a distancia, a las que le destina íntegramente el Título II del Libro Tercero.

1.6. Contratos específicos

El Código proyectado, bajo la denominación de “contratos específicos”, desarrolla la protección de las y los consumidores en las contrataciones a distancia y/o fuera de los establecimientos comerciales (arts. 32 y 33 LDC y 1104-1109 Código Civil y Comercial), la que se integra e interrelaciona con la protección específica destinada a las y los consumidores en entornos digitales.

Sin reducir el estándar actual de tutela, se incorpora un plazo máximo de cumplimiento (30 días) en los casos que no se haya pactado el mismo, el acceso a la jurisdicción del domicilio de la o el consumidor, normas específicas de contenido e instrumentación del contrato (sea por medios electrónicos u otros sin soporte físico) y el deber de información en estas contrataciones. A la vez, teniendo en consideración la importancia de tutelar la efectiva manifestación de la voluntad de las y los consumidores en este tipo de contratos, se exige que el proveedor contemple los medios técnicos y la oportunidad para la corrección de eventuales errores en la introducción de datos, así como para la confirmación expresa e inmediata de la recepción de la manifestación de voluntad de contratar, vedándose que el silencio o inacción puedan tener ese efecto (artículo 220).

El derecho de revocación o “de arrepentimiento” como también se lo denomina, atendiendo a ciertas controversias o

dificultades que ha evidenciado en la práctica, recibe una regulación integral en la Sección 3° del Capítulo VI. Se toma como punto de partida la regulación vigente (arts. 34 LDC y 1110-1116 del CCCN), aclarando lo relativo al estado del bien y empaque, su conservación, los gastos, y se prevén otros supuestos en los cuales las y los consumidores disponen de este derecho (obligación originada en el contrato, oferta o publicidad, contratos de crédito, otros supuestos que la legislación contemple).

2. Protección de las y los consumidores en entornos digitales

El Título II del Libro Tercero está dedicado a la protección de los derechos e intereses económicos de las y los consumidores en los entornos digitales, en el marco de sus relaciones de consumo, así como a los efectos de las prácticas contrarias a la competencia, la lealtad comercial y la buena fe.

El Código entiende que en los entornos digitales las personas, especialmente en su condición de consumidoras o consumidores, se exponen a situaciones de vulnerabilidad que exceden las normas vigentes. De este modo, con el principio rector que la tutela de las y los consumidores en entornos digitales no puede resultar inferior a la que posean en sus otras relaciones de consumo (cf. Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, revisadas y aprobadas por resolución 70/186 de la Asamblea General, 22/12/2015, Ap. I, punto 63), se propone una regulación que recepte estas particularidades y asegure una tutela efectiva.

Se robustece el rol de las y los consumidores y a las autoridades a cargo de su protección en el ámbito inmaterial de las relaciones digitales, al reconocer como principio y contenido del derecho-deber de información la transparencia y explicabilidad de las tecnologías, algoritmos y otros procesos automatizados (arts. 8 inc. e y 109). Además, se contempla la acción de Habeas Data Digital (art. 232) cuyo objeto es, además de ejercer las pretensiones que la Ley 25.326 contempla, lograr la exigibilidad a través de ese mecanismo célere de la debida protección de los datos personales y la información.

En estos aspectos, entre otras fuentes, se tuvieron en cuenta los estudios y documentos elaborados por la UNESCO, especialmente el “Anteproyecto de recomendación sobre ética de la Inteligencia Artificial” (doc. SHS/BIO/AHEG-AI/2020/4 REV.2, 07-09-2020, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373434_spa, disponible dic. 2020); el informe de la Comisión de Asuntos Jurídicos del Parlamento Europeo sobre “recomendaciones destinadas a la Comisión sobre un marco de los aspectos éticos de la inteligencia artificial, la robótica y las tecnologías conexas” (doc. A9-0186/2020 del 08-10-2020, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2020-0186_ES.html, disponible diciembre de 2020); y el proceso de consulta pública lanzado el 15 de junio de 2020 por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital de España, en relación a la “Carta de Derechos Digitales” (https://portal.mineco.gob.es/es-es/ministerio/participacionpublica/audienciapublica/Paginas/SEDIA_Carta_Derechos_Digitales.aspx, disponible en diciembre de 2020).

Se establecen una serie de resguardos para la protección de los derechos de las y los consumidores en las relaciones de consumo en entornos digitales, así como la prevención de prácticas contrarias a la dignidad, transparencia, competencia, lealtad comercial y a la buena fe, contemplando como “proveedores digitales” a quienes participen de cualquier manera en relaciones de consumo a través de plataformas digitales, incluyendo los que provean bienes y servicios mediante plataformas de intermediación en el comercio electrónico.

En materia de trato digno, se incorpora la obligación de proporcionar un canal eficiente de atención de consultas y reclamos, que posibilite el contacto con una persona humana y la trazabilidad del reclamo o consulta. De este modo, se recuperan las Resoluciones 270/2020 y 271/2020 de la Secretaría de Comercio de la Nación, así como la Resolución Nº 37 del Grupo Mercado Común del MERCOSUR sobre “Protección al consumidor en el comercio electrónico”, las que son tomadas como fuentes también en otros aspectos (ej. información, instrumentación, baja de servicios, arrepentimiento, entre otros).

Igualmente son previstas normas específicas respecto de los sistemas de reputación, o “perfilamiento” como también se los conoce, estableciendo como obligación su transparencia y uso de criterios objetivos y uniformes, con similar obligación respecto de la exhibición de bienes, servicios y/o proveedores, a efectos de evitar información desleal, direccionada, engañosa, adulterada o parcial (Proyecto 4399-D-2020).

La regulación propuesta, respetuosa de la relación entre el Derecho del Consumidor y los Derechos Humanos, incorpora la protección de la reputación, la honra y el control

de los algoritmos, inteligencia artificial o procesos automatizados y sus criterios objetivos y subjetivos, así como el acceso a un recurso judicial efectivo como es el “Habeas Data Digital” previsto para estos casos. De este modo, se permite el control y erradicación de conductas o respuestas o trato discriminatorio, violento o contrarios a la dignidad.

2.1. Comercio electrónico

El Código si bien contempla una protección general de las y los consumidores en entornos digitales, también incorpora disposiciones específicas en materia de comercio electrónico, así como para la intermediación en línea.

Con recepción de las fuentes citadas antes, se regula el acceso al contrato, su reproducción y la prohibición de remisiones a otros documentos o sitios de internet (contenido fragmentado); la exigencia del “BOTÓN DE BAJA” (Res. 271/2020) y la base de datos en los contratos a distancia haciéndolas exigible no sólo para los proveedores de servicio (Res. 316/2018 Secretaría de Comercio). De tal forma se consagran legislativamente previsiones útiles pero dispersas y de jerarquía infra legal, dotándolas de robustez como como mecanismos de control y ejercicio efectivo de los derechos de las y los consumidores.

Como se observa, estas disposiciones potencian de forma notoria los derechos de las y los consumidores en el espacio digital, dotándolos de mecanismos orientados a su exigibilidad y efectividad.

2.2. Intermediación en línea

Este Código regula la “intermediación en línea”, es decir, la actividad de aquellos “proveedores intermediarios digitales” que proporcionan una plataforma digital a otros “proveedores oferentes” que son usuarios de la misma, quedando ambos, cualquiera sea la participación que tengan o la actividad que desarrollen en la relación de consumo, solidariamente obligados ante las y los consumidores por el cumplimiento del Código, sin perjuicio de las acciones de repetición que pudieran corresponder entre ellos.

En este aspecto, se receptan las pautas provenientes de la actual legislación (artículo 40, LDC) y las provenientes de la jurisprudencia que ha sido respetuosa de los derechos de las y los consumidores, haciéndose eco del notable incremento de la vulnerabilidad en estos ámbitos (C.Nac. Civil, Sala K, “Claps, Enrique Martín y otros c/ Mercado Libre S.A. s/ daños y perjuicios”), evitando intentos de regresividad en la materia (ej. artículo 73, Proyecto de ley S-2576/19).

La regulación propuesta, además de recuperar el Proyecto 4399-D-2020 sobre “Regulación de servicios digitales de intermediación en línea”, toma en cuenta la preocupación mundial por la capacidad de estos proveedores digitales para controlar, imponer y/o direccionar el mercado y el consumo (Informe “Investigation of competition in digital markets”, llevada adelante por el Congreso de los Estados Unidos, ver en <https://judiciary.house.gov/issues/issue/?IssueID=14921>, disponible en diciembre de 2020).

El Proyecto contempla como conductas prohibidas aquellas que busquen direccionar el mercado, el consumo o

favorecer a un proveedor por sobre su competencia, así como restringir el ejercicio de los derechos de las y los consumidores. De este modo, se acota la posibilidad de prácticas desleales, anticompetitivas, abusivas o inequitativas por parte de estos proveedores, así como el ejercicio de un rol de árbitro o juez que se arrogan en esta relación tripartita (proveedor intermediario digital, proveedor oferente, consumidor) en la cual, como no puede ser de otra manera, los que siempre “pierden” indefectiblemente son las y los consumidores.

3. Protección de los intereses económicos

3.1. Contratos de crédito o financiación para el consumo

Este Código dedica su Título III del Libro Tercero, a la protección de los intereses económicos de las y los consumidores en el marco de sus relaciones contractuales de consumo, entendiendo a la situación de sobreendeudamiento como una afectación no solo de tipo patrimonial, sino igualmente, o con mayor relevancia, de la dignidad de la persona y su grupo familiar. De este modo, la regulación propuesta de los contratos de crédito o financiación para el consumo, de otros contratos financieros o de gestión patrimonial o financiera de las y los consumidores (ej. inversiones, billeteras digitales, contratos de ahorro previo, entre otros), de la mora de las y los consumidores, así como de los demás aspectos contemplados, opera en estas dimensiones (protección del interés económico - prevención del sobreendeudamiento - tutela de la dignidad).

La regulación del crédito y de la financiación para consumo propuesta, si bien es común a ambos tipos contratos, distingue entre crédito para el consumo (contrato cuyo objeto es el acceso al capital), de la financiación para consumo (contrato cuyo objeto es el acceso al bien o servicio financiación), receptando las particularidades de cada caso. Esta decisión metodológica evita regulaciones contradictorias por su tratamiento unificado, como ocurre con algunas propuestas legislativas en lo referido al desembolso inicial obligatorio (Proyectos S-2576/19, 3143-D-2020 y 5156-D-2020).

El Código en estos contratos, continúa con una tradición de reconocer un derecho-deber de información calificado (art. 36 LDC, arts. 1385-1389 Código Civil y Comercial), pero incorpora otras dimensiones de tutela sin recepción legislativa expresa, como la obligación del proveedor de corroborar la capacidad de pago, el límite entre el rédito lícito y la usura, entre otros aspectos.

La regulación propuesta, de modo coherente con la legislación vigente, otros proyectos y la doctrina especializada, empodera a las y los consumidores en la etapa precontractual, estableciendo la información mínima obligatoria a suministrar, el acceso previo al contrato y un deber calificado de asesoramiento. Asimismo, receptando la tasa sanción contenida en la actual legislación (art. 36, LDC), se fortalece esta protección al reconocer su aplicación en los casos de incumplimientos al deber de información, a los topes legales a los intereses y otros supuestos específicos (tomando como fuente el proyecto 3740-D-2020).

Se incorporan como mecanismos de prevención de situaciones de sobreendeudamiento, además de lo relativo a la responsabilidad del proveedor por el suministro

irresponsable de crédito o financiación (artículo 252), el derecho a la revocación en estos contratos aun cuando la contratación se haya realizado en el establecimiento comercial (también contemplado en los proyectos S-2576/19, 3143-D-2020 y 5156-D-2020), conservando la tradición local que reconoce su ejercicio gratuito y sin expresión de causa (art. 34 LDC, arts. 1112, 1113 y 1115 Código Civil y Comercial). La razón es sencilla, la protección de la manifestación del consentimiento de la o el consumidor cuando la operación se realizaba “fuera de los establecimientos comerciales” o “a distancia”, tenida en miras en el nacimiento de este resguardo legal, adquiere mucho más sentido y justificación aún en este tipo de contratos por las dificultades técnicas que presenta su redacción, la “necesidad” que muchas veces condiciona a quien accede a los mismos, el contexto en el cual el mismo se perfecciona, etcétera.

De igual modo, se reconoce el derecho a la cancelación anticipada, con la reducción proporcional de intereses y cargos, receptando este instituto previsto en el Código de Defensa del Consumidor de Brasil (art. 52, ap. V, párr. 2°), así como de otros proyectos locales (7774-D-2018 y 0384-D-2020). Con un ejercicio sin costos adicionales, también presente en las fuentes citadas, coherente con el objetivo de facilitar el desendeudamiento de la o el consumidor, este instituto, a la vez que es una útil protección, no representa riesgo empresario extraordinario o irrazonable. Al contrario, se posibilita el reintegro del capital y el interés por el tiempo transcurrido, posibilitando la recirculación y disponibilidad del mismo por la propia actividad del proveedor (crédito o financiación para consumo).

No obstante, lo anterior, el Código se diferencia de otras propuestas que receptan la cancelación anticipada, pero desde la óptica de la protección del interés del proveedor (garantizando una ganancia base), o sin contemplar los efectos del sistema de amortización. Corrigiendo esa perspectiva, no sólo se reconoce su importancia individual en los casos que desapareció la causa (destino) del endeudamiento, sino más importante, su dimensión colectiva en la tutela de las y los consumidores (Galván, Ezequiel R. “La portabilidad de deudas de consumo: comentario al proyecto 7774-D-2018”, en LXXXI Encuentro de Institutos de Derecho Comercial de los Colegios de Abogados de la Provincia de Buenos Aires, Ediciones D&D, 2020, p. 196-204).

Estos resguardos para las y los consumidores actuarán también como incentivos, generando una competencia permanente entre los proveedores (no restringida al momento de colocar el crédito o financiación), la mejora constante de las condiciones de contratación, así como la corrección de situaciones de usura, ya sea por la búsqueda de mejores ofertas en el mercado de crédito, o la regulación estatal de la portabilidad de deudas de consumo, entre otras posibilidades (Proyecto 7774-D-2020; Ley 21.236 de Chile; Resoluciones 3401/2006 y 4292/2013 del Banco Central de Brasil).

Como se expuso en materia de trato digno, en la impugnación de resúmenes y otros conceptos en el marco de los contratos comprendidos en este Título, se incorpora un plazo genérico de treinta días, para los casos que no esté establecido legislativamente el efecto suspensivo del reclamo como ocurre actualmente en materia de servicios públicos (art. 31, LDC) o en el contrato de tarjeta de crédito (art. 28, Ley 25.065). Si el reclamo ante el proveedor es rechazado,

pero dentro del plazo de treinta días o el plazo mayor que exista, la o el consumidor presenta su denuncia administrativa o insta la acción judicial, la deuda no será exigible hasta la resolución definitiva del reclamo eliminando la coacción de la mora como obstáculo de acceso a la justicia.

Al mismo tiempo, como se contempla en materia de seguros (art. 56, Ley 17.418), la falta de pronunciamiento expreso y fundado del proveedor implica su aceptación o consentimiento en el sentido del reclamo, efecto que es correlato de la obligación de actuar de buena fe, de suministrar información adecuada y veraz, así como del derecho de las y los consumidores a un rechazo fundado de sus reclamos o impugnaciones. El mismo efecto poseerá cualquier respuesta automatizada que no se expida de manera concreta y fundada sobre el reclamo realizado.

El Proyecto recepta como mecanismos para proteger a las y los consumidores de situaciones de sobreendeudamiento y regularizar situaciones de mora por dificultades económicas transitorias, el derecho a la refinanciación y la intimación previa como requisito para la ejecución judicial (Proyectos 7454-D-2000, 3740-D-2020). De este modo, mientras la refinanciación permite reconducir la relación contractual en los primeros 90 días (reconociendo el derecho del proveedor a los intereses), la obligación de intimación previa a la ejecución judicial (Proyectos 3170-D-2000, 3740-D-2020), sin llegar a representar una constitución en mora, es un mecanismo que permite al consumidor conocer efectivamente la situación de mora, el monto y composición de la deuda, así como cancelarla de modo previo a su judicialización por un medio anoticiado de modo fehaciente.

En este último aspecto, la intimación previa además es un contrapeso para evitar abusos en las gestiones de la mora o recuperos extrajudiciales, siendo actualmente un problema social la coacción a las y los consumidores y la utilización de la acción judicial como mecanismo para restringir la posibilidad de las personas de indagar sobre la naturaleza y composición de la deuda, su legitimidad, o la alternativa de acudir a las instancias administrativas especializadas para asesorarse y eventualmente denunciar esos abusos.

En la Sección 2° de este Capítulo, también se desarrollan pormenorizadamente los alcances y efectos de la conexidad contractual, contemplando situaciones bastante comunes en las que la o el consumidor, ya sea por incumplimientos del proveedor o por insuficiencia en la información suministrada (por ej. en relación a los requisitos para acceder a la financiación que proporciona otro proveedor), queda “a mitad de camino”. Para evitar o paliar las consecuencias de esas situaciones se contemplan las alternativas ante la falta de perfeccionamiento de la operación, las presunciones de conexidad, entre otras previsiones.

3.2. Proveedores no financieros

El Código en la regulación del crédito o financiación para el consumo, incorpora disposiciones específicas respecto de los “proveedores no financieros”, entendiéndose por tales los que no están alcanzados por la Ley N° 21.526 de Entidades Financieras o que no sean emisores de tarjetas en los términos de la Ley N° 25.065 (tomando como fuente principal el proyecto 3740-D-2020). En este aspecto, estos

proveedores actualmente sólo se encuentran obligados por un deber de información calificado (art. 36, LDC), así como en materia de publicidad y transparencia por normas aisladas emitidas por el Banco Central de la República Argentina (vgr. Comunicación A-7146 BCRA).

La regulación propuesta en el tema corrige la desprotección de las y los consumidores en la relación con estos proveedores prácticamente exentos de todo control, determinándose un tope a la tasa de interés (límite objetivo entre ganancia lícita y la usura); la obligación de registrarse ante la Autoridad de Aplicación en las Relaciones de Consumo de Argentina, y el control administrativo obligatorio de los contratos. De este modo, se establece un control activo por parte del estado conforme fuera propiciado en otros proyectos legislativos (7291-D-1998, 3329-D-2001) y se salda la necesidad pendiente de una protección efectiva contra la usura y prácticas abusivas.

La protección de las y los consumidores ante la usura, si bien es una preocupación permanente, en su abordaje ha primado la lógica penal (ej. Proyectos 1826-D-2017, 8188-D-2016, 7955-D-2013, 0298-D-2009, S-2422/06, 1577-D-2004, 3368-D-2002, 1948-D-2002, 0568-D-2001, entre otros). En consecuencia, el Proyecto de Código, sin perjuicio de lo previsto en el Título II del Libro Cuarto, recepta los proyectos e incorpora un tope objetivo a las tasas de interés, con la tasa sanción como correlato a efectos de permitir la tutela efectiva. Se disuade y/o sanciona frente al incumplimiento, y se propicia la reparación de daños en el caso que corresponda.

3.3. Servicios de gestión financiera

La regulación vigente (art. 36, LDC) reconoce una protección que contempla el crédito y la financiación para la adquisición de bienes y servicios, así como otros contratos de consumo bajo la expresión “operaciones financieras para consumo” (ej. depósitos bancarios, cuenta corriente bancaria, inversiones, etc.). Al mismo tiempo, con la Ley 26.831 de Mercado de Capitales, se reafirmó la protección de las y los consumidores en las relaciones de consumo que tienen por objeto la inversión (art. 1 inc. b).

De este modo, a diferencia de otras propuestas regresivas en la materia que circunscriben a la protección a los contratos de crédito y de financiación (ej. S-2576/19, 3143-D-2020, 5156-D-2020), este Código contempla bajo la denominación “servicios de gestión financiera” la tutela específica de las y los consumidores en el marco de operaciones de inversión, de billetera digital, de financiamiento individual o colectivo y otros servicios bancarios que no sean contratos de crédito o de financiación para consumo.

En materia de información, se incorpora expresamente la obligación de informar el rendimiento o mecanismo para su determinación, en caso que hubiera (ej. inversiones, depósitos bancarios, etc.), así como el riesgo asumido por la o el consumidor. De este modo, se evita la colocación inversiones o activos ocultando su riesgo o rendimiento real, a la vez que se contemplan las consecuencias de su incumplimiento, sin perjuicio de las sanciones y responsabilidad por los daños ocasionados por estos proveedores.

Este Código recepta una realidad más frecuente de lo pensado, que indica que las y los consumidores, muchas veces sin siquiera saberlo, delegan en los proveedores de estos servicios la gestión de su patrimonio y de sus intereses económicos. En consecuencia, se contempla de modo expreso la protección de las y los consumidores en materia de billeteras digitales (en sus distintas modalidades), así como de contratos o sistemas de financiamiento individual o colectivo (ej. círculos de ahorro previo, fideicomisos, cooperativas). De este modo, se establecen obligaciones específicas en materia de información, medidas de seguridad, solvencia del proveedor, rendición de cuentas y el ejercicio de la administración, mandato o intermediación, de modo leal, diligente y en beneficio del interés de las y los consumidores contratantes.

3.4. Prevención del sobreendeudamiento

El Proyecto de Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación, siguiendo uno de sus ejes conceptuales, el de la perspectiva “pro persona” que vincula el Derecho del Consumidor y los Derechos Humanos, entiende a las situaciones de sobreendeudamiento como una afectación a la dignidad de las y los consumidores y su grupo familiar. Con una visión del sobreendeudamiento construido desde aquél enfoque, orientado a preservar el acceso a la satisfacción de las necesidades cotidianas para mantener condiciones de vida digna, se abandona la “lógica concursalista” bajo la cual comúnmente se analiza y piensa a la problemática y se la enfoca desde su dimensión preventiva, buscando, antes que nada, la rehabilitación de la persona endeudada (cf. Boquín, Gabriela F., “El concurso del

consumidor”, Doctrina Societaria y Concursal N° 337, Diciembre 2015, ERREPAR).

Esta decisión estructural, de política legislativa, de entender al sobreendeudamiento desde la dignidad personal no es meramente declamativa o programática (como se observa en otros proyectos o decisiones judiciales en la materia), sino que se sostiene en normas y principios específicos que buscan desplegar una tutela efectiva. Ello también implica abandonar concepciones moralistas, que entienden la cuestión desde el mecanismo del reproche o el previo análisis de la existencia de culpa, soslayando o ignorando la responsabilidad del proveedor en el endeudamiento excesivo de las y los consumidores (ej. Proyectos 7482-D-2010, S-1061/20; 3540-D-2020; cf. Galván, Ezequiel, R., “La necesidad de abandonar o reformular la Ley Modelo de Insolvencia Familiar en el abordaje del sobreendeudamiento de la persona humana”, Revista Derechos en Acción, n° 20, 2020, p. 637-640). En ese sentido, entre los principios especiales que rigen el capítulo, se recepta el de la presunción de buena de la o el consumidor sobreendeudado.

En sintonía con lo anterior, el Código no recepta el concepto de “sobreendeudamiento pasivo” a efectos de definir al sujeto de tutela, sino que opta por reconocer a estos supuestos, previsibles pero inevitables, dentro del novedoso instituto de la “fuerza mayor social” receptado en el artículo 273, tomando en el punto los aportes doctrinarios de la profesora Teodora Zamudio (cf. “La doctrina de la “social force majeure” y la protección del consumidor”, ver en [http://www.cijuso.org.ar/resources/libros/240221074223_doc_trina-fuerza-mayor-social_Teodora-Zamudio%20\(1\).pdf](http://www.cijuso.org.ar/resources/libros/240221074223_doc_trina-fuerza-mayor-social_Teodora-Zamudio%20(1).pdf)). Producida una situación previsible pero inevitable, como

pueden ser la enfermedad de la o el consumidor, de su cónyuge, conviviente, hijas o hijos o personas integrantes de su grupo familiar, accidentes que afecten su salud o capacidad laboral y la pérdida de su trabajo o fuente de ingresos, se establece la posibilidad de prórrogas, reconducción o renegociación de las deudas, optando por la continuidad del contrato por sobre los procesos de reestructuración patrimonial (concursos o procesos especiales de rehabilitación del sobreendeudamiento). El instituto posee una marcada finalidad preventiva y es aplicable a todo tipo de obligación, sin que sea una exigencia para la procedencia de este supuesto la existencia de una situación de mora o sobreendeudamiento, sino la simple posibilidad de que ello ocurra.

3.5. Obligaciones del proveedor

Este Código contempla, además de las obligaciones generales previstas para todos los contratos de crédito o de financiación para el consumo, un apartado especial destinado a las obligaciones generales del proveedor en la prevención del sobreendeudamiento. Asimismo, la regulación propuesta aquí es coherente con las restantes obligaciones y principios receptado en las disposiciones y cargas generales contenidas en el Código.

Se reafirma la vigencia del derecho-deber de información durante el desarrollo del contrato de consumo, así como después de extinguido el mismo (artículo 274). En cuanto a los efectos jurídicos del requerimiento de información, la respuesta o el silencio resultan vinculantes por tratarse de un acto propio, o de una omisión, derivado de una

obligación concreta de responder, siendo oponibles tanto al proveedor requerido, como a los cesionarios, endosatarios, acreedores y acreedores concursales del requerido, entre otros.

En los casos que la obligación comprenda reconocer y acreditar una obligación, o alguno de sus extremos, el silencio total o parcial tiene efectos liberatorios respecto de la o el consumidor (Proyecto 0384-D-2020). Se advierte que la presunción de pleno derecho respecto de la inexistencia de obligaciones a cargo de la o el consumidor, en los casos que la obligación existía, resulta análoga a una renuncia tácita de pleno derecho respecto de la obligación cuando el proveedor ha sido motivo de un requerimiento judicial, administrativo o extrajudicial. Es decir, por una conducta del proveedor (silencio, así como podría ser la renuncia expresa o aceptación de un pago), se desobliga a la o el consumidor con efectos comprensivos de los terceros, quienes conservan las acciones contra el proveedor que correspondan (arts. 1620 y 1621, Cod. Civ. y Com.). A la vez, esta consecuencia prevista en el artículo 275, impedirá prácticas abusivas o especulativas que intenten la clausura de un proceso de sobreendeudamiento de los previstos en el Código, o de uno que tramite según la Ley 24.522, por falta de presentación de acreedores, los que luego podrían intentar la ejecución individual de sus acreencias.

Se incorpora de modo expreso la responsabilidad del proveedor que provoque, contribuya de modo significativo o agrave una situación de sobreendeudamiento o cesación de pagos de la o el consumidor (cf. proyecto 0384-D-2020), norma general que comprende las obligaciones específicas en los casos de los contratos de crédito o de financiación para consumo (artículo 276). En estos casos, el proveedor

responsable no podrá solicitar la quiebra de la o el consumidor contratante ante su cesación de pagos, ni oponer los privilegios de su crédito a los restantes acreedores (artículo 277). La solución contemplada, al mismo tiempo de tutelar a las y los consumidores frente a estas conductas especulativas que conspiran con el objetivo de preventivo que guía esta regulación, también protege a los coacreedores de buena fe que también son perjudicados a partir de estas prácticas contrarias a la transparencia y la buena fe en la relación de consumo.

Otra previsión destinada a prevenir situaciones de sobreendeudamiento, es la recepción expresa del derecho de las y los consumidores a cancelar las obligaciones en moneda extranjera en moneda nacional de curso legal (art. 765 Cod. Civ. y Com.), contemplando como una cláusula abusiva toda restricción a su ejercicio. De igual modo, se extiende la prohibición de capitalizar los intereses, incluso en la ejecución judicial, acompañando un consenso unánime en evidenciado por varias iniciativas legislativas en ese sentido (Proyectos D-2576/19, 3143-D-2020, 3740-D-2020, 5156-D-2020, entre otros).

3.6. Mora del consumidor

La regulación de la mora de las y los consumidores propuesta (Sección 3°), además de su dimensión tutelar frente a situaciones de sobreendeudamiento, reafirma que los derechos y la protección de las y los consumidores no se restringe o condiciona por la situación de mora. La mora, bajo ningún aspecto, puede habilitar medidas de tinte moralista o

represivo, ni agravar esa situación al punto de convertirla en motivo de imposibilidad de pago. Todo lo contrario.

El Código incorpora así, un límite al costo de la mora (tope al crédito o financiación de origen no financiero) que, sin restringir la satisfacción del interés del proveedor acreedor, protege a las y los consumidores de situaciones de usura. Asimismo, se explicita que la mora de la o el consumidor no habilita al proveedor a cobrar su crédito de forma unilateral, directa o indirectamente.

Como un mecanismo para rehabilitar a las y los consumidores de la mora, se contempla una imputación de pagos especial en la ejecución judicial, cancelando en primer término el capital y después los demás conceptos (receptando experiencias positivas del Juzgado de Primera Instancia en lo Civil y Comercial Nº 2 de Azul a cargo del Dr. Rodrigo Bionda).

Es una práctica lamentablemente muy frecuente, la de exigir extrajudicialmente de las y los consumidores, el pago de deudas que, por distintas razones, no son exigibles, o su monto no refleja la realidad de la obligación originaria, o sobre las que no se suministra ninguna información, o que no cuentan con documentación que las respalde, entre una variedad enorme de irregularidades. Estas prácticas las puede llevar adelante el proveedor con el que la o el consumidor se relacionó directamente, o bien otros proveedores, a través de los cuales aquellos tercerizan el cobro de sus carteras de deudas, o mediante mecanismos más sofisticados, como la constitución de fideicomisos sobre los que prácticamente no se conoce nada.

Se fortalece la protección de las y los consumidores ante las cobranzas o “recuperos” extrajudiciales, con base en

la legislación vigente (art. 8 bis, LDC) y el proyecto 3740-D-2020, con una recepción de prácticas como el acoso telefónico anónimo y sistemático, el uso del liquidaciones sin detalle o explicación, así como también se contempla su dimensión penal en el título correspondiente a los delitos, desplegando así toda la gama de herramientas protectorias propias de una regulación integral de estas problemáticas. En el artículo 281, además de las prácticas comerciales prohibidas en el Título II del Libro Segundo, se busca poner coto a esos abusos prohibiendo expresamente las prácticas más habituales en este ámbito y desalentándolas al hacerlas pasibles de la condena disuasiva del artículo 325.

3. 7. Cobros indebidos

Tal vez una de las conductas más graves y censurables sea la de exigir el pago de deudas prescriptas, circunstancia que en ningún caso puede desconocer un proveedor. Por el contrario, resulta excepcional que los proveedores, profesionales y asesorados profesionalmente, abonen obligaciones prescriptas en su giro comercial cotidiano (impuestos, créditos laborales o de otra naturaleza). Advirtiendo esta asimetría en la capacidad de oponer la prescripción liberatoria por parte de las y los consumidores, en la Sección 4° el Código opta por una protección específica y calificada de las y los consumidores en este aspecto.

Para evitarla, recuperando los proyectos 0384-D-2020 y 7775-D-2018, se establece la nulidad de los pagos o reconocimientos de este tipo de deudas y el derecho de las y los consumidores a obtener el reintegro de todo importe percibido por el proveedor que no tenga causa en una deuda

exigible, efectiva y lícitamente asumida a contraída, así como de los gastos necesarios. Es incuestionables que en estos casos el proveedor no ha actuado de modo diligente en la gestión de sus créditos.

En igual sentido, se contempla de modo expreso el derecho de las y los consumidores al reintegro en los casos de contratos de consumo contemplados en el capítulo I y II de este Título, con un interés compensatorio mínimo (cf. “Protección de los usuarios de servicios financieros”, B.C.R.A.) a efectos de proteger el interés económico de la y el consumidor y desalentar su aprovechamiento por el proveedor.

3.8. Cláusulas de descuento directo

Este Código también propone una regulación de todo mecanismo que le permita a un acreedor privado obtener el cobro de una acreencia, directamente del patrimonio de la o el consumidor, sin que este brinde su consentimiento en particular o, peor aún, sin que pueda oponerse a esos débitos (ej. pagos vinculados a una tarjeta de crédito o cuenta corriente bancaria). La regulación propuesta no comprende a los descuentos por mandato judicial, obligaciones fiscales o legales.

Con el proyecto de ley 0384-D-2020 como fuente principal, así como lo que indica la experiencia en relación a las dificultades prácticas para el ejercicio del llamado “*stop debit*” en el marco de contratos bancarios que sirve de muestra para los casos aquí comprendidos. Se propone en consecuencia, el rápido - dentro de los cinco días de la

solicitud de la o el consumidor - e incondicionado cese de todo débito que se realice sobre los haberes, salarios, jubilación, subsidios, cuentas bancarias, fondos en custodia de terceros o cualquier otra forma de ingresos o bienes de la o el consumidor, ya sea que se los haga a través de un empleador, de un organismo de la seguridad social, entidad bancaria o financiera, o en forma directa por el mismo acreedor.

Además, para evitar otro de los problemas que se detectan ante estas prácticas como es el del desconocimiento que muchas veces existe sobre el origen de la supuesta acreencia que origina los descuentos, se prevé la obligación de suministrar información en punto a todo lo relacionado con la identificación de la deuda y el beneficiario de los descuentos.

La regulación propuesta resulta coherente con las demás disposiciones de este Título, justamente como herramienta para evitar el sobreendeudamiento, o su agravamiento, puesto que es sabido que existen innumerables situaciones en que estos descuentos directos llegan a consumidor gran parte, e incluso la totalidad, de los haberes o los saldos de cuentas bancarias de consumidores y consumidoras que se ven así despojadas del mínimo ingresos para satisfacer sus necesidades más elementales. Esto genera, a la vez, la retroalimentación del sistema de endeudamiento de las y los consumidores puesto que, en esas circunstancias, muchas veces acudirán a endeudarse rápidamente y en condiciones ruinosas para poder enfrentar sus gastos esenciales.

4. Servicios públicos

4.1. Disposiciones generales

Dentro del Libro Tercero destinado a la protección en las relaciones contractuales, se incorpora en el Título IV la regulación de los aspectos generales de la prestación de servicios públicos destinados a las y los usuarios.

La integración del Derecho del Consumidor con los Derechos Humanos implica entender a los servicios públicos desde su rol en el acceso a las condiciones necesarias para una vida digna, en el marco de una relación de consumo que involucra a las y los usuarios, al proveedor y al Estado. De este modo, este Código desarrolla una regulación desde esta perspectiva integral y teniendo en cuenta los actuales alcances de las prestaciones consideradas como “servicio público”, abandonando la concepción de la Ley 24.240, restringida a “lo domiciliario”, para entender la protección integral de las y los usuarios comprensiva de todos los servicios públicos incluso, y con mayor razón en algunos casos, a los “no domiciliarios” y más allá de la naturaleza que tengan o la denominación que se les adjudique.

En las fuentes consultadas para este Título, además de la doctrina y jurisprudencia sobre el tema, se destacan los proyectos que establecen un régimen general (3486-D-2006; S-1443/06; 8207-D-201; 2710-D-2018; 7775-D-2018); otros que regulan un servicio público en particular, de telefonía y/o internet en su mayoría (7251-D-2012; 8517-D-2012; S-0147/12; S-1771/12; 1534-D-2013; 4848-D-2013; 7346-D-2013; S-1433/13; 0427-D-2014; 3123-D-2014; 3550-D-2014; 3634-D-2014; 8088-D-2014; S-0524/14; S-0861/14; S-146

1044/14; 0936-D-2015; 1675-D-2015; S-2445/15; 4198-D-2016; S-4335/16; 1271-D-2017; 3094-D-2017; 5500-D-2017; 5548-D-2017; 0254-D-2018; S-1513/18); así como otras fuentes (ej. Expte. 30808 CD de Santa Fe; “Anteproyecto de Ley Marco de los Servicios Públicos” de la Comisión de Defensa del Usuario y del Consumidor del Parlamento Latinoamericano; anteproyecto “Régimen Nacional de Servicios Públicos” del Instituto de Derecho de las Comunicaciones de la Universidad de Buenos Aires; Ley 210/99 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires).

Se contemplan cuestiones sustanciales y generales de la relación de consumo en el marco de los servicios públicos (derechos del usuario, obligaciones del proveedor, principios aplicables, rol de las asociaciones, entre otros), sin establecer reglamentaciones minuciosas respecto de su implementación a fin de respetar la autonomía provincial o municipal en relación a los servicios locales, así como tampoco se reglamentan cuestiones ajenas a la relación de consumo que tengan que ver con la relación entre la Administración Pública y los particulares prestadores del servicio, cuando se trate de actividades delegadas, ni tampoco se ingresa en detalles en cuestiones técnicas propias de los contratos de concesión y los marcos regulatorios sectoriales. En este último caso, sólo se reglan algunos aspectos puntuales que son necesarios contemplar puesto que se trata de cuestiones instrumentales necesarias para el ejercicio de derechos tutelados por el Código, como puede ser el de información, en relación a la facturación y control de consumos, o los intereses económicos en lo que tiene que ver con las tarifas y la gestión de la mora y otros cobros.

De tal forma, tal como establecen las reglas y principios esenciales para todo el Código establecidos en el Título

Preliminar, las disposiciones de este título desarrollan una serie de derechos y obligaciones que hacen de piso mínimo de protección y se integran con las normas específicas que se aplican a cada uno de los servicios en particular. Ello así, siempre teniendo en miras en mejorar el estándar de protección vigente (arts. 25-31, LDC).

También, complementando en lo particular al Título Preliminar, se desarrollan una serie de principios reconocidos en doctrina y jurisprudencia, pero sin recepción legal hasta el presente, asegurando una constante mejora en la calidad y alcances de estas prestaciones, que deben desarrollarse teniendo en miras su “generalidad”, “continuidad”, “uniformidad”, “regularidad”, “asequibilidad”, “sustentabilidad económica” y “acceso a la información”.

Además, se reafirman las obligaciones del Estado en su carácter de autoridad de control y titular del poder de policía (CSJN, “CEPIS”, sent. 18/08/2016, Fallos: 339:1077, considerando 27º). En este sentido, también se ha expedido la CortelDH señalando que “(l)a prestación de servicios públicos implica la protección de bienes públicos, la cual es una de las finalidades de los Estados. Si bien los Estados pueden delegar su prestación, a través de la llamada tercerización, mantienen la titularidad de la obligación de proveer los servicios públicos y de proteger el bien público respectivo. La delegación a la iniciativa privada de proveer esos servicios, exige como elemento fundamental la responsabilidad de los Estados en fiscalizar su ejecución, para garantizar una efectiva protección de los derechos humanos de las personas bajo su jurisdicción y para que los servicios públicos sean provistos a la colectividad sin cualquier tipo de discriminación, y de la forma más efectiva

posible.” (Corte IDH. Caso “Ximenes Lopes Vs. Brasil”, sent. 04/07/2006, Serie C No. 149).

Entendiendo al servicio público como una actividad íntimamente vinculada a la satisfacción del interés general y de necesidad básicas o esenciales que involucran la dignidad de las personas, el Código introduce obligaciones concretas para su prestación, como asegurar el acceso universal, o satisfacer la demanda conforme el pliego licitatorio y otras normas de aplicación, el contrato de concesión y el incremento razonable de la demanda. Asimismo, siendo que los derechos de las y los usuarios no derivan del pago de la contraprestación, sino de su condición de usuario o usuaria, se destaca que el eventual retraso o imposibilidad del pago no debe comprometer el acceso a condiciones de vida digna.

Además de fortalecer el derecho-deber de información y el trato digno en el marco de estas relaciones de consumo, este Código incorpora la participación de las y los consumidores, a través de las asociaciones de defensa de las y los consumidores que les representan, en los organismos de control. En materia de acceso a la justicia, se reconoce el control concurrente de los organismos de control con la autoridad de aplicación de este Código, los efectos del reclamo en la relación de consumo y la no exigibilidad de reclamo previo o agotamiento de la vía administrativa para acceder a la instancia judicial.

4.2. Tarifas

En la regulación de las tarifas, este Código se adecúa al mandato constitucional inferido del artículo 42 de la

Constitución Nacional que exige la participación de las y los usuarios en la discusión de estos aspectos de la actividad, al establecer el carácter obligatorio de la audiencia pública ante cualquier modificación tarifaria, de su forma de cálculo o de cualquier aspecto que pueda afectar los derechos y obligaciones de las y los usuarios o de los proveedores. Además, se prohíben los sistemas de ajuste automático, indexados o con variables en moneda extranjera.

En cuanto a las audiencias públicas, este Código las regula con los demás mecanismos de participación ciudadana en el Título III del Libro Quinto. Con un diseño que recepta la jurisprudencia del Máximo Tribunal (CSJN, “CEPIS”, sent. 18/08/2016, Fallos: 339:1077), y aclarando con precisión los requisitos formales y sustanciales de la información a suministrar de modo previo, la regulación propuesta permite el correcto ejercicio de este derecho, así como su control judicial.

Por último, se destaca la obligación de los marcos regulatorios sectoriales de contemplar una tarifa reducida y asequible para las y los usuarios dependientes por razones de salud (ej. electrodependientes), así como una tarifa social que elimine la carencia de recursos económicos como un obstáculo para el acceso al servicio (Proyecto 7775-D-2018; S-4422/04; entre otros).

4.3. Facturación

Se recepta la obligación de utilizar instrumentos y unidades de medición homologados (art. 29, LDC), la presunción respecto de las interrupciones del servicio como

imputables al proveedor (art. 30, LDC) y la obligación de expresar en la factura la ausencia de deudas (art. 30, bis LDC), ahora con una presunción de pleno derecho coherente con los principios y demás disposiciones de este Código, también presente en otras iniciativas (ej. S-2576/19, 3143-D-2020, 5156-D-2020).

Se mantiene el límite vigente al costo de la mora (art. 31, LDC) agregando la prohibición de agravarlo a través de otros conceptos, tales como cobrar un costo de reconexión superior al valor de plaza.

Además, se prohíbe la facturación o el cobro en la misma factura de otros conceptos o servicios distintos al servicio público efectivamente prestado, y la consecuente independencia económica del servicio público de otros conceptos o deudas que eventualmente existan entre el usuario y el proveedor por otros conceptos. (Proyecto 7775-D-2018, Res. 3442/18 INAES). Esta práctica se observa en muchas zonas del interior del país, donde determinados proveedores del servicio incluyen, en algunos casos en forma solapada, incluyen cargos por suscripción a seguros u otras prestaciones que nada tienen que ver con la prestación. Si el servicio público brinda acceso a las condiciones necesarias para una vida digna, no se puede tolerar que la integridad de la persona funcione como un medio coactivo para obtener la satisfacción o cancelación de otros créditos o conceptos.

En la impugnación de la facturación (actualmente art. 31, LDC), además de conservar las presunciones vigentes, se fortalece la protección de las y los usuarios al reconocer el efecto suspensivo de la impugnación también en la instancia administrativa y judicial (proyecto 6195-D-2017, 7775-D-2018). De este modo, se corrige el sistema actual que favorece un rechazo infundado de parte del proveedor, o

directamente la ausencia de respuesta, a efectos de obtener el cobro.

VI. Libro Cuarto: Responsabilidad civil y penal en las relaciones de consumo

1. Prevención de daños y responsabilidad civil de los proveedores

Consecuentemente con la autonomía conceptual del Derecho del Consumidor receptado en el Código, en el Título I del Libro Cuarto se regula integralmente las diferentes funciones de la responsabilidad civil, sin necesidad de remisiones directas a normas ajenas, dotando de cohesión y robustez a sus disposiciones. Ello sin perjuicio de la aplicación supletoria de la legislación general o particular cuando sea necesario y según las reglas y principios del Título Preliminar.

1.1. Función preventiva y precautoria

En el Derecho del Consumidor, la incidencia colectiva de las afectaciones genera que la faz preventiva de tutela tenga una importancia preponderante. Sin perjuicio de la reparación individual, muchas veces irrealizable en la práctica, el Proyecto tiene en cuenta que una solución adecuada a los términos de eficiencia social y verdadera justicia, requiere una legislación que contemple la importancia del control del Estado, desaliente prácticas comerciales nocivas para las y los consumidores y evite la

comercialización de productos o servicios potencialmente dañosos. Todos estos aspectos son desarrollados a lo largo del articulado del Código.

En consecuencia, se contempla expresamente el deber de prevención a cargo de los proveedores, interrelacionado en general con el deber de no dañar, de adoptar las medidas para mitigar el riesgo y/o magnitud del daño y de no agravar el daño ya producido, y en particular, con cada uno de los derechos e intereses económicos de las y los consumidores, así como de su reparación. La conducta del proveedor, por su carácter de profesional, se debe evaluar bajo el parámetro de la “diligencia agravada” aplicándose un estándar agravado en virtud de su obligación del “pleno conocimiento” de las relaciones de consumo (Rossi, Jorge Oscar, "Derecho del Consumidor y deber de prevención del proveedor: Reflexiones de lege lata y de lege ferenda", publicado en Microjuris.com, 15/09/2020, cita: MJ-DOC-15534-AR | MJD15534).

En función de las consideraciones anteriores, en el artículo 313 del Proyecto se incorpora el deber de prevención del proveedor, una categoría con particularidades que la distinguen del deber genérico de prevención contemplado en la legislación general.

El Código contempla además la obligación de aseguramiento, con una regulación acorde a la función social e incidencia colectiva que la justifica. De este modo, se reconoce la importancia no sólo de evitar el daño, sino de asegurar la efectiva reparación en caso de producirse. Con el propósito de evitar discusiones jurisprudenciales y acentuar la función social de este tipo de seguros, se establece expresamente la inoponibilidad de las excepciones de cobertura y las franquicias pactadas entre las y los

asegurados y aseguradoras, sin perjuicio de las acciones de repetición que correspondan a la aseguradora contra el asegurado. Además, se aclara que el límite de cobertura será el que se encuentre vigente a la fecha del efectivo pago del siniestro.

Asimismo, se recepta el principio precautorio en el artículo 315, contemplado en la Ley General del Ambiente N° 25.675 ahora aplicado concretamente a la protección de las y los consumidores, evitando que la incertidumbre científica siempre presente, pero cada vez más frecuente en las relaciones de consumo -piénsese, por ejemplo, en la aplicación o utilización de la inteligencia artificial y otros procesos automatizados a la elaboración de alimentos, medicamentos, o a otros bienes o actividades-, pueda restringir la efectividad de la tutela.

Debe prestarse atención a la distinción entre el “principio preventivo o de prevención” y el “principio precautorio”, mayormente utilizado en el Derecho Ambiental. El primero propugna cesar o evitar conductas o hechos que tengan probabilidad de causar un daño, probabilidad que surge de la experiencia o de la ciencia; es decir, la experiencia o la ciencia indican que es “previsible” que tal hecho cause determinado efecto. En el segundo caso, la actuación precautoria, propugna cesar o evitar conductas o hechos, cuando existen dudas o desconocimiento sobre sus efectos en las personas, cosas o en el ambiente. Pues bien, ahora frente a cualquiera de esas situaciones, se prevén herramientas concretas para lograr la evitación de afectaciones.

Finalmente, se contempla la exigibilidad de los deberes que integran esta tutela por cualquiera de los medios establecidos en este Código, con preferencia por la Acción

Preventiva y Precautoria que es un carril judicial específicamente diseñado a estos efectos.

1.2. Función resarcitoria

El Proyecto contempla una regulación de la responsabilidad civil por daños a las y los consumidores en la relación de consumo con un factor de atribución objetivo. De este modo, se recepta una de las reglas estructurales del Derecho del Consumidor en el acceso a la reparación del daño, con la condena disuasiva como única excepción a esta regla.

Pese al enorme desarrollo que ha tenido la cuestión en nuestro país, con notables pronunciamientos jurisprudenciales (en este sentido el célebre “Ryan Tuccillo”, CNCiv, Sala H, 26/03/1997) y desarrollos doctrinales (vgr. Alterini, Atilio A. - Ameal, Oscar J. - López Cabana, Roberto M., Derecho de las Obligaciones, 1° ed., 1° reimp., Abeledo Perrot, Buenos Aires, 1996, p. 228 y ss.), la cuestión hasta el presente no ha estado exenta de titubeos, ocasionados, entre varios motivos, por la ausencia de una recepción legal clara y expresa de las reglas de aplicación en torno a la responsabilidad objetiva por daños sufridos en el marco de las relaciones de consumo.

Pues bien, la regulación propuesta recepta expresamente la responsabilidad objetiva y también la solidaridad de la denominada “cadena de comercialización” comprensiva de todos los proveedores que de cualquier manera intervienen en una relación de consumo, aun cuando

no tengan ningún tipo de vínculo directo con las y los consumidores afectados (actual regla del art. 40 LDC).

Las pautas que estructuran la regulación de la cuestión son el factor de atribución objetivo como regla con la única excepción de la parte pertinente de la condena disuasiva; la presunción, salvo prueba en contrario por el proveedor, de que el daño fue producido por el vicio o riesgo de la cosa o prestación del servicio o actividad; la carga del proveedor demandado de aportar al proceso todos los elementos de prueba que obren en su poder, conforme a las características del bien o servicio. En este aspecto, la obligación de los proveedores no solo comprende el demostrar la culpa ajena para liberarse de responsabilidad, sino también aportar la colaboración necesaria para esclarecer la cuestión debatida (art. 53, LDC).

Además, se definieron con precisión los eximentes de responsabilidad y se estableció que el hecho del damnificado sólo constituye causa ajena cuando se pruebe la existencia de culpa grave o dolo de su parte. De este modo, se aclara que cuándo la culpa ajena exime de responsabilidad o cuándo se presenta un caso fortuito dentro de una relación de consumo, excluyendo las contingencias propias de la cosa o actividad. Se receptan igualmente la responsabilidad solidaria en casos de daños por incumplimiento de la obligación de entrega del bien o prestación del servicio y el contenido y ámbito físico de incumbencia de la obligación de seguridad.

Asimismo, de modo coherente con una recepción del principio precautorio, el cumplimiento de las reglas del arte y/o de la normativa vigente, la autorización administrativa o la incertidumbre científica no exime de la responsabilidad civil por los daños a las y los consumidores. El régimen proyectado, además, contempla la obligación de seguridad en

toda la relación de consumo (art. 5 LDC y art. 42 CN), ahora con una redacción que no permite interpretaciones regresivas (cf. Rossi, Jorge Oscar, "La prueba del vicio o defecto de la cosa y el Proyecto de Ley Defensa del Consumidor", publicado en Microjuris.com el 14 de Mayo de 2020. Cita: MJ-DOC-15239-AR | MJD15239) o que la restrinjan al ámbito del contrato de consumo.

Finalmente, se exime a la reparación de las y los consumidores por daños en la relación de consumo de la prohibición de indexación dispuesta por los artículos 7 y 10 de la Ley de Convertibilidad (23.928 y mod.). De este modo, se protege la integridad de la reparación de las y los consumidores frente al proceso inflacionario, especialmente cuando este es aprovechado por el proveedor responsable a través de dilatar los procesos judiciales.

1.3. Reparación del daño extrapatrimonial colectivo

Este Código introduce múltiples propuestas novedosas en nuestro derecho, entre los que se encuentra el daño extrapatrimonial colectivo. En este sentido, se incorpora de manera expresa la reparación del daño extrapatrimonial de la colectividad, definido como “el menoscabo producido en el ámbito de las relaciones de consumo, al conjunto de creencias, costumbres y significados que componen el patrimonio moral y cultural de la colectividad”, vinculándose esta recepción normativa con sus instrumentos de exigibilidad previstos en el proceso colectivo.

En nuestra jurisprudencia nacional encontramos recepciones muy aisladas de este instituto, sea de modo

expreso (CCivCom. de Azul, Sala II “Municipalidad de Tandil c/ Transporte Automotores La Estrella S.A. y otros”; “Defensoría del Pueblo de la Ciudad de Buenos Aires v. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y otros”, CCAyT CABA, Sala 2ª, 14/08/2008), o tácito (CSJN, “Ekmekdjian, Miguel Angel c/ Sofovich, Gerardo y otros. s/ recurso de hecho”, considerandos 3º, 24º y 25º). Sin embargo, es frecuente apreciar prácticas o conductas en las relaciones de consumo que implican afectaciones generales y que atentan contra valores o derechos netamente colectivos (vgr. publicidades contrarias a valores y derechos tutelados por los instrumentos de derechos humanos).

De este modo, se propone una norma expresa que permita dar contención a situaciones que pueden ser más comunes de lo que se cree, pero que, por su falta de recepción legal, pasan desapercibidas para el sistema protectorio. Consecuentemente, se introduce la figura del “daño moral colectivo” y, al mismo tiempo, los recursos judiciales para su reparación.

1.4. Función disuasiva: la “condena disuasiva”

El Código proyectado, en la regulación de la “condena disuasiva o daño punitivo” recepta el instituto introducido en el artículo 52 bis de la LDC por la Ley 26.361 (2008), y tomando nota de las dificultades y deficiencias en su aplicación advertida en estos años, se la reformula con miras a potenciar o resaltar su sentido disuasivo.

Su estructura lógica de valoración comprende o contempla los dos factores de atribución de responsabilidad,

subjetivo y objetivo, los cuales podrán aplicarse en forma combinada o independiente, según las circunstancias del caso concreto. Siempre procederá en los casos de grave menosprecio hacia los derechos de las y los consumidores e independientemente que de ello surgiera una ventaja económica para el proveedor; en este caso la apreciación de la condena estará determinada bajo el factor subjetivo considerando la entidad de la conducta del proveedor. Pero también procederá cuando el proveedor, aun no habiendo incurrido en aquel grave menosprecio, luego de resarcir el daño causado, conservara u obtuviera un beneficio económico objetivo proveniente de su obrar antijurídico.

La intención es evitar especulaciones, ecuaciones o datos objetivos derivados de la praxis judicial, que lleven a los proveedores a entender conveniente, o indiferente, el hecho de generar un daño ante la posibilidad, y en muchos casos la certeza, de que cualquiera sea el resarcimiento que deban afrontar, siempre quedará un margen, beneficio o ganancia a su favor. Esa mecánica no hace más que generar el efecto contrario al buscado por el instituto, en lugar de desalentar la generación de daños, muchas veces causados a gran escala, se incentiva su proliferación.

A modo de refuerzo de lo anterior, en la segunda parte del dispositivo legal, se establecen en forma enunciativa, claras orientaciones para establecer la cuantía de la condena, indicándose como pautas nuevamente en forma expresa la necesidad de tener en cuenta sus efectos disuasivos, la gravedad de la conducta del sancionado, su repercusión social, los beneficios que obtuvo o pudo obtener, el patrimonio del dañador, la reiteración o reincidencia en que haya incurrido el proveedor, la conducta que haya observado durante el proceso, entre otro elementos. Y

consecuentemente con su naturaleza y para evitar condenas irrisorias, se establece un monto mínimo que nunca podrá ser inferior a veinte (20) Salarios Mínimos Vitales y Móviles.

En cuanto a legitimación, se incorpora al Ministerio Público Fiscal como legitimado en acciones individuales, fortaleciendo su rol de guardián del orden público y el sentido disuasorio y colectivo de su intervención.

Asimismo, se resuelven las incertidumbres actuales referidas al destino de la condena, estableciendo que en las acciones individuales o en las colectivas promovidas por la o el consumidor afectado, siempre será a favor de estos; mientras que en las acciones colectivas instadas por los restantes legitimados colectivos, podrá destinarse hasta un 20% a favor del accionante y el resto de la condena a los fines que mejor benefician al colectivo afectado, o a las autoridades de aplicación nacional, provincial o municipal del Código.

También se prevé que en los casos que se establezcan mecanismos fluidos de asignación de la condena, los mismos puedan ser llevados a cabo por el juez o jueza interviniente, o con la participación del Fondo Nacional para la Protección de las y los Consumidores y Usuarios. Estas previsiones se complementan con las disposiciones para la ejecución y liquidación de sentencias colectivas, previstas en el Título I, Capítulo IV, Sección 9° del Libro Quinto.

Se mantiene la solidaridad actualmente vigente en el artículo 52 bis de la Ley 24.240 para los casos en los que dos o más proveedores sean responsables de la conducta que diera lugar a la condena disuasiva, y se incorpora expresamente el carácter no asegurable.

Finalmente, también resolviendo ciertas incertidumbres, acorde con la naturaleza del instituto, se destaca la autonomía de la pretensión de condena disuasiva siendo que no es accesoria o de naturaleza indemnizatoria, motivo por el cual el Código contempla su exigibilidad por acción autónoma, así como en procesos dirigidos contra las y los consumidores.

2. Delitos en las relaciones de consumo

2.1. Disposiciones generales

El Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación, dando cuenta de la naturaleza de una norma de este tipo y entendiendo el carácter transversal del Derecho del Consumidor, incorpora la protección de las y los consumidores desde la dimensión penal. Con fuentes como el Código de Protección del Consumidor de Brasil, la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario de Venezuela, el Código Penal de España y el Proyecto 3740-D-2020, se propone una regulación de las disposiciones generales en los delitos en las relaciones de consumo, incorporando la responsabilidad penal de las personas jurídicas, así como la tipificación de delitos específicos.

En este sentido, también se incorporan a las asociaciones de defensa de las y los consumidores registradas como querellantes, o víctimas según el nuevo Código Procesal Penal Federal (Proyecto 0380-D-2020). Se destaca que la importancia de la participación de la sociedad civil, a través de sus asociaciones, en causas de interés colectivo (por su incidencia colectiva) ya se receptó por este

Congreso en la Ley 26.550 (art. 82 bis) en los casos de graves afectaciones a los derechos humanos, como exponen sus fundamentos (26-PE-09).

La regulación propuesta incorpora la responsabilidad penal de las personas jurídicas respecto de los delitos de consumo, tomando a la Ley 27.401 como insumo y cuidando la coherencia entre estos dos cuerpos normativos. En este sentido, se contemplan los aspectos generales de la misma, con una regulación que impide evadirse mediante la modificación o reestructuración societaria.

No obstante, como rasgo diferenciador, en la mencionada Ley 27.401 sólo se aplican sanciones penales a las personas jurídicas, cuando las mismas intervengan directa o indirectamente en la comisión de determinados delitos, en este caso vinculados a la corrupción y contemplados en el Código Penal, creándose un ámbito reducido y de excepción de atribución de responsabilidad. Entonces, de la misma manera que el legislador, por motivos de política criminal, ha resuelto atribuir responsabilidad penal a las personas jurídicas en determinados supuestos, lo mismo debe hacerse, respecto de delitos cometidos en el marco de relaciones de consumo en la medida que se contemplen las diversas formas de actuación o intervención que puede tener una persona jurídica proveedora y que la responsabilidad se encuentre condicionada por un lado, a que revista tal carácter, y que la acción u omisión sea realizada en el marco de una relación de consumo, o con anterioridad a la misma pero que el objeto o el acto fin se relacione con una relación de consumo (Otte, Alejandro M. - Gelcich, Marcelo G., “Necesidad de un Derecho Penal de Consumo”, en [www.academia.edu/45190663/Necesidad de un Derecho Penal de Consumo](http://www.academia.edu/45190663/Necesidad_de_un_Derecho_Penal_de_Consumo))

Este Código tiene por objeto la protección efectiva de las y los consumidores, motivo por el cual la dimensión penal de la tutela se integra con la reparación colectiva de los daños ocasionados favoreciendo un manejo eficiente de los recursos judiciales. De ese modo, también se receptan los “acuerdos de colaboración eficaz” presentes en la Ley 27.401, ahora con un sentido reparatorio que incluye las medidas de no repetición (programas de integridad) y participación de las asociaciones de defensa de las y los consumidores y autoridades de aplicación de este Código.

Este Código también recepta el instituto del “programa de integridad” (Ley 27.401), el cual integra la dimensión penal de la protección de las y los consumidores en su faz preventiva. De este modo, se integra este mecanismo de autocontrol con el régimen de fiscalización a través del auditor de las Autoridades de las Relaciones de Consumo de Argentina (en los casos que corresponda), generando una retroalimentación entre la dimensión penal, administrativa y civil a efectos de asegurar la tutela efectiva de las y los consumidores. Se estimula así la generación de una conciencia empresaria consecuente con las nuevas políticas en materia de *compliance* (Otte - Gelcich, “Necesidad de un Derecho Penal de Consumo, cit.).

2.2. Tipificación de delitos en las relaciones de consumo

Este Código en la regulación de los delitos en la relación de consumo conserva el diálogo de fuentes entre el Derecho de las y los Consumidores y la demás normativa, con una integración acorde al principio rector de la norma e interpretación más favorable a la protección de las y los

consumidores. En consecuencia, no solo recepta a los delitos en las relaciones de consumo que se tipifican, sino a los demás delitos contenidos en otras normas cuando se producen en el marco de una relación de consumo y en perjuicio de las y los consumidores.

Con una concepción de tutela efectiva, en los delitos en las relaciones de consumo tipificados se destaca su diseño desde la lógica protectoria de la materia, que se manifiesta al reconocer la incidencia colectiva de los llamados “microdaños” y la existencia de un modelo de negocios subyacente que se busca erradicar o desalentar. De este modo, se contempla una escala para la multa en unidades de valor (Salarios Mínimos, Vitales y Móviles), conservando de manera intangible el valor de la sanción como ocurre en otros ámbitos punitivos.

En los delitos en las relaciones de consumo en específico, se contemplan entre aquellos que protegen el trato digno, la represión del cobro coactivo. Se recibe así en el Código la faz penal de estas prácticas ilícitas y contrarias a la prevención del sobreendeudamiento. Asimismo, se reprime la actividad de abogadas o abogados que participen en este accionar antijurídico (Proyecto 3470-D-2020). En la protección del trato digno, también se contempla el ocultamiento o restricción de acceso al consumidor respecto de su información personal en registros o bases de datos, así como su falsedad o inexactitud consciente.

Los delitos en las relaciones de consumo contra la salud e integridad personal contemplan la protección ante la “omisión de advertencias sobre riesgos para la salud” y en las “prestaciones aplicadas sobre el cuerpo”. En consecuencia, el derecho-deber de información, la obligación de seguridad en las relaciones de consumo y el contralor estatal encuentran

protección en la represión penal a los efectos de proteger a las y los consumidores en uno de los sentidos personalísimos de su dignidad.

En la protección de la calidad adecuada, es la omisión de aviso y de retiro del mercado en los casos de conocimiento sobre los vicios de un bien o servicio, la conducta reprimida penalmente. De este modo, ante el riesgo que implican estos bienes o servicios perjudiciales para las y los consumidores, la dimensión penal asegura la tutela efectiva al erradicar un análisis costo-beneficio ante el cumplimiento de esta obligación.

El Código, en la protección del abastecimiento, reprime la especulación en materias primas o productos de primera necesidad en perjuicio de las y los consumidores por medio del desabastecimiento. Agravando su sanción en casos de grave necesidad, emergencia o catástrofe, se receptan figuras ya contempladas en el Código Penal de la Nación (ej. art. 300) y la lógica de la Ley de Abastecimiento 20.680, orientando la figura típica a asegurar a las y los consumidores un instrumento de efectiva tutela ante situaciones que restringen o dificultan el acceso a bienes y servicios necesarios para acceder a condiciones de vida digna o “de primera necesidad”.

En los delitos en las relaciones de consumo contra la buena fe, el Código contempla las modalidades especiales de estafa, incluyendo las estafas masivas o sistemáticas y el crédito o financiación usuraria. Con fuente en el proyecto 3740-D-2020, entre otros (7955-D-2013, 0568-D-2001, 3170-D-2000), se incorpora la protección de los intereses económicos de las y los consumidores, contemplando no solo la erradicación de la usura, sino también su intento de ocultamiento (3368-D-2002). Se completa de este modo la

protección de las y los consumidores frente a estas prácticas, previstas tanto desde la óptica civil como, también como lo hacen los proyectos citados, desde la dimensión penal.

En consecuencia, se propone una estructura sistemática que integra la protección civil, administrativa y penal de las y los consumidores, de modo coherente y complementario, que permite avanzar hacia una tutela integral en la cual todas las autoridades del Estado estén efectivamente comprometidas.

Este Código incorpora, además, delitos contra el consumo sustentable en las relaciones de consumo, sancionando la obsolescencia programada y el impacto ambiental (ingreso al mercado de bienes y servicios sin el estudio de impacto ambiental que la legislación exigiere; que resulten prohibidos por la legislación ambiental; sin las medidas de protección ambiental asociadas a su riesgo ambiental; o cuando no se retiren del mercado tras superar los estándares de ambientales requeridos).

Si bien se reitera que el Código recepta una integración entre la protección de las y los consumidores y la protección del ambiente de carácter sustantiva (no meramente discursiva), en estas disposiciones penales se concreta el avance del Derecho del Consumidor en este sentido, receptando la responsabilidad de la persona jurídica por estas afectaciones. De este modo, la protección en las relaciones de consumo se articula con el derecho individual y colectivo de todas y todos los consumidores a un ambiente sano y saludable (bien colectivo e indivisible) a efectos de una tutela efectiva y eficiencia en la gestión judicial del conflicto.

Por último, se tipifica como delito contra el derecho a la información, a la publicidad abusiva en los supuestos que esta

atenta contra el derecho a una vida libre de violencia y discriminación (en su sentido convencional), o cuando pone en riesgo la salud o integridad de las y los consumidores, especialmente niños niñas y adolescentes. En este aspecto, se advierte la integración del Derecho del Consumidor (así como del Derecho Penal) con los Derechos Humanos y la protección de la dignidad, reprimiendo estas conductas y erradicando la discriminación o discursos de odio de la sociedad de consumo entendida como espacio que construye patrones culturales.

VII. Libro Quinto: Garantías para la prevención y solución de conflictos en las relaciones de consumo

1. Prevención y solución de conflictos ante el Poder Judicial

1.1. Introducción

La protección efectiva de las y los consumidores no se restringe a reconocer sus derechos en la relación de consumo, así como las obligaciones de los proveedores y del Estado para con ellos, sino que también comprende, en forma inseparable, los mecanismos procesales adecuados que permitan implementar y facilitar el efectivo ejercicio y goce de tales derechos. Es decir, la consagración del derecho y las garantías para acceder a un recurso efectivo en su sentido convencional.

Este Código recepta para desplegar en todas sus dimensiones esas garantías de acceso, las fuentes de derecho interno y de derecho internacional, en particular el Derecho Internacional de los Derechos Humanos, así como la doctrina de los organismos de aplicación, y elaboraciones reconocidas internacionalmente, tales como las “Reglas de Brasilia sobre acceso a la justicia de las personas en condición de vulnerabilidad”, aprobadas por la XIV Cumbre Judicial Iberoamericana (Brasilia, 4 a 6 de marzo de 2008); el Código Modelo de Procesos Colectivos para Iberoamérica aprobado en el ámbito del Instituto Iberoamericano de Derecho Procesal (Caracas, 28 de octubre de 2004), entre otras fuentes que se referencian a continuación.

En consecuencia, el Título I del Libro Quinto desarrolla las garantías de las y los consumidores para hacer valer sus derechos en forma individual y colectiva, consolidando, incrementando y robusteciendo el estándar de tutela reconocido actualmente (arts. 52-54 bis LDC), con miras a lograr superar las múltiples dificultades que se advierten en la práctica a la hora de accionar el sistema judicial.

1.2. Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo

Siendo el sentido de un Código la recepción de las normas que protegen a las y los consumidores en un cuerpo único, coherente y sistemático, se incorpora la regulación del COPREC contenida en la Ley 26.993, de modo conjunto con las demás normas que rigen los procesos de consumo. Así, además de corregir los efectos negativos de la dispersión normativa (ej. diferentes reglas de competencia), se

fortalecen los mecanismos de tutela y acceso a la justicia y se remarca la obligación de las autoridades de proveer protección también en este ámbito. En consecuencia, la conciliación ante el COPREC deberá llevarse a cabo teniendo en cuenta el carácter protectorio de la legislación de aplicación, la inexistencia de igualdad entre las partes en virtud de la vulnerabilidad de las y los consumidores, y el deber constitucional de las autoridades de proveerles protección, presupuestos que exigen que las y los conciliadores asuman un rol activo en la dirección del debate, recordando a los proveedores sus deberes legales según sea la naturaleza del reclamo (artículo 366).

Conservando el diseño vigente del sistema conciliatorio en las relaciones de consumo a efectos de asegurar su continuidad y conservando el Fondo de Financiamiento que asegura la retribución de los y las conciliadores ante la gratuidad que impera en el proceso, el cambio principal está dado por una recepción expresa del rol de las y los conciliadores como operadores en la protección de las y los consumidores, adecuando el diseño original del COPREC al mandato constitucional del segundo párrafo del artículo 42 de la Constitución Nacional.

De este modo, se articulan la conciliación prejudicial, las normas procesales y el sistema de protección en sede administrativa.

1.3. Disposiciones comunes a los procesos individuales y colectivos

Este Código contiene un capítulo dedicado a las disposiciones comunes a los procesos individuales y colectivos a partir de las cuales se desarrollan las normas específicas de cada proceso. Asimismo, se incorporan principios y objetivos comunes a toda tutela judicial, con proyección en la instancia administrativa que también posee directrices generales específicas, a partir de los cuales la jurisdicción puede avanzar hacia la construcción de respuestas adecuadas a una tutela efectiva del caso en su dimensión individual y colectiva.

Es importante resaltar que se ha diseñado un proceso que, si bien es respetuoso de las competencias locales en materia adjetiva, establece pautas y directivas generales de validez para todas las jurisdicciones e independientemente de si la competencia es ordinaria o federal, con el objetivo de generar un piso mínimo de protección al trámite de los diferentes tipos de proceso en la materia en todo el país.

Con ese objetivo, el artículo 381 dispone que son admisibles todas las acciones previstas por las normas procesales nacionales o locales capaces de propiciar una adecuada y efectiva tutela a los derechos e intereses de las y los consumidores, las que tramitarán adaptando su proceso a las reglas y principios establecidos en el presente Código. Consecuentemente, manteniendo la regla actual, se conserva la aplicación del proceso de conocimiento más abreviado existente en la jurisdicción del juzgado federal u ordinario competente, con las adecuaciones que sean necesarias para adaptarlas al estándar general. Igualmente, y asegurando la coherencia y previsibilidad en los procesos colectivos, se

170

receptan en el Capítulo III una serie de pautas generales destinadas a asegurar “un debido proceso colectivo” para la protección o defensa de derechos de incidencia colectiva de las y los consumidores, válidas independientemente de la jurisdicción en la que tramite la acción.

También son de recibo aquellas reglas que caracterizan y le dan identidad a los procesos judiciales de protección de los derechos de las y los consumidores, tales como la carga del proveedor de cooperar con el proceso (actualmente prevista en el tercer párrafo del art. 53, LDC), así como el rol del Ministerio Público Fiscal (art. 52, LDC). Sin embargo, se las desarrolla pormenorizadamente a efectos de generar una aplicación uniforme que brinde certidumbre a las partes.

Se aclara el alcance del beneficio de justicia gratuita que aún encuentra resistencias en algunos tribunales pese al sentido y extensión que la propia Corte Suprema de Justicia de la Nación le ha dado al instituto (cf. casos “Unión de Usuarios y Consumidores y otros c/ Banca Nazionale del Lavoro S.A. s/ Sumarísimo”, fallo del 11 de octubre de 2011; “Cavalieri Jorge y otro c/ Swiss Medical S.A. s/ amparo”, sentencia del 26 de Junio de 2012, Fallos: 335:1080; “Unión de Usuarios y Consumidores c/ Nuevo Banco de Entre Ríos S.A. s/ ordinario”, del 30 de Diciembre de 2014). Como correlato de lo anterior, y acorde con el verdadero sentido del instituto, se reconoce el beneficio de gratuidad de las y los consumidores como un incentivo para el acceso a la justicia, comprensivo de todos los eventuales gasto, costos y costas que puedan derivarse del proceso (ej. anticipos de peritos, depósitos en recursos extraordinarios, honorarios profesionales, entre otros), reafirmando lo resuelto por la jurisdicción (CCivCom. Segunda La Plata, Sala II, “Finanpro S.R.L. c/ Rodríguez, Elida Florentina s/ cobro ejecutivo) y

evitando discrecionalidad o contradicciones en cuestiones tan centrales para la materia.

El Código proyectado, en materia de legitimación reconoce a las y los consumidores, a las asociaciones de defensa de las y los consumidores, al Ministerio Público Fiscal sin restricciones - como las contenidas en el proyecto 3143-D-2020 (art. 171, inc. 1°) -, a las autoridades de aplicación de este Código en el orden nacional, provincial, municipal y de la CABA, y a los Defensores del Pueblo con iguales alcances. Asimismo, se incorpora la expresa mención de la legitimación del Ministerio Público de la Defensa, contemplada en los artículos 42 incs. “c” y “o” de la Ley 27.149). En relación a los Defensores del Pueblo locales, se potencia la autonomía provincial y el contenido federal de la norma al reconocer en plenitud las potestades de sus instituciones en la materia.

De igual modo, se reafirma el rol e importancia del Ministerio Público Fiscal en los procesos de consumo incorporando la oportunidad y el pleno alcance de su rol procesal, puesto que su intervención, “en casos en los que se encuentran afectados derechos del consumidor, está prevista a los fines de garantizar que se asegure la realización del valor justicia en una relación jurídica asimétrica, caracterizada por la desigualdad entre sus partes.” (CSJN, “HSBC Bank Argentina S.A. c/ Fajardo, Silvina Magalí s/ secuestro prendario”, sent. 08/10/2020, Fallos: 343:1233, consid. 7° con cita de Fallos: 338:1344). Este reconocimiento se fortalece al explicitarse la posibilidad de solicitar la condena disuasiva, aun cuando no sea accionante, y de realizar el control de todo acuerdo en su primera presentación judicial.

Se recepta la acción preventiva prevista en el artículo 1711 del CCCN, y también la acción precautoria, destacando las distintas alternativas según se trate de procesos colectivos

o individuales o se interponga en forma autónoma o vinculada a otra pretensión. Del mismo modo, sin introducir variaciones sustanciales respecto de las medidas cautelares, teniendo en cuenta la importancia que posee el anticipo jurisdiccional para la tutela efectiva de las y los consumidores, se las robustece y se da un mayor margen a los jueces y juezas, evitando la aplicación de viejos preconceptos en el punto que carecen de sentido cuando se encuentra en juego el orden público y la tutela de personas o grupos vulnerables.

Este Código incorpora la figura del Amigos del Tribunal, sin restricciones por instancia o proceso, debido a que se reconoce la existencia de casos testigos o con incidencia colectiva a pesar del alcance individual del proceso. De este modo, además de incorporar una herramienta para fortalecer la transparencia, calidad y legitimidad de las decisiones judiciales, se contempla una regulación que erradique distorsiones en su uso.

En materia de competencia territorial, el Código recupera las distintas normas dispersas en el ordenamiento jurídico (LDC, Ley 26.993, Cod. Civ. y Com.) y sus interpretaciones judiciales (CSJN, “Unión de Usuarios y Consumidores c/Banco Provincia de Neuquén SA s/ordinario”, Comp. 945; L XL VII, del 05/06/12 y “Consumidores Nicoleños y Otro/A c/Electrónica Megatone SA y otros”, Comp. N° 341, XLIX, del 26/03/2014), a los efectos de contemplar una regulación uniforme, coherente y sistemática sobre el particular. De este modo, sin disminuir el estándar de protección ya reconocido a las y los consumidores, se propone una regulación que brinda certidumbre y evita el dispendio jurisdiccional provocado por los innumerables planteos sobre esta cuestión que dilatan,

muchas veces por varios años, la tutela de las y los consumidores.

Asimismo, en cuanto a la competencia ordinaria o federal de las acciones colectivas interjurisdiccionales, tomando las reglas constitucionales y la doctrina judicial emanada de distintos tribunales del país, se reconoce la competencia de la justicia ordinaria (Perez Hazaña, Alejandro A. A., “¿Competencia federal o local? El caso de las acciones colectivas multijurisdiccionales”, Revista del derecho comercial y de las obligaciones, nº 285, Buenos Aires, julio/agosto 2017). Reconociendo la problemática que implica la ausencia de normas específicas para determinar en cada caso el órgano competente, el Código contempla puntillosamente las reglas de aplicación según se trate de acciones impulsadas por la o el consumidor, de demandas dirigidas contra éstos, de acciones individuales o colectivas, y en este último caso, según los alcances de la afectación que motiva la pretensión.

Además, se destaca como un avance, la excepción de la mediación o conciliación en todos los procesos colectivos. Siendo que estamos ante afectaciones colectivas al orden público, el proceso es la instancia más idónea para asegurar la efectiva tutela y ejercicio adecuado y leal de la representación, con el juez y el Ministerio Público Fiscal como garantía de la adecuada gestión de los derechos en juego.

De modo coherente con los principios generales y específicos que establece este Código, se conserva el deber de los proveedores de cooperación con el proceso y se establece una presunción en contra cuando guarden silencio ante un requerimiento judicial o ante la autoridad de aplicación. Se fortalece así, al mismo tiempo, el rol de la instancia administrativa como mecanismo de tutela, y se evita

dispendio jurisdiccional por reticencias del proveedor a cooperar en instancias no judiciales. El resultado perseguido es la articulación y complementariedad de las diferentes vías y trámites que pueden activarse cuando las y los consumidores ven afectados sus derechos, impidiendo que en cada instancia se reediten las mismas cuestiones, e incluso que los proveedores puedan especular con el estado de avance de una u otra, o articular defensas y argumentos contradictorios o disímiles sin ninguna consecuencia jurídica de tal proceder.

En cuanto a la sentencia, se incorpora el depósito previo como requisito para conceder la apelación del proveedor, requisito que rige en el ámbito de la Provincia de Buenos Aires (art. 29, Ley 13.133 Código Provincial de Implementación de los Derechos de los Consumidores y Usuarios). Esta disposición ha mostrado su valor al evitar dilaciones en la obtención de la reparación de la afectación. Se incorpora también la publicación de las sentencias firmes (art. 54 bis LDC, art. 28 Ley 13.133), otra forma valiosa de transparentar los procesos y de difusión de derechos.

Las reglas comunes a los procesos de consumo que este Código propone, se destacan por reconocer de manera expresa a los procesos contra las y los consumidores como procesos de consumo, faceta ésta, la de “la o el consumidor demandado”, pocas veces considerada en su real dimensión desde el punto de vista adjetivo. En consecuencia, se contemplan las garantías mínimas de las y los consumidores en estos procesos, con una regulación que protege el pleno ejercicio del derecho de defensa y el control del orden público, la aplicación de la condena disuasiva en casos de abusos procesales, e incluso, favoreciendo la optimización de los recursos e infraestructura de los órganos judiciales, se

posibilita la gestión colectiva de reclamos individuales. Esta alternativa ya posee experiencias exitosas en la práctica impulsadas por el Juzgado de Primera Instancia Civil y Comercial N° 2 del Departamento Judicial de Azul, Pcia. de Bs. As., a cargo del Dr. Rodrigo Bionda (cf. (“Credil S.R.L. c/ Salas, Susana Alicia s/ cobro ejecutivo”).

Se plasman cuestiones que, si bien obvias en algún caso, merecen especial atención, tales como el deber expreso de la jurisdicción de controlar de oficio la existencia de una relación de consumo en el caso concreto, de proteger a las y los consumidores y su grupo familiar de situaciones de sobreendeudamiento, entre otras obligaciones que surgen de este Código y del mandato constitucional de proveer protección y de eficacia adjetiva para la resolución de conflictos.

1.4. Procesos de incidencia colectiva

El Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación propuesto, regula integralmente el derecho constitucional de acceso a la justicia colectiva de las y los consumidores, una deuda legislativa histórica señalada y reclamada desde varios ámbitos. Las disposiciones sobre el particular conjugan el respeto por las facultades provinciales exclusivas para regular sus procedimientos (arts. 75 inc.12 y 121 C.N.) así como la función del Congreso de la Nación de coordinar el funcionamiento de las instituciones sustantivas del país, esencial cuando están en juego derechos ejercidos de forma colectiva, o de incidencia colectiva, o cuestiones transjurisdiccionales como ocurre también en otras temáticas

(concurso y quiebras, sucesiones, o en los procesos colectivos en general).

De este modo, se contemplan:

a) Una serie de principios y objetivos estructurales comunes a todo proceso colectivo independientemente de cuál sea el tribunal competente ante el cual tramite;

b) Las garantías mínimas de las y los consumidores en todo proceso de incidencia colectiva, aun cuando trámite ante la justicia local y no tenga efectos en otras jurisdicciones;

c) Las normas que componen un marco procesal uniforme para todos los procesos de incidencia colectiva que afectan derechos de las y los consumidores en distintas jurisdicciones en un único proceso, ya sea que tramiten ante la justicia provincial o ante la justicia nacional federal o nacional ordinaria; y

d) Las regulaciones de los procesos de incidencia colectiva que tramiten ante la justicia nacional federal o nacional ordinaria que tengan efectos restringidos a una sola jurisdicción.

En esta materia, se recuperan múltiples fuentes, como los proyectos 3599-D-2018, 6234-D-2018 e indirectamente aquellos que se contemplaron en estas propuestas (2748-D-2012, 1045-D-2014, 1607-D-2007, 7798-D-2016, 0826-D-2015, 4527-D-2015, 5356-D-2016, 0376-D-2018, 0573-D-2018 y 5463-D-2018), y también los aportes de la doctrina especializada (ej. “Propuesta de bases para la discusión sobre una ley de procesos colectivos”, documento elaborado por Giannini, Leandro J. - Perez Hazaña, Alejandro - Kalafatich, Caren - Rusconi, Dante - Salgado, José M. - Sucunza, Matías A. - Tau, Matías R. - Ucin, M. Carlota -

Verbic, Francisco, en Revista de Derecho Procesal, Rubinzal-Culzoni, N° 2-2016, pp. 499-531; “Anteproyecto de ley de procesos colectivos”, Leandro J. Giannini - José M. Salgado - Francisco Verbic, Revista de Derecho Procesal, Rubinzal-Culzoni, N° 1-2017; entre otros). También, la jurisprudencia emanada de los distintos tribunales del país, en particular la de la Corte Suprema de Justicia de la Nación a partir del precedente recaído en la causa “Halabi” (Fallos: 332:111) y sus acordadas en la materia (Acordadas 28/2004, 28/2014, 32/2014, 12/2016, 16/2016).

Como se enuncia, este Código contempla una regulación diferenciada de los distintos procesos de incidencia colectiva: a) en los procesos ante la justicia provincial sin efectos en otra jurisdicción, sólo contempla las garantías sustantivas básicas de las y los consumidores en el proceso como ocurre actualmente con los pocos dispositivos que posee la Ley 24.240 sobre el tema; b) en los procesos ante la justicia provincial con efectos en más de una jurisdicción, se incorporan normas procesales que hacen al piso mínimo de coordinación (ej. inscripción en el Registro Nacional de Procesos Colectivos) a los cuales debe adecuarse el proceso; y c) en los procesos ante la justicia nacional ordinaria o nacional federal, se contempla su regulación procesal por ser una competencia propia del Congreso de la Nación.

Este Código reafirma el rol de las y los jueces intervinientes en estos procesos, así como del Ministerio Público Fiscal, sentando ahora pautas claras y uniformes, incorporando obligaciones y facultades que permiten priorizar la resolución rápida y eficiente de los casos, sin que implique prescindir del interés público en una resolución plena y definitiva. En este aspecto, son estas autoridades las que

tienen un rol preponderante en la gestión adecuada y en la protección del universo de personas representadas en el proceso sin intervención directa (ej. controlando la representatividad adecuada y el ejercicio de una representación leal para con las y los representados), así como un celoso resguardo del orden público involucrado.

Si bien este Código aporta a la protección de las y los consumidores desde la recepción y depuración de normas específicas para el mejor ejercicio de la función jurisdiccional en un cuerpo único y sistemático, también incorpora novedosos mecanismos. En este aspecto, se destaca la recepción de la legitimación colectiva mixta, instituto que permite proteger los derechos de las y los consumidores ante afectaciones por parte de múltiples proveedores con una causa común u homogénea. Además de contemplar la representación colectiva mixta, se restringe el derecho a auto-exclusión sin causa fundada del proceso y la cosa juzgada.

Se destaca que la regulación propuesta incorpora normas sobre el abandono del proceso por el representante colectivo, el ejercicio de la representación de modo contrario a los intereses de las y los representados, la pérdida de la representatividad adecuada, entre otros aspectos no regulados actualmente y que provocan pronunciamientos contradictorios en casos similares con la consiguiente falta de seguridad jurídica en estos aspectos tan trascendentes.

Así se establece la instrumentación de los aspectos más importantes que debe atenderse en trámites de incidencia colectiva, entre ellas el contenido de la demanda y del primer despacho judicial; la apertura del proceso y la publicidad de la acción; la registración y las incidencias relativas a las excepciones y la acumulación de procesos; la apertura a prueba; las transacciones y conciliaciones; los recaudos para

el desistimiento de la acción y el reemplazo de legitimados; y las medidas cautelares y preventivas.

En materia de cosa juzgada, dotando del verdadero sentido de este tipo de proceso cual es el de resolver en forma definitiva el litigio, se establecen sus efectos *erga omnes* cualquier sea el sentido de la sentencia, a excepción de las y los consumidores que hayan ejercido el derecho de apartarse de los efectos de la sentencia (*opt out*). No obstante, se exceptúa el efecto *erga omnes* cuando la demanda fuera desestimada por ausencia de pruebas o cuando se hubieren omitido, por cualquier motivo, hechos fundamentales para el proceso que tuvieran entidad para revertir la decisión firme. Asimismo, en los casos que se desestimare una acción colectiva referida a derechos individuales homogéneos, las y los afectados conservan sus acciones a título individual, salvo cuando hubieran optado expresamente por participar o incluirse en el proceso. A los efectos de asegurar la imparcialidad y evitar prejuizgamientos, se aclara que estos procesos autónomos o impugnaciones deben estar a cargo de otro juez o jueza distinto al que dictare la sentencia colectiva.

En cuanto al contenido de la sentencia, se establecen diferentes alternativas según el tipo de proceso y pretensión de que se trate.

Si las pretensiones resueltas tuviesen contenido patrimonial, la sentencia establecerá los alcances de la reparación económica, o bien el procedimiento a seguir para su determinación en el supuesto de dictarse una sentencia de condena genérica de responsabilidad. Se propone, conforme lo establecen los ordenamientos sustantivos vigentes, priorizar la liquidación colectiva de los daños y establecer los mecanismos para su asignación individual, dejando como

segunda opción la declaración genérica con liquidación posterior. A la vez, se mantiene la opción de liquidar por incidente separado aquellos daños diferenciados causados por el hecho colectivo correspondiente, aclarando que en estos casos el incidente podrá iniciarse ante el juez del domicilio del miembro del grupo, facilitando así el acceso a la justicia de todas y todos los miembros del grupo independientemente de donde residan o se domicilien (cf. Código Modelo de Procesos Colectivos para Iberoamérica).

En la ejecución de sentencias complejas o estructurales, este Código fija los parámetros mínimos y otorga al juez o jueza las facultades necesarias para gestionar las dificultades que puedan presentarse según la naturaleza del caso, con recepción de las experiencias advertidas en la materia. En particular, se destaca la posibilidad de requerir al condenado un proyecto completo de cumplimiento, la designación de abogados o abogadas para gestionar las tareas delegadas para la implementación de la sentencia, mesas de trabajo, entre otros mecanismos.

Por último, este Código crea el Registro Nacional de Procesos Colectivos como continuidad del registro existente a nivel nacional (creado por la CSJN por la Acordada 32/2014) dentro de la órbita del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación, debido a que el nuevo registro alcanza no sólo a causas de la justicia nacional, lo que podría justificar la intervención de la Corte Federal, sino también a las que tramiten en todo el país cuando tengan efectos en más de una jurisdicción.

Este nuevo registro evitará la superposición de causas colectivas con el mismo alcance independientemente de cuál sea la jurisdicción o tribunal ante el cual tramiten, eventualidad posible en la actualidad ante la posible

registración de una causa con efectos interjurisdiccionales ante un registro provincial y otra con el mismo alcance en el registro de la Corte Nacional. Sumado a esto, se establece expresamente la obligación de los registros de procesos colectivos locales de remitir periódicamente al Registro Nacional, las inscripciones de acciones colectivas locales para evitar la posibilidad de que tramiten acciones colectivas locales con un objeto superpuesto con otra de alcances en múltiples jurisdicciones.

1.5. Procesos especiales

Este Código además de contemplar normas para el acceso a la justicia individual o colectiva de las y los consumidores, también regula procesos especiales a efectos de brindar mecanismos idóneos para la protección de los derechos e intereses de las y los consumidores que no encuentran adecuada tutela en las estructuras procesales ordinarias.

1.5.1. Protección de los intereses económicos de las y los consumidores sobreendeudamientos

Se reglamenta un proceso especial para la protección de los intereses económicos de las y los consumidores sobreendeudados, problemática actual que afecta el acceso a las condiciones de vida digna de muchísimas personas, que no cuenta con un remedio adecuado en la legislación vigente.

Si bien se puede entender que la legislación concursal contempla una posible solución, esta carece de una concepción que proteja a la persona y su dignidad, como manifiesta la doctrina especializada (cf. Boquín, Gabriela F., “El concurso del consumidor”, cit.), observación refrendada por los múltiples proyectos legislativos presentados ante este Congreso de la Nación para regular la cuestión (0384-D-2020, S-30/14, 0761-D-2019, 7482-D-2010, S-2877/15, 7210-D-2018, por citar algunos) y también con el avance de algunas jurisdicciones locales en este sentido (arts. 360 y ss. Código Procesal Civil, Comercial y Tributario de la Provincia de Mendoza).

El proceso judicial propuesto por este Código, además de recuperar los distintos proyectos en la materia, aportes de la doctrina y la jurisprudencia, se propone como un proceso autónomo propio del Derecho de las y los Consumidores, ajeno al derecho concursal y su lógica comercial (cf. proyectos de ley 0384-D-2020, 7482-D-2010, S-0586/12, S-30/14). Como primer aspecto a destacar, siendo que se afecta a la totalidad del patrimonio de la o el consumidor, se restringe la tutela de estos procesos a situaciones de sobreendeudamiento en las que primen las obligaciones provenientes de relaciones de consumo como origen del pasivo (66%) y que, concurrentemente, el pasivo ajeno a esa condición no supere los cien Salarios Mínimo, Vital y Móvil (cf. proyecto de ley 0384-D-2020).

Se destaca que este proceso contempla la gratuidad de las actuaciones, así como medidas de publicidad que protegen también el derecho legítimo del acreedor, ya sea que se trate del proveedor en sentido estricto, o de un tercero ajeno a la relación de consumo. Para evitar conflictos con otras situaciones que merecen atención, este proceso no

extingue o restringe la exigibilidad de los créditos que correspondan a obligaciones alimentarias, laborales con privilegio o por daños a la persona humana.

Este Código propone un proceso que recepta el control oficioso del orden público por la jurisdicción y el Ministerio Público Fiscal, el rol de la condena disuasiva ante conductas que afectan directamente a la dignidad de la o el consumidor y su grupo familiar, una pronta recomposición de la situación priorizando la conciliación entre las partes y la participación activa del deudor y los acreedores en el impulso del proceso, entre otros aspectos.

Se destaca que las soluciones pueden ser conciliadas, con una liquidación judicial o bien por medio de un plan para la reorganización o reestructuración del pasivo, que posibilite una solución definitiva sin liquidación también contemplada en otras iniciativas legislativas (0384-D-2020, 7482-D-2010, S-30/14) y en la legislación comparada (ej. Francia).

De tal forma, se cumple con el mandato constitucional y convencional de proteger la dignidad y los intereses económicos de las y los consumidores endeudados o sobreendeudados, y de su grupo familiar, favoreciendo soluciones consensuadas y de gran impacto social, sin dejar librada la tutela efectiva a la buena voluntad de los acreedores o a los avatares de un proceso judicial que les es extraño.

1.5.2. Acción de acceso a información

Se instrumenta también la acción para el acceso a la información facilitando el efectivo ejercicio del derecho-deber de información reconocido en la Constitución Nacional y

desarrollado a lo largo del articulado del Código. Se trata de una acción inaudita parte, una especie de proceso monitorio, sin condicionar su procedencia a la existencia de un reclamo previo, que recupera el proyecto 0384-D-2020 y establece un sistema similar al previsto en favor de los acreedores en materia de secuestro y ejecución de bienes motivo de prenda (art. 39, Ley 12.962).

Siendo una obligación objetiva del proveedor suministrar información y/o documentación, y de escaso o nulo acatamiento voluntario, se reconoce el derecho de las y los consumidores de recurrir a la justicia a los efectos de acceder a la misma, contemplando la bilateralidad sólo respecto de la nulidad de la intimación, la condena en costas (cuando exista un requerimiento previo incumplido) o las sanciones conminatorias, previa respuesta al requerimiento que motiva la acción (requisito de admisibilidad). Los restantes aspectos o planteos del proveedor se relegan a un juicio ordinario posterior.

Con este reconocimiento, entre otros, se efectivizan el ejercicio y goce de derecho de las y los consumidores, al mismo tiempo que la acción es coherente con las obligaciones que este impone. En este sentido, se impide que el proveedor dilate el cumplimiento de esta obligación, se reconocen los efectos de su respuesta o su silencio (ej. oponibilidad ante terceros, liberación de las obligaciones no reconocidas a cargo de la o el consumidor), así como se evita el dispendio jurisdiccional que implican las vías procesales actuales ante estas pretensiones.

1.5.3. Homologación, impugnación y ejecución de acuerdos administrativos

Dentro de los procesos especiales se incorporan los procesos que tienen por objeto un acuerdo administrativo, sea a efectos de su homologación en los casos del trámite administrativo de prevención del sobreendeudamiento, o su impugnación, o bien en cualquier caso cuando se trate de la ejecución de acuerdos incumplidos. En este aspecto, se distingue entre las normas propias de los acuerdos en el marco del procedimiento administrativo ante la autoridad de aplicación para recomponer situaciones de sobreendeudamiento (acuerdos de pago o liquidación), de aquellos que son meramente conciliatorios.

Como primer aspecto, se destaca el fortalecimiento de la instancia administrativa como mecanismo de acceso a justicia y de tutela efectiva y, a la vez, se toman en cuenta las dificultades actuales a la hora de ejecutar acuerdos, condenas de daño directo o las condenas conminatorias que podrán disponerse en el marco del procedimiento administrativo.

Se destaca que las autoridades de aplicación son el primer contacto de gran parte de las y los consumidores con el Estado en su condición de garante en el efectivo goce y recomposición de sus derechos, y en muchos casos el único contacto. En consecuencia, una tutela efectiva de las y los consumidores implica fortalecer esta instancia, sus decisiones y los acuerdos conciliatorios logrados a efectos que no sean procedimientos estériles o conciliaciones al solo efectos de cerrar un procedimiento sancionatorio.

En estos aspectos, el Código recepta como fuentes los proyectos 0384-D-2020, 3807-D-2019, la Ley 13.133 de la Provincia de Buenos, entre otras fuentes, y propone una regulación que reconoce el rol fundamental de las autoridades de aplicación en la protección de los derechos de las y los consumidores y coordina su accionar con la instancia judicial.

1.5.4. Arbitraje de consumo

El Código regula el arbitraje de consumo actualmente contenido en el artículo 59 de la LDC dentro de los procesos especiales, entendiendo a éste como un mecanismo alternativo para la resolución de conflictos en las relaciones de consumo por el cual puede optar la o el consumidor. El arbitraje de consumo, en su diseño actual, es una instancia que excluye la posibilidad de la o el consumidor del posterior acceso a la jurisdicción, en la cual:

a) no requiere patrocinio letrado, pudiendo generar situaciones de indefensión;

b) la o el consumidor carga con los gastos de patrocinio letrado, pericias y oficios si hubiera, desvirtuando el beneficio de justicia gratuita;

c) no interviene el Ministerio Público Fiscal a pesar del orden público comprometido; y

d) es confidencial en tanto el proveedor no permita la publicidad del laudo o del proceso.

En este contexto, la adecuada protección de las y los consumidores obliga a derogar este instituto como propician

algunas iniciativas (ej. Proyecto 3807-D-2019), o bien fortalecer el sistema y situación de las y los consumidores. Este Código, consecuente con la decisión de no ser regresivo en ninguno de los aspectos reglamentados, opta por la segunda alternativa reconociendo su importancia como un mecanismo alternativo para el acceso a la justicia, especialmente en causas de escasa cuantía.

De este modo, teniendo a la vista el diseño actual del sistema arbitral, se aclara que las y los Árbitros de Consumo deben desempeñar su función bajo los mismos criterios que los Conciliadores de Consumo, la obligación de un laudo fundando, la preferencia por un arbitraje de derecho (especialmente ante el orden público comprometido), la publicidad del proceso y del acuerdo (salvo acuerdo de partes), entre otros aspectos.

En materia de recursos, además de la aclaratoria ante el mismo Tribunal Arbitral de Consumo y la nulidad, sea mediante recurso o acción autónoma, se prevé la apelación en los casos de laudos contrarios al orden público (correlato de un laudo fundando en derecho) y en los casos de necesidad de producción de prueba en instancia judicial.

Se establece la obligación de informar a la o el consumidor que el arbitraje impide la acción judicial, la obligación del proveedor de cooperar con el proceso (de igual modo que en la instancia judicial o administrativa) y la obligación del patrocinio letrado cuando la pretensión supere los dos salarios mínimos, vitales y móviles. En este último aspecto, se incrementan las vías de acceso a justicia en causas de escasa cuantía, posibilitando este mecanismo de solución, pero reduciendo el riesgo de indefensión de las y los consumidores.

2. Prevención y solución de conflictos en sede administrativa

Este Código dedica su Título II del Libro Quinto a la prevención y solución de los conflictos en las relaciones de consumo en sede administrativa. Como se advierte, esta regulación se inscribe en un paradigma que entiende el rol activo del Estado en la protección de las y los consumidores, también coherente con la integración del Derecho del Consumidor con los Derechos Humanos, que prioriza la función preventiva de la tutela por sobre un ejercicio clásico o meramente sancionatorio del llamado “poder de policía” (Rusconi, Dante D. - Bru, Jorge M., “Función administrativa de control, prevención y juzgamiento de infracciones”, en “Manual de derecho del consumidor” cit., p. 749-751).

2.1. Disposiciones generales

La Ley 24.240 de Defensa del Consumidor implementó una verdadera estructura federal para la defensa de las y los consumidores, con una autoridad nacional con facultades para actuar en todo el territorio nacional, concurrentemente con las autoridades locales (arts. 41 y 42) y un procedimiento administrativo relativamente uniforme por los lineamientos que se desprenden de su art. 45 (Rusconi, Dante D. - Bru, Jorge M., Manual de Derecho del Consumidor, cit, p. 762). En consecuencia, este Código recepta estos aciertos, pero los amplía notablemente a la vez que descentraliza aún más el sistema en sintonía con el enfoque federal y republicano que lo orienta.

Conservando esa estructura federal y normas de coordinación en el ejercicio concurrente de las competencias de la Autoridad de Aplicación Nacional con las autoridades de aplicación en los diferentes ámbitos territoriales, se incorpora legislativamente la Ventanilla Federal Única de Reclamos de Defensa de las y los Consumidores (Disposición 663/2019 de la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor), como sistema de acceso al sistema administrativo de resolución de conflictos en todo el país para las y los consumidores, así como de intercambio y coordinación entre las distintas jurisdicciones.

A los efectos de optimizar los recursos y funciones de los diferentes ámbitos competenciales, se prioriza la resolución del conflicto individual ante la autoridad de aplicación local, por su cercanía con la o el tutelado y para favorecer una actuación de la Autoridad en las Relaciones de Consumo de Argentina principalmente focalizada en casos colectivos y/o interjurisdiccionales (Proyecto 3807-D-2019).

De tal forma, el Código no modifica las bases del procedimiento administrativo actual, sino que, sobre esa base, favorece una mejor coordinación e implementación a lo largo y ancho del país, estableciendo una serie de principios generales orientadores de toda la actividad pública de protección en la materia, y también determinadas reglas que hacen a una interpretación y aplicación homogénea en las distintas jurisdicciones, sin desconocer la competencia no delegada de las provincias para dictar sus procedimientos administrativos. En este sentido se aclara que, según los ordenamientos y los respectivos ámbitos de competencias, las jurisdicciones locales dictarán o adecuarán, según corresponda, las normas de implementación y sus

procedimientos, a los principios y pisos mínimos de derechos establecidos en este Código.

Es importante destacar que terminando con una exclusión que se mantiene desde el año 1994 en que se sancionó la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, en un todo de acuerdo con el reconocimiento constitucional de la autonomía municipal en los artículos 5, 75 inc. 30 y 123 de la Constitución Nacional, el Código proyectado reafirma las potestades de los municipios como autoridades locales de aplicación quienes se encargarán de desarrollar las políticas públicas en la materia en sus respectivas jurisdicciones, así como de ejercer el control, vigilancia y juzgamiento en el cumplimiento de las normas de protección de las y los consumidores respecto de las presuntas infracciones cometidas o con efectos en sus respectivos territorios. Como se señaló antes, de esa forma descentralizada hasta el nivel municipal, funciona la protección de consumidores y usuarios en la Provincia de Buenos Aires desde el año 2004 con la sanción de la Ley 13.133, donde los 135 municipios que la integran detentan todas las funciones en la materia.

En pos de fortalecer y uniformar las bases del sistema público de tutela en todo el país, se contemplan una serie de principios específicos de aplicación al procedimiento administrativo, los que se articulan con los principios generales que guían a todo el Código y también con los particulares del proceso judicial, identificándose los principios “de protección activa o activismo administrativo”; “de imparcialidad atenuada de la Administración”; “de uniformidad de la responsabilidad administrativa”; “de informalismo a favor de las y los consumidores”; “de prevención y erradicación de conductas repetitivas”; “de colaboración”; y el “de especialidad del procedimiento administrativo para la

prevención y solución de conflictos en las relaciones de consumo”.

También se regulan la gratuidad del trámite administrativo; se conceptualiza el daño directo contemplándose la posibilidad de establecerlo de oficio por las autoridades; y se establecen los grandes rasgos de la estructura del procedimiento sancionatorio asentado sobre una división en dos etapas, una conciliatoria y otra sumarial o resolutive con la posibilidad expresa de que los municipios puedan adjudicar esta última (la conciliatoria o sumarial) en la Justicia Municipal de Faltas.

Asimismo, se establece la regulación de los procedimientos sancionatorios y especiales para el ámbito nacional, aunque contemplando normas lo suficientemente claras y maleables de modos que pueda ser de utilidad como guía o para su aplicación directa en las jurisdicciones locales.

2.2. Procedimiento común

Este Código regula el procedimiento administrativo común destinado a aquellas actuaciones administrativas que tengan por objeto la protección de las y los consumidores ante presuntas infracciones, tomando como fuentes el mencionado Código Provincial de Implementación de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Provincia de Buenos Aires (Ley 13.133), así como su propuesta de reforma (D-5230/17-18), la Ley de Defensa del Consumidor vigente, el Proyecto 3807-D-2019 (e indirectamente sus fuentes), y las experiencias de las y los diferentes actores y autoridades que participaron del proceso de discusión previo a la redacción de

este proyecto, así como también los aportes de la doctrina especializada y la jurisprudencia.

La estructura del procedimiento posibilita una tutela efectiva tanto para los casos individuales como para los colectivos. Asimismo, siendo un procedimiento cuyo inicio puede ser por denuncia o de oficio, se especifican los requisitos del acta en los casos de actuaciones oficiosas, el contenido de la denuncia y el principio de informalismo en las presentaciones de las y los consumidores. En este sentido, el procedimiento incorpora el domicilio electrónico como un mecanismo para agilizar la tutela (ej. Ley 15.230 Provincia de Buenos Aires).

En la regulación de la instancia conciliatoria, además de incorporar la posibilidad excepcional de prescindir de la misma (Proyecto 3807-D-2019), se contempla el rol de la o el funcionario a cargo y el régimen de la incomparecencia, sin incorporar una multa fija que tarife este incumplimiento como ocurre en algunos casos (vgr. sistema del COPREC). La multa tarifada muchas veces es una condena irrisoria para los grandes proveedores que son los que más frecuentan el sistema público de tutela. En virtud de ello, la sanción que se establezca en estos y en los demás casos, será cuantificada según las pautas generales de apreciación de las infracciones de modo de asegurar la finalidad disuasiva de la sanción (es el sistema actualmente vigente que contempla la Ley 13.133 de la Provincia de Buenos Aires en su art. 48).

Se desarrolla y fortalece el sentido de la instancia conciliatoria, contemplándose como se vio la ejecución judicial de los acuerdos, entre otras herramientas, así como la multa a favor de la o el consumidor ante el incumplimiento. Esta etapa del procedimiento administrativo es central y determinante de la eficiencia que se espera del mismo. El rol

de la autoridad en esta etapa debe ser activo, actuando responsablemente en el cumplimiento de sus funciones de asesoramiento y protección de las y los consumidores y usuarios. La autoridad de aplicación, como a veces erróneamente se sostiene, no debe ser imparcial en la etapa conciliatoria, ya que su función es la de suplir el estado de vulnerabilidad e indefensión en el que se encuentra el consumidor frente al proveedor. Un papel “equidistante” de la autoridad de aplicación redundará en un perjuicio para el consumidor (Rusconi, Dante D., Manual de Derecho del Consumidor, cit., p. 786).

La instancia conciliatoria también contempla la posibilidad de arribar a acuerdos conciliatorios en actuaciones promovidas en razón de derechos de incidencia colectiva de las y los consumidores, de los que podrán valerse las y los consumidores afectados por el mismo hecho, pero no impedirá los eventuales reclamos individuales. Para garantizar la efectividad de estos acuerdos, se dispone la publicidad de su contenido y su anotación en el Registro Nacional de Procesos Colectivos.

En los casos que no se logre acuerdo, la autoridad a cargo de esta instancia deberá dictar el cierre de la instancia conciliatoria y el acto de imputación o la desestimación fundada de la denuncia, según corresponda. La presentación del descargo del proveedor imputado o el vencimiento del plazo para hacerlo, concluye la intervención de la autoridad a cargo de la instancia conciliatoria y comienza la instancia sumarial o resolutive y la intervención de la autoridad a cargo de la misma (Proyecto 3807-D-2019).

En cuanto a la etapa sumarial, además de poder sustanciarse en ausencia del proveedor imputado, contempla la producción de prueba, la resolución definitiva y la aplicación

del daño directo. La autoridad a cargo de esta instancia además tiene la potestad del dictado de medidas preventivas, de cese, para mejor proveer y demás medidas que sean necesarias para el mejor cumplimiento de sus funciones y el trámite de las actuaciones. En este aspecto, se reconoce la importancia de estas medidas receptadas por la legislación vigente (art. 71 Ley 13.133 Provincia de Buenos Aires; art. 45 LDC) como una verdadera herramienta que posibilita una eficaz tutela en la instancia administrativa.

Se prevé en el procedimiento específico para la tutela de las y los consumidores la posibilidad de aplicación de astreintes administrativas, hoy vigente en otras áreas, para en los casos de reticencia a cumplir alguno de los mandatos preventivos. La recepción expresa de estas medidas conminatorias, además de su ejecución judicial, son parte de la decisión de este Código de entender la instancia administrativa como un mecanismo de reparación y tutela efectiva de las y los consumidores.

En la regulación de las sanciones, con base en el Proyecto 3250-D-2018, se modifica la sanción de multa (prevista en el art. 47, LDC), actualmente con montos fijos y desactualizados, para incorporar una escala cuyo valor se actualice de manera frecuente como es el del Salario Mínimo, Vital y Móvil). Se corrige la falla que presenta el actual sistema que trae como consecuencia la eliminación del efecto disuasorio de la multa. Además, también se prevé la actualización de las multas, evitando su desvalorización por el transcurso del tiempo, sobre todo en aquellas jurisdicciones donde el proceso de impugnación judicial puede demorar varios años, y también se impide la afectación del principio de igualdad en relación al sacrificio económico que representa la sanción de multa (cf. CSJN, , 10/10/1996, “Caja de Crédito

Díaz Vélez Coop. Ltda. (en liquidación) c/ Banco Central de la República Argentina s/ apelación resolución 558/91”, Fallos: 319:2174; entre otros) .

En la ejecución de las sanciones, se parte del diseño adjetivo plasmado en la Ley 13.133 de la Provincia de Buenos Aires que especifica la modalidad de ejecución de cada sanción (multa, publicidad, apercibimiento, etc.), desarrollando pormenorizadamente las diferentes situaciones. Asimismo, en la impugnación judicial de las sanciones o medidas preventivas y de cese dictadas por la Autoridad en las Relaciones de Consumo de Argentina (ARCA), se establece el recurso directo ante la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Contencioso Administrativo Federal o la Cámara de Apelaciones Federal de la jurisdicción que corresponda al lugar de comisión de la infracción.

Se aclara que el recurso no suspende los efectos ni la exigibilidad de las medidas preventivas y de cese (a efectos de no desvirtuar su sentido tutelar). Además, en los casos que se impugna una resolución que imponga sanción de multa se exige el depósito previo como requisito de admisibilidad, salvo en los casos que esta exigencia pueda ocasionar un perjuicio irreparable al recurrente, tal como actualmente lo establecen el artículo 45 de la Ley 24.240 y el artículo 70 de la Ley 13.133 de la Provincia de Buenos Aires.

2.3. Procedimiento de protección de los intereses económicos de la o el consumidor sobreendeudado

De modo coherente con entender la instancia administrativa como un mecanismo de reparación y tutela

efectiva de las y los consumidores, este Código contempla un procedimiento administrativo para la protección de las y los consumidores en situación de sobreendeudamiento. Si bien esta propuesta se encuentra presente en múltiples iniciativas (ej. S-1061/20, 3540-D-2020, S-0586/12, 7482-D-2010, entre otras), se adopta como fuente principal el Proyecto 0384-D-2020 que no contempla un procedimiento al solo efecto conciliatorio o restringido a un cuerpo de conciliadores federales, lo que impide su implementación en las diferentes jurisdicciones.

Desde un aspecto valorativo, la regulación de un procedimiento administrativo con estas características es una herramienta de incommensurable valor para tutela y acceso a la justicia de la o el consumidor sobreendeudado, especialmente para aquellas personas en situaciones de mayor vulnerabilidad y/o carencia de recursos. En este aspecto, con un procedimiento que además puede ser replicado en las jurisdicciones locales (facilitando su implementación federal), se aprovecha la especialidad técnica de las autoridades de aplicación ante conflictos donde el pasivo encuentra mayoritariamente causa en relaciones de consumo.

En cuanto a los aspectos sustanciales del procedimiento, se contempla su publicidad (inscripción en registros de juicios universales, edictos, citación personal, etcétera). De este modo se protege el interés de los acreedores, así como de la o el consumidor requirente, permitiendo la oposición de los efectos del procedimiento especial frente a los terceros y los acreedores no concurrentes.

Se destaca como novedoso, que esta instancia permite el inicio de actuaciones sancionatorias de oficio cuando se

corrobore una presunta infracción por un proveedor acreedor (ej., reclamo de deudas prescriptas o carentes de respaldo o causa; etc.), siendo la multa que se disponga, también en una novedad que trae el sistema, a favor de la o el consumidor requirente y sin perjuicio del eventual reconocimiento del resarcimiento del daño directo cuando correspondiere.

El procedimiento administrativo especial de prevención del sobreendeudamiento, si bien con sus notas particulares, guarda gran similitud con el proceso judicial (situación de sobreendeudamiento, medidas de publicidad, mayorías, entre otros aspectos), a efectos lograr una regulación coherente en ambos ámbitos. Se contempla una instancia conciliatoria que obliga al acreedor a concurrir a efectos de discutir un acuerdo de pago o liquidación, con la posibilidad de que la autoridad, asumiendo su rol proactivo, pueda proponer un plan de pago o liquidación ante el fracaso de la conciliación. Si bien este trámite permite arribar a soluciones en la instancia administrativa, es necesaria su homologación judicial garantizando la protección de los terceros y la debida publicidad de los acuerdos.

Como se advierte, el procedimiento administrativo permite la homologación de los acuerdos de pago (sin impugnaciones no consentidas que alteren las mayorías), con efectos entre las partes y oponible a los terceros (correlato de su publicidad). Asimismo, en los restantes casos (ante una necesaria intervención judicial) se simplifica el futuro proceso judicial, circunstancia que también permite un acceso efectivo al patrocinio letrado gratuito en estos casos.

Los acuerdos ante situaciones de sobreendeudamiento, respetan la autonomía de la voluntad de las partes en cuanto a su contenido, pero con un control de la autoridad a efectos de salvaguardar el orden público y

los intereses económicos de la o el consumidor y/o su grupo familiar. Es decir, no se imponen límites a las quitas, categorías u otras fórmulas, salvo el límite temporal (momento en que se libera la o el consumidor), pero se restringe la posibilidad de que la o el consumidor asuma compromisos desproporcionados consecuencia de una negociación desigual.

Por último, también se contempla la posibilidad de iniciar este procedimiento en los casos que no existiera una situación de sobreendeudamiento, es decir, con alcances netamente preventivos. En estos casos, el procedimiento sólo brinda la posibilidad de convocar compulsivamente a los acreedores de la o el consumidor a una instancia conciliatoria a efectos de reestructurar el pasivo o cancelarlo, sin otros efectos sobre los créditos.

2.4. Procedimiento de acceso a la información

Este Código contempla un procedimiento administrativo especial, similar al previsto en sede judicial, destinado a brindarle a las y los consumidores acceso a información y/o documentación en poder del proveedor. De este modo, se fortalece la exigibilidad del derecho-deber de información reconocido por la Constitución Nacional y por este Código.

Siendo una obligación objetiva del proveedor, este procedimiento sólo le impone a la o el consumidor la carga de acreditar de modo sumario la existencia de una relación de consumo, requisito para la competencia de la autoridad administrativa. De tal forma, las y los consumidores acceden

a requerir esta información y/o documentación a través de la autoridad administrativa.

Se destaca que el procedimiento común por su estructura no resulta idóneo para dar respuesta a estas pretensiones. En consecuencia, se propone un procedimiento especial (con fuente en el Proyecto 0384-D-2020), que permite una respuesta efectiva al contemplar la sanción ante la falta de respuesta, el control oficioso de la información y/o documentación aportada y el respaldo del requerimiento y de su respuesta en un expediente administrativo a los efectos de garantizar su validez probatoria ante un eventual proceso judicial.

3. Mecanismos de participación ciudadana

3.1. Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores

El Código incorpora una regulación integral de las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores (ADC) que reivindica su rol constitucional y convencionalmente reconocido como mecanismo de protección y participación de las y los consumidores en los procesos de toma de decisiones que los afecten y en la representación colectiva de sus intereses. En consecuencia, con el proyecto 4355-D-2020 como principal insumo, se propone una regulación que permita y proteja el desarrollo de estas entidades.

Debe destacarse que estas asociaciones son reconocidas por nuestra Constitución Nacional (art. 42), así como por el Derecho Internacional (Directrices de Naciones

Unidas para la Protección Del Consumidor, p.III.5.h.). También expresan una dimensión del derecho convencional de asociación (art. 16, Convención Americana sobre Derechos Humanos), lo que implica que cualquier regulación de estos aspectos, se integra con los estándares que surgen de los pronunciamientos de los organismos internacionales.

La necesidad de una reforma del régimen vigente radica en un régimen actual que, en forma inconveniente, delega en las reglamentaciones los diferentes aspectos que hacen al quehacer de las asociaciones. De este modo, muchas veces se les imponen cargas exorbitantes y/o arbitrarias, y al mismo tiempo se restringe su posibilidad de participar de modo crítico y pleno en los temas verdaderamente importantes. Es de suma importancia que los requisitos exigidos a las asociaciones sean establecidos legislativamente como un resguardo al ejercicio del derecho constitucional de asociación y participación que poseen las y los consumidores.

Se contempla una regulación que asegure el efectivo fomento estatal de estas asociaciones. Siendo un mandato constitucional y legislativo (art. 62 LDC, Leyes de Presupuesto), este Código busca erradicar la práctica sistemática de la autoridad administrativa de subejecutar estas partidas, perjudicando al colectivo de las y los consumidores.

La regulación prevista, también en este punto integra el Derecho del Consumidor con los estándares del Derecho Internacional de los Derechos Humanos, con consecuencias prácticas como reconocer la necesaria participación de las personas destinatarias en el diseño, implementación y seguimiento de toda política pública. En consecuencia, se

propone una participación efectiva de las y los consumidores a través de sus asociaciones en un órgano permanente, la Sindicatura, de la autoridad nacional de aplicación.

Este Código incorpora dos categorías de asociaciones, de inscripción “simple” y “plena” ante el Registro especial que funciona en la órbita de la Autoridad Nacional de Aplicación. De este modo, se reconoce la posibilidad de participar en los organismos estatales, recibir financiación estatal, entre otros aspectos, con las obligaciones que la inscripción plena les impone, o bien optar por una inscripción simple con menos derechos y obligaciones institucionales, que no perjudica su legitimación colectiva ni derechos, garantías y obligaciones inherentes a su condición de asociación de defensa de las y los consumidores.

La regulación propuesta contempla garantías de funcionamiento sustanciales, como los aportes estatales, la gratuidad en sus actuaciones institucionales, la posibilidad de percibir hasta el 20% de las condenas disuasivas en las acciones colectivas que impulsen, entre otras.

También se contemplan otras garantías relativas a la modificación de categoría o eliminación de la inscripción a instancia de la autoridad nacional de aplicación. Dada la trascendencia de este acto, este tipo de decisiones debe ser por mandato judicial. En este aspecto, se tiene presente que estas decisiones son capaces de perjudicar a las y los consumidores en su conjunto, más allá de quienes integran estas asociaciones, especialmente cuando existen procesos de incidencia colectiva que la asociación en cuestión litigue (ej. CSJN, “Asociación Sepa Defenderse c/ Secretaría de Energía de la Nación y otros s/ amparo colectivo”, COM FLP 039652/2014/CS001, 26/12/2018).

Por último, se contempla la represión de las prácticas desleales para con las asociaciones. La regulación propuesta erradica cualquier intento de restringir el ejercicio de este derecho constitucional y convencional o el ejercicio de su rol institucional. En este aspecto, se incorporan los estándares desarrollados por la Corte Interamericana de Derechos Humanos (“Caso Escher y otros vs. Brasil” par. 170-171; entre otros).

3.2. Audiencias públicas

El Código proyectado propone una regulación de los mecanismos de participación ciudadana que reafirma su carácter necesario en el diseño, implementación y seguimiento de las políticas públicas, así como en la gestión de derechos e intereses económicos. En este aspecto, se potencia nuestro sistema democrático al desarrollarse nuevas formas e instancias de deliberación pública en lo relacionado con los derechos de las y los consumidores.

Las audiencias públicas, en particular, son el mecanismo escogido para incorporar la participación de las y los usuarios en la determinación de las tarifas y otros aspectos sustanciales de los servicios públicos. En consecuencia, este mecanismo de participación constituye una garantía de razonabilidad, transparencia y un instrumento para la defensa de sus derechos e intereses económicos.

Como se advierte, la regulación propuesta en este aspecto adopta los estándares establecidos por la Corte Suprema de Justicia de la Nación (“CEPIS”, sent. 18/08/2016, Fallos: 339:1077). Se contemplan los aspectos de la etapa

previa (convocatoria, publicidad, información a suministrar), de su desarrollo (orden del día, espacio físico y virtual, trato digno, libertad de expresión) y la etapa posterior o dictado del acto (mérito de la participación y los aportes en el acto definitivo, publicidad y efectos del incumplimiento).

En materia de servicios públicos, se reafirma su importancia (cf. SCBA, causa “Negrelli” A.72.408), estableciéndose su obligatoriedad no sólo respecto de modificaciones del cuadro tarifario, sino como exigencia para la adopción de cualquier decisión de trascendencia (cf. CNCont. Adm. Fed., Sala IV, “Unión de Usuarios y Consumidores c/ Secretaría de Transporte y otros”; D'argenio, Inés A. "El servicio público en el marco del derecho del consumidor", en Manual de Derecho del Consumidor, cit., p. 494). Además, se explicita la información que debe suministrarse de modo previo a efectos de garantizar una participación informada y plena.

3.3. Consulta pública

En consonancia con la decisión de fortalecer la deliberación pública y calidad democrática en el accionar estatal, el Código incorpora la consulta pública como un nuevo mecanismo institucionalizado de participación ciudadana para casos en los que la convocatoria a audiencia pública no resulte obligatoria, pero que de todos modos se considere conveniente la apertura de un proceso de discusión pública para la adopción de una decisión determinada. En este aspecto, la consulta pública no sustituye la audiencia pública u otros mecanismos, sino que brinda la posibilidad de

enriquecer cualquier proceso de decisión con los aportes de la sociedad civil.

Con fuente en las “observaciones escritas” que recibe la Corte Interamericana de Derechos Humanos en la construcción de sus opiniones consultivas (art. 73 inc. 2, Reglamento 2009), este Código brinda una herramienta de fácil implementación y enorme valor para la calidad democrática, incorporando la participación ciudadana en aquellos procesos de decisión que no la contemplan obligatoriamente.

3.4. Convenciones colectivas en las relaciones de consumo

La regulación propuesta toma del Código de Defensa del Consumidor de Brasil (Ley 8078 de 1990) el instituto de la convención colectiva en las relaciones de consumo. En este aspecto, si bien se identifican pocos casos de implementación favorable, el Proyecto de Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de Argentina busca mejorar este instituto recogiendo las observaciones formuladas a efectos de generar un mecanismo de efectiva negociación colectiva. Se ha señalado a las convenciones colectivas de consumo como una herramienta imprescindible para facilitar la participación formal de las asociaciones de consumidores en los diferentes aspectos de interés para los consumidores, y que adaptando el funcionamiento de las convenciones colectivas, sería una saludable forma de institucionalizar y transparentar los “acuerdos” entre las autoridades y diferentes sectores empresariales de los que se escucha hablar frecuentemente pero pocas veces se conocen sus

verdaderos alcances y contenidos, arribándose a ellos sin participación formal de las entidades que nuclean a los consumidores y soslayando los genuinos intereses de la clase (Rusconi, Dante D., Manual de Derecho del Consumidor, cit., p. 128).

Como primera cuestión, esta convención colectiva sólo puede regular aspectos de la relación de consumo no contemplados en la legislación. Es decir, esta negociación encuentra como límite las normas de orden público o los derechos de las y los consumidores, que no pueden restringirse o renunciarse. De tal forma, la convención colectiva representa principalmente una forma de introducir la negociación (colectiva) o “paritaria” en el marco de futuras relaciones de consumo.

Como resguardo, se prevé que las convenciones deberán ser aprobadas por la Sindicatura de Asociaciones de las y los Consumidores y por el Directorio de la Autoridad Nacional de Aplicación, y luego registradas.

Como segunda cuestión, se contempla el efecto erga omnes de los acuerdos (Pérez Hazaña, Alejandro A. A. “Los convenios colectivos de consumo: una propuesta de solución para viejos problemas”, en DPI, Diario Consumidores y Usuarios n° 58). En este aspecto, se reglamentan detalladamente sus alcances y efectos, su exigibilidad y sanciones para el caso de incumplimiento y su publicación y registración.

Se asegura la adecuada representación de las y los consumidores y usuarios al incorporar a la Sindicatura (órgano de la Autoridad Nacional de Aplicación que agrupa a todas las asociaciones de defensa de las y los consumidores) en la selección de sus representantes. Asimismo, este órgano

conserva su control a través de la aprobación del acuerdo logrado.

En cuanto a la parte proveedora, en los casos que negocie una asociación o cámara empresaria, se corrige el problema que implica la desvinculación posterior de un proveedor a efectos de evadirse del acuerdo suscripto (Pérez Hazaña, Alejandro A. A., “Los convenios colectivos de consumo...”, cit.).

Se contempla a la Autoridad en las Relaciones de Consumo de Argentina como la autoridad a cargo de su homologación y registración. En caso de observación parcial, se opta por permitir la continuidad de la negociación y/o la registración parcial cuando el caso y las partes lo permitan. Además, se establece la amplia difusión del acuerdo logrado.

Como se advierte, la convención colectiva permite la existencia de negociación paritaria en relaciones de consumo donde actualmente el proveedor impone de modo unilateral el contenido contractual. Se impiden negociaciones poco transparentes para el común de las personas involucradas, la existencia de acuerdos que impliquen restringir derechos amparados por el orden público, entre otras situaciones.

En virtud de lo señalado, las convenciones colectivas en las relaciones de consumo pueden convertirse en un instrumento sumamente interesante y eficaz, posibilitando la institucionalización de un ámbito de negociación colectiva no controversial capaz de brindar respuestas coyunturales o de mediano plazo verdaderamente satisfactorias.

VIII. Título Final: Disposiciones finales y transitorias

1. Modificaciones normativa

En el Título Final se establecen las modificaciones normativas que son imprescindibles para dotar de coherencia al nuevo Derecho del Consumidor que se propone a través de la codificación de la materia.

Se señala lógicamente la derogación de la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor que este Código sustituye. Asimismo, se contempla la derogación del Título I de la Ley 26.993 (COPREC) que se incorpora al Código y el Título II (Auditoría en las relaciones de consumo). En este aspecto, además de su acotada competencia y deficiencias en su diseño (cf. Rusconi, Dante D., Manual de Derecho del Consumidor, cit., p. 776-780) y su falta de implementación que se proyecta en el tiempo (Informe del Jefe de Gabinete ante la Honorable Cámara de Diputados de la Nación, nº 112, 2019), a partir de las previsiones que introduce este Código en la autoridad de aplicación y la pormenorizada regulación del procedimiento administrativo, la existencia de esta figura carece de todo sentido.

Además, se introducen reformas al Código Civil y Comercial de la Nación en lo pertinente a los contratos de consumo y protección de las y los consumidores. De este modo, además de impedir la coexistencia de regulaciones superpuestas y eventualmente contradictorias, se integra el Código Civil y Comercial con el Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación, recuperándose

la centralidad y autonomía del sistema de protección de las y los consumidores y usuarios en la Argentina.

Como se advierte, este Código reivindica el rol sustantivo del Ministerio Público Fiscal en la protección de las y los consumidores. En este sentido, se propone la creación de la Procuraduría para la Defensa de las y los Consumidores y Usuarios a efectos de asegurar la especialidad técnica y el fortalecimiento institucional en esta temática. De este modo, se recupera esta propuesta de los Proyectos CD-106/20 (anexo VI) y 6425-D-2020 (antecedente en materia ambiental) y de modelos más exitosos en esta materia, como el Ministerio Público brasileiro o la Procuraduría Federal del Consumidor de México, entre otras (Rusconi, Dante D., Manual, cit., 755).

Por último, se adecúa la Ley 26.589 a efectos de adaptar la regulación de la mediación prejudicial obligatoria en el ámbito de la justicia nacional con las previsiones que introduce este Código. De igual modo, se modifican las Leyes 23.984 y 27.063 (Código Procesal Penal y Código Procesal Penal Federal) a efectos que las asociaciones de defensa de las y los consumidores puedan constituirse como querellantes o víctimas (respectivamente) en las causas de incidencia colectiva (Proyecto 0380-D-2020).

2. Disposiciones transitorias

En las disposiciones transitorias, a efectos de que la implementación de este Código no afecte la protección de las y los consumidores vigente, se establece la continuidad de la autoridad nacional de aplicación actual (Secretaría de

Comercio Interior) hasta tanto se constituya la Autoridad en las Relaciones de Consumo de Argentina. En este aspecto, se toma la Ley 27.442 (art. 80) de Defensa de la Competencia como modelo de una transición que no condiciona la vigencia de la ley a la implementación de su autoridad de aplicación.

En cuanto a la designación de los miembros de la Autoridad en las Relaciones de Consumo de Argentina (ARCA), se establece la facultad del Poder Ejecutivo para designarlas en comisión. También, los términos en los que debe sustanciarse la primera convocatoria a concurso público de oposición y antecedentes.

Se establece la continuidad de las y los Conciliadores en las Relaciones de Consumo y las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores en sus respectivos registros. De este modo, se equilibra la implementación del Código con una adecuación progresiva de los distintos actores con participación en el nuevo sistema.

Los recursos del Fondo de Financiamiento de la Ley 26.993 que se deroga se incorporan al Fondo de Financiamiento que este Código contempla, con el mismo objeto. Además, se contempla la Tasa de Interés para las Operaciones de Consumo no Financiera (Proyecto 3740-D-2020) a efectos que la mora estatal en su publicación perjudique la protección de las y los consumidores que este Código incorpora.

CÓDIGO DE PROTECCIÓN DE LAS Y LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE LA NACIÓN (CPCUN)

TÍTULO PRELIMINAR

Capítulo I Ámbito de Aplicación, integración normativa e interpretación

Artículo 1°.- Objeto y fin. El presente Código tiene por objeto la protección de las y los consumidores y usuarios en forma individual y colectiva, fijando las bases legales para el efectivo goce y ejercicio de los derechos establecidos en los artículos 42 y 43 de la Constitución Nacional, en los tratados e instrumentos de derechos humanos, y en las demás leyes y normas generales y especiales de aplicación a las relaciones de consumo. Las reglas y principios, las políticas públicas, los institutos, los procesos judiciales y los procedimientos administrativos aquí establecidos, deben ser desarrollados, implementados, aplicados e interpretados siempre de la forma que mejor conduzca a la realización del objeto y fin de este Código.

Artículo 2°.- Normas de aplicación, integración normativa y presupuestos mínimos de protección. Son de aplicación a la protección de las y los consumidores todas las normas que

les reconocen derechos, en particular la Constitución Nacional y los tratados e instrumentos de derechos humanos con jerarquía constitucional, los demás tratados e instrumentos de derechos humanos en los que la República Argentina sea parte y los tratados de integración o bilaterales en la medida que eleven el estándar de protección previsto en este Código.

Las demás leyes generales o especiales, entre ellas, el Código Civil y Comercial de la Nación, la legislación de defensa de la competencia, de lealtad comercial, los marcos regulatorios de los servicios públicos, servicios esenciales o de interés general y de otros servicios y actividades destinadas a consumidores y usuarios, y las restantes normas nacionales, provinciales y municipales de aplicación a las relaciones de consumo, también integran y complementan el presente Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación.

Los derechos, principios y reglas reconocidos en este Código configuran los presupuestos mínimos de protección y no podrán ser restringidos ni modificados regresivamente por prácticas de ninguna naturaleza, ni por normas vigentes o que se dicten en el futuro, en el orden nacional o local. Las modificaciones legales que pudieren constituir una disminución de derechos consagrados en este código, no podrán modificar los derechos en expectativa de los consumidores, ni tendrán efecto más que en las relaciones de consumo consolidadas desde la entrada en vigencia de la norma que las dicta, salvo modificación expresa de este artículo.

A partir de su entrada en vigencia, los derechos establecidos en este código, se aplican a las consecuencias de las relaciones de consumo existentes y a los contratos en curso

de ejecución, en todo lo que sea más favorable a las y los consumidores y usuarios.

Artículo 3°.- Prelación normativa e interpretación. En caso de conflicto o ausencia de normas; o cuando el proveedor por la actividad que desarrolle esté alcanzado asimismo por otra normativa nacional o local; o cuando exista duda acerca del derecho aplicable o sobre la apreciación de las circunstancias del caso; siempre deberá prevalecer la interpretación y solución más favorable a las y los consumidores y usuarios.

Los jueces, juezas, magistrados y magistradas, las autoridades y agentes de todos los ámbitos del estado, y especialmente las autoridades de aplicación de este Código, deben aplicarlo, y en su caso adecuar las normas de aplicación al caso, teniendo en cuenta la regla de prelación normativa prevista en este artículo, los principios establecidos en el artículo 8° y el orden público que impera en la materia, siempre con la finalidad de maximizar los derechos de las y los consumidores y usuarios.

Artículo 4°.- Consumidor o usuario y personas equiparadas. Se reconoce de pleno derecho la vulnerabilidad de las y los consumidores en las relaciones de consumo. Es consumidora o consumidor, usuaria o usuario, la persona humana o jurídica que adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa, relacionándose de manera directa o indirecta con un proveedor, bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social.

Cuando exista una situación de vulnerabilidad o subordinación, se considera asimismo consumidor o

consumidora a la persona humana o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios en forma gratuita u onerosa dándoles un destino mixto, profesional y final, o bien, cuando no los incorpore en forma directa a una actividad económica y actúe fuera del ámbito de su especialidad o experticia profesional. En estos casos, la situación de vulnerabilidad o subordinación se presume cuando se trate de personas humanas o jurídicas adherentes a contratos por adhesión o a cláusulas o condiciones predispuestas, o de usuarias y usuarios de servicios públicos domiciliarios y/o esenciales.

Quedan equiparadas a las y los consumidores las personas humanas o jurídicas, determinadas o indeterminadas, que se encuentren amenazadas, alcanzadas o afectadas por una relación de consumo o de cualquier manera expuestas a sus efectos o consecuencias.

A los efectos del presente Código, la expresión “consumidor o consumidora” comprende a la de “usuario o usuaria”, salvo cuando se utilice esta última en forma propia.

Artículo 5°.- Consumidores con vulnerabilidad agravada o hipervulnerables. Son consumidoras o consumidores con vulnerabilidad agravada, las personas humanas, o la colectividad de ellas, que, por razones personales o sociales, circunstanciales o permanentes, enfrenten particulares dificultades para ejercer y gozar con plenitud los derechos reconocidos en este Código y las normas que lo integran y complementan. La vulnerabilidad agravada se presume cuando se trate de niños, niñas o adolescentes; mujeres; personas que pertenezcan a cualquier grupo minoritario del espectro de la identidad de género o diversidad sexual; minorías étnicas; adultos mayores; personas enfermas o con

discapacidad; personas en situación de vulnerabilidad socio-económica; entre otras posibles situaciones.

En tales supuestos, las autoridades deben interpretar y aplicar los principios, los derechos y los procedimientos establecidos en este Código dictando o adoptando las medidas de acción positiva que sean necesarias para garantizar una protección efectiva y adecuada a las circunstancias.

Artículo 6°.- Proveedor. Es la persona humana o jurídica de naturaleza pública o privada, que desarrolla de manera profesional, aun ocasionalmente, actividades de producción, montaje, creación material o intelectual, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución, intermediación, comercialización o prestación de bienes y servicios, entre otras, destinadas a consumidores o usuarios. La persecución u obtención de ganancias o rentabilidad económica no es condición para ser considerado proveedor. Todos los proveedores que intervengan o participen de cualquier manera en esas actividades, quedan obligados al cumplimiento de la presente ley.

El Estado y los organismos o entes estatales o con participación estatal en todas sus formas, aun cuando actúen en el ejercicio de una función administrativa o se trate de relaciones regladas por el derecho público, así como las cooperativas, mutuales y asociaciones u otras entidades sin fines de lucro, serán considerados proveedores cuando desarrollen cualquiera de las actividades enunciadas en el párrafo anterior.

No están comprendidos en este Código 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. La exclusión no procede cuando el servicio profesional es prestado por una persona jurídica, y en ningún caso, alcanza al régimen de publicidad, a las prácticas abusivas, a su actividad comercial o a toda otra ajena a su incumbencia profesional. Ante la presentación de reclamos o denuncias que no se vinculen a los temas alcanzados por este Código, la autoridad de aplicación informará al denunciante sobre el organismo que controle la matrícula respectiva, a los efectos de su tramitación.

Artículo 7°.- Relación de Consumo. La relación de consumo es el vínculo jurídico, individual o colectivo, entre proveedores y las y los consumidores, determinados o indeterminados. La relación de consumo comprende a las situaciones de contacto social o exposición, aún en aquellos casos en los que el vínculo entre el proveedor y la o el consumidor sea mediato o involuntario, quedando alcanzadas, entre otras, las consecuencias de la información, la publicidad, las prácticas comerciales, las conductas monopólicas o anticompetitivas, la generación de riesgos y el deber de seguridad, las conductas antiambientales y las contrarias a los derechos humanos.

Capítulo II Principios y derechos

Sección 1° Principios

Artículo 8°.- Principios. La protección de las y los consumidores y su sistema de normas, se rige por los siguientes principios:

a) Principio de progresividad y no regresión. El Estado debe adoptar medidas apropiadas para mejorar progresivamente la efectividad e implementación de los derechos de las y los consumidores que se derivan de las normas internacionales y nacionales, sin retroceder en los estándares de tutela alcanzados en los niveles normativos ni en las políticas públicas de protección;

b) Principio de acceso al consumo. Debe garantizarse el acceso equitativo al consumo de bienes y servicios, así como el acceso universal a aquellos bienes y servicios esenciales que resultan necesarios para alcanzar condiciones dignas de vida y de desarrollo personal y familiar;

c) Principio de protección de los intereses económicos. El sistema de protección de las y los consumidores y las políticas públicas en la materia, deben orientarse a proteger los intereses económicos de las personas en las relaciones de consumo y lograr la transparencia de los mercados, debiendo el Estado controlar las distorsiones que afecten la posibilidad de elegir libremente o condicionen de cualquier manera la distribución, condiciones de venta, calidad y precios de bienes y servicios;

d) Principio de acceso a la información. La disponibilidad, gratuidad, y acceso a información veraz, objetiva, oportuna, detallada y adecuada a las circunstancias del caso, es un derecho básico de las y los consumidores y es exigible en todos los aspectos de las relaciones de consumo, tanto de parte de los proveedores como del propio Estado y sus autoridades;

e) Principio de transparencia y explicabilidad de las tecnologías y los algoritmos. La transparencia de las funciones y del funcionamiento de las tecnologías y los sistemas de algoritmos de inteligencia artificial, u otros mecanismos o sistemas automatizados empleados en las relaciones de consumo, de modo de hacerlos inteligibles y facilitar información sobre ellos, es una condición fundamental para garantizar el respeto, la protección y la promoción de los derechos de las y los consumidores. Todos los proveedores de bienes y servicios que sean fabricados, elaborados, producidos, desarrollados, promocionados o comercializados valiéndose, de cualquier manera, de esos medios y procesos, tienen la obligación de informarlos y explicarlos en forma previa y comprensible, y de mantener vías adecuadas que garanticen la auditabilidad, trazabilidad y rendición de cuentas sobre los mismos.

f) Principio de consumo sustentable. De conformidad con el artículo 41 de la Constitución Nacional, las Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor y los tratados internacionales en materia ambiental de los que la República Argentina sea parte, la elaboración, producción, comercialización y el consumo deben ser sustentables en sus dimensiones ambientales, éticas, económicas y sociales, con el objetivo de satisfacer las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras. Para ello, entre otras medidas, deberá favorecerse y fomentarse la economía circular y la eficiencia energética, minimizándose el uso de materias primas y energías no renovables, la responsabilidad por la generación y disposición final de residuos, su reutilización y el empleo de energías y materias primas renovables o provenientes del reciclaje;

g) Principio de protección específica a personas con vulnerabilidad agravada. Las autoridades de los tres poderes del Estado deben propiciar, implementar y ejecutar las adaptaciones y medidas de acción positiva que sean necesarias para garantizar el efectivo goce de los derechos de las y los consumidores con vulnerabilidad agravada, brindándoles protección adecuada a las circunstancias del caso;

h) Principio de respeto de la dignidad de la persona humana. Las autoridades y los proveedores deben reconocer y respetar la dignidad de la persona humana de conformidad con el artículo 42 de la Constitución Nacional, lo establecido en el presente Código y los criterios generales que surgen de los instrumentos de derechos humanos y la doctrina de sus organismos de aplicación;

i) Principio de prevención de riesgos y daños. El Estado y los proveedores deben actuar preventivamente cuando exista probabilidad razonable de una amenaza derivada de la producción, elaboración o comercialización de bienes o servicios que puedan afectar los derechos de las y los consumidores, especialmente cuando se trate de potenciales afectaciones colectivas o que puedan afectar la dignidad, la salud, la integridad física, la seguridad o los intereses económicos de las y los consumidores;

j) Principio de precaución. El Estado y los proveedores deberán actuar precautoriamente en las situaciones de controversia científica, y en general, frente a la incertidumbre científica respecto de la existencia de una amenaza derivada de un bien o servicio, adoptando las medidas eficaces para informar, advertir y evitar daños a las y los consumidores;

k) Principio antidiscriminatorio. Las autoridades y los proveedores deben implementar las acciones conducentes con el objetivo de que no existan en las relaciones de consumo actos, omisiones o situaciones discriminatorias. Se consideran comprendidas en esta prohibición las prácticas discriminatorias que provengan de personas humanas, jurídicas, y también de la aplicación de las tecnologías y la inteligencia artificial a las relaciones de consumo, ya sea que se encuentren fundadas en razones de raza, religión, nacionalidad, ideología, opinión política o gremial, género, orientación sexual o identidad de género, posición económica, condición social o caracteres físicos, o de cualquier otra naturaleza de conformidad con el artículo 42 de la Constitución Nacional, la Ley N° 23.592 de Actos Antidiscriminatorios y los criterios generales que surgen de los instrumentos de derechos humanos y la doctrina de sus organismos de aplicación;

l) Principio de primacía de la realidad. En la determinación de la verdadera naturaleza de las conductas, deben considerarse las situaciones y relaciones económicas que efectivamente se realicen, persigan o establezcan. La forma de los actos jurídicos utilizados en las relaciones de consumo no es oponible al análisis y ejercicio de las funciones propias de las autoridades administrativas o judiciales acerca de los verdaderos propósitos o efectos de las conductas que subyacen al acto jurídico que la expresa y las circunstancias que lo rodean;

m) Principio de inoponibilidad de la personalidad jurídica. Las actuaciones y conductas de las personas jurídicas que intervengan como proveedores en las relaciones de consumo y tengan como finalidad la violación del presente Código y las normas que lo integran, el orden público, la buena fe o la

frustración de los derechos de las y los consumidores, sin perjuicio de las responsabilidades personales de cualquier naturaleza que pudieren surgir de los hechos, se imputarán en forma solidaria e ilimitada por los perjuicios causados a quienes, dolosamente, a título de socios, asociados, miembros o controlantes directos o indirectos, la hicieron posible;

n) Principio de equiparación. El incumplimiento de las personas de las que el proveedor se sirve para la ejecución de sus obligaciones se equipara al derivado del propio hecho del proveedor;

ñ) Principio de participación y asociación. El Estado debe asegurar la participación de las y los consumidores en la toma de decisiones que los involucren, en el diseño de las políticas públicas y en el control de la transparencia y las prácticas desleales en el mercado, fomentando la creación y el fortalecimiento de las asociaciones que los representen;

o) Principio general de protección. Este Código establece la base y los presupuestos mínimos para la protección de las y los consumidores. Todas las normas generales y especiales que lo integran y complementan, así como toda norma de aplicación a las relaciones de consumo, se aplican e interpretan teniendo en cuenta que siempre deberá prevalecer la interpretación y solución más favorable a los intereses y derechos de las y los consumidores.

Sección 2º Derechos

Artículo 9º.- Derechos. Sin perjuicio de los derechos que se deriven de los principios enumerados en el artículo anterior y

222

de los expresa e implícitamente reconocidos en la Constitución Nacional, en los tratados e instrumentos de protección de derechos humanos y en las demás normas nacionales e internacionales de aplicación a las relaciones de consumo, con carácter enunciativo, las y los consumidores poseen los siguientes derechos:

a) A obtener educación e información para adoptar decisiones adecuadas a sus intereses y apropiadas para la satisfacción de sus reales necesidades, así como asesoramiento y asistencia de parte de las autoridades;

b) A la calidad y eficiencia de los servicios públicos y a tarifas justas, razonables y asequibles;

c) A acceder a bienes y servicios esenciales, en especial aquellos relacionados con la salud de las personas y las necesarias para gozar o alcanzar condiciones dignas de vida y de desarrollo personal y familiar;

d) A recibir en las relaciones de consumo, incluso las establecidas por medios digitales o a través de la utilización de todo tipo tecnologías, condiciones de trato equitativo y digno y no sufrir violencia ni discriminaciones por razones de raza, religión, nacionalidad, ideología, opinión política o gremial, género, orientación sexual o identidad de género, posición económica, condición social o caracteres físicos, o de cualquier otra naturaleza;

e) A acceder a información veraz, objetiva, oportuna, detallada, gratuita y adecuada a las circunstancias del caso, respecto de todo lo relacionado con el desarrollo, elaboración, utilidad, características, salubridad, seguridad y condiciones de comercialización de bienes y servicios. Este derecho comprende el de exigir de los proveedores información sobre

el uso o aplicación de cualquier tecnología, inteligencia artificial u otros procesos automatizados, para la producción, desarrollo, fabricación o comercialización de bienes y servicios, y el derecho a conocer y entender en cada caso el funcionamiento de los mismos;

f) A obtener de parte de las autoridades una protección eficaz respecto de los productos y servicios cuya elaboración, fabricación, circulación o comercialización puedan representar riesgos o peligros para la vida, salud e integridad física;

g) A la libertad de elección y a la protección de sus intereses económicos, en particular contra las cláusulas abusivas, las prácticas comerciales coercitivas, engañosas o abusivas, y cualquier otra contraria a la transparencia, a la lealtad comercial o la libre competencia;

h) A acceder a procedimientos judiciales y administrativos, individuales y colectivos, eficaces, rápidos y gratuitos para la prevención y solución de conflictos;

i) A obtener una indemnización integral, adecuada y equivalente a los perjuicios efectivamente sufridos en las relaciones de consumo que contemple la reparación de los daños patrimoniales y extrapatrimoniales, ya sea en forma individual o colectiva;

j) A la protección contra las prácticas comerciales y las publicidades engañosas o abusivas, incluyendo las que se difundan a través de medios no tradicionales, por internet, redes sociales o mediante la utilización de personas influenciadoras o de reconocimiento público;

k) A la educación, prevención y protección frente a situaciones de sobreendeudamiento;

l) A un elevado nivel de protección cuando actúen en entornos digitales, el que no podrá ser inferior al otorgado en otras relaciones de consumo, debiéndose proteger especialmente su privacidad, derecho a la información, datos personales, intereses económicos y derechos humanos;

m) A la protección frente a prácticas antiambientales, en particular aquellas que impliquen una reducción artificial de la duración de la vida útil o funcionalidades de los bienes y servicios destinados a consumidores, ya sea por obsolescencia material anticipada, por imposibilidad de reparación o de actualización, o por inducción psicológica de la creencia de obsolescencia, entre otras;

n) A ser escuchados por las autoridades de manera individual o colectiva y a participar en forma previa a la toma de cualquier decisión que involucre sus intereses;

ñ) A asociarse mediante la conformación de asociaciones de defensa y protección de las y los consumidores, y a obtener medidas de fomento estatal para lograrlo.

Sección 3° Orden público y prescripción

Artículo 10.- Orden público. El presente Código y las demás normas que lo integran y complementan, así como los derechos reconocidos o adquiridos en los contratos de consumo y sus modificaciones, en la medida que mejoren los previamente pactados y los reconocidos en este Código, son de orden público.

La renuncia expresa o implícita de los derechos indicados en el párrafo anterior, en expectativa o consolidados, es de

nulidad absoluta e insalvable. Cualquier pacto o cláusula en contrario se tendrá por no escrita.

Son válidas las transacciones judiciales o administrativas, por derechos que nacen en el marco de una relación de consumo, con posterioridad a la consolidación del derecho, cuando haya una duda razonable sobre los hechos que sustentan los reclamos de las y los consumidores y exista homologación administrativa o judicial, con la intervención del Ministerio Público Fiscal en los casos correspondientes. La homologación administrativa o judicial tendrá carácter constitutivo.

Los jueces o juezas interpretarán el alcance del orden público en el sentido que mayor protección otorgue al interés general de las y los consumidores, independientemente del caso particular. Deberán declarar de oficio la nulidad o la inaplicabilidad parcial o total de cualquier contrato, condición o norma contraria al orden público.

Artículo 11.- Prescripción. Las acciones judiciales, las administrativas, las sanciones emergentes del presente Código y la acción para la ejecución de las mismas, prescriben en el término de cinco (5) años. Cuando por otras leyes generales o especiales se fijen plazos de prescripción distintos del establecido precedentemente, se estará al más favorable a la o el consumidor. La prescripción se interrumpirá por la comisión de nuevas infracciones o por el inicio de las actuaciones administrativas o judiciales.

Las acciones judiciales promovidas por proveedores en contra de las y los consumidores prescriben a los tres (3) años, excepto que por otras leyes generales o especiales se

fijen plazos de prescripción más breves, supuesto en el que se aplicarán estos.

Lo establecido en el presente artículo no es de aplicación a los delitos en las relaciones de consumo, que se rigen por las disposiciones del Libro Cuarto, Título II de este Código.

La prescripción integra el orden público de protección, es irrenunciable y en todos los casos los jueces y juezas deben declararla de oficio cuando se haya verificado el transcurso del plazo correspondiente.

LIBRO PRIMERO - POLÍTICAS PÚBLICAS Y AUTORIDADES PARA LA PROTECCIÓN

TÍTULO I Políticas Públicas para la protección de las y los consumidores y usuarios

Capítulo I Objetivos Generales

Artículo 12.- Obligación constitucional de protección. El gobierno nacional y los gobiernos locales a través de sus respectivas autoridades, para dar cumplimiento a la obligación constitucional de proveer protección a las y los consumidores y usuarios establecida en el segundo párrafo del artículo 42 de la Constitución Nacional, deberán formular, desarrollar e implementar políticas protectorias enérgicas y proactivas, estableciendo la infraestructura adecuada para aplicarlas en forma efectiva y para prevenir, verificar y sancionar sus incumplimientos.

Las políticas públicas y medidas que se adopten para la protección de las y los consumidores se deberán aplicar en beneficio de todos los sectores de la población, sin discriminaciones de ningún tipo y contemplando medidas de acción positiva, especialmente aquellas que tengan en cuenta las necesidades de la población más vulnerable, de las personas de menores recursos, o que se encuentren en situación de pobreza, o carezcan de acceso a servicios y bienes esenciales para gozar de condiciones de vida digna, o posean o enfrenten otras vulnerabilidades agravadas según lo establecido en el artículo 5°.

Artículo 13.- Objetivos de las políticas públicas. La acción gubernamental de protección de las y los consumidores tendrá, entre otros, los siguientes objetivos:

a) Políticas de protección y acceso al consumo, con especial énfasis en relación a las personas o grupos de personas con vulnerabilidad agravada y las destinadas a promover la efectividad del derecho de toda persona a un nivel de vida adecuado para sí y su familia, incluso alimentación, vestimenta y vivienda y a una mejora continua de las condiciones de existencia;

b) Políticas y programas de educación e información a las y los consumidores y usuarios;

c) Políticas de fomento, promoción, fortalecimiento, asistencia económica y participación de las asociaciones de consumidores y usuarios en el desarrollo e implementación de las políticas públicas, el control de los servicios públicos y otros servicios y actividades esenciales;

d) Políticas tendientes a generar mecanismos efectivos, amplios y plurales de participación ciudadana, entre ellos el de las audiencias públicas, para la generación, desarrollo y seguimiento de los planes de gobierno, así como para la toma de decisiones en aquellos temas y materias relacionadas con los intereses y derechos de las y los consumidores;

e) Políticas de acceso a justicia, prevención de afectaciones, solución de conflictos y sanción de infracciones que contemplen el constante fortalecimiento y desarrollo de las estructuras y organismos competentes en la materia, especialmente de los mecanismos de solución colectiva de conflictos, así como la creación de áreas, organismos o fueros

especializados dentro de la Administración Pública, el Poder Judicial, el Ministerio Público Fiscal y de la Defensa;

f) Políticas de acceso y control de servicios públicos y otros servicios y actividades esenciales, incluso cuando las desarrolle el propio Estado en forma directa o indirecta, garantizando la participación en los organismos de control de las asociaciones de defensa de las y los consumidores debidamente registradas, así como en la fijación de tarifas y en las demás cuestiones que involucren los derechos e intereses de las y los consumidores;

g) Políticas de regulación y control para la protección de la salud, seguridad e integridad física de las y los consumidores, vigilando el cumplimiento de las normas y estándares de calidad;

h) Políticas que propicien el desarrollo, producción, comercialización y consumo sustentables y permitan satisfacer las exigencias y expectativas de durabilidad, utilidad y fiabilidad de los bienes, en particular el control y sanción de la obsolescencia artificial;

i) Políticas que promuevan y controlen el etiquetado ecológico de los bienes durables y el etiquetado nutricional e información adecuada en los productos alimenticios;

j) Políticas de promoción y protección de los intereses económicos de las y los consumidores en las relaciones de mercado y en las relaciones de consumo en general;

k) Políticas destinadas a garantizar que las y los consumidores estén informados, educados y protegidos en las relaciones de consumo digitales, de forma tal de permitirles obtener un nivel de protección y satisfacción que no sea inferior al otorgado en otros ámbitos;

l) Políticas de prevención y solución del sobreendeudamiento de las y los consumidores y sus familias, de regulación y control de los proveedores de crédito y financiación destinada a las y los consumidores, articulando la supervisión y control de las entidades financieras con el Banco Central de la República Argentina en todo lo que sea materia de competencias concurrentes, así como en lo relacionado a las materias bajo su exclusivo control;

m) Políticas que permitan identificar problemáticas zonales, regionales o locales, y posibiliten la implementación de programas específicos que relacionen a las y los consumidores con su ubicación geográfica, situación social, económica, género, edad y cualquier otra circunstancia relevante para brindarles protección adecuada y eficiente;

n) Políticas que permitan el constante desarrollo de capacidades tanto por parte de las autoridades de aplicación como de las y los consumidores, para comprender las problemáticas de la sociedad de consumo y entender y controlar las tecnologías aplicadas a la elaboración y comercialización de bienes y servicios, así como los métodos publicitarios y otras prácticas de inducción al consumo mediante dispositivos tecnológicos, internet y redes sociales;

ñ) Políticas que promuevan la responsabilidad social empresaria y establezcan parámetros de buenas prácticas comerciales, que fomenten la competencia entre los proveedores sobre la base de la lealtad y la transparencia de modo de ser valoradas por las y los consumidores en sus elecciones de consumo;

o) Políticas que promuevan la cooperación y coordinación entre autoridades de aplicación de distintas jurisdicciones, así como entre organismos públicos y asociaciones de defensa

de las y los consumidores, y otras autoridades judiciales o administrativas, con la finalidad de optimizar, coordinar y fortalecer la efectividad en la implementación de las políticas públicas y el desarrollo de las diferentes competencias y funciones;

p) Políticas de intercambio entre autoridades nacionales e internacionales que promuevan el desarrollo, la transferencia y la difusión de tecnologías para una mejor gestión de sus diferentes competencias, y en particular la protección de las y los consumidores frente a productos, servicios o prácticas comerciales transfronterizas que puedan resultar fraudulentas, engañosas o perjudiciales para estos;

q) Políticas que vinculen positivamente a establecimientos educativos, universidades, organizaciones, organismos, entidades y empresas públicas y privadas, en las actividades de análisis e investigación de las problemáticas que enfrentan las y los consumidores en la sociedad de consumo teniendo en cuenta, entre otras cuestiones, el impacto transversal de las mismas y la necesidad de su abordaje multidisciplinario;

r) Políticas que promuevan y garanticen el asociacionismo y sus valores como elemento de transformación social en pos de fortalecer la posición de las y los consumidores frente a los proveedores y en la sociedad de consumo en general, fomentando el encarrilamiento de las soluciones a las violaciones de los derechos de las y los consumidores a través de las asociaciones de defensa de las y los consumidores y principalmente mediante formas colectivas de solución de conflictos.

Capítulo II Educación para las relaciones de consumo

Artículo 14.- Educación para las relaciones de consumo. La educación para las relaciones de consumo es el conjunto de actividades y estrategias dentro de las políticas públicas de educación, tendientes a formar personas críticas, autónomas, solidarias, responsables y capaces de conocer la dinámica de la sociedad de consumo en la que viven, identificar sus reales necesidades y conveniencias optando de manera consciente e informada por aquellos bienes y servicios que coincidan con ellas, y mantener una posición crítica y comprometida con la defensa de sus derechos ciudadanos en su rol de consumidores y consumidores o usuarias y usuarios de bienes y servicios.

Artículo 15.- Programas de contenidos y capacitación docente. El gobierno nacional a través de las autoridades competentes y con la participación de la Autoridad Nacional de Aplicación de este Código, deberá formular contenidos comunes básicos de educación para las y los consumidores, que serán incorporados dentro de los diseños curriculares en todos sus niveles. Deberá capacitar a las y los educadores para ejecutarlos, incluyendo estos contenidos dentro de los programas y actividades de capacitación docente, realizando un seguimiento constante de su efectiva implementación y resultados.

Artículo 16.- Actualización y coordinación. La educación para las relaciones de consumo constituirá un proceso continuo y permanente, sometido a constante actualización que, como

resultado de la orientación y articulación de las diversas disciplinas y experiencias educativas, deberá facilitar la percepción integral de las problemáticas y desafíos que enfrentan las personas en su rol de consumidoras o usuarias. Las autoridades competentes deberán coordinar entre sí y con el Consejo Federal de Educación o el organismo que lo reemplace, la implementación de planes y programas en los sistemas de educación, formal y no formal. Las jurisdicciones locales, en función de los contenidos básicos determinados, instrumentarán los respectivos programas o currículas a través del dictado o adecuación de las normas pertinentes.

Las jurisdicciones locales, además de los contenidos mínimos, podrán identificar, definir e incorporar otros contenidos cuando así lo justifiquen requerimientos específicos y contextuales, de carácter transitorio o permanente.

Artículo 17.- Fines y objetivos. Los fines y objetivos de la política nacional de educación para las relaciones de consumo y los programas de educación para las y los consumidores estarán orientados a facilitar la utilización y exigibilidad de la información, la comprensión de las técnicas, tecnologías y prácticas comerciales, la prevención de riesgos, la generación de capacidades y conocimientos para evaluar alternativas y elegir bienes y servicios en forma razonada, empleando los recursos en forma eficiente. Deberá comprender, como mínimo, los siguientes fines y objetivos:

a) La comprensión y divulgación de los derechos de las y los consumidores y usuarios para que sean efectivamente incorporados en los conocimientos básicos de todas las personas;

- b) Divulgar los instrumentos para exigir y hacer valer activamente esos derechos y para canalizar su defensa a través de las diferentes vías y mecanismos de implementación;
- c) Capacitar a las y los consumidores para que sepan discernir, hacer elecciones adecuadas a sus reales necesidades de bienes y servicios y tengan conciencia de sus derechos y obligaciones;
- d) Facilitar a las y los consumidores la comprensión de la información y prepararlos para prevenir los riesgos que puedan derivar del consumo de bienes y servicios;
- e) Formar a las y los consumidores para comportamientos y elecciones de consumo no dañinas del medio ambiente, a través de la promoción de patrones de consumo sustentable de modo de satisfacer las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras;
- f) Concientizar sobre los riesgos del consumo de tabaco, el exceso en el consumo de bebidas alcohólicas, la automedicación y el consumo de otros productos o sustancias que puedan resultar nocivas o peligrosas para la salud e integridad psicofísica;
- g) Promover el aprendizaje de conceptos financieros y de economía familiar a fin de prevenir el sobreendeudamiento;
- h) Promover el aprendizaje de saberes científicos y tecnológicos fundamentales para comprender, participar reflexivamente y desarrollarse en la sociedad de consumo;
- i) Garantizar y fomentar el respeto al trato equitativo y digno en las relaciones de consumo, la conciencia sobre la propia vulnerabilidad y las situaciones de vulnerabilidad agravada.

Artículo 18.- Contenidos básicos. En los planes de enseñanza oficiales, dentro de los espacios curriculares ya existentes y/o mediante la creación de otros específicos, así como para la incorporación de contenidos suplementarios conforme el artículo 16 último párrafo, podrán incorporarse entre otros, los siguientes contenidos básicos sobre educación para las y los consumidores:

- a) Comprensión de las relaciones de consumo, de las características del mercado y de las problemáticas de la sociedad de consumo;
- b) Diferentes aspectos de las vulnerabilidades de las y los consumidores;
- c) Calidad adecuada, durabilidad y utilidad de bienes y servicios;
- d) Bienes y servicios de primera necesidad o esenciales;
- e) Salubridad, elaboración y etiquetado de alimentos;
- f) Prevención de accidentes;
- g) Peligros o riesgos de productos y servicios;
- h) Comprensión y exigibilidad de la información;
- i) Organismos y procedimientos para la protección de las y los consumidores;
- j) Normas y controles sobre pesas, medidas y talles;
- k) Formación de precios de bienes y servicios y empleo eficiente de recursos;

- l) Técnicas, tecnologías y prácticas de comercialización;
- m) Comprensión y análisis crítico de las diferentes formas y variantes de la publicidad y otras técnicas de fomento al consumo;
- n) Consumo y sustentabilidad del medio ambiente, reciclado y reutilización de residuos y prácticas de economía circular;
- ñ) Educación financiera y prevención del sobreendeudamiento;
- o) Protección y ejercicio de derechos de las y los consumidores en entornos digitales;
- p) Importancia del asociativismo y de la alianza estratégica entre las y los consumidores para la defensa de sus intereses.

Artículo 19.- Educación a consumidores y usuarios con vulnerabilidad agravada. Al formular los programas generales de educación e información a las y los consumidores, las autoridades deberán prestar especial atención a las necesidades y el contexto de las y los consumidores que se encuentren en situación de mayor vulnerabilidad por razones personales o sociales, tanto en las zonas rurales como urbanas.

Artículo 20.- Educación financiera. La Autoridad Nacional de Aplicación podrá realizar convenios con las provincias, municipios y las entidades educativas, y con proveedores y asociaciones de consumidores, para fomentar la educación financiera en todos los ámbitos, a fin de contribuir a una

gestión adecuada y racional de la economía doméstica y prevenir el endeudamiento excesivo personal y familiar.

A tal efecto, deberán considerarse las características sociodemográficas y económicas, los valores culturales, los modelos y prácticas de fomento al consumo, los patrones impuestos y las necesidades reales de consumo y demás aspectos particulares del grupo social al que el plan educativo o los programas especiales estén dirigidos.

Artículo 21.- Educación ambiental. Las políticas públicas que impulse la Autoridad Nacional de Aplicación en materia de educación ambiental en las relaciones de consumo, deberán atender entre otras cuestiones, a la formulación y priorización de modelos de producción y consumo sustentables, capaces de preservar la vida, los ecosistemas, los recursos del planeta, de la región y del país; el desarrollo en la ciudadanía de conocimientos, capacidades y valores que la habiliten a participar en la construcción de una sociedad sustentable con base en un modelo económico y social inclusivo y culturalmente diverso, que permita mejorar permanentemente la calidad de vida mediante el aprovechamiento razonable, equitativo y sostenible del patrimonio natural; y la toma de conciencia acerca del impacto ambiental causado por la acción antrópica reflejado en el modelo de vida y las formas de producción y consumo, así como el reconocimiento de la coexistencia de distintas maneras de concebir las relaciones sociedad-naturaleza-desarrollo, con el propósito de favorecer los consensos que garanticen la sustentabilidad a largo plazo y la prevención y control de los procesos susceptibles de producir impactos ambientales negativos, depredativos o irreversibles.

Artículo 22.- Educación tecnológica y digital. Las políticas públicas referidas a la de educación para las relaciones de consumo en entornos digitales que impulse y desarrolle la Autoridad Nacional de Aplicación, ya sea por sí o mediante convenios o acuerdos con las jurisdicciones locales o instituciones públicas o privadas, deberán abarcar contenidos que posibiliten a las y los consumidores incorporar y desarrollar a lo largo de toda su vida, conocimientos y capacidades que les permitan tomar decisiones adecuadas en ese ámbito y al utilizar dispositivos tecnológicos de cualquier tipo, evitando ser manipulados, discriminados o engañados, exponerse a riesgos o sufrir perjuicios de cualquier tipo.

Deberán contemplar la generación de aptitudes para posibilitar el efectivo ejercicio y goce de los derechos a la libertad de elección y a la protección de la seguridad e intereses económicos, especialmente para comprender los diferentes procesos y tecnologías empleadas y su mejor forma de utilización. En particular, entre otros conocimientos y aptitudes, deberá propiciarse la educación tecnológica y digital de las y los consumidores para comprender el tratamiento de los datos personales, los riesgos de su divulgación y las medidas necesarias para preservar la privacidad y seguridad; el impacto, riesgos y usos de las plataformas digitales; la domótica y la internet de las cosas; la biometría; la inteligencia artificial, la robótica y otros procesos automatizados aplicados a las comunicaciones y a la elaboración, producción, desarrollo, funcionamiento y comercialización de bienes y servicios.

Capítulo III Divulgación de derechos y estadísticas

Artículo 23.- Acciones y programas de divulgación. La Autoridad Nacional de Aplicación ejecutará acciones y programas de divulgación pública sobre los derechos de las y los consumidores, las normas vigentes y las vías para reclamar. La información deberá alcanzar a todos los sectores de la población a través de todos los medios y formas de comunicación a su alcance. Formulará campañas especiales para alertar sobre los riesgos que determinados bienes y servicios importan para la salud y seguridad de la población, estimulando asimismo el consumo sustentable y racional.

Artículo 24.- Sistema Integrado Nacional de Estadística de Defensa de las y los Consumidores. La Autoridad Nacional de Aplicación tendrá a su cargo el Sistema Integrado Nacional de Estadística de Defensa de las y los Consumidores (SINEDEC), debiendo generar y divulgar por todos los medios a su alcance registros, índices estadísticos, indicadores e informes que reflejen el comportamiento y la fiabilidad de los proveedores de todo el país, tanto individual como comparativamente, de modo de permitir a las y los consumidores adoptar decisiones informadas y razonadas. A tal fin, la información a divulgar deberá incluir, al menos, la razón social y el nombre de fantasía del proveedor, la actividad y el rubro en los que se desempeña, el ámbito territorial en el cual actúa, las actuaciones judiciales y/o administrativas en las que se encuentre involucrado y el estado y motivo de las mismas. Esta información deberá estar disponible libremente en la página de internet de la Autoridad Nacional de Aplicación, debiendo actualizarse al menos, cada seis meses.

Artículo 25.- Capacitación y recursos técnicos. La Autoridad Nacional de Aplicación deberá promover en forma constante la actualización, desarrollo, tecnologización, y digitalización de sus procesos y procedimientos con el fin de optimizar y transparentar los trámites, el acopio y procesamiento de la información, arbitrando los medios y recursos necesarios para posibilitar el fácil acceso a los mismos, especialmente a las personas más vulnerables. Con esa misma finalidad, promoverá la capacitación e intercambio de conocimiento, información y estadísticas con autoridades provinciales y municipales, así como con organismos y autoridades extranjeras.

Las autoridades de aplicación provinciales y municipales, deberán remitir la información estadística generada conforme este Capítulo, estando a cargo de la Autoridad Nacional de Aplicación, mediante el Sistema Integrado Nacional de Estadística de Defensa de las y los Consumidores, la centralización de la información generada en las oficinas de las distintas provincias o municipios para su procesamiento conjunto.

A los fines de este artículo, la Autoridad de Aplicación Nacional deberá proveer a las provincias y/o municipios, de capacitación y recursos técnicos suficientes para tramitar, recabar la información estadística y ponerla a disposición.

Artículo 26.- Amplia divulgación de derechos. La Autoridad Nacional de Aplicación instará a otros organismos públicos, a las asociaciones de las y los consumidores, a proveedores y las cámaras o entidades que los nucleen, a los medios de

comunicación y otros actores sociales, a divulgar los programas oficiales de información a las y los consumidores. A tal fin podrá ofrecer capacitaciones y facilitar el acceso al material correspondiente.

Fomentará asimismo las investigaciones y publicaciones técnicas y científicas sobre las problemáticas de la sociedad de consumo y los derechos de las y los consumidores, promoviendo la divulgación multidisciplinaria de todos sus contenidos.

Los proveedores colaborarán en la difusión de las políticas públicas conforme lo requiera la Autoridad Nacional de Aplicación, a través de sus facturas, páginas de internet, plataformas digitales, redes sociales y todo otro canal que utilicen para comunicarse con las y los consumidores o para publicitar u ofrecer sus bienes o servicios.

Capítulo IV Planificación y seguimiento de las políticas públicas

Artículo 27.- Planificación e indicadores de seguimiento. A efectos de posibilitar el adecuado desarrollo, implementación y seguimiento de las políticas públicas, la Autoridad Nacional de Aplicación deberá elaborar un plan anual y otro de mediano plazo que no podrá exceder el período de designación de sus autoridades, los que deberán comprender las diferentes áreas de acción, la identificación de objetivos, la planificación de los recursos técnicos y presupuestarios para alcanzarlos, el análisis de su impacto y los eventuales ajustes. Para ello deberán establecerse indicadores que permitan medir y hacer un seguimiento continuo del

porcentaje o grado de avance y de cumplimiento de cada una de las áreas u objetivos y del programa en general.

Se podrán incorporar a la planificación, otras políticas u objetivos que no hayan sido previstos y que en razón del contexto socio-económico imperante, sea necesario desarrollar e implementar.

El plan anual, el de mediano plazo y el balance de cierre de cada año de gestión, serán de acceso público a través de los mecanismos de difusión que la Autoridad Nacional de Aplicación establezca, debiendo contener el grado de ejecución o subejecución de los programas incluidos en la Ley General de Presupuesto.

Artículo 28.- Participación y colaboración. Para la elaboración de los planes de acción e implementación de políticas públicas, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá convocar al Consejo Federal para la Protección de las y los Consumidores y Usuarios, así como a otras entidades u organismos públicos o privados. Asimismo, podrá establecer mecanismos participativos de implementación y seguimiento de las políticas públicas, posibilitando la intervención organizada de la ciudadanía y las autoridades en los distintos temas o áreas.

TÍTULO II Del Sistema Nacional de Protección de las y los Consumidores

Capítulo I Autoridad nacional y autoridades locales

Artículo 29.- Autoridad Nacional de Aplicación. Creación. Créase la Autoridad de las Relaciones de Consumo de Argentina - ARCA - como organismo descentralizado, autárquico e independiente, quien será la única Autoridad de Aplicación del presente Código en el ámbito nacional, con plena capacidad jurídica para actuar en los ámbitos del derecho público y privado. Gozará de autarquía funcional y financiera y su patrimonio estará constituido por los bienes que se le transfieran, los que adquiera en el futuro por cualquier título, los recursos que le asigne el Presupuesto Nacional y demás recursos previstos en este Código.

Fijará su propia estructura orgánica de acuerdo a lo establecido en este Código y dictará su reglamentación interna de funcionamiento, teniendo en consideración las misiones y funciones asignadas expresa e implícitamente por esta u otras leyes. Su sede estará ubicada en la Capital Federal, pero podrá actuar, constituirse y sesionar en cualquier lugar del territorio nacional. Se relaciona con el Poder Ejecutivo Nacional a través de la Jefatura de Gabinete de Ministros.

Artículo 30.- Objetivos, misiones y funciones. La Autoridad Nacional de Aplicación tiene a su cargo la misión constitucional de proveer protección en forma proactiva a las y los consumidores en todo el territorio nacional,

244

implementando y desarrollando las políticas públicas en la materia y velando por el fiel cumplimiento de este Código y las normas que lo integran y complementan.

A tal fin, adoptará todas las acciones, resoluciones, reglamentaciones y medidas que sean necesarias para el debido cumplimiento de ese objetivo, contando en particular, con las siguientes misiones y funciones:

- a) Proteger y garantizar la efectiva vigencia en todo el territorio nacional de los derechos de las y los consumidores y usuarios reconocidos en la Constitución Nacional, en los instrumentos internacionales de derechos humanos, en el presente Código y demás normas de aplicación a las relaciones de consumo;
- b) Dictar las resoluciones y actos administrativos de carácter general o particular necesarios para el adecuado cumplimiento de sus funciones y objetivos;
- c) Proponer la reglamentación de este Código y las modificaciones que sean necesarias, así como a sus normas complementarias;
- d) Elaborar e implementar políticas públicas tendientes a la protección de las y los consumidores en todos los ámbitos comprendidos por las relaciones de consumo, llevándolas a cabo mediante las acciones y el dictado de las resoluciones pertinentes;
- e) Velar por el acceso al consumo de la población en condiciones de trato digno y equitativo, sin discriminaciones ni arbitrariedades de ningún tipo por parte de los proveedores, favoreciendo la satisfacción de las necesidades básicas o esenciales de las y los consumidores;

- f) Propiciar el acceso y suministro a las y los consumidores de información gratuita, clara, adecuada y veraz, evitando y erradicando las prácticas que puedan perjudicar la posibilidad de elegir libremente en el mercado;
- g) Prevenir y solucionar los conflictos individuales y colectivos entre las y los consumidores y los proveedores;
- h) Prevenir y erradicar proactivamente los abusos e ilícitos en las relaciones de consumo, así como las prácticas y conductas desleales o anticompetitivas, sancionando las infracciones al presente Código y demás normas que lo integran;
- i) Promover o instar las actuaciones administrativas y judiciales que correspondan, especialmente cuando se trate de afectaciones de incidencia colectiva y de ilícitos penales;
- j) Diseñar e implementar los programas de educación e información a las y los consumidores en coordinación con las autoridades educativas competentes;
- k) Promover y fomentar la creación, desarrollo y fortalecimiento de las asociaciones de consumidores y usuarios;
- l) Llevar el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, el Registro Nacional de Contratos de Adhesión y Prácticas Comerciales y el Registro Nacional de Proveedores, Estadísticas y Reincidencia;
- m) Administrar el Fondo para la Protección de los Intereses Colectivos de las y los Consumidores y el Fondo de Financiamiento para la Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo;

n) Cooperar y favorecer el desarrollo y fortalecimiento de las autoridades provinciales y municipales para el cumplimiento adecuado y uniforme del presente Código y sus objetivos en todo el territorio nacional;

ñ) Convocar y coordinar el Consejo Federal de Defensa de las y los Consumidores y el Foro Nacional para la Protección de las y los Consumidores;

o) Solicitar el auxilio de la fuerza pública para el debido cumplimiento y acatamiento de sus decisiones, así como la colaboración de los restantes organismos, entes y autoridades que forman parte la Administración Pública Nacional;

p) Dictar recomendaciones y advertencias dirigidas a los proveedores en relación a determinadas prácticas, conductas o circunstancias que sean perjudiciales o puedan perjudicar a las y los consumidores, pudiendo establecer acuerdos para su erradicación;

q) Monitorear, relevar y sistematizar los precios y la disponibilidad de insumos, bienes y servicios;

r) Las demás misiones, funciones y competencias que expresa o implícitamente surjan de este Código y otras leyes;

Artículo 31.- Autoridades locales de aplicación y competencias concurrentes. La Ciudad Autónoma de Buenos Aires, las provincias y los municipios actuarán como autoridades locales de aplicación en sus respectivas jurisdicciones y ámbitos de competencias, implementando y desarrollando las políticas públicas en la materia y ejerciendo el control, vigilancia, prevención y juzgamiento de las

infracciones a este Código y las normas que lo integran y complementan de conformidad con las disposiciones del Libro Quinto, Título II.

La Autoridad Nacional de Aplicación podrá actuar concurrentemente con las jurisdicciones locales en la implementación y desarrollo de las políticas públicas nacionales de protección, así como en el control, vigilancia, prevención y juzgamiento del cumplimiento del presente Código, especialmente cuando se trate de afectaciones o potenciales afectaciones de incidencia colectiva y con alcances interjurisdiccionales.

Capítulo II Órganos y funcionarios de la Autoridad Nacional de Aplicación

Sección 1° Directorio

Artículo 32.- Directorio. La Autoridad Nacional de Aplicación estará a cargo de un Directorio integrado por siete (7) directoras o directores elegidos en la forma y por el procedimiento que este Código determina, de los cuales uno será la o el presidente y otra u otro será la o el vicepresidente. Dos (2) de las o los directores serán representantes de las asociaciones de defensa de las y los consumidores elegidos a propuesta de la Sindicatura de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores. Los miembros del Directorio estarán afectados a sus funciones con dedicación exclusiva.

Artículo 33.- Miembros y funcionamiento del Directorio. Las directoras y directores deberán cumplir con los requisitos establecidos en el artículo 49 y no podrán ser removidos salvo por las causales establecidas en el presente Código. Al menos el cincuenta por ciento (50%) de sus miembros deberán ser mujeres y/o personas trans o no binarias.

El Directorio deberá sesionar con una frecuencia mínima de quince (15) días y el quórum a tal fin se alcanzará con la presencia de cuatro (4) de sus miembros. Las resoluciones serán adoptadas por simple mayoría de votos de los miembros presentes y en caso de empate el voto de la o el presidente valdrá doble. El Directorio podrá establecer por vía de reglamentación el requisito de mayorías calificadas para la aprobación de asuntos de singular importancia. Todos los integrantes del Directorio tienen voz y voto.

Artículo 34.- Facultades y obligaciones. Las facultades y obligaciones del Directorio son las siguientes:

- a) Disponer lo necesario a los fines de la implementación, cumplimiento y seguimiento de las políticas públicas para la protección de las y los consumidores previstas en este Código;
- b) Realizar y/o publicar los estudios e investigaciones sobre las diferentes problemáticas implicadas en la sociedad de consumo, en las relaciones de consumo y en el mercado, así como cualquier otra investigación o estudio relativo a las materias de su competencia;
- c) Requerir a los particulares y autoridades nacionales, provinciales o municipales, y a las asociaciones de defensa

de las y los consumidores, la información, documentación y colaboración que considere necesarias;

d) Aprobar en forma definitiva las medidas adoptadas y reglamentaciones que dicte la presidenta o el presidente en ejercicio de sus facultades y que deban ser refrendadas por el Directorio;

e) Promover en forma continua el estudio, la capacitación y la investigación en materia de protección de derechos de las y los consumidores, tanto respecto de las y los funcionarios y empleados del organismo, de las autoridades de aplicación locales, de las demás autoridades públicas, así como en relación a la población en general;

f) Cuando lo considere pertinente, emitir opinión respecto de leyes, reglamentos, circulares y actos administrativos que afecten o puedan afectar a las y los consumidores sin que tales opiniones tengan efecto vinculante;

g) Aprobar las recomendaciones y advertencias dirigidas a los proveedores, así como los acuerdos de erradicación de prácticas y conductas que se establezcan con aquellos;

h) Aprobar los acuerdos administrativos, prejudiciales o judiciales en el marco de las actuaciones en las que la Autoridad Nacional de Aplicación intervenga o sea parte;

i) Promover e instar procedimientos administrativos o acciones judiciales, individuales o colectivas, de oficio o a pedido de parte, ante cualquier fuero y jurisdicción del Poder Judicial o mediante los procedimientos administrativos establecidos en el presente Código;

j) Solicitar informes, rendición de cuentas o efectuar recomendaciones a las secretarías y demás áreas de la Autoridad Nacional de Aplicación;

k) Mantener y reglamentar el Registro Nacional de Proveedores, Estadísticas y Reincidencia; el Registro Nacional de Contratos por Adhesión y Prácticas Comerciales; el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores y Usuarios y las demás áreas dependientes, aprobando las inscripciones y remociones de las respectivas altas, bajas o suspensiones, según corresponda;

l) Administrar, mantener y reglamentar el Fondo para la Reparación y Fomento de los Derechos de las y los Consumidores y Usuarios, delegando en la presidenta o el presidente la implementación de las acciones que se aprueben, el Registro Nacional de las y los Conciliadores en las Relaciones de Consumo y el Fondo de Financiamiento del Sistema de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo;

m) Suscribir convenios con organismos provinciales, municipales o con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para la habilitación de oficinas receptoras de denuncias u otros canales o medios de atención y asesoramiento de la Autoridad Nacional de Aplicación en dichas jurisdicciones, así como los convenios de transferencia de tecnología y recursos para la sistematización del procedimiento;

n) Citar a comparecer ante la Autoridad Nacional de Aplicación a proveedores, asociaciones de defensa de las y los consumidores, particulares, a los estados nacional, provincial y municipal, y a las o los funcionarios, representantes o dependientes de cualquiera de ellos;

ñ) Reunirse con la periodicidad que determine este Código y su reglamentación y cada vez que lo convoque la presidenta o el presidente;

o) Remover el personal de la Autoridad Nacional de Aplicación por las causales establecidas en la Ley de Contrato de Trabajo N° 20.744 o el régimen de empleo público en los casos en que sea aplicable;

p) Proyectar y elevar anualmente al Poder Ejecutivo Nacional el presupuesto general de gastos y cálculo de recursos;

q) Aprobar y elevar anualmente al Poder Ejecutivo Nacional el balance general, cuentas de resultado y memoria del ejercicio, los que deberán ser publicados en el Boletín Oficial;

r) Aprobar el reglamento interno, el régimen de personal y la estructura orgánico-funcional del organismo;

s) Aprobar el reglamento de los procedimientos administrativos para la protección de los derechos de las y los consumidores y usuarios establecidos en este Código, adjudicando las funciones para su tramitación dentro de la Autoridad Nacional de Aplicación;

t) Considerar toda cuestión relacionada con el funcionamiento del organismo y promover iniciativas para su ordenamiento, adecuación y reformas;

u) Decidir todos los asuntos y casos no previstos y adoptar todas las medidas oportunas y convenientes para el mejor éxito o desarrollo de las actividades de la Autoridad.

Artículo 35.- Instructores. Las y los miembros del Directorio de la Autoridad Nacional de Aplicación, además de las

facultades que les asigna expresamente el presente Código, intervendrán como Instructores en los procedimientos administrativos o judiciales en los que hayan sido designados en ese carácter por el Directorio, dictando todos los actos administrativos necesarios para su tramitación y resolución definitiva de conformidad con lo establecido por el reglamento de funcionamiento interno. Los representantes de las asociaciones de defensa de las y los consumidores en el Directorio, deberán excusarse de intervenir como instructores en asuntos en los que pueda existir conflictos de intereses relacionados con la asociación que representan.

Sección 2° Presidencia

Artículo 36.- Elección y duración de la Presidencia. La presidenta o el presidente del Directorio será designado por el Poder Ejecutivo Nacional de conformidad con lo establecido en la Sección 5° de este Capítulo, durará cuatro (4) años en el cargo y representará legalmente a la Autoridad de las Relaciones de Consumo de Argentina.

Artículo 37.- Funciones de la Presidencia. La presidenta o el presidente tendrá las siguientes funciones:

- a) Convocar y presidir las reuniones del Directorio con voz y voto, computándose su voto de manera doble en caso de empate;
- b) Ejercer la representación legal de la Autoridad Nacional de Aplicación en sus relaciones con terceros y con los restantes entes, organismos y poderes públicos;

- c) Representar a la Autoridad Nacional de Aplicación en juicio en cualquier fuero o jurisdicción, ejerciendo todos los actos que las leyes de fondo y procesales prevén;
- d) Comprar, vender, arrendar, construir o realizar cualquier otro acto de adquisición o disposición de bienes o derechos y aceptar donaciones y otras liberalidades;
- e) Otorgar poderes y mandatos para la realización de todos aquellos actos y gestiones que no deba realizar en forma personal;
- f) Ejercer el poder disciplinario sobre el personal de la Autoridad Nacional de Aplicación, con facultades de aplicar todas aquellas sanciones que no impliquen su remoción, de conformidad con lo que fije la reglamentación;
- g) Redactar el reglamento interno y el régimen orgánico-funcional de la Autoridad Nacional de Aplicación, sometiéndolos a la aprobación del Directorio;
- h) Adoptar todas las medidas de urgencia y actuar en todos aquellos asuntos que siendo de competencia del Directorio no admitan dilación, los que deberán ser sometidos a su consideración en la sesión inmediata posterior;
- i) Confeccionar la memoria anual y la propuesta de presupuesto a presentar a la aprobación del Directorio;
- j) Realizar las contrataciones de personal, tanto para cubrir los cargos permanentes, como para la realización de trabajos específicos o extraordinarios que no puedan ser realizados por su planta permanente, mediante mecanismos de selección transparentes que reflejen la idoneidad técnica y/o profesional requerida para el cargo a ocupar y fijando las funciones, condiciones de trabajo y su retribución;

- k) Ejercer la administración de la Autoridad Nacional de Aplicación y ejecutar todos los actos que sean necesarios para la realización de sus fines;
- l) Registrar, conservar y resguardar las actas del Directorio, y realizar informes periódicos de los temas tratados para conocimiento interno de la Autoridad Nacional de Aplicación, así como para su difusión e información pública;
- m) Impulsar las estrategias y políticas internas establecidas por el Directorio, tendientes al fortalecimiento y desarrollo institucional de la Autoridad Nacional de Aplicación y a la capacitación constante de su personal;
- n) Organizar y administrar la Mesa de Entradas de la Autoridad Nacional de Aplicación la que se encargará del registro, orden, pases y recepción de los expedientes, presentaciones, comunicaciones y notificaciones recibidas y remitidas por la Autoridad Nacional de Aplicación;
- ñ) Llevar la administración del Registro Nacional de Proveedores, Estadísticas y Reincidencia y del Registro Nacional de Contratos por Adhesión y Prácticas Comerciales;
- o) Administrar el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, proponiendo al pleno del Directorio las altas, bajas, modificaciones y suspensiones del mismo;
- p) Convocar y coordinar el Consejo Federal para la Defensa de las y los Consumidores y el Foro Nacional para la Protección de las y los Consumidores;

q) Implementar las resoluciones del directorio en relación a las funciones del Fondo Nacional para la Protección de los Derechos de las y los Consumidores y Usuarios;

r) Disponer todo lo necesario para dar a publicidad, cumplir y hacer cumplir las acciones que ordene el Directorio y en general, adoptar todas las medidas y acciones necesarias para la correcta administración de la Autoridad Nacional de Aplicación y el debido ejercicio de sus misiones y funciones.

Artículo 38.- Vicepresidencia. La presidenta o el presidente será reemplazado interinamente en caso de renuncia, acefalía o ausencia, por una o un vicepresidente seleccionado por el Directorio en la forma que se establezca en la reglamentación interna de la Autoridad Nacional de Aplicación. En tales supuestos, la o el designado tendrá derecho a voto en las reuniones del Directorio y a decidir en caso de empate.

Sección 3° De las Secretarías

Artículo 39.- Secretarías. Dentro de la Autoridad Nacional de Aplicación funcionarán la Secretaría de Actuaciones Preventivas y Sancionatorias, la Secretaría de Actuaciones Judiciales, la Secretaría de Políticas Públicas y Educación, la Secretaría de Asuntos Jurídicos y Dictámenes. Cada una de ellas estará a cargo de un secretario o secretaria designado por el Directorio y contará con el personal que se le asigne.

Sin perjuicio de lo establecido en la presente Sección, las misiones, funciones y estructura de cada una de las

secretarías serán establecidas en la reglamentación que apruebe el Directorio.

Artículo 40.- Secretaría de Actuaciones Preventivas y Sancionatorias. La Secretaría de Actuaciones Preventivas y Sancionatorias tiene a su cargo, con competencia y autonomía técnica, el ejercicio de las funciones de verificación y prevención de infracciones individuales o colectivas al presente Código y demás normas que lo integran y complementan.

A tal fin podrá dictar las medidas, actos y resoluciones previstas en los procedimientos administrativos establecidos en el Libro Quinto, del Título II del presente Código, con los alcances y en la forma que fije la reglamentación que apruebe el Directorio y según sus instrucciones. Podrá disponer la realización de inspecciones y verificaciones; dar inicio por denuncia o de oficio a procedimientos administrativos preventivos o sancionatorios, citar a audiencias, requerir informes, realizar u ordenar la realización de medidas probatorias, solicitar el dictado de medidas preventivas o conminatorias, y dictar todos los actos necesarios para el efectivo y célere cumplimiento de las funciones asignadas.

Artículo 41.- Secretaría de Actuaciones Judiciales. La Secretaría de Actuaciones Judiciales tiene a su cargo iniciar, intervenir, impulsar y tramitar las acciones y procesos judiciales individuales o colectivos establecidos en el Libro Quinto, Título I de este Código, así como representar judicialmente a la Autoridad Nacional de Aplicación y defender judicialmente los actos que dicte.

Con los alcances y en la forma que fije la reglamentación que apruebe el Directorio y conforme sus instrucciones, podrá promover o intervenir, en cualquier carácter, en procedimientos administrativos ante otros organismos o autoridades, o en procesos judiciales ante los fueros federal u ordinarios de todo el país en casos que versen sobre derechos individuales, individuales homogéneos, colectivos o de incidencia colectiva en general.

Sin perjuicio de la intervención que le corresponda al Ministerio Público, podrá asumir la representación e impulso de los procesos colectivos federales u ordinarios de alcance local o interjurisdiccional cuando cesare o se abandonare total o parcialmente dicha representación, y emitir opinión o impugnar los acuerdos realizados en el marco de procesos colectivos cuando los mismos sean desfavorables para los derechos e intereses de las y los consumidores. También podrá proponer a la Presidencia para ser tratado por el Directorio, la firma de acuerdos con los proveedores sumariados o demandados y desarrollar cualquier otro acto que fuera necesario para la defensa o actuación judicial de la Autoridad Nacional de Aplicación en el marco de sus competencias.

Artículo 42.- Secretaría de Políticas Públicas y Educación. La Secretaría de Políticas Públicas y Educación es el área interdisciplinaria de la Autoridad Nacional de Aplicación con competencia y autonomía técnica para la proyección, planificación, implementación, ejecución, desarrollo y seguimiento de las políticas públicas destinadas a la protección general de las y los consumidores, así como las destinadas a la educación y formación de los mismos, de las

y los docentes, de otras autoridades y funcionarios del estado, de los proveedores y de la población en general.

Con los alcances y en la forma que fije la reglamentación que apruebe el Directorio, y conforme sus instrucciones y lo establecido en el Libro Primero, Título I del presente Código, tendrá a su cargo la elaboración de los proyectos de plan anual y de mediano plazo, del informe anual de gestión de políticas públicas y del seguimiento de las mismas según lo establecido en los artículos 27 y 28; la ejecución de las acciones, programas y campañas de divulgación y alertas indicadas en el artículo 23; la generación y divulgación de los índices estadísticos, indicadores e informes sobre el comportamiento y la fiabilidad de los proveedores conforme lo dispuesto en el artículo 24.

Tendrá a su cargo la administración y actualización constante del Registro Nacional de Proveedores, Estadísticas y Reincidencia creado en el artículo 68 donde deberán constar las sanciones, sumarios en trámite ante la Autoridad Nacional de Aplicación y de otras autoridades con competencias afines, procesos judiciales individuales y colectivos, medidas cautelares judiciales o medidas preventivas administrativas, y todo otro registro o dato pertinente a los efectos de que las y los consumidores y usuarios puedan conocer el comportamiento de los proveedores. Ejercerá, en general, todas las funciones necesarias para la mejor gestión, desarrollo y divulgación de las políticas públicas implementadas por la Autoridad Nacional de Aplicación.

Artículo 43.- Secretaría de Asuntos Jurídicos y Dictámenes. La Secretaría de Asuntos Jurídicos y Dictámenes es el área con competencia y autonomía técnica y de gestión, que tiene

a su cargo el desarrollo, análisis y asistencia técnica en todos los asuntos de carácter jurídico en los que intervenga, deba intervenir o se solicite la intervención de la Autoridad Nacional de Aplicación.

Con los alcances y en la forma que fije la reglamentación que apruebe el Directorio, tendrá a su cargo la homologación de los acuerdos que se celebren ante el Sistema de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo (COPREC), los sistemas de asesoramiento y patrocinio jurídico gratuito de consumidores y usuarios, y la emisión de dictámenes u opiniones no vinculantes a requerimiento del Directorio y de las demás Secretarías de la Autoridad Nacional de Aplicación y de otras autoridades de aplicación provinciales o municipales.

El Directorio podrá solicitarle la emisión de dictámenes ante el requerimiento de juezas, jueces o tribunales del Poder Judicial de la Nación o de las provincias, de jueces y juezas de faltas provinciales o municipales, de funcionarias o funcionarios y organismos del Poder Ejecutivo Nacional, provincial o municipal; del Ministerio Público Nacional o de las provincias, de las y los defensores del pueblo, de las y los legisladores nacionales, provinciales o municipales, de asociaciones de defensa de las y los consumidores, de universidades, colegios profesionales y en general de todos aquellos organismos, entidades o particulares que necesite una opinión técnica sobre las materias comprendidas en este Código.

Los dictámenes que emita la Secretaría de Asuntos Jurídicos y Dictámenes en el marco de los sumarios administrativos que instruya la Autoridad Nacional de Aplicación, serán suficientes a los efectos de lo establecido en el artículo 7° inciso “d” de la Ley N° 19.549 o la norma que la reemplace, así como en

todas aquellas actuaciones en las que se requiera dictamen jurídico previo como condición de validez de los actos que se dicten.

Implementará y mantendrá actualizado un reservorio público disponible en la página de internet de la Autoridad Nacional de Aplicación con la legislación, jurisprudencia, dictámenes y doctrina en la materia y cuidará, en general, del debido trámite en la gestión interna de las distintas áreas de la Autoridad Nacional de Aplicación y del correcto ejercicio desde el punto de vista jurídico de sus competencias.

Artículo 44.- Informe semestral. Todas las Secretarías de la Autoridad de Aplicación deberán presentar semestralmente a la Presidencia del Directorio un informe de gestión, sin perjuicio de los informes o comunicaciones que deban realizar cada vez que un asunto por su relevancia así lo requiera.

Artículo 45.- Secretarías Adjuntas. La o el secretario a cargo de cualquiera de las Secretarías de la Autoridad Nacional de Aplicación podrá solicitar al Directorio la asignación de una, uno o varios Secretarios Adjuntos en calidad de auxiliar para el mejor cumplimiento de sus funciones. Las y los secretarios adjuntos serán designados según el procedimiento establecido en la Sección 5° del presente Capítulo y una vez asignados a la secretaría correspondiente actuará en los términos de las funciones encomendadas por la o el Secretario Titular de la Secretaría y la que les reconozca este Código.

Sección 4° De la Sindicatura de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores

Artículo 46.- Objetivo e integración. La Sindicatura de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores de la Autoridad Nacional de Aplicación, tendrá como objetivo principal la coordinación entre las funciones y acciones de las asociaciones de defensa de las y los consumidores registradas y las de la Autoridad Nacional de Aplicación. Podrá emitir declaraciones públicas o en relación a actividades determinadas o proveedores en particular, asesorar y controlar el funcionamiento de los restantes órganos de la Autoridad Nacional de Aplicación y proponer medidas y acciones tendientes a la mejor protección de los derechos de las y los consumidores.

Estará integrada por un (1) representante de cada asociación de defensa de las y los consumidores inscripta en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, quienes elegirán por mayoría simple de votos al presidente o presidenta y secretario o secretaria de la Sindicatura y a los dos (2) representantes que integrarán el directorio por el período de un (1) año.

Se reunirá al menos una vez cada treinta (30) días y sus miembros no percibirán remuneración, quedando los gastos que demande el funcionamiento de la Sindicatura a cargo de la Autoridad Nacional de Aplicación.

La Sindicatura dictará su propio reglamento de funcionamiento, garantizando procedimientos transparentes para la selección y remoción de autoridades y la representación federal de todas las asociaciones inscriptas.

Artículo 47.- Funciones y facultades. Serán funciones y facultades de la Sindicatura, entre otras, las siguientes:

- a) Requerir y recepcionar informes de los demás órganos de la Autoridad Nacional de Aplicación a efectos de supervisar el cumplimiento de los respectivos mandatos;
- b) Emitir recomendaciones, observaciones y comunicar los eventuales incumplimientos que detecte a la Presidencia del Directorio;
- c) Tomar conocimiento de las acciones y políticas públicas que proyecte e implemente la Autoridad Nacional de Aplicación, pudiendo formular las propuestas, observaciones o recomendaciones que crea convenientes;
- d) Requerir informes y formular recomendaciones en las causas judiciales o expedientes administrativos en trámite de la Autoridad Nacional de Aplicación;
- e) Dictaminar en forma previa a los actos administrativos de alcance general que emita la Autoridad Nacional de Aplicación;
- f) Emitir opinión sobre los proyectos de ley en los que intervenga la Autoridad de Aplicación;
- g) Dictaminar con carácter no vinculante en forma previa a la homologación de cualquier acuerdo sobre derechos de incidencia colectiva de las y los consumidores en el que sea parte una asociación de defensa de las y los consumidores, ya sea en sede administrativa o judicial;
- h) Elegir de entre sus miembros a las o los representantes de las y los consumidores en los entes u organismos de control

prevista en los marcos regulatorios de servicios públicos y otros servicios regulados, así como la elección de los representantes de las y los consumidores establecida o que se establezca por otras normas nacionales, así como cuando esa representación sea solicitada por cualquier organismo público o privado, nacional o internacional;

i) Elegir a la auditora o auditor ante los proveedores sujetos al Régimen de Fiscalización de los Derechos de los Consumidores, de conformidad con lo establecido en el artículo 92;

j) Generar y publicar estadísticas e informes acerca de las denuncias que reciban las asociaciones de defensa de las y los consumidores o la Sindicatura por cualquier medio, así como sobre la información que proporcionen las y los auditores ante las empresas.

k) Toda otra facultad destinada al mejor cumplimiento de sus funciones.

Los dictámenes de la Sindicatura no tendrán carácter vinculante, pero la Autoridad Nacional de Aplicación deberá dar cuenta de ellos al momento del dictado del acto administrativo que emita.

Artículo 48.- Contribuciones financieras a las asociaciones. En la forma y oportunidad que establezca la reglamentación, la Sindicatura deberá proponer al Directorio el presupuesto anual para atender las contribuciones financieras a las asociaciones de defensa de las y los consumidores inscritas en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa del Consumidor.

Sección 5° Designación, remoción y excusación

Artículo 49.- Requisitos. Los miembros del Directorio de la Autoridad Nacional de Aplicación, excepto las y los representantes de la Sindicatura de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, deberán reunir los siguientes requisitos:

- a) Ser abogadas o abogados;
- b) Contar con suficientes y demostrados antecedentes e idoneidad en materia de protección de las y los consumidores;
- c) Acreditar más de cinco (5) años en el ejercicio de la profesión;
- d) Tener dedicación exclusiva durante su mandato, con excepción de la actividad académica.

Las y los miembros del Directorio, Secretarías, funcionarias y funcionarios, empleadas y empleados de la Autoridad Nacional de Aplicación en todos sus niveles y jerarquías se encuentran alcanzados por los deberes, incompatibilidades y obligaciones establecidas por la Ley N° 25.188 de Ética Pública o la norma que la reemplace.

Artículo 50.- Designación de los miembros del Directorio. Excepto lo establecido para los representantes de la Sindicatura, previo concurso público de antecedentes y oposición, el Poder Ejecutivo Nacional designará a los miembros del Directorio, los cuales serán elegidos de las ternas que envíe el jurado y deberán reunir los criterios de

idoneidad técnica en la materia y demás requisitos establecidos en el artículo precedente.

Artículo 51.- Designaciones. Excepto lo establecido para los miembros del Directorio en los artículos 49 y 50, el reglamento podrá establecer exigencias y requisitos diferenciados según las áreas y puestos a cubrir.

Artículo 52.- Concurso público de antecedentes y oposición. Jurado. El concurso público de antecedentes y oposición se realizará conforme la reglamentación que apruebe el Directorio, la que deberá garantizar un proceso de selección ágil, público, transparente y ampliamente divulgado, con participación plural y debido control.

La selección de las y los postulantes estará a cargo de un jurado integrado por seis (6) miembros: un (1) representante de la Jefatura de Gabinete de Ministros de Nación, un (1) representante del Ministerio Público Fiscal de la Nación, un (1) representante de la Comisión de Defensa del Consumidor, del Usuario y de la Competencia de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación, un (1) representante de la Comisión de Derechos y Garantías del Honorable Senado de la Nación y dos (2) representantes de las Asociaciones de las y los Consumidores debidamente inscriptas en el Registro Nacional de Asociaciones de Usuarios y Consumidores designados por la Sindicatura.

El jurado seleccionará las ternas de aspirantes para cubrir cada uno de los puestos a ser cubiertos y las remitirá, según corresponda, al Poder Ejecutivo Nacional en el caso de designación de los miembros del Directorio.

Artículo 53.- Declaración jurada. En todos los casos, las y los aspirantes deberán presentar una declaración jurada con los bienes propios, los del cónyuge y/o de los convivientes, los que integren el patrimonio de la sociedad conyugal y demás previsiones del artículo 6° de la Ley de Ética en el Ejercicio de la Función Pública N° 25.188 y su reglamentación.

Además, con la finalidad de permitir la evaluación objetiva de la existencia de incompatibilidades o conflictos de intereses, deberán adjuntar una segunda declaración jurada en la que incluirán la nómina de las asociaciones civiles y sociedades comerciales que integren, o hayan integrado en los últimos cinco (5) años, la nómina de clientes o contratistas de los últimos cinco (5) años en el marco de lo permitido por las normas de ética profesional vigentes, los estudios de abogados, contables o de asesoramiento a los que pertenecieron según corresponda, y en general cualquier tipo de relación, vínculo o compromiso que pueda afectar la imparcialidad en el ejercicio de su función por actividades propias, de su cónyuge, de sus ascendientes y descendientes en primer grado.

Artículo 54.- Publicación de aspirantes y oposiciones. Una vez realizada la preselección por el jurado, se dará a conocer ampliamente el nombre, apellido y los antecedentes curriculares de cada una de las y los aspirantes.

Se otorgará un plazo de quince (15) días para que las y los ciudadanos, las asociaciones de defensa de las y los consumidores e interesados en general, puedan presentar de modo fundado y documentado, las observaciones que

consideren de interés expresar respecto de las y los aspirantes. Las observaciones presentadas en debida forma serán de libre consulta y deberán ser publicadas en la página oficial de la Autoridad Nacional de Aplicación.

Artículo 55.- Duración de los mandatos. Los miembros del Directorio durarán en el ejercicio de sus funciones seis (6) años y su renovación se hará en forma escalonada y parcialmente, pudiendo ser reelegidos por una vez. Los representantes de la Sindicatura en el Directorio durarán en el ejercicio de sus funciones un (1) año, pudiendo ser reelegidos indefinidamente.

Las y los miembros del Directorio, Secretarías y Secretarías Adjuntas, conservarán su cargo mientras dure su mandato y/o buena conducta, cesando en sus funciones sólo por las causales contempladas en los artículos 56 y 57 y en la forma establecida en el presente Código.

Artículo 56.- Remoción. Los miembros del Directorio de la Autoridad de Aplicación podrán ser removidos de su cargo por el Poder Ejecutivo Nacional previo dictamen no vinculante de una comisión integrada al efecto por un (1) representante de la Jefatura de Gabinete de Ministros, un (1) representante del Ministerio Público de la Nación, un (1) representante de la Comisión de Defensa del Consumidor, del Usuario y de la Competencia de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación, un (1) representante de la Comisión de Derechos y Garantías del Honorable Senado de la Nación, dos (2) representantes de la Sindicatura, la o el presidente de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación y la o el

presidente del Honorable Senado de la Nación. En caso de empate dentro de esta comisión ad hoc, desempatará el voto de la o el presidente de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación.

La reglamentación establecerá el procedimiento y la forma de remoción de las y los secretarios, Secretarios Adjuntos y representantes de la Sindicatura garantizando el derecho de defensa de la persona en cuestión.

Artículo 57.- Cese de pleno derecho. Cualquiera de los miembros del Directorio, las y los secretarios, las y los Secretarios Adjuntos y miembros de la Sindicatura cesarán de pleno derecho en sus funciones de mediar alguna de las siguientes circunstancias:

- a) Renuncia;
- b) Vencimiento del mandato;
- c) Fallecimiento;
- d) Ser removidos en los términos del artículo siguiente.

Producida la vacancia, se dará inicio al procedimiento correspondiente para cubrirla en un plazo no mayor a los treinta (30) días, o en el mismo acto de remoción en los casos del inciso d).

Artículo 58.- Causales de remoción. Son causales de remoción de cualquiera de los miembros del Directorio de la Autoridad Nacional de Aplicación, las siguientes:

- a) Mal desempeño en sus funciones;

- b) Negligencia reiterada que dilate la substanciación de los procesos;
- c) Incapacidad sobreviniente;
- d) Condena firme por delito doloso;
- e) Violaciones de las normas sobre incompatibilidad;
- f) No excusarse en los presupuestos previstos por el presente Código.

Artículo 59.- Excusación y recusación. Los miembros de la Autoridad de Aplicación deberán excusarse y podrán ser recusados, por las causas previstas en los incisos 1), 2), 3), 4), 5), 7), 8), 9) y 10) del artículo 17 del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación y en los casos en los que tengan o hayan tenido, en los últimos tres (3) años, una participación económica o relación laboral o profesional con alguno de los proveedores sobre los que deba resolver o intervenir.

No procederá la excusación de los incisos 2) a 5) del artículo 17 del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación en el marco de actuaciones o casos colectivos, sean administrativos o judiciales.

Artículo 60.- Régimen general. Las relaciones de la Autoridad Nacional de Aplicación con su personal, a excepción de lo establecido para las y los directores, Síndicos, secretarios y Secretarios Adjuntos, se regirán por la Ley de Contrato de Trabajo. Asimismo, cuando sea necesario podrá efectuar contrataciones de personal para la realización de trabajos

específicos o extraordinarios que no puedan ser realizados por su planta permanente.

Capítulo III Presupuesto y recursos económicos

Artículo 61.- Presupuesto. El Directorio formulará anualmente el proyecto de presupuesto para la autoridad de aplicación y lo elevará al Poder Ejecutivo Nacional para su incorporación en el proyecto de Ley del Presupuesto de la Administración Pública Nacional. La Autoridad Nacional de Aplicación administra su presupuesto de manera autónoma, de acuerdo a la autarquía que le asigna el presente Código.

Artículo 62.- Distribución del presupuesto. El presupuesto de la Autoridad Nacional de Aplicación deberá discriminar las partidas presupuestarias específicas para cada Secretaría y la Sindicatura a efectos de garantizar los recursos económicos necesarios para el cumplimiento de sus respectivas funciones.

El presupuesto de la Secretaría de Políticas Públicas y Educación no podrá ser inferior al veinte por ciento (20%) del presupuesto total de la Autoridad Nacional de Aplicación, debiendo afectarse al menos el cinco por ciento (5%) al Registro Nacional de Proveedores, Estadísticas y Reincidencia para el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 68 del presente Código.

Artículo 63.- Arancel de Actuación, Tasa de fiscalización y Multas. Los proveedores que se presenten en actuaciones ante la Autoridad Nacional de Aplicación, ante el Sistema de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo (COPREC) o respecto de los cuales tramite un expediente sumarial, ya sea iniciado de oficio o por denuncia, deberán abonar un arancel que será establecido por el Poder Ejecutivo Nacional a propuesta de la Autoridad Nacional de Aplicación, cuyo producido integrará su patrimonio.

Asimismo, los proveedores que tengan una facturación bruta anual superior a los novecientos cuarenta mil (940.000) salarios mínimos vitales y móviles y comercialicen bienes o servicios a las y los consumidores en forma directa o a través de terceros, deberán abonar anualmente una tasa de fiscalización y control equivalente al cero coma cinco por ciento (0,5%) de su facturación bruta anual a la Autoridad Nacional de Aplicación en el tiempo, forma y procedimiento que establezca la reglamentación. Lo recaudado estará destinado a atender la financiación de las tareas de fiscalización y control que hacen a su funcionamiento.

El producido de las multas que aplique la Autoridad Nacional de Aplicación, a excepción de las que sean destinadas total o parcialmente a la o el consumidor cuando corresponda, integran su patrimonio y su producido se destinará íntegramente a la ejecución de los objetivos previstos en el presente Código en la forma que lo establezca el Directorio.

Artículo 64.- Información impositiva y facturación. La Agencia Federal de Ingresos Públicos y demás autoridades nacionales, deberán suministrar a la Autoridad Nacional de Aplicación, de oficio o ante requerimiento, información

referida a la facturación bruta y balances de los proveedores a los efectos de la determinación de la tasa establecida en el artículo 63. Los proveedores estarán obligados a presentar la información requerida ante la Autoridad Nacional de Aplicación bajo apercibimiento de que en caso de no hacerlo se presumirá que su facturación bruta supera el monto establecido en el artículo 63.

Capítulo IV Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo

Artículo 65.- Creación. Créase el Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo (COPREC) que funcionará en el ámbito de la Autoridad Nacional de Aplicación, de conformidad con el procedimiento y competencias que se le asignan en el Libro Quinto, Título I, del Capítulo I de este Código.

El COPREC actuará a nivel nacional mediante su sede en la Capital Federal y en las dependencias, delegaciones u oficinas fijas o móviles que se establezcan en el resto del país.

La Autoridad de Aplicación es la encargada de dictar las normas de aplicación o interpretación que sean necesarias para su funcionamiento.

Artículo 66.- Registro Nacional de las y los Conciliadores en las Relaciones de Consumo. La Autoridad Nacional de Aplicación tendrá a su cargo el Registro Nacional de las y los Conciliadores en las Relaciones de Consumo en el cual deberán estar inscriptos las y los conciliadores que deseen

formar parte del COPREC. A tal fin, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Estar inscriptos en el Registro de Mediadores establecido por la Ley N° 26.589 o la que en el futuro la reemplace, dependiente del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos;
- b) Acreditar la capacitación que en la materia específica dictará la Autoridad Nacional de Aplicación u otros organismos habilitados por convenios a tal efecto;
- c) Superar una instancia final de evaluación ante la Autoridad Nacional de Aplicación;
- d) Cumplir con las demás exigencias que se establezcan reglamentariamente.

Las y los conciliadores del COPREC estarán sujetos en el ejercicio de sus funciones a lo establecido en la Ley N° 26.589, en tanto sea compatible con las disposiciones del presente Código.

El Ministerio de Justicia y Derechos Humanos habilitará a las y los conciliadores de consumo autorizados por la Autoridad Nacional de Aplicación para desempeñarse en las dependencias, delegaciones u oficinas que ésta establezca, los que deberán cumplir con los requisitos establecidos en los incisos b), c) y d) del segundo párrafo del presente artículo.

Capítulo V Registros e información pública

Artículo 67.- Registración y publicidad de datos e información. Con el objetivo de favorecer el control y registro de los

proveedores y las asociaciones de defensa de las y los consumidores, así como el acceso a datos e información de interés para el efectivo ejercicio de los derechos de las y los consumidores, la Autoridad Nacional de Aplicación implementará y gestionará conforme lo establecido en el presente Capítulo y en el reglamento que apruebe el Directorio, los siguientes registros y bases de datos:

- a) el Registro Nacional de Proveedores, Estadísticas y Reincidencia;
- b) el Registro Nacional de Contratos por Adhesión y Prácticas Comerciales;
- c) el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores.

Sección 1° Registro Nacional de Proveedores, Estadísticas y Reincidencia

Artículo 68.- Creación y funciones. Créase el Registro Nacional de Proveedores, Estadísticas y Reincidencia (RENPER) en el ámbito de la Autoridad Nacional de Aplicación, el que tendrá entre sus funciones, las siguientes:

- a) Llevar un registro público, unificado y actualizado de proveedores a los efectos de su debida identificación y control de las actividades que desarrollan;
- b) Anotar las medidas preventivas, los actos de interés y las sanciones aplicadas a los proveedores por la Autoridad Nacional de Aplicación, así como por las autoridades locales,

con el objetivo de llevar el control de la reincidencia de los mismos;

c) Anotar sentencias y resoluciones judiciales y cualquier otra medida, resolución o antecedente de interés a los efectos de valorar y conocer el comportamiento de los proveedores;

d) Administrar e implementar el SINEDEC, compilando, procesando y divulgando información estadística e informes sobre el funcionamiento del Sistema Nacional de Protección de las y los Consumidores y la conducta y prácticas de los proveedores en relación al mismo.

Artículo 69.- Información sobre proveedores. El Registro Nacional de Proveedores, Estadísticas y Reincidencia, en los casos y conforme lo establezca la reglamentación, recibirá y recabará datos e información sobre los proveedores de modo de poder identificarlos correctamente, registrar e informar los domicilios físicos y/o electrónicos de los mismos, sus actividades y comportamiento frente al Sistema Nacional de Protección de las y los Consumidores, y en general en las relaciones de consumo, tanto en forma individual, colectiva, o en forma comparativa con otros proveedores según los criterios que establezca la Autoridad Nacional de Aplicación. Entre otros datos que podrá requerir la Autoridad Nacional de Aplicación deberán constar en el Registro, como mínimo, los siguientes:

a) Razón social y nombre de fantasía del proveedor;

b) Clave Única de Identificación Tributaria;

c) Domicilio legal, domicilio físico de su sede y de cada una de sus sucursales, agencias o representaciones si las hubiere;

d) Domicilio especial, físico y electrónico, constituido a los efectos de recibir las notificaciones que se le cursen;

e) Actividades y rubros en los que actúa;

f) Si es o no proveedor del Estado, indicando en su caso en qué jurisdicción o jurisdicciones;

g) Procesos colectivos en los que resulte parte, objeto de la pretensión y resumen de los hechos, medidas cautelares, acuerdos, sentencias y/o resoluciones principales, carátula del expediente, número de causa, tribunal y jurisdicción en la que tramita;

h) Identificación y estado de los expedientes administrativos en trámite o tramitados ante la Autoridad de Aplicación nacional, provincial o municipal, informado número de expediente, fecha de inicio, área del reclamo, objeto del reclamo, monto de la operación por la cual se reclama, pretensión y monto reclamado, si existió conciliación y monto de la misma, reconocimiento voluntario de indemnizaciones del daño directo, cumplimiento del acuerdo homologatorio, si se dictaron medidas preventivas, y en su caso, objeto, alcances y vigencia de las mismas, detalle y motivo de las sanciones aplicadas, aun cuando no se encuentren firmes, si hubo reconocimiento de daño directo, y cumplimiento de su publicación.

Esta información deberá actualizarse al menos, cada tres (3) meses.

Artículo 70.- Efectos de la reincidencia. Los proveedores que posean más de una reincidencia y sean proveedores del Estado, serán suspendidos de los registros correspondientes y no podrán realizar nuevas contrataciones por el plazo de cinco (5) años contados a partir de la segunda reincidencia. En caso de poseer tres (3) reincidencias, los proveedores podrán ser excluidos definitivamente de los registros de proveedores del Estado y/o no podrán darse de alta en los mismos.

Artículo 71.- Sistema Integrado Nacional de Estadística de Defensa del Consumidor (SINEDEC). La información y datos que recopile, reciba o requiera la Autoridad Nacional de Aplicación será sistematizada mediante el Sistema Integrado Nacional de Estadística de Defensa del Consumidor (SINEDEC) que integrará el Registro Nacional de Proveedores, Estadística y Reincidencia, y tendrá la misión de hacer converger y uniformar los datos e información del Sistema Nacional de Protección de las y los Consumidores en todas las jurisdicciones del país, para su clasificación estadística según las pautas que fije la Autoridad Nacional de Aplicación.

A tal fin se tendrán en cuenta la razón social y nombre de fantasía de los proveedores, los bienes y servicios que comercializan, las actividades, rubros y motivos de los reclamos. Asimismo, se procesará la información relacionada con el trámite dado a los reclamos y denuncias por la Autoridades Nacional de Aplicación y por las autoridades provinciales, municipales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Lo anterior con el objetivo de desarrollar y divulgar información homogénea y estandarizada a los fines de evaluar la eficiencia de la tutela pública de las y los consumidores, adoptar las acciones necesarias para su mejora constante y valorar el comportamiento de los proveedores en relación al Sistema Nacional de Protección de las y los Consumidores.

Artículo 72.- Gestión de información y datos. La Autoridad Nacional de Aplicación desarrollará, mantendrá y facilitará la implementación de un sistema informático único para ser utilizado en red y en tiempo real por las autoridades de aplicación de todas las jurisdicciones del país para la carga y posterior procesamiento de los datos e información necesaria para abastecer el Registro Nacional de Proveedores, Estadísticas y Reincidencia.

Artículo 73.- Accesibilidad. El Registro Nacional de Proveedores, Estadísticas y Reincidencia (RENPER) estará disponible para su consulta pública y contará con una sección destinada al acceso libre y gratuito para las y los consumidores, pudiendo ser consultado desde la página de internet de la Autoridad Nacional de Aplicación y por los medios que a tal fin se dispongan.

Sección 2° Registro Nacional de Contratos por Adhesión y Prácticas Comerciales

Artículo 74.- Creación y funciones. Créase en el ámbito de la Autoridad Nacional de Aplicación el Registro Nacional de Contratos por Adhesión y Prácticas Comerciales (RENCAP) con el objetivo de llevar un registro y control de los contratos por adhesión utilizados por los proveedores, ya sea que los apruebe la propia Autoridad cuando corresponda, y también de aquellos que sean autorizados o aprobados por otras autoridades públicas.

El Registro Nacional de Contratos por Adhesión y Prácticas Comerciales será organizado, sistematizado y simplificado de tal forma que permita obtener copias de los contratos actuales y los utilizados previamente por los proveedores, así como el fácil acceso y comprensión de las y los consumidores al contenido y clausulado de los contratos, incluso los de servicios públicos y otros servicios esenciales.

Asimismo, y en base a las resoluciones de las autoridades de aplicación de todas las jurisdicciones, así como de la jurisprudencia de los tribunales de todo el país, podrán listarse las cláusulas consideradas abusivas y disponerse oficiosamente las medidas tendientes a su erradicación. Igual metodología deberá seguirse en relación a las prácticas comerciales consideradas lesivas o potencialmente lesivas para los derechos de las y los consumidores.

Artículo 75- Accesibilidad. El Registro Nacional de Contratos por Adhesión y Prácticas Comerciales estará disponible para su consulta pública y contará con una sección destinada al

acceso libre y gratuito para las y los consumidores y usuarios, pudiendo ser consultado desde la página de internet de la Autoridad Nacional de Aplicación y por los medios que a tal fin se dispongan.

Sección 3° Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores

Artículo 76.- Creación y funciones. Créase el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores (RNADC), que será el continuador del creado por el artículo 55 del Decreto N° 1798/94 y dependerá de la Autoridad Nacional de Aplicación. De acuerdo a lo establecido en el Libro Quinto, Título IV del Capítulo I de este Código, tendrá a su cargo la inscripción de las asociaciones de defensa de las y los consumidores y el control del cumplimiento de los requisitos que este Código estipula para su existencia y funcionamiento.

Artículo 77.- Nacimiento de las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores y efecto constitutivo de la inscripción. Las y los consumidores con la sola inscripción en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, podrán constituir Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores como persona jurídica de derecho privado, conforme lo establecido en este Código.

La inscripción en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores tendrá efecto constitutivo como Asociación de Defensa de las y los Consumidores y les permitirá actuar como tales, sin necesidad de ninguna otra

formalidad ni registraci3n previa, simult3nea o posterior, en cualquier otro registro de personas jur3dicas.

Sin embargo, si la aspirante a Asociaci3n de Defensa de las y los Consumidores se hubiera constituido anteriormente con otra forma social en otro registro de personas jur3dicas, tendr3 la opci3n de mantener esa inscripci3n previa, as3 como los derechos y obligaciones reservadas para las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores en este C3digo, en tanto est3 vigente su inscripci3n en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores.

En caso de duda, deber3 estarse siempre a favor de la existencia y conservaci3n de la Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores y su categor3a de inscripci3n.

Art3culo 78.- Derechos, garant3as y obligaciones. Las asociaciones que se encuentren inscritas en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores gozar3n de los derechos acordados en todo el territorio nacional, excepto aquellas que optaren por limitar su 3mbito de actuaci3n territorial. Las inscripciones, modificaciones y eliminaciones del Registro se realizar3n siguiendo el procedimiento previsto en el Libro Quinto, T3tulo IV, Cap3tulo I de este C3digo y la reglamentaci3n que dicte la Autoridad Nacional de Aplicaci3n.

Independientemente del control permanente y general que ejercer3 sobre la actividad que realizan las asociaciones de defensa de las y los consumidores, el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores cada dos (2) a3os verificar3 que cada una de ellas cumpla con las

condiciones y requisitos exigidos por este Código para mantener su registración y categoría.

Artículo 79.- Categorías. Las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores podrán ser de inscripción simple o plena, de conformidad con lo establecido en el artículo 574. Toda inscripción que se realice por primera vez, a excepción de las asociaciones de defensa de las y los consumidores con inscripción vigente en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores mencionado en el artículo 76 al momento de la entrada en vigencia del presente Código, se realizará en forma simple por el plazo de un (1) año y tendrá efectos retroactivos al momento de la presentación de la solicitud con el cumplimiento de todos los requisitos exigidos para su registración.

Artículo 80.- Intervención del Poder Judicial. Toda modificación de la categoría de inscripción de plena a simple o eliminación del Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores que no se realice a instancia de la propia asociación de defensa de las y los consumidores, deberá ser ordenada judicialmente una vez tramitado el sumario correspondiente por la Autoridad Nacional de Aplicación. A tal fin, serán competentes los juzgados federales del domicilio social de la asociación respecto de la cual se promueva el cambio de categoría de inscripción plena a simple o la baja del Registro.

Artículo 81.- Publicidad del Registro y constancia de inscripción. El Registro Nacional de Asociaciones de Defensa

de las y los Consumidores será de acceso público a través de internet y otorgará un número o código único de inscripción a cada asociación, permitiendo la impresión y descarga en formato digital de la respectiva constancia por parte del interesado, la que contendrá un plazo de vigencia y las medidas de seguridad que establezca la Autoridad Nacional de Aplicación para garantizar su autenticidad.

Esta constancia será suficiente para acreditar la inscripción y vigencia de la misma ante las autoridades nacionales, provinciales o municipales que lo requieran, así como para demostrar en juicio la legitimación para representar los intereses y derechos individuales o colectivos de las y los consumidores.

Artículo 82.- Acreditación del carácter de Asociación de Defensa del Consumidor y categoría de inscripción. Además de la constancia de inscripción emitida por el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores en la forma indicada en el artículo anterior, la inscripción y categoría de una asociación, sin perjuicio de cualquier otro medio que fuera pertinente, se podrá realizar a través de la individualización del acto administrativo que otorga la inscripción, o en su caso, la reinscripción o el cambio de categoría, o con la copia del Boletín Oficial en que se haya publicado el acto respectivo.

Capítulo VI Fondo Nacional para la Protección de los Derechos de las y los Consumidores y Usuarios

Artículo 83.- Creación y objeto. Créase el Fondo Nacional para la Protección de los Derechos de las y los Consumidores (FONPROC) que funcionará dentro del ámbito de la Autoridad Nacional de Aplicación y será administrado por su Directorio que dictará el reglamento para su funcionamiento. Tendrá por objeto financiar mecanismos de difusión, fomento e implementación de políticas públicas, así como solventar medidas judiciales y administrativas para la protección de los derechos de las y los consumidores.

Artículo 84.- Afectación y destino. El Fondo tendrá las siguientes afectaciones conforme lo establezca en cada caso el Directorio de la Autoridad Nacional de Aplicación:

- a) Promover la investigación, difusión y educación en los derechos de las y los consumidores, así como sus mecanismos de protección;
- b) Proveer fondos para la obtención de información, datos y toda otra prueba útil destinada a la promoción de acciones colectivas en sede administrativa o judicial;
- c) Financiar total o parcialmente los gastos de realización de pericias y otras medidas ordenadas en los procedimientos administrativos o procesos judiciales colectivos, cuando su producción sea imposible o dificultosa por razones económicas;
- d) Implementar las tareas que la jueza o el juez, o las partes por acuerdo homologado, establezcan a los efectos de

reparar afectaciones de incidencia colectiva mediante la utilización de los fondos indemnizatorios disponibles y rindiendo cuentas en el proceso respectivo;

e) Financiar medidas de modernización, fortalecimiento y capacitación de las autoridades públicas de protección de los derechos de las y los consumidores;

f) Todo otro destino orientado al cumplimiento de los objetivos tenidos en miras para su creación, conforme lo apruebe el Directorio de la Autoridad Nacional de Aplicación mediante resolución debidamente fundada.

Artículo 85.- Integración. El Fondo estará integrado por los siguientes recursos:

a) Las partidas destinadas al efecto en el presupuesto de la Autoridad Nacional de Aplicación;

b) Los recursos provenientes de planes o programas nacionales para el fortalecimiento de los derechos de las y los consumidores que específicamente se le asignen;

c) El monto indemnizatorio determinado por acuerdo homologado o por sentencia judicial en las acciones judiciales colectivas, cuando los miembros del grupo no hubieran concurrido a retirar dichos fondos de conformidad con lo establecido en el artículo 439;

d) El monto indemnizatorio determinado por acuerdo homologado entre las partes o por sentencia judicial, en las acciones judiciales colectivas, cuando el juez o las partes fijen un resarcimiento para beneficiar al grupo afectado a ser ejecutado por el fondo en los términos del artículo 438;

- e) El monto establecido en concepto de daño extrapatrimonial colectivo o de condena disuasiva previstos en los artículos 323 y 325, respectivamente, en las acciones judiciales colectivas cuando así lo determine el juez o jueza en la sentencia;
- f) Las multas y sanciones por incumplimiento de los Compromisos de Ajuste de Conducta según lo establecido en el artículo 91;
- g) El producido de sus operaciones y de la renta, frutos y venta de sus activos;
- h) Las contribuciones, los subsidios, legados o donaciones que se le asignen.

El Registro Nacional de Procesos Colectivos deberá informar a la Autoridad Nacional de Aplicación la inscripción de toda acción judicial colectiva alcanzada por el presente Código, así como toda sentencia definitiva o acuerdo homologado que se asiente en el mismo.

Artículo 86.- Exigibilidad de la integración de los fondos. La Autoridad de Aplicación, así como cualquiera de los restantes legitimados del artículo 385, podrán presentarse en cualquier tipo de procedimiento administrativo o proceso judicial de incidencia colectiva para requerir la integración al Fondo de los montos que deban serle transferidos o acreditados conforme lo establecido en el artículo anterior.

Capítulo VII Fondo de Financiamiento del Sistema de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo

Artículo 87.- Fondo de financiamiento. Créase el Fondo de Financiamiento del Sistema de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo, que funcionará en el ámbito de la Autoridad Nacional de Aplicación y será administrado por su Directorio que dictará el respectivo reglamento.

Tendrá por objeto solventar las notificaciones del Sistema de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo y el pago de honorarios básicos que deban abonarse a:

- a) Las y los conciliadores del Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo cuando la conciliación concluyera sin acuerdo; y
- b) Las y los letrados que ejerzan el patrocinio jurídico gratuito en los términos del artículo 99 de este Código.

La Autoridad Nacional de Aplicación junto con el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de Nación establecerán la forma según la cual deberán calcularse los honorarios de las y los conciliadores, los cuales serán fijados en unidades de referencia.

Artículo 88.- Integración del Fondo. El Fondo de Financiamiento para la Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo estará integrado por los siguientes recursos:

- a) Las multas por incomparecencia, de conformidad con los dispuesto en el artículo 375 de este Código;

- b) Las sumas provenientes del cobro de los aranceles de homologación;
- c) Las multas que se le impongan al proveedor por incumplimiento de los acuerdos celebrados en el COPREC, en el porcentaje que disponga la reglamentación;
- d) Los aportes provenientes de partidas presupuestarias con esta asignación específica;
- e) Las aportes que realice la Autoridad Nacional de Aplicación;
- f) Las donaciones, legados y toda otra disposición a título gratuito en beneficio del servicio;
- g) Toda otra suma que en el futuro se destine al presente Fondo.

Artículo 89.- Reintegros. En los casos en los que la o el Conciliador hubiera percibido los honorarios por parte del proveedor según el artículo 377 de este Código, o en los casos que la o el letrado hubiera percibido honorarios del proveedor, sea por acuerdo o por condena en costas en etapa judicial, deberán reintegrar al Fondo de Financiamiento para la Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo el importe del honorario básico vigente al momento de haber percibido el monto total del honorario dentro de los cinco (5) días de haberlo percibido.

Las y los conciliadores, y las y los letrados que hubieran percibido honorarios del Fondo de Financiamiento para la Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo, o tengan el pago de honorarios pendiente, deberán notificar la existencia de un acuerdo o sentencia firme que les reconozca

honorarios a su favor dentro de los cinco (5) días de tomar conocimiento.

En los casos que el honorario efectivamente percibido resultare inferior al honorario básico vigente, deberá reintegrarse sólo el monto percibido.

Capítulo VIII Funciones preventivas de la Autoridad de Aplicación

Sección 1º Recomendaciones y Compromisos de Ajuste de Conducta

Artículo 90.- Recomendaciones, advertencias y propuestas. La Autoridad Nacional de Aplicación, en base a sus investigaciones y datos estadísticos o con motivo de la implementación de políticas públicas y a su exclusivo criterio, podrá formular a los proveedores o a las entidades que los representen, advertencias, recomendaciones, recordatorios de sus deberes legales, propuestas o sugerencias, aconsejando el cese o la modificación voluntaria de determinada práctica o conducta que se considere perjudicial, o potencialmente perjudicial, para los derechos de las y los consumidores.

Las recomendaciones, advertencias o propuestas que formule la Autoridad Nacional de Aplicación podrán ser realizadas en el marco de actuaciones sumariales sancionatorias o en forma independiente de ellas. En todos los casos, el proveedor o la entidad requerida estarán

obligados a expedirse en relación al requerimiento dentro del término de quince (15) días hábiles administrativos.

La respuesta o conducta adoptada con posterioridad al requerimiento, será valorada en el caso de que con motivo del hecho o circunstancias que motivaron la recomendación, advertencia o propuesta, se imponga una sanción conforme el procedimiento establecido en Libro Quinto, Título II de este Código.

Artículo 91.- Compromiso de Ajuste de Conducta. La Autoridad de Aplicación, de conformidad con la reglamentación que al respecto apruebe el Directorio, podrá celebrar Compromiso de Ajuste de Conducta (CAC) con uno o varios proveedores, o con las entidades que legalmente ejerzan la representación de aquellos, con el objetivo de acordar, en un plazo determinado, el mejoramiento de índices de comportamiento; la eliminación o modificación de prácticas comerciales presuntamente ilícitas; la eliminación o modificación de cláusulas, términos o condiciones presuntamente abusivas, en especial las incluidas en contratos por adhesión; y cualquier otra meta tendiente a erradicar o corregir conductas o circunstancias potencialmente perjudiciales para las y los consumidores o tendientes a garantizar el efectivo goce y ejercicio de sus derechos en las relaciones de consumo.

Como parte del Compromiso de Ajuste de Conducta podrán contemplarse incentivos para el o los proveedores o entidad representativa que forme parte del mismo, tales como la suspensión de la aplicación o exigibilidad de multas, o la suspensión de plazos en procedimientos administrativos o procesos judiciales que involucren a las partes, entre otras.

Los incentivos que eventualmente se contemplen, estarán condicionados al íntegro cumplimiento de las cláusulas que integren el Compromiso de Ajuste de Conducta y no podrán abarcar períodos de tiempo mayores a los ciento ochenta (180) días, prorrogables por única vez por igual plazo.

La Autoridad Nacional de Aplicación, previo a la firma de un Compromiso de Ajuste de Conducta podrá solicitar opiniones o dictámenes técnicos al Ministerio Público Fiscal, a los órganos asesores indicados en el Capítulo X del presente Código o a cualquiera de sus integrantes, así como informes de otras autoridades y opiniones técnicas de expertos, colegios profesionales o entidades académicas.

La celebración de un Compromiso de Ajuste de Conducta no significará reconocimiento alguno en relación a los hechos o a la ilegitimidad de la conducta que lo motiva. No obstante, en todos los casos deberá prever multas diarias y sanciones pecuniarias para el caso de incumplimiento total o parcial de las condiciones acordadas. Los montos correspondientes a las multas o sanciones por incumplimiento ingresarán al Fondo Nacional para la Protección de las y los Consumidores y Usuarios.

Una vez rubricados por las partes intervinientes, el Compromiso de Ajuste de Conducta será divulgado públicamente y puesto en conocimiento de los Cuerpos Asesores del Capítulo X y a la Sindicatura de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores.

Sección 2º Auditoría de proveedores

Artículo 92.- Régimen de Fiscalización de los derechos de las y los consumidores. La Sindicatura de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores de la Autoridad Nacional de Aplicación designará, en las formas y plazos que determine en su reglamento, una o un auditor por cada proveedor sujeto al Régimen de Fiscalización de los derechos de las y los consumidores, establecido en la presente Sección. Las y los auditores durarán en sus cargos un (1) año, siendo renovable por un único período.

Artículo 93.- Condiciones para ser auditor. La o el auditor deberá cumplir con las condiciones establecidas en el reglamento que dicte la Sindicatura, entre las cuales deberán respetarse las siguientes:

- a) Ser mayor de edad;
- b) Ser socio de cualquiera de las asociaciones de defensa de las y los consumidores inscriptas en el Registro Nacional de Asociaciones de las y los Consumidores, con una antigüedad mínima de dos (2) años;
- c) Ser abogada o abogado, contadora o contador, o licenciada o licenciado en ciencias económicas, con probada experiencia en la defensa de los derechos de las y los consumidores;
- d) Cumplir con los demás requisitos establecidos reglamentariamente.

Artículo 94.- Proveedores comprendidos. Estarán sujetos al Régimen de Fiscalización de los derechos de las y los consumidores, todos aquellos proveedores que estén obligados al pago de la Tasa de fiscalización según lo establecido en el artículo 63.

También estarán alcanzados por el régimen de fiscalización por un plazo de dos (2) años, aquellos proveedores que en el futuro determine la Autoridad Nacional de Aplicación, en acuerdo con la Sindicatura, en base a los siguientes criterios:

- a) Figurar dentro de los tres (3) primeros lugares por cantidad de denuncias recibidas por actividad y/o rubro, según las estadísticas de la Sindicatura y/o la Autoridad Nacional de Aplicación;
- b) Ser reincidente en sanciones por violaciones a los derechos de las y los consumidores según lo informado por el Registro Nacional de Proveedores, Estadística y Reincidencia.

Artículo 95.- Funciones del auditor. Serán funciones de la o el auditor verificar el cumplimiento de las normas generales y especiales aplicables a las relaciones de consumo, presentando informes trimestrales sobre su actuación a la Sindicatura y a la Presidencia del Directorio de la Autoridad Nacional de Aplicación, con el detalle que surja de su mandato, conteniendo como mínimo:

- a) Evaluaciones periódicas sobre las prácticas comerciales y las políticas del proveedor para la satisfacción de los reclamos iniciados por las y los consumidores;

- b) Informes que deberán contemplar, al menos, la cantidad de reclamos recibidos, especificando tema, tiempo y calidad de respuesta; resolución favorable o desfavorable por el proveedor; derivación a sede administrativa y tasa de acuerdos y sanciones; derivación a sede judicial y tasa de sentencias condenatorias y absolutorias;
- c) Propuestas de objetivos para mejorar los índices de reclamos reflejados por las estadísticas de la Autoridad de Aplicación o la Sindicatura;
- d) Análisis y opinión sobre los mecanismos internos de la empresa en relación a la recepción y gestión de consultas, reclamos y denuncias de las y los consumidores, proponiendo las mejoras necesarias para una atención y resolución más eficiente y satisfactoria de los requerimientos.

Artículo 96.- Obligaciones del proveedor. Los proveedores sujetos al Régimen de Fiscalización tendrán con respecto a la o el auditor las siguientes obligaciones:

- a) Proveer un lugar apto y los elementos necesarios para el desarrollo de la auditoría en la sede principal de la empresa, a menos que la o el auditor por razones operativas, solicitara tenerlo en otra dependencia de uso del proveedor;
- b) Proveer la información y documentación necesaria para el ejercicio de sus funciones;
- c) Colaborar con las inspecciones que realice la o el auditor, permitiéndole el acceso a todas sus instalaciones, en especial las destinadas a la atención y gestión de consultas y reclamos de las y los consumidores;

d) No obstaculizar en ningún caso la labor de la o el auditor, actuando siempre de buena fe y dando prioridad a sus requerimientos.

El incumplimiento de cualquiera de estas obligaciones será pasible de las sanciones establecidas en el artículo 540 de este Código.

Artículo 97.- Rendición de cuentas y honorarios del Auditor. Las y los auditores percibirán sus honorarios luego de aprobado el informe del artículo 95 por parte de la Autoridad Nacional de Aplicación, previo dictamen de la Sindicatura. Los honorarios serán solventados con lo recaudado por la Tasa de Fiscalización, se devengarán en forma trimestral y serán equivalentes a tres (3) salarios básicos correspondientes al cargo de Secretario de Juzgado de Primera Instancia de la Justicia Nacional.

El reglamento que dicte la Sindicatura establecerá las pautas formales que deberá cumplir el informe de la o el Auditor para obtener su aprobación, que será condición necesaria para que la Autoridad Nacional de Aplicación libere el pago de los honorarios correspondientes. La Autoridad Nacional de Aplicación deberá expedirse sobre la aprobación del informe dentro del plazo de quince (15) días desde su presentación.

Artículo 98.- Medidas coercitivas. En caso de negativa o reticencia de los proveedores sujetos al Régimen de Fiscalización a proporcionar a la o el Auditor la información, la documentación y los accesos o permisos necesarios para el debido cumplimiento de sus funciones, éstos podrán

solicitar a la Presidencia del Directorio que disponga lo necesario para obtener el auxilio de la fuerza pública a tal fin.

Asimismo, sin perjuicio de las sanciones correspondientes, la Autoridad Nacional de Aplicación, tomando en consideración los informes de la o el Auditor, podrá disponer, individual o conjuntamente, cualquiera de las medidas contempladas en el Libro Quinto, Título II, Capítulo II, Sección 5º de este Código.

Capítulo IX Asistencia jurídica y patrocinio a consumidores

Artículo 99.- Asistencia jurídica gratuita y patrocinio letrado. La Autoridad Nacional de Aplicación prestará asistencia jurídica gratuita, con la finalidad de representar y patrocinar a las y los consumidores cuando sea necesario para la protección o defensa de sus derechos.

El patrocinio o representación será efectuado por profesionales desinsaculados de una lista de las abogadas y los abogados con acreditado conocimiento y especialización en materia de protección de las y los consumidores que a tales efectos confeccionará el Colegio Público de Abogados de la Capital Federal, o los colegios de Abogados del domicilio de la o el consumidor. Quien resulte elegido no integrará la lista para desinsaculaciones posteriores, hasta tanto no haya sido agotada la totalidad de los integrantes de la nómina.

Las abogadas y los abogados que ejerzan el patrocinio jurídico gratuito, tendrán derecho a percibir honorarios judiciales cuando la parte vencida en juicio sea el proveedor.

Asimismo, y sin perjuicio de lo anterior, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá establecer un monto fijo en concepto de honorarios a favor de las y los abogados que asuman la representación de las y los consumidores mediante el mecanismo establecido en este capítulo.

En ningún caso, las y los abogados que desarrollen tareas o funciones bajo cualquier modalidad en la Autoridad Nacional de Aplicación, podrán intervenir como patrocinantes de las y los consumidores.

Artículo 100.- Asesoramiento gratuito. La Autoridad Nacional de Aplicación prestará un servicio público, permanente, integral y gratuito de consultas y asesoramiento a las y los consumidores, poniendo especial atención en la amplia accesibilidad y disponibilidad del mismo a través de todos los medios de los que disponga, de forma tal que no existan obstáculos de ningún tipo que impidan o dificulten su consulta, especialmente para aquellas personas que se encuentren en situación de vulnerabilidad agravada a las que se refiere el artículo 5° de este Código.

Artículo 101.- Fomento a la investigación y capacitación. La Autoridad Nacional de Aplicación fomentará el desenvolvimiento y desarrollo de las instituciones académicas y científicas que tengan por objetivo actividades de capacitación técnica y jurídica en el ámbito de las diferentes disciplinas con incumbencia en la defensa de las y los consumidores, pudiendo solicitar su participación para el desenvolvimiento de las funciones de asistencia y asesoramiento.

Capítulo X Cuerpos Asesores

Artículo 102.- Creación. Créanse como cuerpos asesores de la Autoridad Nacional de Aplicación con las funciones establecidas en el presente Código, el Consejo Federal de Defensa de las y los Consumidores (CO.FE.DE.C) como continuador del instituido por la Resolución N° 464-E/2017 de la Secretaría de Comercio del Ministerio de Producción, y el Foro Nacional para la Protección de las y los Consumidores (FO.N.PRO.C).

Sección 1° Consejo Federal para la Defensa de las y los Consumidores

Artículo 103.- Integración, objetivos y funcionamiento. El Consejo Federal para la Defensa de las y los Consumidores (CO.FE.DE.C) estará conformado por la Autoridad Nacional de Aplicación de este Código y por las autoridades de aplicación provinciales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Su objetivo será el análisis e intercambio de información entre sus miembros, así como la promoción, cooperación y coordinación para el desarrollo de políticas públicas y acciones para la protección de las y los consumidores, su educación y defensa, especialmente en todo lo referido al fortalecimiento institucional y a cuestiones estructurales, interjurisdiccionales y de incidencia colectiva.

El Consejo Federal para la Defensa de las y los Consumidores se integrará a medida que las respectivas

jurisdicciones dicten los actos administrativos pertinentes, siendo el representante de cada una de las autoridades de aplicación la persona titular de esa función, pudiendo excepcionalmente y por razones de fuerza mayor, ser representado circunstancialmente por la o el funcionario que lo reemplace en el cargo.

La sede del Consejo Federal para la Defensa de las y los Consumidores será la Capital Federal mientras la asamblea no designe otra, pudiendo establecerse sedes especiales para sesionar. Sesionará al menos cada tres (3) meses y su presidencia será rotativa entre todas las autoridades de aplicación y ejercida por el período de un (1) año, el que podrá ser renovado por una única vez.

El Consejo Federal para la Defensa de las y los Consumidores dictará su propio reglamento de funcionamiento. En ningún caso las tareas o las decisiones que adopte podrán importar una injerencia en asuntos internos de índole política de cada jurisdicción.

Artículo 104.- Funciones. El Consejo Federal para la Defensa de las y los Consumidores tendrá todas las funciones necesarias para el cumplimiento de los objetivos establecidos en el artículo anterior y en particular, las siguientes:

- a) Promover la educación e información a las y los consumidores, con especial énfasis y atención en aquellas personas, grupos o sectores de la población con vulnerabilidad agravada;
- b) Prevenir y alertar sobre los riesgos y afectaciones que puedan derivarse de las producción, comercialización o consumo de bienes, o de la utilización de servicios, sobre

todos los que pueda tener incidencia colectiva o impacto en más de una jurisdicción;

c) Propender a la homogeneización de criterios en cuanto a la aplicación de políticas públicas relacionadas con la protección de las y los consumidores, incluyendo propuestas de modificación y/o armonización de la normativa vigente en la materia;

d) Fomentar y facilitar la organización de las y los consumidores mediante la creación de asociaciones que los representen, manteniendo con ellas un intercambio y colaboración permanentes;

e) Recabar y sistematizar información de entidades y organismos públicos y privados relacionados con la protección de las y los consumidores;

f) Solicitar la colaboración de los entes y organismos de control con competencia en actividades y diferentes aspectos de las relaciones de consumo, para una mejor y más eficaz atención y trámite de los problemas y reclamos de las y los consumidores;

g) Propiciar la colaboración de instituciones públicas y privadas, departamentos o áreas especializados de las universidades y colegios profesionales, así como de cualquier otra entidad y organismo técnico para el desarrollo de actividades educativas o de divulgación, así como para la realización de estudios, análisis comparativos, ensayos y controles de calidad sobre productos o servicios;

h) Brindar asesoramiento al Congreso de la Nación y a las legislaturas locales en lo referente al dictado y mejoramiento de la legislación de protección de las y los consumidores;

- i) Fortalecer las relaciones institucionales con otros organismos oficiales con competencia en los diferentes aspectos de las relaciones de consumo y con los entes y organismos reguladores de servicios públicos;
- j) Intercambiar información con los proveedores y las entidades que los representen con la finalidad de favorecer la mayor eficiencia en la producción y comercialización de los bienes y servicios destinados a las y los consumidores, así como el debido respeto a los principios y derechos establecidos en este Código;
- k) Promover la instalación y descentralización territorial de oficinas públicas de información y protección de las y los consumidores;
- l) Propiciar por todos los medios la capacitación permanente del personal que desarrolle funciones en las reparticiones y organismos de todo el país con competencia en la protección de las y los consumidores;
- m) Favorecer y facilitar el intercambio de información y la colaboración entre autoridades de aplicación para la realización de acciones destinadas a la protección de las y los consumidores, así como la interacción con organismos internacionales públicos y privados con injerencias en la protección de los mismos;
- n) Asesorar a la Autoridad Nacional de Aplicación para la implementación del Sistema Integrado Nacional de Estadística de Defensa de las y los Consumidores (SINEDEC), a los fines de lograr la implementación armónica en todo el territorio nacional, generando los consensos para los términos y definiciones para la implementación del sistema en las jurisdicciones.

Sección 2° Foro Nacional para la Protección de las y los Consumidores

Artículo 105.- Objetivos. El Foro Nacional para la Protección de las y los Consumidores (FO.N.PRO.C) es un ámbito intergubernamental y multisectorial que tendrá como objetivo el estudio permanente de las problemáticas en las relaciones de consumo, con la finalidad de elaborar propuestas de agendas públicas transversales de corto, mediano y largo plazo para desarrollar, mejorar, fortalecer y coordinar la protección de las y los consumidores en todo el país, mediante la revisión y evaluación integral del estado de ejecución de las políticas públicas y mecanismos de implementación en las diferentes jurisdicciones y organismos con competencia en la materia.

Artículo 106.- Integración y funcionamiento. El Foro estará integrado por:

- a) La o el presidente de la Autoridad Nacional de Aplicación del presente Código;
- b) La o el presidente de la Sindicatura de Asociaciones de Defensa del Consumidor de la Autoridad Nacional de Aplicación;
- c) La o el presidente del COFEDEC;
- d) La o el Jefe de Gabinete de Ministros de la Nación;
- e) La o el Ministro de Educación de la Nación u organismo que lo reemplace;

- f) La o el Ministro de Justicia y Derechos Humanos de la Nación u organismo que lo reemplace;
- g) La o el Ministro de Economía de la Nación u organismo que lo reemplace;
- h) La o el Ministro de Salud de la Nación u organismo que lo reemplace;
- i) La o el Ministro de Producción de la Nación u organismo que lo reemplace;
- j) La o el presidente de la Comisión de Defensa del Consumidor, del Usuario y de la Competencia de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación;
- k) La o el presidente de la Comisión de Derechos y Garantías del Honorable Senado de la Nación.
- l) La o el presidente de la Asociación de Fiscales y funcionarios del Ministerio Público Fiscal de la República Argentina;
- m) La o el presidente de la Junta Federal de Cortes y Superiores Tribunales de Justicia de las Provincias Argentinas y Ciudad Autónoma de Buenos Aires;
- n) La o el presidente de la Asociación Civil de Magistrados y funcionarios del Ministerio Público de la Defensa de la República Argentina;
- ñ) La o el presidente de la Asociación de Magistrados y funcionarios de la Justicia Nacional;
- o) La o el presidente de la Federación Argentina de la Magistratura y la Función Judicial;

p) La o el presidente de la Federación Argentina de Colegios de Abogados;

q) La o el presidente de la Asociación de Defensores del Pueblo de la República Argentina.

Podrán ser invitados a participar de las reuniones, o solicitarse la opinión o la realización de informes o estudios, a entidades y organismos, públicos o privados, nacionales o extranjeros, con injerencias o conocimientos específicos en problemáticas comprendidas por las relaciones de consumo.

La Presidencia de la Autoridad Nacional de Aplicación tendrá las funciones ejecutivas y de coordinación del Foro. Se constituirá al menos cada dos (2) años y dictará su propio reglamento de funcionamiento. Por mayoría emitirá informes, estudios, conclusiones o recomendaciones no vinculantes.

Artículo 107.- Objetivos. El Foro Nacional para la Protección de las y los Consumidores tendrá, entre otros objetivos, los siguientes:

a) Estudiar y proponer medidas destinadas a brindar, desde los tres poderes del Estado y sus entes y organismos descentralizados, una adecuada y proactiva protección de los intereses y derechos de las y los consumidores;

b) Estudiar y proponer formas de fomento y apoyo técnico y económico a los organismos públicos de protección de los derechos de las y los consumidores y a sus asociaciones;

c) Estudiar y proponer políticas públicas y programas destinados a proveer protección a los sectores de la población y a las y los consumidores con vulnerabilidad agravada;

- d) Proponer medidas para prevenir fraudes y afectaciones colectivas contra las y los consumidores;
- e) Incentivar y desarrollar medidas de información, divulgación y educación en todos los ámbitos del Estado;
- f) Coordinar actividades y políticas públicas transversales y uniformes en los diversos órganos, organismos y entidades vinculadas directa o indirectamente a la protección de las y los consumidores, y en todas las jurisdicciones y niveles de implementación;
- g) Proponer modificaciones estructurales en los organigramas, misiones y funciones de los diferentes ámbitos institucionales abocados directa o indirectamente a la protección de las y los consumidores, en pos de lograr una constante actualización y desarrollo de los mecanismos de tutela;
- h) Proponer el perfeccionamiento, compilación, consolidación y divulgación de la normativa referida a la protección de las y los consumidores;
- i) Acordar políticas y acciones relacionadas directa e indirectamente con la protección de las y los consumidores, a desplegar e impulsar ante los organismos y foros internacionales en los que la República Argentina sea parte.

LIBRO SEGUNDO PROTECCIÓN EN LAS RELACIONES DE CONSUMO

TÍTULO I Protección de la libertad de elección y la salud

Capítulo I Derecho y deber de información

Artículo 108.- Deber de Información. Los proveedores están obligados a suministrar a las y los consumidores información cierta, objetiva, clara, detallada, oportuna, adecuada y en idioma nacional, sobre todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que ofrecen, proveen o comercializan, sobre las condiciones de su comercialización, instrucciones de uso y advertencias y sobre toda otra circunstancia relevante en razón de las circunstancias.

La información debe ser siempre gratuita para la o el consumidor y proporcionada en soporte físico y de manera que permita su comprensión según quienes sean sus destinatarias y destinatarios. Solo se podrá suplantar la comunicación en soporte físico si la o el consumidor optase de forma expresa por utilizar cualquier otro medio alternativo de comunicación que el proveedor ponga a disposición. El ejercicio de esta opción, no puede implicar para la o el consumidor, diferencia alguna de precios, calidades técnicas o condiciones comerciales, o cualquier otro aspecto relevante de los bienes o servicios.

Artículo 109.- Información sobre utilización de tecnologías. El deber de información de los proveedores comprende el suministro de información y explicaciones sobre la utilización de cualquier tecnología, inteligencia artificial o procesos automatizados de cualquier tipo para la producción, desarrollo, fabricación, promoción, oferta o comercialización de bienes y servicios destinados a las y los consumidores. Las y los consumidores y las autoridades de aplicación tienen derecho a conocer y comprender, en cada caso, el funcionamiento de los algoritmos u otros procesos tecnológicos o automatizados que se utilicen, así como a saber cuándo y de qué manera se toman decisiones a través de esos mecanismos o procesos.

Asimismo, los proveedores deben informar en forma clara y detallada y con carácter previo, el empleo de cualquier medio o procedimiento automatizado para relacionarse con las y los consumidores.

Artículo 110.- Información ambiental. El deber de información de los proveedores comprende el suministro y divulgación de información ambiental de los bienes y servicios, en particular sobre su durabilidad, el impacto ambiental de su producción, fabricación y comercialización, así como el recupero, tratamiento o reciclaje de los residuos que se generen.

Artículo 111.- Información de advertencia. Tanto los proveedores como las autoridades, deben advertir de modo eficaz y oportuno cualquier circunstancia que, con posterioridad a la comercialización de bienes o servicios, puedan significar riesgos u ocasionar perjuicios a las y los

consumidores, y en forma urgente, aquellas que puedan afectar su salud o integridad física. Asimismo, deberán suministrar en forma permanente, información actualizada sobre los bienes y servicios que hayan sido prohibidos, retirados del mercado o sometidos a cualquier tipo de restricción, ya sea que tengan origen nacional o se trate de bienes o servicios extranjeros comercializados en el país.

Artículo 112.- Información prohibida. Queda prohibida la divulgación, a través de cualquier medio, de información capaz de inducir a error, engaño o confusión respecto de las características o propiedades, naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla, cantidad, uso, precio, modo de fabricación, técnicas de producción o condiciones de comercialización de bienes muebles, inmuebles o servicios. El suministro o divulgación de información en exceso, superflua, contradictoria o compleja para el entendimiento de las y los consumidores, se considera incumplimiento al deber de informar.

Artículo 113.- Prueba de la información y efectos del incumplimiento. La obligación de brindar información a cargo de los proveedores es una obligación de resultado, y sobre ellos recae la carga de la prueba de su debido cumplimiento. El incumplimiento o su cumplimiento parcial o defectuoso genera responsabilidad objetiva. Cuando se produce en la etapa previa al perfeccionamiento del contrato o en su celebración, da derecho a la o el consumidor a ejercer las acciones previstas en el artículo 199.

Capítulo II Protección de la salud, seguridad e integridad física

Sección 1° Seguridad e inocuidad de bienes y servicios

Artículo 114.- Regla general. Los bienes y servicios deben ser suministrados o prestados en forma tal que, utilizados en condiciones previsibles o normales de uso, no presenten peligro alguno para la salud o integridad física de las y los consumidores.

Artículo 115.- Bienes y servicios riesgosos. Los bienes y servicios, incluidos los servicios públicos y servicios esenciales, cuya utilización pueda suponer un riesgo para la salud o la integridad física de las y los consumidores, deben comercializarse observando los mecanismos, instrucciones y normas establecidas o razonables para garantizar la seguridad e inocuidad de los mismos.

Los proveedores deben entregar un manual, instrucciones y advertencias en idioma nacional sobre el uso, la instalación y mantenimiento de la cosa o servicio de que se trate y brindarle adecuado asesoramiento a la o el consumidor. Igual obligación regirá cuando se trate de artículos importados.

Sección 2° Alerta y retiro de bienes y servicios peligrosos

Artículo 116.- Alertas y retiro de bienes y servicios peligrosos. Los proveedores de cosas o servicios que, posteriormente a la introducción de los mismos en el mercado de consumo, tengan conocimiento de su peligrosidad, deberán comunicar inmediatamente tal circunstancia a la Autoridad Nacional de Aplicación, a las autoridades competentes sectoriales y a las y los consumidores mediante anuncios suficientes y adecuados a las circunstancias del caso, por la prensa, radio, televisión e internet. Asimismo, en caso de ser necesario para evitar o disminuir daños, deberán retirarlos inmediatamente del mercado y recuperar a su exclusivo costo los que se hayan comercializado.

Las alertas que se divulguen sobre los bienes o servicios peligrosos, deberán ser objetiva, precisa y comprensible para todas las personas independientemente de su formación y conocimientos previos, advirtiendo con claridad los posibles riesgos o daños que puedan derivarse de la utilización de los mismos y las instrucciones para superar el incidente.

Artículo 117.- Contenido del aviso de alerta. El aviso de alerta que deberán divulgar los proveedores dirigido a las y los consumidores, deberá contener al menos lo siguiente:

- a) Identificación del proveedor, indicando razón social, nombre comercial y marca y domicilio;
- b) Identificación del producto o servicio afectado, indicando: nombre o denominación comercial; marca; modelo; número o código, lote, serie, chasis, código de barras, y todo otro dato

necesario para identificar con exactitud el bien o servicio de que se trate; fecha inicial y final de fabricación; país de fabricación; imagen; y cantidad y fecha de comercialización;

- c) Descripción pormenorizada y clara del defecto;
- d) Descripción pormenorizada y clara de los riesgos y consecuencias;
- e) Ubicación geográfica de los productos y servicios que presentan el defecto;
- f) Medidas preventivas y correctivas que la o el consumidor debe tomar;
- g) Medidas a adoptar por el proveedor;
- h) Vías de atención a las y los consumidores, con indicación de lugares y horarios en caso de que sea presencial; y
- i) Demás informaciones tendientes a proteger la seguridad de las y los consumidores del producto o servicio afectado y del público en general.

Sección 3° Seguridad alimentaria y etiquetado nutricional

Artículo 118.- Etiquetado y denominación de los alimentos. El etiquetado y denominación de los alimentos se rige por las normas específicas en la materia y el presente Código, bajo las pautas de integración e interpretación establecidas en el artículo 3°.

Los alimentos en su etiquetado y en su publicidad deben:

- a) Expresar de modo claro y destacado la denominación que refleje su verdadera naturaleza;
- b) Contener la información nutricional expresada de modo simple, legible y comprensible;
- c) Advertir sobre los excesos de azúcar, sodio, grasas saturadas, trans y/o totales, calorías y de otras características del alimento que sean o pudieran ser perjudiciales para la salud de las y los consumidores;
- d) Informar de modo asertivo y destacado si el alimento contiene o no contiene Trigo, Avena, Cebada y Centeno (T.A.C.C.);
- e) No contener información complementaria, referencia a avales científicos o patrocinios, estética u otras expresiones que puedan confundir o engañar a las y los consumidores sobre las características del alimento;
- f) No contener imágenes o referencias, que puedan confundir a las y los consumidores sobre la forma de producción de los alimentos, la naturaleza de los insumos utilizados, el trato brindado a los animales, el lugar de origen o de cultivo, el impacto ambiental, o cualquier otra información que pudiera confundir sobre sus características.

Los valores máximos y otras características a informar en los términos inciso c) son los establecidos por las normas específicas en la materia y por las autoridades competentes, bajo el principio precautorio establecido en el artículo 8°, inciso j) del presente Código.

Artículo 119.- Seguridad en los alimentos modificados. Los alimentos que incorporen componentes genéticamente

modificados o alterados, desarrollados, diseñados, elaborados o fabricados con el empleo de inteligencia artificial u otras tecnologías o métodos automatizados, deben indicarlo en su etiquetado y tener una trazabilidad del alimento y de sus componentes.

Los proveedores deben suministrar de modo escrito, claro, completo y con un resumen de la información solicitada, ante el requerimiento de las y los consumidores, de las asociaciones de defensa de las y los consumidores o de la Autoridad Nacional de Aplicación, la siguiente información:

- a) Detalle del proceso, modificaciones y/o alteraciones sobre el alimento o sus componentes;
- b) En el caso de utilización de inteligencia artificial u otros métodos automatizados, deberá indicarse en qué partes del proceso se emplearon los mismos y de qué forma;
- c) Estudios, ensayos y medidas desarrolladas para asegurar la inocuidad del alimento; y
- d) Demás información solicitada en los términos del artículo 108 del presente Código.

TÍTULO II Protección de la equidad y la dignidad

Capítulo I Disposiciones generales

Artículo 120.- Conductas contrarias a la dignidad. Los proveedores deberán abstenerse de desplegar conductas

que coloquen a las y los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias, o cualquier otra contraria al derecho a recibir un trato equitativo y al respeto de su dignidad personal.

Para valorar la conducta y adoptar la decisión que corresponda, deberá considerarse especialmente lo establecido en el presente Capítulo, en conjunto con el principio de respeto de la dignidad de la persona humana y el principio antidiscriminatorio establecidos en el artículo 8° de este Código. Cuando las y los consumidores sean personas humanas, deberá tenerse en cuenta que los atributos inherentes a esta condición son inviolables.

Las conductas que por acción u omisión sean contrarias al trato equitativo o a la dignidad personal, serán consideradas como supuestos especiales de procedencia de la condena disuasiva establecida en el artículo 325 y de las sanciones indicadas en el artículo 540 del presente Código, sin perjuicio de otros resarcimientos que correspondieren. Ambas penalidades son extensivas solidariamente a quien actuare en nombre del proveedor.

Artículo 121.- Afectaciones de incidencia colectiva. Cuando las afectaciones previstas en este Título posean incidencia colectiva, cuando corresponda, cualquiera de los legitimados indicados en el artículo 385 podrá reclamar la indemnización del daño extrapatrimonial colectivo previsto en el artículo 323.

Artículo 122.- Conductas contrarias a la libertad de elegir y contratar. Sin perjuicio de las prohibiciones específicas previstas en este Título, en general están prohibidas las

conductas que impidan, obstaculicen o limiten la libertad de elegir o contratar de las o los consumidores, las que establezcan diferencias basadas en pautas contrarias a la garantía constitucional de igualdad o, en general, las que resulten arbitrarias según las circunstancias del caso.

Artículo 123.- Prohibición de violencia en las relaciones de consumo. Las y los consumidores tienen derecho a relaciones de consumo libres de violencia. En particular, los proveedores tienen la obligación de:

- a) Abstenerse de incurrir en cualquier práctica que refleje o promueva concepciones estereotipadas y/o jerarquizantes de los géneros;
- b) Brindar un trato respetuoso de la identidad de género autopercibida de todas las personas;
- c) No usar lenguaje ni expresiones sexistas o violentas;
- d) No incurrir en violencia mediática y/o simbólica contra las mujeres ni contra cualquier grupo minoritario del espectro de la identidad de género o diversidad sexual;
- e) No generar, utilizar, ni reproducir mensajes misóginos o fóbicos contra cualquier grupo minoritario del espectro de la identidad de género o diversidad sexual.

Artículo 124.- Agravante. Cuando la conducta afecte en forma individual o grupal a consumidores con vulnerabilidad agravada conforme lo establecido en el artículo 5°, las autoridades judiciales o administrativas deberán tener especialmente en cuenta esta circunstancia como un factor

agravante al momento de la cuantificación de las indemnizaciones y multas que correspondan.

Capítulo II Prácticas comerciales

Sección 1° Alcances de la protección

Artículo 125.- Prácticas comerciales. Las disposiciones de este capítulo son de aplicación a todas las prácticas comerciales en las relaciones de consumo dirigidas a personas o grupos de personas determinadas, determinables o indeterminadas, quedando comprendidos todos los procedimientos, mecanismos, métodos, medios, espacios, infraestructuras, técnicas o conductas en general, aplicadas a la comercialización de bienes y servicios destinados a las y los consumidores, o a promocionar, fomentar, mantener o desarrollar la producción y circulación de esos bienes y servicios.

Cuando se trate de actos u omisiones que lesionen, restrinjan, alteren o amenacen derechos de incidencia colectiva, o alcancen a personas con vulnerabilidad agravada o sean contrarias a los derechos humanos, las autoridades judiciales y administrativas deben extremar todas las medidas a su alcance para proveer protección eficaz, teniendo en consideración sus funciones preventivas, resarcitorias y sancionatorias.

Sección 2° Prácticas comerciales contrarias al trato digno

Artículo 126. Prácticas prohibidas contrarias al trato digno. Son prohibidas las prácticas contrarias al trato digno de las y los consumidores, en particular las siguientes:

- a) Ejercer cualquier tipo de diferencias de precios, calidades técnicas o condiciones comerciales, o cualquier otro aspecto relevante de los bienes o servicios, en base a la nacionalidad, causales de discriminación prohibidas por este Código, otras leyes o los instrumentos internacionales de derechos humanos;
- b) Someter a las y los consumidores a esperas prolongadas, expuestos a la intemperie en condiciones climáticas adversas, sin acceso a sanitarios cuando la o el consumidor permanezca en el comercio durante un tiempo considerable, o cuando no pueda retirarse y reingresar sin costo o dificultad de cualquier tipo;
- c) Salvo cuando lo realice directamente personal de las fuerzas de seguridad pública en el marco de sus legítimas atribuciones, cualquier limitación de su libertad personal física, ya sea prohibiendo en forma arbitraria su ingreso o egreso de un local del proveedor, o exigiendo la revisión de sus pertenencias o de su persona, o ejerciendo cualquier forma de coacción para lograr cualquiera de esas conductas;
- d) Intimar repetidamente a la o el consumidor o a terceros sin obligación de pago, por cualquier medio, para obtener el cumplimiento de una obligación o la adquisición de un bien o servicio;

- e) La falta de acceso o instalaciones apropiadas para personas con discapacidad a los locales del proveedor;
- f) La ausencia de atención personalizada a través del contacto directo con personas humanas en las oficinas comerciales en los casos que este Código u otras leyes la establezcan, así como imposibilidad absoluta para comunicarse con personas humanas al adquirir los bienes o servicios ofrecidos o realizar un reclamo;
- g) La prohibición de ingreso o permanencia en los establecimientos comerciales del proveedor, en base a la contextura física, color de piel, vestimenta u otras características físicas que no estén íntima y directamente relacionadas con la prestación del servicio o el bien contratado, o cualquier otra basada en las causales de discriminación expresamente prohibidas por este Código, otras leyes o los instrumentos internacionales de derechos humanos;
- h) En los lugares en que ello se encuentre permitido, no realizar advertencias suficientes y claras de que el ingreso, la permanencia o el acceso implica ser filmado o grabado, o que su imagen sea captada de cualquier forma;
- i) Desarrollar mecanismos de comercialización, contratación o cobranza que puedan menoscabar la intimidad personal o familiar, la honra, reputación, imagen o identidad de la o el consumidor;
- j) Utilizar en los reclamos extrajudiciales de deudas cualquier medio o forma que le otorgue apariencia de un reclamo judicial, así como comunicar, divulgar o notificar tales reclamos en forma pública, por redes sociales o dirigirlos a espacios o ámbitos laborales, familiares o de otros terceros;

k) Dirigir cualquier tipo de comunicación sin solicitud expresa del consumidor, sin importar el motivo y el medio que se utilice, entre las 20.00 horas y las 08.00 horas del día siguiente, los días lunes a viernes y, cualquiera sea el horario, los días sábados, domingos, feriados y días no laborales;

l) Proveer a distintos grupos de consumidoras y/o consumidores bienes o servicios con diferencias de precios, calidades técnicas o condiciones comerciales, o cualquier otro aspecto relevante de los bienes o servicios, sin otorgar de forma previa o con posterioridad fundamentación válida alguna que justifique dicha diferenciación.

Sección 3° Prácticas comerciales contrarias a la libertad de elección

Artículo 127.- Prácticas prohibidas contrarias a la libertad de elección. Son prohibidas las prácticas que condicionen o restrinjan indebidamente la libertad de elección de las y los consumidores, en particular las siguientes:

a) Realizar una propuesta u oferta, por cualquier medio, sobre un bien o servicio no solicitado previamente y que genere cargos de cualquier naturaleza y obligue a una manifestación expresa o implícita para que dicho cargo no se efectivice;

b) Enviar o entregar cualquier bien o proveer cualquier servicio sin expresa solicitud o conformidad previa;

c) Subordinar la provisión de bienes o servicios a la adquisición simultánea de otros, cuando sean escindibles entre sí o comercializados de forma independiente;

- d) Cobrar preaviso, mes adelantado y/o cualquier otro cargo o concepto, por parte de los prestadores de servicios, incluidos los servicios públicos, en los casos de solicitud de baja por la o el consumidor;
- e) Ejecutar servicios sin la previa elaboración de presupuesto y autorización expresa del consumidor;
- f) Negar, establecer límites cuantitativos sin justa causa o condicionar injustificadamente de cualquier forma, la adquisición de bienes o la provisión de servicios;
- g) Aumentar sin justa causa el precio de bienes o servicios, o modificar las condiciones de contratación unilateralmente con posterioridad a la realización de la oferta, o luego de que la misma se haya hecho pública o permanezca vigente;
- h) Acudir a la sorpresa, el engaño, al acoso, la coacción, la fuerza o la influencia indebida, la intimidación o cualquier otro modo de coerción, a fin de lograr la contratación o el consentimiento;
- i) Aprovecharse de las necesidades estructurales o coyunturales, la ignorancia, la ligereza, la inexperiencia u otra condición particular de vulnerabilidad de las y los consumidores para concretar una contratación o para hacerlo en condiciones menos beneficiosas o contraria a sus derechos o intereses;
- j) Condicionar la contratación, cumplimiento de prestaciones pendientes, inicio de negociaciones, beneficios, o el ejercicio de cualquier derecho, a la renuncia o desistimiento de reclamos judiciales o extrajudiciales, de beneficios establecidos por disposición normativa, judicial o contractual, o al pago de conceptos impugnados o que no corresponda su cobro;

k) Establecer diferencias de precio, de condiciones de contratación o de trato, dependiendo del medio de pago escogido, sin perjuicio de la eventual validez de los intereses o condiciones propias de la financiación;

l) Aplicar cualquier mecanismo automático de compensación de deudas o créditos sin que el mismo se encuentre expresamente autorizado por una norma o exista expreso consentimiento de parte de la o el consumidor;

m) Exigir por cualquier medio el pago de deudas inexistentes o prescriptas;

n) Limitar a las y los consumidores el ingreso, consumo o utilización de bienes o servicios de otros proveedores, tanto en establecimientos físicos como en dispositivos, plataformas o aplicaciones de cualquier tipo, con el fin de incentivar o exigir la adquisición o utilización de los comercializados por el proveedor.

ñ) No obtener el consentimiento previo de la mayoría de los inscriptos, para aumentar el precio de los planes de estudio ofrecidos por los proveedores de servicios educativos arancelados de nivel inicial, primario o secundario. En el caso de los proveedores de servicios educativos arancelados de nivel superior o técnico profesional, no obtener el consentimiento cuando el incremento del precio propuesto, sea porcentualmente superior al incremento del Salario Mínimo Vital y Móvil de los doce (12) meses inmediatamente anteriores a la fecha de la modificación.

o) En todos los servicios educativos arancelados indicados en el inciso anterior, no informar antes del 31 de octubre de cada año a las y los inscriptos en cualquiera de sus planes de estudio, carreras o postítulos ofrecidos, el importe de la

matrícula en el caso que la hubiese, la cantidad y detalle de cuotas por servicios educativos para el año lectivo siguiente y el monto de cada una de las cuotas del año lectivo siguiente.

En las prácticas ilícitas prohibidas en los incisos “a” y “b” del presente artículo, las y los consumidores no están obligados a guardar, conservar ni restituir el bien o el servicio recibido, aunque la restitución, baja o cancelación pueda ser realizada libre de gastos. En esos casos, los bienes o servicios entregados se consideran una liberalidad de parte del proveedor o remitente y se equiparan a las muestras gratis, pudiendo la o el receptor utilizarlos o disponer libremente de ellos. Sin perjuicio de lo anterior, el proveedor deberá responder por los eventuales daños que el bien o servicio pueda generar.

Sección 4° Condiciones de atención y trato

Artículo 128.- Atención al consumidor o usuario. Los proveedores tienen la obligación de brindar condiciones dignas de atención y trato a las y los consumidores, en circunstancias adecuadas de lugar, tiempo y modo según sea el tipo de gestión de que se trate, contando a tal fin con personal capacitado e infraestructura apropiada.

Los proveedores deben disponer de los recursos y procedimientos específicos e idóneos para brindar atención a las y los consumidores con vulnerabilidad agravada, contemplando la recepción de consultas, asesoramiento y recepción de reclamos, debiendo darles respuestas efectivas y en tiempo razonable.

Artículo 129.- Atención prioritaria. Los proveedores de bienes y servicios deberán garantizar siempre la atención prioritaria de mujeres embarazadas, personas con discapacidad, adultos mayores, personas acompañadas con niños o niñas, o de personas que por alguna razón objetiva se encuentren en una situación que dificulte su permanencia en el lugar, su desplazamiento o movilidad. Se entiende por prioritaria a la atención prestada en modo inmediato y sin dilaciones.

Artículo 130.- Tiempo de espera. Los proveedores de bienes y servicios deben garantizar que el tiempo de espera en sus establecimientos no supere el término de treinta (30) minutos y que las y los consumidores que concurran al lugar dentro del horario establecido para la atención al público, sean efectivamente atendidos. El tiempo de espera para obtener turno, recibir orientación, o derivación, o cualquier otra gestión que sea necesaria, se considera incluido dentro del tiempo total de espera.

Los proveedores deberán instrumentar mecanismos para documentar y constatar de modo fehaciente y verificable, el horario en que las y los consumidores comienzan la espera y el momento en que son efectivamente atendidos.

Artículo 131.- Condiciones abusivas de atención. Entre otras que puedan presentarse, se consideran abusivas las siguientes condiciones de atención:

a) La espera en condiciones de incomodidad dentro del establecimiento del proveedor;

b) La espera en la vía pública o en lugares expuestos a las inclemencias climáticas, debido a la inadecuación funcional o estructural del establecimiento;

c) La espera y atención que expongan a las y los consumidores a condiciones que puedan afectar su seguridad, su salud o integridad física.

La reglamentación podrá establecer la prohibición de otras condiciones de atención abusiva, ya sea en casos de atención presencial o telefónica o por medios electrónicos o similares.

Sección 5° Otras prácticas ilícitas

Artículo 132.- Utilización de efectos cambiarios en las relaciones de consumo. Queda prohibida la utilización de efectos cambiarios en las relaciones de consumo. Si las obligaciones emergentes de una relación de consumo se garantizan o instrumentan en un título valor cambiario en violación al presente artículo, este no producirá efecto jurídico alguno, siendo nulas e inoponibles a la o el consumidor, sus garantes y co-contratantes los efectos cambiarios emergentes del título valor.

Artículo 133.- Redondeo de precios y donaciones. En todos los casos que se redondee el precio, este deberá ser a favor de la o el consumidor. En los casos que el proveedor ofrezca a la o el consumidor hacer una donación del dinero que le corresponda recibir como vuelto o cambio, deberá informar de modo claro y destacado en el ticket o comprobante que debe emitir, el destino de los donativos y sus beneficiarios.

Asimismo, los proveedores deberán rendir cuentas del destino y montos recaudados ante la Autoridad Nacional de Aplicación, y ante las y los consumidores o las asociaciones de defensa de las y los consumidores que lo requieran.

Artículo 134.- Servicio de mesa, cubierto o similares. Prohíbese a los proveedores expendedores de comidas y bebidas con servicio de mesa y/o en mostrador, el cobro del cargo de “Cubierto”, “Servicio de mesa” y/o cualquier otro concepto que tenga por finalidad el pago por la entrega de entremés o bebidas sin solicitud previa y expresa de la o el consumidor, o por el servicio del personal de atención de las mesas o mostrador. La entrega sin solicitud previa de estos servicios u objetos, se considerará realizada de forma gratuita por parte del proveedor, de pleno derecho.

En los casos en los que se solicite expresamente entremeses o bebidas, el cobro corresponderá únicamente por el producto entregado y no por la cantidad de comensales y siempre que el cargo correspondiente haya sido informado en forma previa y destacada.

Artículo 135.- Cargos o condiciones por servicios de recarga. Prohíbese a los proveedores del servicio de carga de crédito en cualquier tipo de sistema, aplicar automáticamente o exigir el pago de cualquier cargo extra por la carga realizada, o bien exigir la adquisición de otros bienes o servicios como condición para la prestación del servicio de carga, ya sea que el mismo se realice por terminales de autoservicio, mediante venta de tarjetas de recarga o por cualquier otro medio.

Artículo 136.- Prácticas ilícitas en establecimientos educativos. Los proveedores de servicios educativos no podrán negar la participación en actividades organizadas por el establecimiento, el otorgamiento de reconocimientos y honores, o la entrega de títulos o certificados que acrediten los estudios cursados o la conclusión de los mismos de cualquier nivel y/o cualquier otra documentación que impida la trayectoria educativa del alumno o alumna, ante la existencia de obligaciones pendientes por cuotas o matrículas u otras similares.

Artículo 137.- Sobreventa. Es una práctica ilícita la sobreventa de abonos, entradas, pases o accesos de servicios de cualquier tipo que excedan la capacidad operativa, o de gestión, o la infraestructura del sitio o lugar en donde deban prestarse o desarrollarse los mismos. De igual modo, está prohibida la venta de sobrecupos en espectáculos públicos y en servicios de transporte de pasajeros, incluido el servicio de transporte aéreo de personas.

Artículo 138.- Información o advertencias prohibidas. Es ilícita la entrega, publicación o exhibición por cualquier medio, por parte de los proveedores, de folletos, carteles, leyendas, anuncios o advertencias dirigidas o exhibidas a las y los consumidores, informando o advirtiendo sobre exenciones contrarias a la responsabilidad objetiva y solidaria, o a otras reglas u obligaciones legales a cargo de aquellos, establecidas en este Código y demás normas que lo integran y complementan.

Artículo 139.- Otras prácticas ilícitas. Se consideran supuestos particulares de prácticas prohibidas en las relaciones de consumo, sin perjuicio de otras que puedan existir, las siguientes conductas de los proveedores:

a) Imponer de cualquier modo, condiciones que restrinjan, limiten o penalicen el ejercicio de cualquiera de los derechos contemplados en el presente Código;

b) Ejecutar cualquier conducta que agrave la situación de la o el consumidor como respuesta al ejercicio de sus derechos;

c) Introducir en el mercado o fomentar el consumo de bienes o servicios que, por el contexto o las circunstancias, expongan o potencien riesgos a la salud o seguridad de las y los consumidores;

d) No estipular plazos para el cumplimiento de las obligaciones a cargo del proveedor, estipularlo en forma arbitraria a su favor, o hacer o establecer que dicho plazo dependa directa o indirectamente de su voluntad;

e) No entregar con suficiente antelación copia íntegra del borrador del contrato, o contrato prerredactado a suscribir, y todos sus anexos si los hubiere, así como el ejemplar del contrato perfeccionado y sus anexos si los hubiere debidamente rubricados;

f) No entregar constancia de las consultas, reclamos, quejas o cualquier gestión que realicen las y los consumidores, la que deberá permitir su precisa identificación y seguimiento del estado del trámite;

g) Ofrecer en forma pública bienes o servicios que presenten alguna deficiencia, o que sean usados o reconstituidos, sin indicar tales circunstancias en forma precisa y notoria;

h) Promocionar o publicitar de cualquier modo bienes o servicios valiéndose de avales científicos, patrocinios, testimonios, estética u otras expresiones capaces de confundir o engañar a las y los consumidores sobre las características, usos, resultados o beneficios;

i) El ofrecimiento o entrega de premios o regalos en razón directa o indirecta de la compra de mercaderías o la contratación de servicios, cuando dichos premios o regalos estén sujetos a la intervención del azar;

j) Promover u organizar concursos, certámenes o sorteos de cualquier naturaleza, en los que la participación esté condicionada en todo o en parte a la adquisición de un producto o a la contratación de un servicio;

k) Entregar dinero o bienes a título de rescate de envases, de medios de acondicionamiento, de partes integrantes de ellos o del producto vendido, cuando el valor entregado supere el corriente de los objetos rescatados o el que éstos tengan para quien los recupere;

l) Cualquier otra práctica que resulte contraria a los principios y disposiciones del presente Código.

TÍTULO III Oferta y publicidad en las relaciones de consumo

Capítulo I Alcances y efectos de la oferta

Artículo 140.- Oferta. A los efectos de este Código, se considera oferta a toda manifestación dirigida a través de cualquier medio a las y los consumidores determinados, determinables o indeterminados, conteniendo las precisiones necesarias para establecer los efectos que debe producir de ser aceptada.

Artículo 141.- Requisitos y condiciones. La oferta de bienes o servicios debe contener la fecha precisa de comienzo y de finalización, así como también todas sus modalidades, condiciones o limitaciones. La oferta realizada en el lugar físico o virtual donde los bienes o servicios se comercializan podrá omitir las fechas de comienzo y finalización, en cuyo caso obliga a quien la emite durante el tiempo en que se encuentre accesible para las y los consumidores.

Cuando el proveedor limite cuantitativamente su oferta de productos y servicios, deberá informar la cantidad con que cuenta para cubrirla.

En todos los casos deberá informarse en forma destacada el nombre, domicilio y número de CUIT del oferente.

Artículo 142.- Efectos y revocación. Las precisiones formuladas en la oferta obligan al oferente durante el plazo de

330

vigencia informado o mientras la misma permanezca accesible, quedando perfeccionado el contrato si hay aceptación durante su vigencia. En este caso, las precisiones se tendrán por incluidas en el contrato siempre que sean más beneficiosas para la o el consumidor. Idénticos efectos poseen las precisiones incluidas en la publicidad en todas sus formas y cualquiera sea el medio de divulgación de la misma, incluso la publicidad no tradicional y la que se divulgue a través de internet, aplicaciones, redes sociales, plataformas y otros medios digitales.

La ausencia, o la información deficiente, respecto del plazo de vigencia, del límite cuantitativo u otras condiciones de la oferta, implica su vigencia en los términos formulados hasta su revocación.

La oferta sólo puede retirarse antes de que hubiera llegado a conocimiento de las y los consumidores, o una vez difundida, por medios similares a los empleados para hacerla conocer. Se tiene por no formulada la revocación de la oferta informada previamente a las y los consumidores, cuando ella se comunique al momento de concurrir al establecimiento comercial o en el de manifestar su aceptación.

Cuando por cualquier causa en una oferta se hubieren incluido precisiones contradictorias, se estará siempre a la más favorable a la o el consumidor.

Artículo 143.- Efectos del incumplimiento de la oferta. La no efectivización de la oferta será considerada una negativa o restricción injustificada a contratar, siendo derecho de las y los consumidores el exigir su cumplimiento o aceptar otro producto o prestación de servicio equivalente, sin perjuicio de

las sanciones correspondientes y del reclamo de los daños y perjuicios que pudieran haberse ocasionado.

En caso de incumplimiento al artículo 149, inciso f), la o el consumidor tiene derecho a exigir el máximo del descuento publicitado u ofrecido, sobre cualquiera de los bienes o servicios comercializados por el proveedor, o cuando se hubiere publicitado u ofrecido un descuento por categoría o tipo, sobre cualquiera de los bienes o servicios correspondientes a dicha categoría o tipo.

Capítulo II Alcances y efectos de la publicidad

Sección 1° Aspectos generales

Artículo 144.- Publicidad. A los efectos del presente Código, se entiende por publicidad a toda forma de mensaje o comunicación con la finalidad de promover o fomentar, en forma directa o indirecta, la adquisición o utilización de bienes o servicios por parte de las y los consumidores, o una actividad profesional determinada, o la imagen o reputación de un proveedor, independientemente de la existencia de una remuneración o contraprestación a quien la realiza. Entre otras formas, quedan alcanzadas la publicidad no tradicional, la realizada a través de internet y redes sociales, y la actividad de las personas públicas o influenciadores, entendidas por tales a aquellas personas que, por su notoriedad pública, reconocimiento o alto grado de exposición, promocionan, directa o indirectamente, bienes o servicios.

Artículo 145.- Efectos de la publicidad. Las informaciones y precisiones contenidas en la publicidad obligan al oferente, y en el caso que el contrato sea perfeccionado, integran su contenido siempre que resulten más beneficiosas para la o el consumidor. Cualquier contradicción entre las precisiones publicitarias y lo que resulte de las demás fuentes de integración del contenido contractual, se resuelve en el sentido más favorable a la o el consumidor.

La interpretación del mensaje publicitario debe ser realizada teniendo en cuenta el sentido que puedan adjudicarle las y los consumidores a los que esté destinado, teniendo en consideración sus vulnerabilidades e independientemente de la que le otorgue el proveedor responsable del mismo.

Artículo 146.- Forma del mensaje publicitario. En todos los casos la publicidad debe ser comunicada o exhibida de forma que las y los consumidores de inmediato la identifiquen como tal y conteniendo la palabra “PUBLICIDAD” al inicio del mensaje escrita en mayúsculas y en forma destacada en relación al resto del texto o contenido.

Cuando la publicidad se divulgue por medios digitales, deberá contener al inicio de la presentación del mensaje publicitario la etiqueta “#PUBLICIDAD”, o el sistema de etiqueta de metadatos de uso corriente para el medio de que se trate con la palabra “PUBLICIDAD” escrita en mayúsculas, de forma destacada en relación al resto del texto o contenido. La Autoridad Nacional de Aplicación podrá establecer otras formas de identificar el mensaje publicitario de modo de facilitar su búsqueda e indexación.

Cuando se trate de un mensaje únicamente auditivo, deberá iniciar con la mención independiente de la palabra "PUBLICIDAD", sin alteraciones de volumen, velocidad o demás características sonoras, en relación al resto de la transmisión.

Artículo 147.- Prueba de las precisiones publicitarias. Los proveedores deberán conservar en su poder y a disposición de la Autoridad Nacional de Aplicación y de las y los consumidores que así lo requieran, toda la información, datos técnicos y científicos que den sustento al mensaje publicitario, aun cuando en el mismo no se haga mención o alusión a los mismos.

La carga de la prueba de la veracidad y corrección de la información o precisiones contenidas en la publicidad recae sobre los proveedores, o en su caso sobre los profesionales alcanzados conforme lo establecido en el párrafo tercero del artículo 6º de este Código, cuya actividad promueva, fomente o de cualquier modo beneficie.

Sección 2º Publicidad ilícita

Artículo 148.- Publicidad abusiva. Se considera abusiva a la publicidad discriminatoria o contraria a la dignidad y a los derechos humanos en general de las y los consumidores, la que incite a la violencia en cualquiera de sus manifestaciones, explote el miedo o la superstición, se aproveche de la deficiencia de razonamiento y experiencia de niños, niñas o adolescentes, infrinja principios básicos del sistema democrático, o atente contra valores ambientales, sociales o

334

culturales, o la que pueda inducir a comportamientos perjudiciales o peligrosos para la salud o seguridad de las personas, o las exponga a situaciones de riesgo.

En particular, está prohibida toda publicidad que:

- a) Esté destinada a niños, niñas y adolescentes y que, valiéndose de su inexperiencia o credulidad, pueda incitarlos a la adquisición de bienes o servicios, o a adoptar o imitar prácticas o situaciones peligrosas que puedan poner en riesgo su salud, integridad física o seguridad;
- b) Posea contenido violento o fomento, promueva, avale o se valga de estereotipos en razón del género, la orientación sexual o la identidad de género de las personas;
- c) Utilice la imagen de la mujer como mero objeto, o desvinculada del producto o servicio que se pretende promocionar, o la asocie a comportamientos estereotipados;
- d) La que se valga de las necesidades o dificultades de las y los consumidores con vulnerabilidad agravada, o no tenga en cuenta las mismas;
- e) En general, la que represente o se valga de mensajes discriminatorios de cualquier índole contrarios a los derechos reconocidos a las y los consumidores en este Código, otras leyes o normas particulares, o en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Artículo 149.- Publicidad engañosa. Se considera engañosa cualquier clase de presentación o publicidad que mediante inexactitudes u ocultamientos pueda inducir a error, engaño o confusión respecto de las características o propiedades, naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla, cantidad, uso,

precio, condiciones de comercialización o técnicas de producción, elaboración o fabricación de bienes o servicios. Se presume el carácter engañoso de la publicidad cuando ofrece distintas interpretaciones respecto de las precisiones que contiene.

Sin perjuicio de otros, son supuestos específicos de publicidad engañosa las que:

- a) Se valgan o efectúen comparaciones de bienes o servicios que puedan conducir o inducir a error a las y los consumidores;
- b) Omitan informar sobre datos esenciales del producto o servicio, en particular aquellos efectos que resulten adversos para la salud;
- c) Presenten al bien o servicio como gratuito si éste no lo es, o contengan indicaciones de precios, o relacionadas con el precio, que puedan conducir a falsas interpretaciones;
- d) Las que indiquen precios y omitan informar claramente el valor de gastos, fletes, impuestos, u otros pagos o costos que integren el precio final del bien o servicio;
- e) Las que anuncien ofertas u otras promociones y no informen en forma clara e inequívoca sus condiciones y el comportamiento que deben seguir las y los consumidores para obtener el reconocimiento de los beneficios o promesas hechas por los proveedores;
- f) Las que informen sobre descuentos en bienes o servicios, sea en dinero o de forma proporcional sobre el precio, sin informar en el mismo lugar y con idéntico grado de exposición, el tipo o categoría de bienes o servicios al que aplican, o a

qué bien o servicio se aplica en particular, así como el monto o proporcional exacto de descuento;

g) La que pueda generar la falsa creencia de la obsolescencia o inutilidad de bienes o servicios no consumibles o durables, o engañar sobre su durabilidad y posibilidades de reparación o reutilización.

Artículo 150.- Publicidad subliminal o encubierta. Está prohibida la publicidad subliminal, entendida como tal la que posee aptitud para producir estímulos inconscientes en las personas humanas, presentados en forma lindante o debajo del umbral sensorial absoluto, o que pueda actuar sobre ellas sin ser percibida o advertida, o produzca efectos análogos.

Sección 3° Publicidad restringida

Artículo 151.- Publicidad dirigida a niños, niñas o adolescentes. Los mensajes publicitarios de bienes o servicios para niños, niñas o adolescentes, además de las previsiones generales establecidas en este Código, deben cumplir con las siguientes condiciones:

- a) No afectar sus valores sociales o culturales, sugiriendo que su uso o tenencia les dará una ventaja física, social o psicológica sobre otros niños, niñas o adolescentes;
- b) No socavar la autoridad, responsabilidad, juicio o criterio de las madres, padres, educadores u otras personas responsables de su cuidado;

c) La publicidad que invite a los menores a contactar de cualquier modo con un proveedor, debe advertir que es necesario contar con el permiso previo de una o un adulto responsable;

d) La información personal e imágenes de niños, niñas y adolescentes menores de edad, sólo puede ser obtenida mediante expresa autorización previa de quien o quienes ejerzan la responsabilidad parental sobre los mismos;

e) Cuando se trate de medios de comunicación publicitaria interactivos, debe informarse claramente y ser una condición de acceso a los mismos que las madres, padres o adultos responsables del cuidado de niños, niñas y adolescentes menores de edad participen y supervisen esas actividades;

f) No contener frases imperativas o compulsivas que insten a obtener el producto o servicio por cualquier medio;

g) Ningún mensaje debe crear ansiedad ni sugerir que sus progenitores o familiares no cumplen con sus deberes si no los satisfacen;

h) Ningún mensaje debe insinuar que si un niño, niña o adolescente no adquiere un producto o servicio podrá significar una minimización de sus capacidades, potencialidades, o será objeto de discriminación, burlas u otras formas de maltrato.

Artículo 152.- Deber de advertencia. Las comunicaciones publicitarias de bienes y servicios que sean inconvenientes para niños, niñas y adolescentes deben estar claramente identificadas como tales cualquiera sea el medio que se

emplee para su difusión y divulgarse únicamente una vez finalizado el horario apto para todo público.

Artículo 153.- Publicidad de juegos y juguetes. La publicidad de juegos y juguetes debe evitar generar desencanto o frustración en los niños, niñas o adolescentes. Cuando el mensaje muestre los resultados que un niño, niña o adolescente puede obtener mediante sus habilidades, los mismos deben ser razonablemente alcanzables para la mayoría de los que integren el segmento de edad correspondiente. Además, deberá brindar toda la información acerca de posibles compras adicionales, como accesorios o elementos individuales dentro de una colección o serie cuando sean necesarias para obtener el resultado final que se muestra o describe.

Artículo 154.- Publicidad comparativa. La publicidad comparativa debe tener como finalidad informar a las y los consumidores sobre las ventajas comprobables del bien o servicio de que se trate. Debe referirse a bienes o servicios de características y calidad equiparables bajo las mismas condiciones, ser exacta y veraz y presentada en forma objetiva de manera que la comparación sea comprobable y no pueda generar confusión o error en las y los destinatarios.

En el caso de demostraciones comparativas en las que se pongan de relieve bondades de un bien o servicio en relación a otro similar, incluyendo aquellas que pretendan mostrar ventajas de rendimiento o beneficios funcionales distintivos, el proveedor tiene la carga de acreditar el procedimiento científico o técnico que permita verificar su autenticidad, la

relevancia estadística de sus conclusiones y de conservar los respectivos documentos respaldatorios. Asimismo, la mecánica de la promoción deberá garantizar que la citada demostración sea replicable en igualdad de condiciones y con los mismos elementos y productos utilizados en cada oportunidad en que se realice la demostración al público consumidor.

Cuando a tales fines se realicen demostraciones comparativas en puntos de venta o lugares públicos y se utilice bienes o servicios de terceros, la demostración deberá ser realizada en condiciones tales que repliquen científicamente los ensayos de laboratorio de que se trate, debiendo ser ejecutadas mediante personal técnico especializado y contar con un protocolo que garantice la rigurosidad, capacidad de ser replicable y fiabilidad de la demostración y el rendimiento del bien de que se trate, de manera de no inducir a error o engaño en las cualidades o rendimiento de uno u otro producto o servicio.

Artículo 155.- Utilización de avales científicos. Los mensajes no deben indicar o insinuar que el producto es respaldado o recomendado por profesionales, ni por instituciones u organismos públicos o privados, sin haber obtenido previamente la autorización correspondiente. Toda publicidad que haga uso de referencias técnicas, científicas o investigaciones debe estar respaldada por fuentes identificables, verificables y disponibles. En los casos en que se reproduzca información científica, esta debe ser clara y presentada en términos comprensibles para las y los destinatarios del mensaje.

Los estudios técnicos o científicos utilizados para la fundamentación de las precisiones realizadas en los mensajes publicitarios deben estar en idioma nacional y haber sido realizados u homologados en el país por entidades independientes de reconocido prestigio en su campo. Asimismo, deberán contar con protocolos que los hagan replicables y ser estadísticamente relevantes y robustos.

Artículo 156.- Utilización de testimonios o encuestas. Los mensajes que se valgan de testimonios o encuestas sólo pueden incluir testimonios o recomendaciones auténticas, relacionadas con las experiencias de quienes prestan su declaración o de aquellos a los que los declarantes personifican, debiendo en todos los casos ser comprobables fehacientemente.

Cuando en los mensajes se haga uso de encuestas, éstas deben ser realizadas en forma metódica, representativa y verificable, debiendo poder refrendar con las mismas el contenido del mensaje.

Artículo 157.- Utilización de demostraciones. Toda publicidad que se valga de la demostración del uso práctico de un bien o servicio debe hacerlo con veracidad y de manera comprobable en iguales condiciones que las exhibidas en el mensaje, absteniéndose de mostrar cualidades que el producto no posee y evitando crear expectativas que el mismo no pueda satisfacer. Es de aplicación a este supuesto, en lo pertinente, lo establecido para la publicidad comparativa.

Artículo 158.- Publicidad mediante personas públicas o influenciadores. En la actividad de personas públicas o influenciadores, sin perjuicio de otras formas o modalidades, es considerada como publicidad:

- a) La difusión del proceso de apertura, desempaquetado o revelación de productos con el objetivo de fomentar o incentivar su adquisición o utilización;
- b) La difusión de la experiencia positiva con un producto, servicio, marca o proveedor en particular;
- c) La organización, difusión o patrocinio de sorteos o eventos relacionados a productos, servicios, marcas o proveedores;
- d) La difusión de contenido que exponga las ventajas del consumo o adquisición de un producto, servicio, marca o proveedor en particular.

Artículo 159.- Obligaciones de las personas públicas o influenciadores que realicen actividades publicitarias. Son obligaciones a cargo de las personas públicas o influenciadores que realicen actividades publicitarias, además de las generales que surgen del presente Código, las siguientes:

- a) Informar, de modo claro y destacado, si obtienen algún rédito económico o contraprestación por el contenido o práctica divulgada;
- b) Identificar, de modo claro y destacado, la publicidad o actividad publicitaria y la identidad del anunciante;
- c) Identificar, de modo claro y destacado, cuando se trate de bienes o servicios inconvenientes, perjudiciales,

potencialmente nocivos o peligrosos, en particular los destinados a niños, niñas y adolescentes, adecuando la publicidad en lo pertinente.

Las obligaciones a cargo de las personas públicas o influenciadores que surgen del presente Código, únicamente les serán de aplicación cuando realicen publicidad o actividades publicitarias, sin que su cumplimiento o exigibilidad puedan ser consideradas como restricciones a la libertad de expresión.

La responsabilidad por el incumplimiento de las disposiciones del presente capítulo y los daños que puedan derivarse de la publicidad realizada, se juzgará conforme las reglas establecidas en el artículo 317.

Artículo 160.- Publicidad por medios electrónicos o digitales. La publicidad divulgada o realizada por medios electrónicos o digitales, además de permitir su fácil identificación como tal según lo establecido en el artículo 146, deberá incluir una forma simple y transparente que permita a las y los consumidores expresar su voluntad de no recibir futuras comunicaciones publicitarias. El mecanismo que se establezca debe ser utilizado con este único propósito, además de ser fácil de localizar, entender y utilizar por las y los consumidores.

Los proveedores son responsables de la adopción de las medidas necesarias para que las publicidades o comunicaciones publicitarias, no afecten el normal uso de dispositivos, programas, aplicaciones y otros medios electrónicos por parte de las y los consumidores, ni generen

confusión o error al manifestar su voluntad a través de esos medios.

Artículo 161.- Normas sectoriales. Las normas sectoriales que regulan la publicidad, en particular la de alimentos y bienes peligrosos o potencialmente nocivos, tales como bebidas alcohólicas, tabaco y cigarrillos, productos domosanitarios, fitosanitarios y plaguicidas, productos de aseo e higiene personal, cosméticos, medicamentos, artículos de puericultura y juguetes, entre otros, deberán aplicarse, integrarse e interpretarse conforme lo establecido en el presente Título y en el Título Preliminar de este Código.

Sección 4° Cese y contrapublicidad

Artículo 162.- Medidas de cese y de contrapublicidad. Ante una publicidad ilícita, ya sea engañosa o abusiva, o cuando no se respeten las exigencias establecidas en la Sección anterior para la publicidad restringida, podrá ordenarse el cese inmediato de la misma y/o imponerse la obligación de realizar una contrapublicidad. Estas medidas podrán disponerse en sede administrativa, como medida preventiva o sanción, o en sede judicial, como medida cautelar o como condena en la sentencia definitiva. Lo anterior, sin perjuicio de las sanciones y reparaciones que correspondan, incluso la condena disuasiva o la eventual reparación del daño extrapatrimonial colectivo que se hubiera ocasionado.

Artículo 163.- Forma de la contrapublicidad. La contrapublicidad deberá realizarse a costa del responsable, y comprenderá las aclaraciones e informaciones necesarias para rectificar la publicidad considerada ilícita y eliminar los efectos engañosos o abusivos de la misma. Podrá contemplar la publicación de la resolución que la ordena o una reseña de la misma y de sus fundamentos, debiendo realizarse a través de los mismos medios, forma, frecuencia, dimensiones, días y horarios en los que se divulgó la publicidad rectificada. De no ser ello materialmente posible, deberá realizarse en la forma y a través de los medios que indique la autoridad que la ordene, siempre teniendo en cuenta el mejor cumplimiento de los efectos rectificatorios perseguidos.

TÍTULO IV Protección del medio ambiente en las relaciones de consumo

Capítulo I Sustentabilidad de las relaciones de consumo

Artículo 164.- Comercialización y consumo sustentable. Se entiende por consumo sustentable la satisfacción de las necesidades de bienes y servicios de las generaciones presentes de las y los consumidores sin comprometer las de las generaciones futuras, teniendo en cuenta los aspectos éticos, económicos, sociales y ambientales.

Los proveedores, además de las obligaciones establecidas en las normas ambientales vigentes, las que surjan de este Código y las que dicte la Autoridad Nacional de Aplicación en el ámbito de su competencia, deberán adoptar y desarrollar

todas las medidas que indiquen las buenas prácticas y el empleo adecuado de sus recursos y de las tecnologías disponibles con el objetivo de minimizar el impacto ambiental de sus actividades. Su responsabilidad en el ámbito de las relaciones de consumo, comprende la derivada de los residuos de los bienes y servicios que diseñan, producen, comercializan, distribuyen, importan, o que llevan su nombre o marca.

Artículo 165.- Medidas de fomento y control. La Autoridad Nacional de Aplicación establecerá medidas específicas de control, seguimiento y verificación ambiental de todos los procesos involucrados a lo largo de la vida útil de los bienes y servicios destinados a las y los consumidores, incluso la generación de residuos y las acciones orientadas a su recupero, reducción, reciclaje y reutilización. A tal fin, podrá solicitar u ofrecer cooperación con otras autoridades públicas para elaborar o desarrollar actividades y planes de acción conjunto. Entre otras medidas, la Autoridad Nacional de Aplicación desarrollará las siguientes:

a) Registrar las organizaciones o emprendimientos dedicados a la reutilización, reciclaje, recuperación y/u otras formas de gestión ambiental de residuos a los efectos de posibilitar su participación en el diseño y seguimiento de las políticas públicas en la materia, difundir y fortalecer el rol que ocupan, entre otras medidas de fomento de sus actividades;

b) Dictar las medidas necesarias para implementar instancias de colaboración público-privada y de participación ciudadana en el diseño y desarrollo de acciones destinadas a la protección del medio ambiente en el ámbito de las relaciones de consumo;

- c) Promover la participación ciudadana, de las asociaciones de defensa de las y los consumidores, y de las y los actores de la economía popular en la gestión de residuos provenientes de la producción y comercialización de bienes y servicios en las relaciones de consumo;
- d) Generar mecanismos de trazabilidad de residuos de cualquier tipo, en especial electrónicos y de bienes durables, que permitan identificar el productor del bien, así como su lugar de fabricación, el destino de los mismos, la vida útil efectiva de los productos, y demás información relevante;
- e) Garantizar la disponibilidad de cadenas de reparación y distribución de repuestos y el conocimiento técnico necesario para la reparación de los bienes comercializados durante el tiempo necesario para minimizar el descarte de los mismos;
- f) Realizar los estudios necesarios para conocer fehacientemente la vida útil de los bienes y los motivos que llevan a su descarte u obsolescencia, con el fin de proponer medidas o arribar a acuerdos de colaboración eficaz con los proveedores para aumentar su vida útil, o establecer tiempos mínimos de durabilidad de estos.

Artículo 166.- Sello de Responsabilidad Ambiental en las Relaciones de Consumo (“Sello RESARC”). Créase el Sello de Responsabilidad Ambiental en las Relaciones de Consumo (“Sello RESARC”) como única certificación expedida por la Autoridad Nacional de Aplicación respecto del cumplimiento por parte de los proveedores en el ámbito de las relaciones de consumo, de los criterios y estándares de eficiencia y responsabilidad en sus dimensiones ambiental, ética, económica y social. Conforme lo establezca la

reglamentación, el otorgamiento del Sello RESARC reconocerá y/o certificará la utilización por parte de los proveedores de procesos, prácticas, criterios, desarrollos y tecnologías tendientes a la eficiencia energética, a incrementar la durabilidad y funcionalidad de bienes y servicios, a disminuir el empleo de recursos naturales, a la utilización o producción de materiales biodegradables, a contribuir con el desarrollo de una economía circular y el compromiso ambiental con la comunidad, entre otros métodos de disminución del impacto ambiental de sus actividades.

Artículo 167.- Sello Libre de Obsolescencia Programada (“Sello LOP”). Créase el Sello Libre de Obsolescencia Programada (“Sello LOP”), como única certificación expedida por la autoridad de aplicación conforme la reglamentación que al efecto dicte, a los efectos de la certificación del diseño, producción, fabricación y comercialización de bienes o servicios libres de obsolescencia programada por parte de los proveedores en las relaciones de consumo.

Capítulo II Obsolescencia artificial

Artículo 168.- Obsolescencia artificial. A los efectos del presente Código, se entiende por obsolescencia artificial de bienes no consumibles con su primer uso, a la reducción directa o indirecta de su vida útil, o a la situación por la cual se tornen inadecuados según su naturaleza, características y las expectativas legítimas de las y los consumidores.

La obsolescencia artificial puede obedecer a la reducción deliberada de la vida útil del bien no consumible o de sus componentes; a su imposible, costosa o dificultosa reparación o mantenimiento; a su incompatibilidad con las actualizaciones o tecnologías necesarias para continuar utilizándolo pese a su buen uso y estado de conservación; o a la generación de una falsa o engañosa percepción de su inutilidad, ineficiencia o inadecuación.

La obsolescencia artificial en cualquiera de sus formas, constituye una práctica ilícita. Además de la responsabilidad civil por los daños individuales y/o colectivos que se generen, será objeto de las penas establecidas en el artículo 362 y las sanciones establecidas en el Libro Quinto, Título II, Capítulo II, Sección 7º de este Código.

Artículo 169.- Información sobre la vida útil de bienes no consumibles. El período de tiempo de vida útil estimada para el cual ha sido concebido, diseñado, fabricado o suministrado un bien no consumible, forma parte de la información esencial que están obligados a suministrar los proveedores en los términos del artículo 108 del presente Código.

Informar a la Autoridad Nacional de Aplicación, o a las y los consumidores, un período de tiempo de vida útil inferior al que corresponda según la naturaleza, características y legítimas expectativas de durabilidad del bien no consumible de que se trate, constituirá una práctica ilícita y un incumplimiento de especial gravedad del deber de información.

Artículo 170.- Responsabilidad por la generación y gestión ambiental de residuos. La responsabilidad del proveedor de

bienes no consumibles comprende la gestión ambiental de los residuos que ocasionan degradación al ambiente. En virtud de ello, de conformidad con las normas de aplicación y las reglamentaciones que dicte la Autoridad Nacional de Aplicación, deberán los proveedores:

- a) Minimizar los residuos generados en todas las etapas del proceso productivo y de comercialización, así como priorizar el aprovechamiento de los mismos mediante la reutilización, reciclaje o recuperación;
- b) Promover, difundir, controlar y fiscalizar el manejo adecuado de los residuos generados, manteniendo mecanismos de trazabilidad y cuantificación de los mismos;
- c) Cuando corresponda, hacerse cargo del costo de la recolección de residuos y su tratamiento;
- d) Controlar y colaborar con la gestión y tratamiento de los residuos, de modo que la misma sea realizada en forma idónea y adecuada, priorizando y favoreciendo la participación de los actores de la economía popular en este proceso;
- e) Cumplir con los programas establecidos por las autoridades competentes.

Capítulo III Garantía mínima obligatoria

Artículo 171.- Obligación de garantía. Plazo. Los proveedores estarán obligados por una garantía mínima obligatoria frente a las y los consumidores y los sucesivos adquirentes o usuarios, por los defectos o vicios de cualquier índole que

presenten los bienes no consumibles que comercialicen, en particular, cuando esos vicios o defectos afecten su utilidad, funcionamiento, prestaciones, durabilidad o posibilidad de reparación, o en general, cuando afecten la identidad entre lo informado, publicitado u ofrecido y lo entregado, aun cuando los vicios o defectos hayan sido ostensibles o manifiestos al tiempo de su adquisición o utilización.

La garantía mínima obligatoria tendrá vigencia a partir de la entrega y por seis (6) meses cuando se trate de bienes no consumibles usados, o por tres (3) años para los bienes no consumibles nuevos, pudiendo las partes u otras normas establecer un plazo mayor.

Artículo 172.- Responsabilidad solidaria. Son solidariamente responsables por el otorgamiento y cumplimiento de la garantía legal los fabricantes, productores, importadores, distribuidores, intermediarios y vendedores, quienes deben asegurar un servicio técnico adecuado y el suministro de asesoramiento, partes y repuestos. No serán válidas las cláusulas, condiciones o prácticas que condicionen o limiten la validez o vigencia de la garantía legal o contractual, y que no resulten justificadas, objetivas o que la desnaturalicen. Toda condición o limitación legítima de la garantía, deberá ser informada en forma destacada y debidamente explicada bajo pena de nulidad.

La aplicación de las disposiciones precedentes, no obsta a la subsistencia de la garantía legal por vicios redhibitorios.

Artículo 173.- Servicio técnico y suministro de repuestos. Los responsables del otorgamiento y cumplimiento de la garantía,

deben asegurar un servicio técnico adecuado, como mínimo, durante el tiempo de vigencia de la garantía obligatoria o el plazo mayor establecido por otras normas o el convenido expresamente.

Asimismo, deberán suministrar los repuestos nuevos necesarios para la reparación durante el período de vida útil informado en los términos del artículo 169 del presente Código, o al menos durante cinco (5) años a partir de la comercialización del bien en los casos que se informe un período menor que, en ningún caso, podrá ser inferior al de la garantía mínima obligatoria.

El suministro o utilización de piezas usadas, recuperadas o reconstituidas será permitido sólo en los casos que ello sea posible sin afectar la seguridad y funcionalidad del bien y medie opción suficientemente, informada y expresa de parte de la o el consumidor en tal sentido. Ello sin perjuicio de las sanciones y acciones que pudieran corresponder.

Artículo 174.- Estimación de la vida útil. En los casos que el proveedor, de modo deliberado o injustificado, informe un período de vida útil de un bien no consumible inferior al real, además de constituir una práctica ilícita y un incumplimiento al deber de información conforme lo establecido en el artículo 169, dicho período será el que indiquen las legítimas expectativas de la o el consumidor o usuario tomándose en consideración, entre otros aspectos, las características técnicas de bienes similares, los usos y costumbres de la actividad de que se trate, la imagen del proveedor, la publicidad, la confianza generada, el precio o valor del bien o servicio en el mercado, su naturaleza y los demás elementos relevantes del caso.

Artículo 175.- Prolongación del plazo de garantía. Entrega de bien sustituto. El tiempo durante el cual la o el consumidor esté privado del uso del bien no consumible en garantía, por cualquier causa relacionada al cumplimiento de la misma o con su reparación, debe computarse como prolongación del plazo de la garantía mínima obligatoria.

La reglamentación podrá establecer los supuestos en los cuales el proveedor deba entregar un bien sustituto o una compensación, para los casos de privación de uso por demoras en el cumplimiento de la garantía.

Artículo 176.- Gastos para el cumplimiento de la garantía. Todos los gastos necesarios para el cumplimiento de la garantía están a cargo de los responsables de la misma. En el caso de que una cosa mueble deba trasladarse a fábrica, o a un taller, o servicio técnico autorizado, el transporte, los gastos de flete y seguros y cualquier otro que deba realizarse para la ejecución del mismo serán a cargo de los responsables del otorgamiento y cumplimiento de la garantía.

Artículo 177.- Certificado de garantía. Es obligación de los proveedores entregar un certificado de garantía formalizado por escrito o en cualquier otro soporte electrónico, debiendo quedar en poder de la o el consumidor un ejemplar original del mismo. Deberá contener como mínimo, lo siguiente:

a) La identificación y domicilio físico del vendedor, fabricante, importador o distribuidor;

- b) La identificación del bien con las especificaciones técnicas necesarias para su correcta individualización;
- c) Las condiciones de uso, instalación y mantenimiento necesarias para su correcto funcionamiento y seguro;
- d) Las condiciones de validez de la garantía y su plazo de extensión;
- e) Las condiciones de reparación del bien con especificación del lugar donde se hará efectiva.

En caso de ser necesaria la notificación al fabricante o importador de la entrada en vigencia de la garantía, dicho acto en todos los casos estará a cargo del proveedor. La falta de notificación no libera a los proveedores de la responsabilidad solidaria por el cumplimiento de la garantía.

Artículo 178.- Constancia de reparación. Cuando el bien no consumible hubiese sido reparado bajo los términos de la garantía mínima obligatoria, el responsable de la reparación estará obligado a entregar a la o el consumidor una constancia en donde se indique:

- a) Detalle de la reparación y trabajos realizados;
- b) Identificación del responsable técnico de los mismos;
- c) Las piezas o partes reemplazadas o reparadas;
- d) La fecha en que recibió el bien;
- e) La fecha de devolución del bien al consumidor.

Artículo 179.- Incumplimiento de la obligación de garantía. El incumplimiento de la obligación de garantía, dará derecho a la o el consumidor a ejercer cualquiera de las opciones y acciones contempladas en el artículo 212 del presente Código.

Capítulo IV Servicios de reparación

Artículo 180.- Ámbito de aplicación. Las disposiciones del presente Capítulo son de aplicación a los servicios de reparación, mantenimiento, actualización, acondicionamiento, limpieza, o cualquier otro similar, de bienes no consumibles, así como de programas de computación, aplicaciones informáticas, tecnológicas u otras semejantes.

Artículo 181.- Presupuesto. En los contratos de prestación de servicios cuyo objeto sea el indicado en el artículo anterior, el proveedor debe extender un presupuesto que contenga como mínimo lo siguiente:

- a) Nombre o razón social, nombre de fantasía, domicilio, CUIT, número de habilitación de la actividad y todo otro dato necesario para identificar con precisión al prestador del servicio;
- b) La descripción del trabajo a realizar;
- c) Una descripción detallada de los materiales a emplear;
- d) Los precios de éstos y la mano de obra;

- e) El tiempo en que se realizará el trabajo;
- f) El plazo para la aceptación del presupuesto.

Artículo 182.- Supuestos no incluidos en el presupuesto. Todo servicio, tarea, empleo de material o costo adicional, que se evidencie como necesario durante la prestación del servicio y que por su naturaleza o características no pudo ser incluido en el presupuesto original, deberá ser comunicado a la o el consumidor y solicitarse su aceptación expresa previa a su realización o utilización. Queda exceptuado de esta obligación el proveedor del servicio que, por la naturaleza del mismo, no pueda interrumpirlo sin afectar su calidad o sin daño para las cosas de la o el consumidor.

Artículo 183.- Materiales a utilizar en la reparación. En este tipo de prestaciones, se entiende implícita la obligación a cargo del prestador de emplear materiales, repuestos o productos nuevos o adecuados a la cosa de que se trate. Podrán utilizarse partes o piezas usadas, recuperadas o reconstituidas en los casos que ello sea posible sin afectar la seguridad y funcionalidad del bien y medie opción expresa de la o el consumidor.

Artículo 184.- Plazo de la reparación. El plazo máximo para efectuar la prestación del servicio es de treinta (30) días hábiles. De ser necesario un plazo mayor, éste deberá ser informado fehacientemente por el proveedor en el presupuesto.

Artículo 185.- Garantía por deficiencias en el servicio prestado. Si dentro de los noventa (90) días siguientes a la fecha en que concluyó el servicio se evidenciaren deficiencias o defectos en el trabajo realizado, el prestador del servicio estará obligado a corregirlas, o a reformar, o reemplazar los materiales, repuestos y productos utilizados sin costo adicional de ningún tipo para la o el consumidor. El plazo comienza a correr desde la entrega del bien reparado a la o el consumidor.

Artículo 186.- Forma de la garantía. La garantía sobre la prestación de servicios de reparación deberá documentarse por escrito haciendo constar:

- a) Una detallada individualización del trabajo realizado;
- b) El tiempo de vigencia de la garantía que en ningún caso podrá ser inferior a noventa (90) días, la fecha de iniciación de dicho período y las condiciones de validez de la misma;
- c) La correcta individualización de la persona, empresa o entidad que la hará efectiva.

LIBRO TERCERO PROTECCIÓN EN LOS CONTRATOS DE CONSUMO

TÍTULO I Protección en las relaciones contractuales

Capítulo I Disposiciones generales

Sección 1º Normas de aplicación, interpretación y contenido

Artículo 187.- Contrato de consumo. Contrato de consumo es el celebrado entre la o el consumidor con un proveedor, que tenga por objeto la adquisición, uso o goce de bienes o servicios en beneficio propio o de su grupo familiar o social, o su uso mixto o no profesional, según lo establecido en el artículo 4º de este Código.

Artículo 188.- Aplicación de normas, reglas y principios. Cuando existieren normas generales, específicas o regulación sectorial de determinados contratos de consumo, ellas deberán respetar, y ajustarse en caso de ser necesario, al nivel de protección dispensado a las y los consumidores en este Código de conformidad con lo establecido en el Título Preliminar y en la forma indicada en el artículo 3º.

Este Título se aplica a todos los contratos de consumo, incluso a los de prestación de servicios públicos de cualquier naturaleza, sin importar la forma o el medio utilizado para su

perfeccionamiento o el soporte empleado para su representación.

Las juezas y los jueces, y las autoridades de aplicación de este Código en el marco de sus competencias, deben revisar o controlar el contenido contractual a los efectos de evitar cualquier afectación al orden público.

Artículo 189.- Contenido. Las cláusulas de los contratos de consumo deben ser redactadas en idioma nacional, comprensibles, accesibles, legibles y autosuficientes. Son inoponibles a la o el consumidor aquellas cláusulas que efectúan reenvíos a textos o documentos que no son suscriptos por éste, así como aquellas que no tuvo oportunidad de conocer al tiempo del perfeccionamiento del contrato. En todos los casos, las cláusulas o condiciones particulares deben ser escritas en caracteres destacados y suscriptas por ambas partes.

Los proveedores están obligados a respetar los términos, plazos, condiciones, modalidades, reservas y demás circunstancias conforme a las cuales haya sido ofrecida, publicitada o convenida la contratación de bienes o servicios.

Artículo 190.- Reglas particulares. Son de aplicación a los contratos de consumo las siguientes reglas particulares:

- a) Las cláusulas ambiguas, oscuras, o en general las cláusulas predisuestas por el proveedor, se interpretan en el sentido más favorable a la o el consumidor;
- b) Las cláusulas particulares prevalecen sobre las generales, excepto que éstas sean más favorables a la o el consumidor;

- c) Los contratos conexos deben ser interpretados atribuyéndoles el sentido apropiado que surge del grupo de contratos, su función económica y el resultado perseguido, siempre de modo de no frustrar la finalidad económica perseguida por la o el consumidor y sus legítimas expectativas; y
- d) Los usos, costumbres y prácticas no pueden aplicarse ni interpretarse en perjuicio de los derechos e intereses de la o el consumidor.

Artículo 191.- Fuerza vinculante. Informalismo en beneficio de la parte vulnerable. Todo contrato de consumo debe sujetarse a la forma y prescripciones que le impone la normativa de aplicación, bajo pena de nulidad e inoponibilidad al consumidor, sus fiadores y coobligados. Sin perjuicio de ello, la o el consumidor conserva el derecho de reclamar su cumplimiento; en este caso, los proveedores o terceros obligados frente al consumidor, no podrán oponerle el incumplimiento de las formas o disposiciones legales.

Artículo 192.- Modificación o incorporación de cargos o comisiones. En los contratos de larga duración o en los de duración indeterminada toda modificación del costo de las comisiones o cargos pactados originariamente, o la incorporación de nuevos conceptos en los contratos de duración indeterminada, deberá notificarse a la o el consumidor con sesenta (60) días de antelación a su entrada en vigencia quien podrá rescindir el contrato sin cargo, penalidad u obligación de cancelar el saldo deudor, si existiere, en condiciones diferentes a las vigentes.

En los contratos que contemplen su renovación automática, cuando se introdujeran modificaciones a las condiciones pactadas originariamente, éstas únicamente regirán a partir de la expresa aceptación de las mismas por parte de la o el consumidor.

Artículo 193.- Finalidad social del contrato. En los contratos cuyo objeto sea la provisión de bienes o prestaciones relacionadas con el ejercicio y goce del derecho de la o el consumidor a la vida, salud, seguridad e integridad física, educación, alimentación y acceso a condiciones dignas de vida y desarrollo personal o familiar, tales como los contratos de medicina, de seguros en todas sus variantes, de educación, o de servicios públicos, entre otros, los jueces y juezas, y las autoridades de aplicación cuando corresponda, deberán tener especialmente en cuenta la finalidad social de los mismos al momento de valorar, interpretar y juzgar su contenido y cláusulas, las prácticas comerciales desarrolladas en el caso y la legitimidad o abusividad del ejercicio de los derechos de los proveedores, cuidando que en ningún caso se desvirtúe la causa fin del contrato.

Sección 2º Formación del contrato

Artículo 194.- Deberes precontractuales. En la etapa previa al perfeccionamiento del contrato, la o el consumidor tiene derecho a la protección de sus intereses económicos, al trato equitativo y digno, a la información y a la seguridad. En especial, el proveedor debe brindarle información relevante, oportuna y suficiente sobre las condiciones y consecuencias

jurídicas y económicas del contrato a celebrar según lo establecido en el Libro Segundo, Título I, del Capítulo I de este Código.

Artículo 195.- Forma. Los contratos de consumo deben redactarse en tantos ejemplares como partes integren la relación contractual y suscribirse a un solo efecto. Un ejemplar original debe ser entregado al consumidor.

En los contratos celebrados por medios electrónicos o digitales, debe garantizarse a la o el consumidor el acceso, la conservación y la reproducción de la información brindada por el proveedor y el ejemplar del contrato en el soporte respectivo, así como todas las modificaciones que hubieran sido aceptadas.

Cualquiera sea la modalidad de contratación, ante el requerimiento de la o el consumidor, el proveedor deberá enviar, de modo gratuito, copia íntegra en formato papel del contrato, anexos y modificaciones si las hubiere, comprobantes de pago y toda otra documentación relevante, suscripta por el proveedor o su representante legal.

Artículo 196.- Contenido mínimo. Los contratos de consumo celebrados por escrito bajo cualquier soporte, y sin perjuicio de los demás recaudos exigidos por otras normas legales generales o especiales, deben contener:

- a) La manifestación inequívoca de la voluntad de la o el consumidor de contratar, o en su caso, de finalizar el contrato;
- b) Descripción y especificaciones del bien o servicio;

- c) Nombre, domicilio, CUIT y domicilio electrónico del proveedor que celebre el contrato, y en su caso, del fabricante, importador, distribuidor y comercializador y cualquier otro sujeto que forme parte del proceso económico del bien o servicio;
- d) Plazos y condiciones de entrega del bien o de la provisión del servicio;
- e) Precio, forma de pago, pagos realizados, impuestos y costos adicionales, si los hubiere;
- f) El precio final indicado en forma destacada en relación al resto del texto;
- g) Condiciones de la garantía.

Cuando al momento de la instrumentación la o el consumidor efectúen pagos, deberán detallarse los mismos y el concepto por el cual han sido realizados, debiendo otorgarle el correspondiente recibo.

Artículo 197.- Costos de instrumentación. Cuando sean exigibles a la o el consumidor el pago de impuestos, tasas, certificación de firmas, formularios o trámites ante dependencias públicas o privadas, gastos de escribanía o gestoría u otros gastos que pudieran aplicarse, ellos deberán ser informados por el proveedor con suficiente antelación, en forma detallada y su costo debe ser acorde al valor promedio del mercado.

En ningún caso la inclusión de costos de instrumentación puede implicar una ganancia para el proveedor, o limitarse la posibilidad de la o el consumidor de exigir de forma directa al profesional o tercero proveedor la información necesaria.

Si la o el consumidor asume a su cargo cualquier costo de instrumentación del contrato, ello deberá convenirse expresamente mediante cláusula o convenio separado del resto del contrato, con el detalle de los costos y rubricada por todas las partes. El incumplimiento de esta obligación, da derecho a la o el consumidor a exigir el pago por el proveedor de los costos que no fueron debidamente informados o, en su caso, al reintegro de los mismos, calculados o tomando el valor que posean al momento de su efectivo reembolso.

Artículo 198.- Solicitud de contratar. La solicitud de contratar no genera responsabilidad alguna para la o el solicitante, no perfecciona la relación contractual, y es revocable sin responsabilidad ni costo de ningún tipo mientras que la o el consumidor no tome conocimiento del perfeccionamiento del contrato.

Artículo 199.- Nulidad total o parcial. Si el proveedor viola el deber de buena fe o el deber de información en la etapa previa al perfeccionamiento del contrato o en su celebración, o la legislación de defensa de la competencia o de lealtad comercial, la o el consumidor tiene derecho a demandar la nulidad del contrato o la de una o más cláusulas, así como al resarcimiento de los daños generados. Cuando la jueza o el juez declare la nulidad parcial, si fuera necesario, simultáneamente podrá integrar el contrato en la forma que sea más beneficiosa para la o el consumidor.

Capítulo II Contratos por adhesión

Artículo 200.- Autorización administrativa y registración. La Autoridad Nacional de Aplicación conforme lo establezca la reglamentación del presente Código y sin perjuicio de las competencias que posean otras autoridades u organismos, establecerá los proveedores o actividades que obligatoriamente deberán solicitar autorización del modelo de contrato por adhesión y anexos que utilicen.

En todos los contratos por adhesión que posean autorización o aprobación administrativa deberá indicarse en el margen superior del instrumento utilizado, la autoridad, el número de expediente, la fecha y la identificación del correspondiente acto administrativo.

La Autoridad Nacional de Aplicación procederá a registrar los contratos por adhesión conforme lo establecido en el artículo 74.

Artículo 201.- Resumen del contenido. Los contratos celebrados por adhesión deben contener al comienzo y en una sola página, un resumen de su contenido y las disposiciones más relevantes. Por vía legal o reglamentaria se podrá establecer el formato y contenido, según los casos.

Artículo 202.- Publicación de los modelos de contratos. Los proveedores que utilicen contratos por adhesión o prerredactados, deben publicar en su página de internet, aplicaciones y plataformas digitales, un ejemplar del modelo de contrato a suscribir. Asimismo, deben ponerlos a

disposición de las y los consumidores en sus establecimientos comerciales, sucursales o agencias, sin cargo, con antelación a la celebración del contrato y visiblemente anunciado mediante carteles o leyendas que digan “Se encuentra a su disposición un ejemplar del contrato que proponemos firmar”.

Capítulo III Cláusulas y condiciones abusivas

Artículo 203.- Cláusulas abusivas. Se considerarán términos, condiciones o cláusulas abusivas las que, habiendo sido o no negociadas individualmente, tienen por objeto o por efecto producir una afectación inequitativa de los derechos de la o el consumidor, o las que generen un desequilibrio significativo en el cotejo entre estos derechos y obligaciones y las del proveedor.

Sin perjuicio de la validez del contrato, se tienen por no escritas las cláusulas abusivas que:

I. En general:

- a) Desnaturalicen de cualquier modo el objeto y finalidad del contrato;
- b) Importen renuncia o restricción de los derechos de la o el consumidor, o amplíen los derechos de la otra parte;
- c) Establezcan obligaciones que coloquen a la o el consumidor en desventaja exagerada o incompatibles con la buena fe o la equidad;

- d) Sean o se tornen excesivamente onerosas para la o el consumidor, considerándose sus intereses y expectativas y el objeto y naturaleza del contrato;
- e) Priven a la o el consumidor del ejercicio de derechos, facultades o defensas que le confieren las normas sustanciales y procesales o el propio contrato;
- f) Sean sorpresivas, ya sea por su contenido, redacción o presentación;
- g) Vinculen la existencia del contrato o cualquier aspecto del mismo, a la exclusiva voluntad del proveedor;
- h) Violan o posibiliten la violación de los derechos de consumidores con vulnerabilidad agravada, o sean contrarias a la dignidad, al consumo sustentable y el ambiente, al patrimonio cultural o a los valores democráticos;
- i) Impongan restricciones u obstáculos onerosos, o agraven las obligaciones a cargo de la o el consumidor, como consecuencia del ejercicio de sus derechos;
- j) Las cláusulas consideradas abusivas por otras leyes especiales o generales de aplicación a las relaciones de consumo.

II. En particular y sin perjuicio de otras que existan, son abusivas y se tienen por no escritas las cláusulas que:

- a) Limiten o excluyan total o parcialmente, a través de cualquier mecanismo, la responsabilidad del proveedor por daños a la o el consumidor;
- b) Autoricen al proveedor a la modificación unilateral de las condiciones esenciales del contrato sin causas objetivas y justificadas, aun cuando contemplen el preaviso;

- c) Trasladen a la o el consumidor riesgos que le son ajenos o que ordinariamente corresponden al proveedor;
- d) Impongan a la o el consumidor el pago de gastos por el cobro de una obligación que excedan de los gastos corrientes o los necesarios para el inicio del proceso judicial;
- e) Impongan la inversión de la carga de la prueba en perjuicio de la o el consumidor;
- f) Trasladen a la o el consumidor las consecuencias del caso fortuito o fuerza mayor;
- g) Faculten al proveedor a la rescisión unilateral e incausada de un contrato de duración indeterminada en un plazo que no permita cumplir con su objeto o alcanzar su finalidad;
- h) Impidan u obstaculicen el derecho de la o el consumidor a ejercer el derecho de revocación de la aceptación en los contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales, a distancia, o mediante la utilización de medios electrónicos o similares, o en los supuestos en los que el proveedor lo ofrezca o publicite o este Código u otra disposición normativa lo contemple;
- i) Impongan a la o el consumidor prestaciones complementarias o accesorias, no solicitadas o ajenas al objeto y finalidad del contrato;
- j) Fijen la competencia judicial en un tribunal distinto del que corresponda según lo dispuesto en el presente Código, o sometan compulsivamente la cuestión al arbitraje;
- k) Impongan compulsivamente a la o el consumidor un representante o mandatario;

- l) Tengan por notificación fehaciente las comunicaciones dirigidas a la o el consumidor en un domicilio electrónico que no haya constituido en forma expresa y previa;
- m) Resten validez a las notificaciones de la o el consumidor dirigidas al domicilio electrónico constituido en el contrato, ante autoridades o registros estatales, y/o que consten en la página de internet, documentación o publicidades del proveedor;
- n) Restrinjan o excluyan la garantía mínima obligatoria por vicios o defectos de bienes no consumibles;
- ñ) Limiten el derecho de la o el consumidor a cancelar obligaciones en moneda extranjera entregando el equivalente en moneda nacional de curso legal, conforme las cotizaciones de bancos públicos que sea más beneficiosa para la o el consumidor;
- o) Impongan cargos sin individualizarlos claramente o cargos por servicios no prestados efectivamente;
- p) Presuman el consentimiento de la o el consumidor ante su silencio, excepto que le corresponda pronunciarse por disposición legal;
- q) Restrinjan o condicionen el pago en dinero de montos debidos a la o el consumidor, sus actualizaciones y/o intereses;
- r) Permitan al proveedor delegar la ejecución de su prestación en un tercero cuando aquél fue elegido por sus cualidades personales o particulares;
- s) Habiliten al proveedor a aplicar débitos, multas, recargos o penalidades económicas en forma unilateral;

- t) Faculten al proveedor a establecer cuándo la o el consumidor ha efectuado consumos tácitos o a estimarlos unilateralmente;
- u) Permitan al proveedor establecer si la o el consumidor ha ejercido abusivamente sus derechos;
- v) Posibiliten la apropiación unilateral de una garantía cualquiera sea su modalidad;
- w) Faculten al proveedor a prorrogar o renovar unilateralmente el contrato sin preaviso a la o el consumidor o usuario;
- x) Posibiliten al proveedor en los contratos de larga duración, de duración indeterminada o de renovación automática la modificación de las condiciones originariamente pactadas sin la expresa aceptación de la o el consumidor y sin prever preaviso y la posibilidad de desvinculación sin penalización de la o el consumidor, según lo establecido en el artículo 192;
- y) Faculten al proveedor de un contrato de servicio público, o de un servicio de cualquier naturaleza prestado en condiciones monopólicas, a disponer la rescisión unilateral aun cuando fuere con causa, cuando ello afecte la dignidad o el acceso a condiciones dignas de vida de la o el consumidor y su grupo familiar.

Artículo 204.- Control Judicial. La nulidad de las cláusulas abusivas es absoluta. Las cláusulas incorporadas a un contrato de consumo pueden ser declaradas abusivas aun cuando hayan sido negociadas individualmente o aprobadas expresamente por la o el consumidor o autorizadas por autoridad administrativa. Cuando la jueza o el juez declare la

nulidad parcial del contrato, simultáneamente lo integrará, siempre que ello fuera más beneficioso para los derechos de la o el consumidor. El Ministerio Público vigilará el debido cumplimiento del control de abusividad.

En cualquier caso, el control administrativo no obsta al control judicial.

Artículo 205.- Control administrativo permanente. La Autoridad Nacional de Aplicación controlará que las cláusulas de los contratos celebrados por adhesión o las cláusulas uniformes, generales o estandarizadas de los contratos hechos en formularios, reproducidos en serie, y en general, los términos, condiciones o cláusulas que hayan sido redactadas unilateralmente o impuestas por el proveedor, no sean abusivas.

En caso de detectar la presencia de cláusulas abusivas, la Autoridad Nacional de Aplicación emplazará al proveedor para que las modifique o elimine. En caso de incumplimiento, el proveedor será pasible de las sanciones establecidas en Libro Quinto, Capítulo II, Sección 7°.

Cuando el contrato haya sido aprobado por otra autoridad u organismo nacional o provincial, éste adoptará las medidas necesarias para la modificación del contrato a solicitud de la Autoridad Nacional de Aplicación.

Artículo 206.- Prevención administrativa de la abusividad contractual. De conformidad con lo establecido en los artículos 90 y artículo 91, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá recomendar la modificación de contratos con cláusulas

presuntamente abusivas o proponer la celebración de un Compromiso de Ajuste de Conducta con el objetivo de la eliminación o modificación de las cláusulas, términos o condiciones presuntamente abusivas. Cuando se trate de cláusulas aprobadas por otra autoridad de aplicación, se procederá conforme lo establecido en el artículo anterior.

Artículo 207.- Listado de cláusulas abusivas. La Autoridad Nacional de Aplicación mantendrá disponible para su consulta pública y al sólo efecto informativo, un listado actualizado de cláusulas que hayan sido declaradas abusivas tanto por la propia Autoridad Nacional de Aplicación como por el Poder Judicial. En cada caso, deberá transcribirse la cláusula correspondiente e individualizarse el expediente administrativo o judicial correspondiente. Las juezas y los jueces, sin perjuicio de la información que pueda recabar o solicitar oficiosamente la Autoridad Nacional de Aplicación, cuando la sentencia que declaró la abusividad de una cláusula en un contrato de consumo se encuentre firme, podrán comunicar para su incorporación al listado o directamente ordenar dicha comunicación en las sentencias que dicten.

Capítulo IV Contratos de consumo conexos

Artículo 208.- Contratos conexos. Sin perjuicio de otros supuestos y de lo establecido en la legislación general, en las relaciones de consumo la conexidad contractual tiene lugar cuando:

- a) La o el consumidor celebra con distintos proveedores una pluralidad de contratos vinculados entre sí y orientados a concretar una única operación económica;
- b) La o el consumidor celebra un solo contrato que se integra con otros contratos celebrados por el mismo proveedor para el logro de una finalidad económica común.

Artículo 209.- Presunciones de conexidad contractual. Se presume que existe conexidad contractual, salvo prueba en contrario, en los siguientes casos:

- a) Cuando un proveedor conceda o autorice el uso de su marca o nombre al proveedor que distribuye o comercializa el bien o servicio;
- b) Cuando un proveedor conceda o imponga la exclusividad de comercialización de su bien o servicio al proveedor que comercializa o distribuye dicho bien o servicio;
- c) Cuando la publicidad o la confianza generada por un proveedor induzca a la o el consumidor a entender que aquél forma parte del mismo emprendimiento, empresa o grupo económico con otro u otros proveedores.

Para determinar la existencia de conexidad, los actos jurídicos deben ser interpretados contextualmente, atribuyéndoles el sentido apropiado que surge del conjunto, de su función económica y el resultado perseguido.

Las declaraciones de inexistencia de conexidad efectuadas por los proveedores en su publicidad, en el contrato u otra documentación entregada a la o el consumidor, son irrelevantes. Cuando se da alguna de las presunciones del

presente artículo, la prueba de la inexistencia de conexidad corresponde al proveedor.

Artículo 210.- Incumplimiento e ineficacia en contratos conexos. El incumplimiento de un proveedor en el marco de la conexidad contractual, habilita a la o el consumidor, según el caso, a:

- a) Suspender el cumplimiento de su propia prestación en cualquiera de los contratos que celebra ante la inejecución de otro de los contratos conexos;
- b) Ejercer la facultad extintiva en cualquiera de los contratos que celebra ante la inejecución o la extinción de otro de los contratos conexos;
- c) Exigir el cumplimiento de obligaciones debidas por el proveedor con el que contrató y se encuentra en mora, a otro proveedor que sea parte de alguno de los contratos conexos y con el que no hubiera contratado directamente;
- d) Promover las acciones resarcitorias de los daños derivados de la inejecución contra otro proveedor que sea parte de alguno de los contratos conexos y con el que no hubiera contratado directamente.

Lo anterior, sin perjuicio de la acción de resarcimiento de los daños causados en los términos del artículo 317.

Artículo 211.- Situación jurídica abusiva. En las relaciones de consumo se considera que existe una situación jurídica abusiva cuando a través de una pluralidad de actos jurídicos conexos y/o de prácticas individualmente lícitas, se persigue

o provoca un desequilibrio significativo o la afectación inequitativa entre los derechos y las obligaciones de las partes, en perjuicio de la o el consumidor. La jueza o el juez debe ordenar lo necesario para evitar los efectos de la situación jurídica abusiva y procurar la reposición al estado de hecho anterior y/o la fijación de una indemnización, lo que resultare más beneficioso para la o el consumidor.

Capítulo V Ejecución y extinción del contrato

Artículo 212.- Opciones del consumidor ante el incumplimiento del proveedor. El incumplimiento de las obligaciones contractuales a cargo del proveedor, así como de las que resultan de la oferta o de la publicidad, excepto caso fortuito o fuerza mayor, faculta a la o el consumidor, según el caso y a su exclusiva elección a:

- a) Exigir el cumplimiento forzado de la obligación, siempre que ello fuera posible;
- b) Reclamar otra prestación económicamente equivalente, siempre que ello fuera posible;
- c) Procurarse el cumplimiento por otro a costa del proveedor, previo a constituirlo en mora y dentro de los límites que resultan del ejercicio regular de los derechos;
- d) Rescindir el contrato con derecho a la restitución de lo pagado, sin perjuicio de los efectos producidos y considerando la integridad del contrato, de conformidad con lo establecido en la legislación general que será de aplicación en la forma y con los alcances establecidos en el artículo 3° del presente Código.

Todo ello sin perjuicio de las acciones tendientes a obtener el resarcimiento integral de los daños que correspondan.

Artículo 213.- Rescisión del contrato de servicios o de plazo indeterminado. En los contratos de servicios o suministro de bienes de plazo indeterminado, incluidos los servicios públicos, la o el consumidor puede solicitar la baja en cualquier momento, sin necesidad de preaviso, cancelación de sumas adeudadas, pago de abonos adelantados, pérdida de sumas anticipadas ni ninguna otra carga o penalidad.

Artículo 214.- Modos de rescisión. En los supuestos del artículo anterior, la o el consumidor puede poner fin al contrato en la misma forma empleada para su celebración o por cualquier otro modo disponible. En caso que la rescisión sea de forma no presencial el proveedor procederá conforme lo dispuesto en los artículos 236 y 238 del presente Código.

Esta disposición debe ser informada en la factura o documento equivalente que el proveedor envíe regularmente al consumidor.

Capítulo VI Contratos específicos

Artículo 215.- Normas supletorias. En todo lo que no se encuentre regulado expresamente en este Capítulo, son de aplicación supletoria las previsiones del Libro Tercero, Título III, Capítulo 3 del Código Civil y Comercial de la Nación, de

conformidad con las reglas de prelación normativa e integración establecida en el artículo 3° del presente Código.

Sección 1° Derechos específicos

Artículo 216.- Derechos específicos. En los contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales del proveedor y en los celebrados a distancia, además de los restantes derechos reconocidos en este Título, las y los consumidores tienen derecho a:

- a) Exigir la entrega de los bienes o prestación de los servicios en un plazo máximo de treinta (30) días, a partir de la celebración del contrato, salvo acuerdo expreso de las partes;
- b) Revocar su aceptación en los términos del artículo 223 del presente Código;
- c) En caso de conflicto con el proveedor, acceder a la jurisdicción, o a la autoridad de aplicación de este Código, correspondientes a su domicilio real o legal.

Artículo 217.- Riesgos del transporte. En el envío de bienes todos los riesgos derivados del transporte de los mismos son a cargo del proveedor hasta el momento en que la o el consumidor, o un tercero que éste indique, los haya recibido.

Cuando sea la o el consumidor el que haya elegido el transportista y siempre que exista pacto expreso en este sentido, el proveedor podrá trasladar el riesgo de pérdida o deterioro de los bienes a partir de la entrega del bien al

transportista. Lo anterior, sin perjuicio de las acciones de la o el consumidor contra el transportista.

Sección 2° Contratos por medios electrónicos

Artículo 218.- Información. El proveedor debe poner a disposición de las y los consumidores, en su página de internet, aplicación o plataforma digital, en una ubicación de fácil visualización y previa a la formalización del contrato, la siguiente información:

- a) La establecida en el artículo 196 del presente Código;
- b) El domicilio físico constituido en el territorio de la República Argentina en los casos de proveedores domiciliados o con sucursales o agencias en la República Argentina;
- c) La demás información obligatoria para el contrato a formalizarse;
- d) Un resumen del contrato, con las cláusulas y condiciones más relevantes para la o el consumidor.

La información y el contenido de la plataforma digital, incluidas todas sus secciones, canales de atención, menús, las páginas de reenvío, descargas y mensajes emergentes, debe estar redactadas en idioma nacional.

Los términos y condiciones de uso o acceso a la plataforma digital, así como las cláusulas de la contratación, deben permitir su lectura, guardado y/o almacenamiento por la o el consumidor de manera inalterable e indubitada, siéndoles de aplicación lo establecido en el Capítulo III del presente Título.

Artículo 219.- Contratos sin soporte físico. Lo dispuesto en la presente Sección se aplica, en lo pertinente, a los contratos celebrados a distancia que no se instrumenten en soporte físico.

Artículo 220.- Corrección de errores, manifestación de la voluntad y confirmación de la aceptación. El proveedor debe otorgar a la o el consumidor, en forma destacada y previa a la realización de la transacción, los medios técnicos y la oportunidad para el conocimiento y corrección de errores en la introducción de datos, así como para la confirmación expresa de la manifestación de su voluntad de contratar. La confirmación de la recepción de la aceptación debe ser inmediata. En ningún caso el silencio o inacción de la o el consumidor pueden constituir manifestación de su voluntad.

Artículo 221.- Copia electrónica. En los contratos comprendidos en la presente Sección, la obligación de entrega de copia íntegra del contrato y anexos si los hubiere, comprobantes de pago y demás documentación contractual correspondiente, se tendrá por cumplida con la entrega de copia electrónica remitida dentro de las cuarenta y ocho (48) horas, desde el domicilio electrónico del proveedor al correo electrónico denunciado por la o el consumidor.

Lo dispuesto en el presente artículo no exime a los proveedores de cumplir con el requerimiento que se les efectúe en los términos del artículo 195.

Artículo 222.- Ofertas por medios electrónicos. Las ofertas de contratación por medios electrónicos o similares, tienen vigencia durante el período que fije el proveedor oferente. Con posterioridad a la fecha de su finalización, o si carece de plazo, su vigencia se entenderá extendida y exigible lo ofertado mientras la oferta permanezca accesible para la o el consumidor.

Sección 3° Derecho de revocación o arrepentimiento

Artículo 223.- Revocación de la aceptación. En los contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales, a distancia, con utilización de medios electrónicos o similares, o cuando el proveedor lo ofrezca o publicite, o en los demás casos que este Código u otra disposición normativa lo disponga, las y los consumidores tienen el derecho irrenunciable a revocar su aceptación sin expresión de causa y sin responsabilidad alguna dentro de los diez (10) días contados a partir de la fecha en que se entregue el bien, reciba la prestación o celebre el contrato, lo último que ocurra. Si el plazo vence en un día inhábil, se prorroga hasta el primer día hábil siguiente

No serán impedimentos para el ejercicio de este derecho las circunstancias de que el bien se encuentre dañado por causales no imputables a la o el consumidor, o la apertura de los empaques, precintos de seguridad y demás elementos del embalaje original. La o el consumidor cumple poniendo el bien a disposición del proveedor en las condiciones en que se encuentre.

Artículo 224.- Deber de informar el derecho a la revocación de la aceptación. El proveedor debe informar a las y los consumidores en forma clara y con caracteres destacados en relación al resto del documento de que se trate, la facultad y el plazo de retractación. Esta información debe incluirse en los portales de venta por internet, en las aplicaciones móviles y similares, en el contrato cualquiera sea el soporte empleado para su instrumentación y en todo documento entregado antes de la aceptación de la o el consumidor.

En los contratos y documentos que requieran firma de la o el consumidor deberá incluirse como disposición inmediatamente anterior a su firma.

El derecho a la retractación no se extingue si la o el consumidor no ha sido informado debidamente sobre su derecho.

Artículo 225.- Efectos de la revocación. La revocación de la aceptación de la o el consumidor en los términos de la presente Sección, libera a las partes de sus obligaciones correspondientes, y deben restituirse recíproca y simultáneamente las prestaciones que han cumplido. Los valores pagados por la o el consumidor a cualquier título deben ser restituidos inmediatamente con la actualización monetaria correspondiente.

Artículo 226.- Imposibilidad de devolución. La imposibilidad de devolución del bien objeto del contrato no priva a la o el consumidor de su derecho a revocar su aceptación. Si la imposibilidad le es imputable, debe pagar al proveedor el valor de mercado que el bien 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.

Artículo 227.- Gastos. El ejercicio del derecho de revocación no genera ni debe implicar gasto alguno para la o el consumidor. La o el consumidor no es responsable por la eventual disminución del valor del bien como consecuencia de su uso conforme a lo pactado durante el período de revocación o que obedezca a su propia naturaleza, y en su caso, tendrá derecho al reembolso de los gastos necesarios y útiles que haya realizado para su conservación y guarda hasta el momento de la devolución.

TÍTULO II Protección en entornos digitales

Capítulo I Disposiciones generales

Artículo 228.- Objeto. Las disposiciones del presente Título tienen por objeto la protección de los derechos de las y los consumidores en las relaciones de consumo en entornos digitales, así como la prevención de prácticas contrarias a la dignidad, transparencia, competencia, lealtad comercial y a la buena fe.

La protección de las y los consumidores en el entorno digital nunca será inferior a la reconocida en las relaciones de consumo presenciales. La responsabilidad civil por

incumplimientos o daños generados a las y los consumidores se rige por lo establecido en el artículo 317.

Artículo 229.- Proveedores digitales. Los proveedores que participen de cualquier manera en relaciones de consumo a través de plataformas digitales, incluyendo los que provean bienes y servicios mediante plataformas de intermediación en el comercio electrónico según lo establecido en el artículo 239, quedan obligados por este Código. Se entiende por plataforma digital a todo programa, página de internet, aplicación móvil, portal o tienda de comercio o subastas electrónicas, o similares, que permita la comercialización o el suministro, bajo cualquier modalidad, de bienes o servicios a las y los consumidores.

Artículo 230.- Consultas y reclamos. El proveedor digital debe proporcionar, además de otros canales de atención de consultas o reclamos que pudiera ofrecer, un canal eficiente de atención de consultas y reclamos atendido por personas humanas, disponible en todo momento en que la plataforma se encuentre activa para realizar transacciones. Ante cada consulta o reclamo realizado, deberá emitir un comprobante que permita individualizar la gestión realizada y su posterior seguimiento, conteniendo motivo, fecha y hora, y confirmación de la recepción del reclamo o consulta.

Artículo 231.- Sistemas de reputación. Cuando la plataforma digital contenga o utilice sistemas de reputación o puntaje de proveedores, de las y los consumidores o usuarios, o sobre los bienes o servicios ofrecidos, u otras modalidades similares

de valoración, deberán aplicarse criterios objetivos, equitativos, transparentes y no discriminatorios, informando en forma detallada los sistemas y parámetros utilizados en los términos y condiciones del servicio. Los sistemas utilizados deberán emplear y mostrar los mismos criterios entre proveedores, bienes o servicios de un mismo rubro o categoría.

Los sistemas empleados no podrán permitir su manipulación o adulteración por el proveedor digital, ni la divulgación de mensajes no deseados de ningún tipo, expresiones contrarias a la moral y buenas costumbres, de odio o con contenido violento o discriminatorio.

Artículo 232.- Habeas data digital. La acción de habeas data contemplada en la Ley N° 25.326, o la que la reemplace, sin perjuicio de lo allí establecido, podrá interponerse en forma individual por las y los consumidores afectados, o en forma colectiva por cualquiera de los legitimados en los términos del artículo 385 del presente Código, con los siguientes objetivos:

- a) Promover alguna de las pretensiones establecidas en el artículo 33 de la Ley N° 25.326, relacionadas con la reputación, identidad o perfilamiento que la plataforma digital o el algoritmo o cualquier otro método automatizado empleado, establecieran en relación a las y los consumidores;
- b) Obtener una requisitoria judicial que obligue a los proveedores, programadores, diseñadores y/u otros requeridos, a brindar acceso a las fuentes y datos para analizar si un algoritmo, inteligencia artificial o proceso automatizado tiene un carácter dañino, discriminatorio, o

contrario a los principios y derechos establecidos en el presente Código; y/o

c) Obtener una requisitoria judicial que obligue a las y los proveedores, programadores, diseñadores o a otros requeridos, a brindar información y explicar los criterios objetivos y subjetivos bajo los que funciona un algoritmo, inteligencia artificial o proceso automatizado en los términos del artículo 109 del presente Código.

Capítulo II Protección en el comercio electrónico

Artículo 233.- Modelo de contrato. El acceso a los ejemplares de contrato, y condiciones generales y particulares de contratación, deberá ser fácil y directo desde la plataforma digital del proveedor, ocupando un lugar destacado en cuanto a visibilidad y tamaño.

La publicación de los contratos por adhesión, debe ser íntegra, clara y discriminada por cada modalidad, plan, producto y/o servicio. Deberá utilizarse un único hiperenlace o hipervínculo para dar cumplimiento a esta exigencia.

No se admitirán remisiones a otros documentos y/o sitios de Internet.

Asimismo, en el caso en que las y los consumidores tengan un acceso personalizado o un usuario registrado en la plataforma digital del proveedor, en todo momento deberán tener disponible en el mismo, el contrato suscripto y las ofertas o promociones especiales que se hubieran acordado. Esta publicación deberá realizarse en iguales condiciones a las consignadas en el párrafo anterior.

Artículo 234.- Baja de servicios. Los proveedores de servicios que posean plataformas digitales, incluso cuando la prestación no se contrate o suministre por este medio, deben incluir en la misma, a simple vista y en el primer acceso, la opción por la cual la o el consumidor podrá solicitar la baja del servicio contratado. El hiperenlace o hipervínculo para rescindir los servicios contratados deberá ser de acceso fácil y directo desde la página de inicio de la plataforma digital y ocupar un lugar destacado, en cuanto a visibilidad y tamaño, identificado en letras mayúsculas como “BOTÓN DE BAJA”. Asimismo, al momento de hacer uso de esta opción, el proveedor no podrá requerir a la o el consumidor registración previa ni ningún otro trámite.

Artículo 235.- Exhibición de proveedores y bienes. En la aparición o exhibición de bienes o servicios en las plataformas de intermediación en el comercio electrónico en los términos del artículo 239, o en los páginas o aplicaciones de comercio electrónico, deberán respetarse las siguientes reglas:

a) Está prohibida toda adulteración, modificación, u otra práctica que altere el orden de aparición o presencia de los proveedores oferentes, bienes o servicios, aun cuando sea parcial o temporal, sin respetar objetivamente el criterio de búsqueda solicitado o informado por la o el consumidor. Lo aquí dispuesto no impide la exclusión de una o un proveedor oferente, bien o servicio cuando el horario, ubicación geográfica, disponibilidad de stock u otro motivo objetivo impida satisfacer el requerimiento de la o el consumidor;

b) Deberá garantizarse que, por defecto y salvo que la o el consumidor introduzca un parámetro de búsqueda distinto, los bienes de menor precio según la unidad de medida aparezcan publicados en la parte superior de la primera visualización de la categoría en cuestión;

c) En todos los casos, la clasificación o categorización que se haga de proveedores oferentes, bienes o servicios, deberá realizarse aplicando criterios objetivos y equitativos.

Artículo 236.- Base de datos actualizada. Los proveedores de bienes o servicios que posean formas de contratación por vía telefónica, electrónica o cualquier otro medio similar, así como los proveedores de servicios públicos, deben poseer y mantener actualizada, una base de datos que debe contener la siguiente información:

a) Datos de identidad del usuario;

b) Número de cliente;

c) Fecha y medio de contratación del servicio;

d) Fecha, hora y medio por el cual se solicitó la baja del servicio;

e) Código de rescisión;

f) Modo en el que concluyó el trámite, incluso en los casos que la o el consumidor decida continuar con la contratación.

La base de datos debe estar en todo momento y sin requisitoria, a disposición de la Autoridad Nacional de Aplicación para su fiscalización.

Artículo 237.- Ejercicio del derecho de revocación en plataformas digitales. Los proveedores que comercialicen bienes y servicios a través de plataformas digitales, deben incluir en la misma, a simple vista y en el primer acceso, la opción por la cual la o el consumidor podrá ejercer el derecho de revocación de la aceptación contemplado en el artículo 223 del presente Código. Ello, sin perjuicio de la validez de la comunicación a tal fin cursada por cualquier otro canal o medio disponible por el proveedor.

La opción deberá identificarse en letras mayúsculas como “BOTÓN DE ARREPENTIMIENTO” y ser de acceso fácil y directo desde la plataforma digital, sin que pueda requerirse a la o el consumidor registración previa u otro trámite.

Artículo 238.- Constancia. Ante la solicitud de baja o arrepentimiento establecido en los artículos 234 y 237 del presente Código, así como ante la solicitud de baja de servicios públicos prevista en el artículo 303, el proveedor dentro de las veinticuatro (24) horas y por el mismo medio, deberá enviar a la o el consumidor el número o código de correspondiente.

Capítulo III Intermediación en el comercio electrónico

Artículo 239.- Intermediación en el comercio electrónico. El presente Capítulo regula las condiciones de acceso a bienes y servicios destinados a las y los consumidores a través de una plataforma de intermediación en el comercio electrónico que, bajo cualquier modalidad, proporciona un proveedor

intermediario digital a los proveedores oferentes y usuarios de la misma. El proveedor intermediario digital y el proveedor oferente, cualquiera sea la participación que tengan o la actividad que desarrollen en la relación de consumo, quedan solidariamente obligados por el cumplimiento del presente Código ante las y los consumidores sin perjuicio de las acciones de repetición que pudieran corresponder entre ellos.

Artículo 240.- Prácticas contrarias a la libertad de elección. Son prácticas prohibidas para el proveedor intermediario digital, entre otras posibles, las siguientes:

- a) Fijar aranceles diferenciados a las y los consumidores en concepto de comisiones u otros cargos, entre proveedores oferentes que pertenezcan a un mismo rubro o con relación a iguales o similares bienes o servicios;
- b) Impedir, limitar o dificultar el acceso de las y los consumidores a determinados proveedores oferentes, o a determinados bienes o servicios, por causales que no sean establecidas contractualmente, objetivas o que impliquen criterios arbitrarios o discriminatorios entre proveedores oferentes de un mismo rubro o con relación a iguales o similares bienes o servicios;
- c) Excluir total o parcialmente a la o el consumidor de modo unilateral y sin una causa legítima, de los servicios que brinda el proveedor intermediario digital; y
- d) Limitar, condicionar o dificultar el pago de sus acreencias a las y los consumidores , mediante la entrega de cupones, crédito para consumir en la misma u otra plataforma digital, o cualquier otra modalidad no aceptada de modo voluntario, expreso y revocable en cada oportunidad.

Artículo 241.- Obligaciones del proveedor intermediario digital. Los proveedores intermediarios digitales deberán:

- a) Inscribirse en el Registro Nacional de Proveedores, Estadística y Reincidencia de la Autoridad Nacional de Aplicación, registrando los datos indicados en el artículo 69;
- b) Mantener los acuerdos comerciales suscriptos con los proveedores oferentes y los usuarios de sus plataformas digitales a disposición de la Autoridad Nacional de Aplicación.

Artículo 242.- Límites a prácticas desleales y abuso de posición dominante. A los efectos de evitar la imposición de condiciones o prácticas abusivas, anticompetitivas o desleales que perjudican a las y los consumidores, el proveedor intermediario digital y el proveedor oferente usuario de su plataforma digital, deberán respetar las siguientes condiciones:

- a) Los precios de los bienes o servicios ofrecidos o comercializados por el proveedor oferente adherido no podrán ser fijados, alterados o condicionados de ningún modo por el proveedor intermediario digital;
- b) Cuando a través de la plataforma digital se ofrezcan o comercialicen bienes o servicios respecto de los cuales el proveedor intermediario digital tenga cualquier interés o participación que exceda la provisión de sus servicios de intermediación, deberá informar de manera clara y detallada tal circunstancia en cada una de las publicaciones relacionadas con esos bienes o servicios;

c) Está prohibido pautar el suministro a otros proveedores o a cualquier tercero, información comercial de las y los consumidores, o referida a su relación con otros proveedores, o datos personales u otra información sensible; y

d) Está prohibido imponer a las y los consumidores canales de pago, envío, u otros servicios conexos en la intermediación en el comercio electrónico. El suministro de estos servicios no podrá ser exclusivo, y no podrán pactarse comisiones, condiciones preferenciales, descuentos, o ser objeto de un trato diferenciado que excluya o perjudique su suministro por terceros.

Corresponde a la autoridad de aplicación de la legislación de defensa de la competencia dictar las reglamentaciones generales y particulares necesarias para prevenir conductas anticompetitivas. Dichas reglamentaciones podrán dictarse a través de resoluciones conjuntas con la Autoridad Nacional de Aplicación de este Código.

Artículo 243.- Responsabilidad. El proveedor intermediario digital y el proveedor oferente adherido a la plataforma digital, responden en los términos del artículo 317 del presente Código.

Artículo 244.- Prohibición de informar. El proveedor intermediario digital tiene prohibido informar a bases de datos públicas o privadas de antecedentes financieros o crediticios, los casos de mora o saldos impagos al proveedor oferente, por parte de las y los consumidores.

TÍTULO III Protección de los intereses económicos

Capítulo I Contratos de crédito o de financiación para el consumo

Sección 1º Disposiciones generales

Artículo 245.- Contratos comprendidos. El presente Capítulo se aplica a los contratos de consumo cuyo objeto sea el otorgamiento de un crédito en cualquiera de sus modalidades, así como a los contratos de financiación para la adquisición de bienes o servicios, ya sea que la financiación la otorgue el proveedor de los mismos o uno distinto e independientemente, en ambos casos, de la forma o el medio utilizados para la contratación.

Además de las disposiciones específicas aquí previstas, son de aplicación las normas generales establecidas en el presente Código.

En los casos que el crédito o financiación sea otorgado por una entidad financiera u otras cuya actividad se encuentre total o parcialmente regulada por normas específicas o sectoriales, éstas serán de aplicación de conformidad con lo establecido en el artículo 3º.

Artículo 246.- Forma. Los contratos comprendidos en el presente Capítulo deben ser instrumentados por escrito, debiendo el proveedor entregar tantas copias del contrato debidamente firmadas como partes intervengan en el mismo.

El contrato es inoponible a la o el consumidor, sus fiadores o coobligados hasta la recepción de la copia del contrato en debida forma.

Artículo 247.- Obligaciones precontractuales. Con carácter previo a la formalización de un contrato comprendido en el presente Capítulo, es obligación del proveedor:

- a) Suministrar, con suficiente antelación, copia del contrato y sus anexos a suscribir;
- b) Brindar asesoramiento personalizado que permita la correcta comprensión y evaluación de la conveniencia y consecuencias de la operación;
- c) Informar sobre la existencia y disponibilidad de otros contratos o modalidades alternativas con el mismo objeto; y
- d) Verificar e informar la capacidad crediticia de la o el consumidor, especialmente su capacidad de pago de la obligación asumida.

El Banco Central de la República Argentina dictará la reglamentación que determine los estándares y recaudos que deben adoptar los proveedores en el cumplimiento del presente artículo, aun cuando no sean sujetos comprendidos en la Ley N° 21.526.

Artículo 248.- Contenido obligatorio. El contrato debe especificar de forma clara y comprensible para la o el consumidor, lo siguiente:

- a) La autoridad, fecha, expediente y número de resolución que aprobó administrativamente el contrato modelo, cuando corresponda;
- b) El nombre o razón social, domicilio físico y electrónico del proveedor y, en su caso, del proveedor intermediario;
- c) La descripción del objeto del contrato y, cuando corresponda, del bien o servicio financiado y el precio al contado;
- d) El derecho de revocación de la aceptación o arrepentimiento y las condiciones para su ejercicio;
- e) La tasa de interés efectiva anual y el total de los intereses a pagar;
- f) Las comisiones, gastos, y/o cualquier otro concepto o carga económica a cargo de la o el consumidor;
- g) El costo de los servicios accesorios si los hubiera, siempre que estén expresamente pactados y aceptados;
- h) El costo financiero total;
- i) El sistema de amortización del capital y cancelación de los intereses;
- j) La cantidad, periodicidad y monto de los pagos a realizar;
- k) La existencia del derecho de cancelación anticipada, contenido y condiciones para su ejercicio;
- l) El importe a desembolsar inicialmente en caso de existir, y el monto financiado;

m) La información establecida en el inciso “b” respecto del proveedor del bien o servicio, cuando no fuera el proveedor de la financiación;

n) Toda otra información obligatoria por otra disposición de este Código u otra normativa.

Artículo 249.- Incumplimiento. Cuando el proveedor omita incluir alguno de los datos indicados en el artículo anterior o incumpla alguna de las obligaciones establecidas en el artículo 247, la o el consumidor tendrá derecho a demandar la nulidad del contrato, o de una o más cláusulas. Cuando la jueza o el juez declare la nulidad parcial, simultáneamente integrará el contrato si ello fuera necesario y más beneficioso para la o el consumidor.

Artículo 250.- Tasa sanción. Sin perjuicio de las acciones y sanciones que correspondan, cuando deba integrarse el contrato por omisión, falsedad o incumplimiento de alguno de los requisitos establecidos en los artículos 189, 196, y 248, o cuando el presente Código lo disponga, la obligación de las y los consumidores deudores de abonar intereses compensatorios y moratorios será ajustada a la tasa de interés para depósitos a treinta (30) días del Banco de la Nación Argentina vigente a la fecha de celebración del contrato, siendo nulos y quedando sin efecto de pleno derecho los intereses punitivos pactados.

Lo pagado en concepto de intereses punitivos, así como la diferencia entre lo abonado y las cuotas devengadas ajustadas, a elección de la o el consumidor, podrá ser repetido o aplicado a la cancelación anticipada del crédito o

financiación en los términos del artículo 254 del presente Código.

Artículo 251.- Evaluación desfavorable. Cuando el proveedor denegare la solicitud de contratar de la o el consumidor, deberá explicar de modo fundando las razones del rechazo. En caso que el mismo se funde en antecedentes crediticios desfavorables, el proveedor deberá informar por escrito, claramente y en forma gratuita, el antecedente crediticio y/o de solvencia desfavorable y su fuente.

Artículo 252.- Responsabilidad por el otorgamiento de crédito o de financiación. Los riesgos, daños y costos que puedan derivarse para la o el consumidor del otorgamiento de un crédito o de una financiación sin que se hayan evaluado en forma debida sus antecedentes crediticios, su capacidad de pago, solvencia patrimonial o mediante el empleo de cualquier práctica que estimule el endeudamiento excesivo, serán soportados por los proveedores y los proveedores intermediarios del crédito o financiación. El juez o jueza, o las autoridades administrativas cuando corresponda, deberán tener en cuenta, la gravedad de los efectos del incumplimiento en las condiciones de vida del consumidor y su familia, la afectación patrimonial para la o el consumidor y su familia, su capacidad de pago y demás elementos relevantes del caso.

Artículo 253.- Derecho de revocación de la aceptación o de arrepentimiento. En los contratos comprendidos en el presente Capítulo, de modo independiente de su forma y medio de celebración, las y los consumidores tienen derecho

a revocar su aceptación en los términos y con los efectos establecidos en el artículo 223 del presente Código.

La o el consumidor deberá restituir al proveedor el capital en un plazo máximo de treinta (30) días contados desde el momento en que el proveedor notificó los medios de restitución.

Artículo 254.- CANCELACIÓN ANTICIPADA. La o el consumidor podrá cancelar total o parcialmente de modo anticipado todo crédito, o financiación para la adquisición de bienes o servicios, con la consiguiente reducción proporcional de los intereses y otros cargos vinculados al plazo y/o capital.

La reducción proporcional de los intereses deberá realizarse aplicando la tasa de interés establecida para la deuda original sobre el capital, por el plazo efectivamente transcurrido hasta la cancelación. Cuando la o el consumidor haya pagado intereses por un monto superior al resultante de la reducción proporcional, los intereses pagados en exceso se imputarán al capital, y una vez cancelado el mismo, el proveedor debe poner el excedente resultante a disposición de la o el consumidor.

Artículo 255.- IMPUGNACIÓN DE RESÚMENES Y OTROS CONCEPTOS. Cuando la o el consumidor cuestione un resumen, cargo, concepto o liquidación y el proveedor rechace o no satisfaga su reclamo, podrá interponer denuncia administrativa ante la autoridad de aplicación y/o la acción judicial correspondiente. Si la denuncia, solicitud de mediación o la demanda se presentare dentro de los treinta (30) días desde la notificación a la o el consumidor de la respuesta desfavorable, el

proveedor no podrá exigir, cobrar o debitar los conceptos hasta la resolución definitiva firme por parte de la autoridad correspondiente.

Si el reclamo fuera resuelto a favor del proveedor, éste tendrá derecho a reclamar el pago de la diferencia adeudada, con más los intereses moratorios, calculados desde la fecha de vencimiento para el pago original hasta la fecha del efectivo pago.

Cuando el proveedor no respondiera de manera fundada el reclamo dentro de los plazos que establezca la reglamentación, o de los treinta (30) días cuando no existiera previsión legal, se entenderá de pleno derecho el consentimiento tácito del reclamo. No se considerará como respuesta, la enviada en forma automática por cualquier medio.

Lo dispuesto en el presente artículo resulta de aplicación también a los contratos de consumo no crediticios comprendidos en el Capítulo II del presente Título.

Artículo 256.- Derecho a la refinanciación. La o el consumidor deudor de un contrato de consumo de crédito o de financiación tiene derecho dentro de los noventa (90) días de incurrir en mora, por única vez, a solicitar una refinanciación de lo adeudado vencido, o del total adeudado, respetándose las condiciones de plazo y tasa de la operación original. Lo anterior, sin perjuicio de las reducciones de la tasa de interés, ampliación de los plazos u otras mejoras en las condiciones originarias, siempre que sean expresamente aceptadas por la o el consumidor deudor.

La solicitud de refinanciación surtirá efectos con la sola notificación al proveedor, indicándose la imposibilidad transitoria de pago y la intención de refinanciar de las cuotas vencidas impagas o del total de la deuda. En tal caso, el proveedor dentro de los diez (10) días deberá:

- a) Calcular el nuevo valor de la cuota adicionando al monto a refinanciar, los intereses moratorios y punitivos devengados;
- b) Establecer el vencimiento de la primera cuota refinanciada que no podrá fijarse antes de los treinta (30) días desde el perfeccionamiento de la refinanciación; y
- c) Entregar copia de las nuevas condiciones, debiendo constar en el documento las condiciones originales; el medio y fecha de recepción de la solicitud de refinanciación; la fecha de aceptación; la fecha del primer vencimiento; y el detalle de la liquidación.

Artículo 257.- Competencia del Banco Central de la República Argentina. Le corresponde al Banco Central de la República Argentina dictar, en el ámbito de sus competencias, las reglamentaciones y adoptar las medidas conducentes para que las entidades bajo su control y demás proveedores de crédito o financiación cumplan con las disposiciones del presente Título.

Las reglamentaciones del Banco Central de la República no modifican, restringen o alteran los derechos de las y los consumidores o las obligaciones de los proveedores que establece el presente Código y serán de aplicación de conformidad con lo establecido en el artículo 3°.

Sección 2º Reglas particulares

Artículo 258.- Conexidad contractual en la financiación para consumidores. Cuando exista un contrato de consumo de financiación cuyo objeto sea la adquisición de bienes o servicios, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 210 y en otras normas, en caso de incumplimiento de las obligaciones impuestas al proveedor del bien o servicio, la o el consumidor quedará habilitado a obtener una reducción proporcional del monto de la financiación original, pudiendo optar entre la reducción proporcional del monto de las cuotas pendientes o una reducción de la cantidad total de cuotas originariamente pactadas.

Artículo 259.- Perfeccionamiento de la operación. El perfeccionamiento del contrato de consumo de adquisición de bienes o servicios financiados en el que se prevea que un tercero otorgue la financiación, quedará condicionada al efectivo otorgamiento de la misma. En caso de no otorgamiento de la financiación por cualquier causal, la operación se resolverá sin costo alguno para la o el consumidor, debiendo en su caso restituírsele las sumas que hubiere abonado en concepto de entrega de contado, anticipos y demás gastos efectuados.

Cuando la o el consumidor ejerce su derecho de revocación en los términos del artículo 223 frente al proveedor del bien o servicio, se desobliga igualmente frente al proveedor de la financiación, sin responsabilidad alguna.

En lo pertinente, es de aplicación a estos supuestos lo establecido para el derecho de revocación o arrepentimiento en el Título I, Capítulo VI, Sección 3° del presente Libro.

Artículo 260.- Presunciones de conexidad en los contratos de consumo de financiación. La conexidad contractual en los contratos de consumo para la financiación de bienes o servicios, además de las reglas generales establecidas en los artículos 208 y 209, se presume cuando:

- a) Se publiciten ambos contratos de manera conjunta, o en la publicidad de uno de ellos se haga referencia al otro;
- b) Existe una cooperación regular entre el proveedor de bienes y servicios y el proveedor de la financiación, sin que sea necesaria la existencia de un acuerdo formal previo entre ellos ni que sea concertado en exclusividad;
- c) El contrato de financiación se ofrece o se celebra en el ámbito donde se desarrolla la actividad del proveedor de bienes o servicios y a la inversa;
- d) En cualquiera de los contratos exista una referencia a las obligaciones emergentes del otro; o
- e) El bien adquirido sirva de garantía o destino del contrato de financiamiento.

Artículo 261.- Publicidad. En toda publicidad u oferta de crédito o financiación, el proveedor deberá informar de modo detallado los intereses compensatorios, moratorios, punitivos y otros conceptos que serán a cargo de la o el consumidor.

Artículo 262.- Intimación previa. El proveedor de crédito o de financiación para la adquisición de bienes o servicios, no podrá promover ninguna acción de cobro, ejecución o mediación prejudicial contra la o el consumidor deudor en mora sin antes haberlo intimado fehacientemente al cumplimiento de su obligación en el domicilio real o especial establecido en el contrato, otorgándole un plazo no inferior a quince (15) días corridos para realizar el pago. En la intimación de pago deberá consignarse el lugar y medios para realizarlo, el monto adeudado discriminando capital, intereses y otros conceptos que correspondan, informando la posibilidad de solicitar una refinanciación si la intimación fuera dentro del plazo establecido en el artículo 256 del presente Código.

El silencio de la o el consumidor deudor ante la intimación de pago, no impide el ejercicio del derecho a la refinanciación dentro del plazo establecido, incluso si se hubiere iniciado el reclamo judicial.

El proveedor no podrá informar a bases de datos la situación de mora del deudor en los términos del artículo 26 de la Ley N° 25.326, hasta vencido el plazo para ejercer el derecho de refinanciación contado desde la intimación fehaciente de pago.

Sección 3° Proveedores no financieros

Artículo 263.- Sujetos obligados. Las disposiciones de la presente Sección son obligatorias para los proveedores que suministren financiamiento y/o crédito a las y los

402

consumidores, con excepción de las entidades financieras que se encuentren comprendidas en la Ley N° 21.526, o los emisores en los términos de la Ley N° 25.065 respecto de las operaciones correspondientes al sistema de Tarjeta de Crédito.

Artículo 264.- Inscripción obligatoria y registración de contratos. Los proveedores de crédito o de financiación obligados por la presente Sección, no podrán iniciar sus actividades sin la previa inscripción como tales en el Registro Nacional de Proveedores, Estadísticas y Reincidencia y la aprobación de sus contratos de parte de la Autoridad Nacional de Aplicación que serán anotados en el Registro Nacional de Contratos por Adhesión y Prácticas Comerciales, todo ello según lo dispuesto en el Libro Primero, Título II, Capítulo V, Sección 1° y 2° de este Código.

La falta de inscripción o el uso de contratos no aprobados, además de las sanciones correspondientes, implicará que la obligación de las y los consumidores deudores de abonar intereses sea ajustada en los términos del artículo 250 del presente Código.

Artículo 265.- Tasa de Interés para Operaciones de Consumo No Financieras. A los fines de transparentar este tipo de operaciones y compendiar las tasas ofrecidas por los proveedores de crédito no financiero, corresponde al Banco Central de la República Argentina publicar periódicamente la “Tasa de Interés para Operaciones de Consumo No Financieras”, la cual podrá variar según las modalidades de crédito o financiación.

Artículo 266.- Límite a los intereses. Los contratos de crédito o financiación comprendidos en la presente Sección, tendrán como límite de los intereses compensatorios y moratorios la Tasa de Interés para Operaciones de Consumo No Financieras publicada por el Banco Central de la República Argentina.

Los intereses punitivos que se apliquen al deudor no podrán superar en más del cincuenta por ciento (50%) a la tasa de interés efectivamente aplicada en concepto de interés compensatorio o moratorio.

Los proveedores comprendidos en esta Sección, deberán obligatoriamente exhibir en todos los locales de atención al público, en sus páginas de internet o plataformas digitales, la Tasa de Interés para Operaciones de Consumo no Financieras vigente.

Los contratos de crédito o financiación que excedan los topes establecidos por el presente artículo, sea por la determinación de una tasa de interés superior, o por el cobro de otros conceptos que agraven el costo del crédito o financiación o la mora del deudor, sin perjuicio de las sanciones correspondientes, serán ajustados de conformidad con lo establecido en el artículo 250 del presente Código.

Capítulo II Servicios de gestión financiera

Artículo 267.- Alcance. El presente Capítulo se aplica a los servicios de gestión financiera destinados a las y los consumidores en cualquiera de sus formas y modalidades, ya

sea que se trate de operaciones de inversión, de billetera digital, de financiamiento individual o colectivo y otros servicios bancarios que no sean contratos de crédito o de financiación para consumo.

Artículo 268.- Requisitos. En todo servicio de gestión financiera deberá consignarse de modo claro y comprensible para la o el consumidor:

- a) El nombre o razón social, domicilio físico y electrónico del proveedor y, en su caso, del intermediario;
- b) Las comisiones, gastos, y/o cualquier otro concepto o condición económica a cargo de la o el consumidor;
- c) La cantidad, periodicidad y/o monto de los pagos al proveedor y/o a la o el consumidor;
- d) El costo financiero total, en caso de corresponder;
- e) El costo de los servicios accesorios si los hubiera, siempre que estén expresamente pactados y aceptados;
- f) El modo de determinación del rendimiento de la inversión o depósito de la o el consumidor, si hubiera;
- g) El riesgo asumido por la o el consumidor, en caso de corresponder.

Sin perjuicio de las sanciones correspondientes, en los casos de incumplimiento del inciso f) la obligación del proveedor será de un rendimiento mínimo de la inversión o depósito equivalente a la tasa activa a treinta (30) días establecida por el Banco de la Nación Argentina, y en los casos de incumplimiento del inciso h) la obligación del proveedor será

de reintegrar, como mínimo, el capital actualizado de la inversión.

Artículo 269.- Billeteras digitales. A los efectos del presente Código, se entiende por billetera digital a todo sistema, contrato, herramienta o plataforma tecnológica por la cual la o el consumidor, ya sea por una transferencia o depósito propio, de terceros o del propio proveedor del servicio, dispone de un saldo manifestado en moneda de curso legal u otra medida de valor, que permite adquirir o utilizar bienes y servicios o cancelar obligaciones, de forma digital, con el propio proveedor o con terceros.

Cualquiera sea la forma o medio utilizado para el contrato de billetera digital, es obligación del proveedor:

- a) Informar y entregar respaldo documental respecto de cada operación, indicando la confirmación de la transacción realizada, el monto, la identidad y CUIT del beneficiario o destinatario de la misma, su domicilio legal y demás información disponible;
- b) En los casos que la billetera electrónica sea personal, implementar las medidas de seguridad necesarias para asegurar la identidad de la o el consumidor y evitar usos no autorizados;
- c) Reintegrar o transferir el saldo en la moneda en que fue entregado, o a solicitud de la o el consumidor, en moneda nacional, sin esperas, restricciones, comisiones u otras cargas;

- d) Mantener su solvencia y una conducta financiera diligente que no comprometa su capacidad para responder patrimonialmente ante las y los consumidores;
- e) En los casos de restricción temporal o definitiva del servicio, proceder al reintegro del saldo sin demoras según lo indicado en el inciso “c” del presente artículo;
- f) Sin perjuicio de la validez del reclamo por cualquier medio o canal disponible, establecer un canal de reclamo y seguimiento sin restricciones de acceso para la o el consumidor, aun cuando haya dejado de ser usuaria o usuario del servicio.

Cuando la billetera digital se vincule a una actividad o evento en particular, a un establecimiento o marca comercial, a una plataforma digital o similar, o a un proveedor o grupo de proveedores determinados, todos los proveedores involucrados de cualquier modo en la operación responden solidariamente por el cumplimiento del presente artículo.

La utilización de los fondos disponibles en la billetera digital para inversiones a nombre o beneficio de la o el consumidor, cuando no impidan la disponibilidad instantánea de los fondos a los fines de utilizar los servicios de pago u otros servicios ajenos a la inversión, no exime del cumplimiento de las obligaciones establecidas en este artículo.

Artículo 270.- Sistemas de financiamiento individual o colectivo. En los contratos, o grupos de contratos, que tengan por finalidad generar cualquier sistema de financiamiento individual o colectivo de consumidoras o consumidores, tales como fideicomisos, cooperativas, asociaciones civiles, círculos de ahorro, planes de capitalización o similares,

cualquiera sea su denominación, el proveedor administrador y/o proveedor intermediario, además de las obligaciones generales para todo proveedor y las que establezcan las normas generales y especiales de aplicación, deberá:

a) Ejercer la administración y/o intermediación de modo leal, diligente y siempre en la forma que mejor beneficie el interés de las y los consumidores contratantes;

b) Rendir cuentas periódicamente, así como ante todo requerimiento;

c) Suministrar en la forma indicada en el artículo 108 a las o los consumidores contratantes o vinculados a la operación, como parte de la información precontractual, toda la documentación e información relacionada con su patrimonio y solvencia patrimonial; la nómina de socios y el capital accionario, si fuese una sociedad; copia de los contratos con los proveedores de los bienes o servicios objeto de adquisición; copia de otros contratos conexos necesarios para la concreción de la operación y toda otra información relevante.

En todos los casos que deban realizarse reintegros a las y los consumidores adherentes o que sean parte de los sistemas alcanzados por este artículo, salvo que se haya previsto una más beneficiosa, deberá aplicarse una tasa de interés compensatorio equivalente a la tasa para depósitos a treinta (30) días del Banco de la Nación Argentina calculada desde que el reintegro es exigible hasta el efectivo e íntegro pago.

Capítulo III Prevención del sobreendeudamiento

Sección 1° Disposiciones generales

Artículo 271- Noción. Se entiende por sobreendeudamiento a la situación de desequilibrio significativo entre el activo ejecutable y realizable y/o el ingreso regular de la o el consumidor, con las deudas y obligaciones sujetas a cumplimiento por las cuales deba responder; o al desequilibrio patrimonial que comprometa el acceso a la satisfacción de las necesidades cotidianas para mantener condiciones de vida digna propias o de su grupo familiar.

La situación de sobreendeudamiento no requiere la existencia de cesación de pagos.

Artículo 272.- Principios para la prevención del sobreendeudamiento. Además de los principios generales enunciados en el Título Preliminar de este Código, la interpretación de las circunstancias y de las normas de aplicación, las políticas públicas, los procesos judiciales y los procedimientos administrativos para la protección de los intereses económicos de las y los consumidores, se rigen por los siguientes principios:

- a) Buena Fe. Se presume la buena fe de la o el consumidor sobreendeudado;
- b) Transparencia. Todo suministro de información a las y los consumidores en el marco de relaciones financieras o crediticias debe ser especialmente transparente y de libre acceso, completo, oportuno, incluyendo las explicaciones y el

asesoramiento necesario para que esa información sea comprensible;

c) Sustentabilidad económica. El endeudamiento de la o el consumidor no debe comprometer el acceso a las condiciones de vida digna del obligado y su grupo familiar, ni la sustentabilidad en el tiempo;

d) Rehabilitación económica. En caso de sobreendeudamiento, la o el consumidor debe poder restablecer su capacidad de acceso al crédito o financiamiento si así lo necesitara o decidiera, en el menor tiempo y con el menor nivel de endeudamiento posibles;

e) Prevención. Las políticas públicas y procesos establecidos, así como las prácticas comerciales desarrolladas por los proveedores, deben buscar prioritariamente prevenir el sobreendeudamiento, evitando cualquier situación de exclusión social e inestabilidad psicológica de la o el consumidor o su grupo familiar;

f) Responsabilidad de los proveedores de crédito o financiación. Los proveedores de crédito o financiación destinados a las o los consumidores y usuarios tienen que ofrecer productos y servicios adecuados al patrimonio y nivel de ingresos de sus destinatarias y destinatarios, desaconsejando o negando su contratación en caso de ser necesario, debiendo evitar activamente y en forma diligente las situaciones de posible sobreendeudamiento de las que, por su profesionalismo, tienen la obligación de tomar conocimiento.

Artículo 273.- Fuerza mayor social. Ante hechos previsibles pero inevitables, que hacen imposible o excesivamente

oneroso el cumplimiento de sus obligaciones, en cualquier momento y aun cuando no se presente una situación de mora o sobreendeudamiento, la o el consumidor podrá solicitar una prórroga, reducción o renegociación de su deuda. Se considerarán tales, entre otros posibles supuestos, la enfermedad de la o el consumidor, de su cónyuge, conviviente, hijas o hijos o personas integrantes de su grupo familiar, accidentes que afecten su salud o capacidad laboral y la pérdida de su trabajo o fuente de ingresos.

Sección 2º Obligaciones del proveedor

Artículo 274.- Solicitud de información. Todo proveedor está obligado a suministrar ante el requerimiento de la o el consumidor o de su fiador, garante, coobligado, heredero, o representante expresamente autorizado, lo siguiente:

- a) Información respecto del estado de los créditos y/o deudas que posea la o el consumidor con el proveedor requerido;
- b) Historial de pagos y vencimientos pasados y futuros;
- c) Copia del contrato original, cesiones y de toda otra documentación que acredite la deuda, su estado actual, pagos totales o parciales y toda otra cuestión vinculada;
- d) Constancia o certificación de inexistencia de deudas o cancelación de una obligación en particular;
- e) Toda otra información que la o el requirente solicite vinculada a la relación de consumo, las obligaciones comprendidas, y los sujetos que integraron o participaron en la misma.

La información y/o documentación deberá ser suministrada dentro del plazo de cinco (5) días conforme lo indicado en el artículo 108, sin ningún costo y en soporte papel, salvo que el requirente expresamente opte por otro medio, y deberá estar suscripta por la o el responsable de la entidad o poseer otro medio para acreditar su autenticidad e integridad.

Artículo 275.- Respuesta del proveedor. Silencio. Ante un requerimiento judicial, administrativo o extrajudicial, respecto de la información o documentación, el silencio del proveedor implica, de pleno derecho, la inexistencia de deuda a cargo de la o el consumidor.

La respuesta del proveedor debe cumplir la totalidad del requerimiento respecto de cada obligación, implicando que ha guardado silencio respecto de aquellas en las que haya cumplimiento deficiente o parcial.

Sin perjuicio de la responsabilidad que corresponda al proveedor, su respuesta y los efectos de su silencio respecto del requerimiento es oponible a los terceros, tales como cesionarios, endosatarios, acreedores y acreedores concursales del requerido, entre otros.

Lo dispuesto en el presente artículo comprende también la citación del proveedor a verificar su crédito en los términos de la Ley N° 24.522.

Artículo 276.- Responsabilidad del proveedor. Cuando un proveedor provoque, contribuya de modo significativo, o agrave una situación de sobreendeudamiento o cesación de pagos de la o el consumidor, deberá responder ante el mismo,

así como frente a los terceros, por los daños que su accionar genere sin perjuicio de las sanciones que correspondieren.

La responsabilidad del proveedor se presume cuando se dan las circunstancias establecidas en el artículo 252 del presente Código.

Artículo 277.- Consecuencia del favorecimiento al sobreendeudamiento. El proveedor que incurra en la conducta prevista en el artículo anterior no podrá solicitar la quiebra de la o el consumidor contratante ante su cesación de pagos, ni oponer los privilegios de su crédito a los restantes acreedores.

Artículo 278.- Prohibición de capitalización de intereses. En las obligaciones a cargo de la o el consumidor, en ningún caso serán capitalizables los intereses. Esta prohibición rige aún en caso de ejecución del crédito por vía judicial, e incluso si estuviere prevista por otra norma o acordada contractualmente.

Sección 3º Mora del consumidor

Artículo 279.- Mora del consumidor. El costo de la mora de la o el consumidor deudor en las operaciones de crédito o de financiación o en otros servicios financieros, no podrá exceder el límite establecido en el artículo 266. Quedan exceptuados los contratos de crédito o financiación para consumidores suministrados por una entidad comprendida en la Ley N°

21.526, siempre que el Banco Central de la República Argentina haya establecido cuantitativamente el límite.

El incumplimiento del presente artículo, además de las sanciones correspondientes, implicará que la obligación de la o el consumidor deudor de abonar intereses sea ajustada en los términos del artículo 250.

La mora de la o el consumidor no impide o limita el ejercicio de sus derechos, ni exime al proveedor de las cargas u obligaciones establecidas en este Código. En ningún caso la situación de mora del consumidor autoriza al proveedor acreedor a cobrar su crédito en forma unilateral, directa o indirectamente.

Artículo 280.- Imputación de pagos. En los procesos judiciales o en los procedimientos administrativos para la prevención y solución del sobreendeudamiento previstos en el Título I, Capítulo V y en el Título II, Capítulo III, del Libro Quinto de este Código, los pagos de una obligación de la o el consumidor en mora se imputarán, en primer término, a cancelar el capital, luego a cancelar intereses e impuestos y, por último, en el caso del proceso judicial, a cancelar gastos de justicia y honorarios.

La cancelación del capital no libera a la o el consumidor deudor de los restantes conceptos adeudados, salvo renuncia expresa o tácita del acreedor. Se presume la renuncia tácita cuando no conste en los recibos, liquidación o factura entregada a la o el consumidor, la existencia de otros conceptos adeudados.

Artículo 281.- Cobranzas extrajudiciales. Además de las prácticas comerciales prohibidas en el Título II del Libro Segundo de este Código, en los reclamos extrajudiciales de deudas originadas en una relación de consumo, se prohíbe que:

- a) Tengan forma de reclamo judicial, embargo judicial, o se invoque el cumplimiento de un mandato judicial inexistente;
- b) Sean anónimos y/o se realicen por medios que oculten la identidad de quien formula el requerimiento, particularmente los enviados por medios telefónicos o digitales;
- c) Se exija o reclame el pago de una deuda inexistente, prescripta o una suma mayor a la efectivamente adeudada;
- d) Signifique o exprese cualquier forma de amenaza, coacción, acoso o denigración a la o el consumidor;
- e) No contengan una liquidación detallada y comprensible;
- f) Incluya o exija honorarios profesionales, u otros conceptos que excedan los honorarios regulados judicialmente o los que corresponda según la legislación que regula los honorarios profesionales.

Cuando se constate alguna de las conductas previstas en el presente artículo, además de las sanciones correspondientes y de otros resarcimientos que correspondieren a la o el consumidor, el proveedor será pasible de la condena disuasiva establecida en el artículo 325 del presente Código. Las penalidades serán extensivas solidariamente a quien actuare en nombre del proveedor, incluso a los profesionales liberales que comentan alguna de las prácticas contempladas en el presente artículo, o presten su nombre u organización profesional a tal fin.

Artículo 282.- Protección de la vivienda. En todo lo que no se contradiga con las disposiciones del presente Código y de conformidad con lo establecido en el artículo 3°, será de aplicación a la protección del inmueble destinado a vivienda de propiedad de la o el consumidor persona humana sobreendeudada, el Capítulo 3 del Título III del Libro Primero del Código Civil y Comercial de la Nación.

Sección 4° Cobros indebidos

Artículo 283.- Deudas no exigibles. Son nulos los reconocimientos de deuda o los pagos efectuados por la o el consumidor, derivados de una obligación prescripta.

Artículo 284.- Cobros indebidos. Se considera cobro indebido a todo importe percibido o reclamado por el proveedor o por quienes detenten o invoquen su representación, que no tenga causa en una deuda exigible, efectiva y lícitamente asumida o contraída por la o el consumidor. En caso de que se haya abonado total o parcialmente el monto reclamado, la o el consumidor tiene derecho al reintegro del importe en cuestión y a los intereses desde su desembolso, así como los gastos necesarios para el reintegro, sin perjuicio de las sanciones correspondientes o el reclamo del resarcimiento de los eventuales daños sufridos.

La autoridad de aplicación de este Código, podrá ordenar el reintegro correspondiente en los términos del artículo 501.

Artículo 285.- Reintegros. Ante cualquier reintegro que corresponda hacer a la o el consumidor por el incumplimiento de las obligaciones del proveedor, ya sea por requerimiento directo de la o el consumidor, o por las acciones administrativas o judiciales que correspondan, los proveedores alcanzados por este Título deberán abonar los gastos ocasionados por el reintegro y, como mínimo, los intereses compensatorios pertinentes. Dichos intereses serán computados desde la fecha del cobro indebido hasta el momento de su efectiva devolución y no podrán ser inferiores a uno coma cinco (1,5) veces la tasa promedio correspondiente al período comprendido entre el momento en que el reintegro hubiera sido exigible y el de su efectiva cancelación, computado según la encuesta diaria de tasas de interés de depósitos a plazo fijo de treinta (30) a cincuenta y nueve (59) días, de pesos o dólares estadounidenses, según la moneda de la operación, informada por el Banco Central de la República Argentina sobre la base de la información provista por la totalidad de bancos públicos y privados.

Sección 5º Autorizaciones de descuento o cobro

Artículo 286.- Autorizaciones de cobro. La presente Sección se aplica a las autorizaciones que posibilitan que un proveedor acreedor privado realice cobros o descuentos mediante cualquier mecanismo de débito directo en los haberes, salarios, jubilación, subsidios, cuentas bancarias, fondos en custodia de terceros o cualquier otra forma de ingresos o bienes de la o el consumidor, ya sea que se los realice a través de un empleador, de un organismo de la

seguridad social, entidad bancaria o financiera, o en forma directa por el mismo acreedor.

La presente Sección no comprende los descuentos que corresponden a órdenes judiciales, obligaciones fiscales o legales.

Artículo 287.- Obligación de cese. Es obligación del sujeto que retenga o perciba el descuento directo, dar de baja y cesar en el mismo dentro de los cinco (5) días hábiles de recibida la solicitud de la o el consumidor, sin que pueda exigirle acreditar la cancelación de la obligación, indicar otro medio de pago, garantía o cualquier otro requisito.

El incumplimiento de la solicitud, genera la obligación concurrente del requerido de reintegrar los fondos de la o el consumidor que haya debitado, más sus intereses, sin perjuicio de las sanciones correspondientes y su responsabilidad por los daños que le hubiere generado.

Cuando la o el consumidor requirente del cese del débito no individualice un descuento determinado, se entenderá que la solicitud de cese es sobre la totalidad de los débitos existentes ante el agente de retención o percepción de los mismos.

Artículo 288.- Obligación de suministrar información. Los agentes de retención o percepción de una autorización de descuento directo están obligados a suministrar a la o el consumidor requirente, la información y documentación en su poder sobre:

- a) Identidad del beneficiario del descuento, CUIT y domicilio legal;
- b) Identificación de la cuenta bancaria o destino al cual se entregan o transfieren los fondos retenidos;
- c) Transferencia realizadas de las retenciones al beneficiario del descuento; y
- d) Documentación que acredite la autorización del descuento directo.

Artículo 289.- Agentes de retención o percepción estatales. Las disposiciones del presente Capítulo son obligatorias para organismos, entes y reparticiones de cualquier naturaleza del Estado Nacional, estados provinciales y municipales, quienes, de conformidad con sus respectivas competencias, podrán reglamentar un procedimiento específico para tramitar el cese de descuentos siempre que no se introduzcan nuevos requisitos o un plazo para el efectivo cese del mismo mayor a los quince (15) días hábiles desde la solicitud de la o el consumidor.

Artículo 290.- Disponibilidad de fondos y compensación. Cualquier proveedor que tenga la custodia, bajo cualquier título, de fondos de una o un consumidor, se encuentran obligados en los términos del artículo 287 de este Código, incluso cuando sea titular de la acreencia.

La solicitud de cese no podrá generar restricción alguna en la disponibilidad de los fondos de la o el consumidor.

Artículo 291.- Prohibición de sanciones por cese de descuentos directos. Es nula toda convención que, ante el cese de una autorización de descuento directo o débito, imponga la mora automática, vencimientos anticipados, aumento de la tasa de interés, comisiones u otras variables que alteren el costo financiero total, u otras disposiciones que agraven la obligación de la o el consumidor.

TÍTULO IV Servicios públicos

Capítulo I Disposiciones generales

Artículo 292.- Servicios públicos comprendidos. El presente Título es de aplicación a todos los servicios públicos sin excepción, incluyendo los servicios públicos domiciliarios, los servicios públicos esenciales y estratégicos en competencia y a toda otra actividad declarada o que se declare como servicio público por el Estado Nacional, provincial o municipal, cualquiera sea la denominación o regulación específica que posea, cuenten o no con ente u organismo de control sectorial, ya sea que la prestación la realice el propio Estado o sea concesionada, autorizada o delegada total o parcialmente a través de cualquier forma, en personas físicas o jurídicas privadas. A los fines del presente Código, el término “servicio público” se refiere indistintamente a cualquiera de ellos.

Los marcos regulatorios, la normativa emanada de los entes u organismos de control y toda otra norma específica de aplicación a la actividad de que se trate, deben respetar, y en

su caso ajustarse, a las reglas, principios y derechos establecidos en el presente Código, aplicándose e interpretándose de conformidad con lo indicado en los artículos 2° y 3° del Título Preliminar.

Artículo 293.- Principios de aplicación a los servicios públicos. En todo lo relacionado con la prestación y acceso a los servicios públicos, deberá perseguirse el máximo cumplimiento y desarrollo de los siguientes principios:

a) Principio de generalidad. Todas las personas tienen derecho a acceder al servicio público. El servicio debe prestarse de modo obligatorio a quien lo requiera dentro del área objeto de la concesión o autorización o la zona sobre la que exista una prestación en situación monopólica o de competencia imperfecta autorizada legalmente o, de hecho;

b) Principio de continuidad. El servicio público debe prestarse en forma regular y satisfaciendo en todo momento la necesidad pública tenida en cuenta para su declaración;

c) Principio de uniformidad. El servicio debe ser prestado a todas las personas en iguales condiciones de calidad y sin discriminaciones ni inequidades. Sin perjuicio de ello, el Estado tiene la obligación de adoptar medidas positivas a los fines de garantizar la universalidad del acceso a los servicios públicos, la protección de las personas particularmente dependientes de la prestación, la protección de las y los usuarios con vulnerabilidad agravada y la equidad social. Las categorizaciones de las y los usuarios deben ser razonables y fundadas, sin implicar una discriminación o arbitrariedad;

d) Principio de regularidad. El servicio debe ser prestado respetando su naturaleza, las características y calidad

establecidas en el marco regulatorio sectorial, el contrato con las y los usuarios, y lo necesario para asegurar la dignidad de las personas. Las y los usuarios tienen derecho a que se implementen, o a solicitar, el dictado de medidas concretas para garantizar o restablecer la regularidad del servicio;

e) Principio de asequibilidad. Las tarifas y precios deben ser justas, razonables, equitativas y sometidas a control estatal. La prestación del servicio y la gestión de la mora no puede comprometer la dignidad, la solvencia, ni el acceso a condiciones dignas de vida de las y los usuarios y sus familias;

f) Principio de sustentabilidad económica. La ecuación económica o financiera del servicio público, no debe condicionar ni afectar ninguno de los derechos de las y los usuarios. Cuando la prestación esté a cargo de personas físicas o jurídicas privadas, la rentabilidad de los mismos y el reparto de dividendos o ganancias, cualquiera sea el modo en que se realice, debe estar condicionada a la efectiva realización de las inversiones y los planes de desarrollo y obras de infraestructura que correspondan;

g) Principio de acceso a la información. Los proveedores de servicios públicos deberán suministrar a las y los usuarios y a quienes los representen, toda la información directa o indirectamente relacionada con la actividad.

Artículo 294.- Obligaciones del Estado. En materia de servicios públicos, son obligaciones estatales indelegables, además de las generales establecidas en el presente Código, las siguientes:

- a) Garantizar y, en su caso, adoptar oficiosamente las medidas necesarias para que los servicios públicos satisfagan la necesidad pública objeto de la prestación y sean prestados de modo continuo, regular y de acuerdo a los estándares de calidad y seguridad correspondientes;
- b) Asegurar el acceso universal a los servicios públicos;
- c) Fijar un sistema de precios o tarifas justo, razonable y transparente que busque minimizar el costo final contemplando la equidad social;
- d) Verificar el correcto cumplimiento de las leyes y normas reglamentarias por parte del proveedor de servicios públicos;
- e) Controlar el cumplimiento de los planes de obras y expansión del servicio;
- f) Controlar y establecer o autorizar, según corresponda, el precio o tarifa del servicio, así como su modificación;
- g) Convocar y sustanciar las audiencias públicas con la debida anticipación ante la modificación de la tarifa o precio del servicio y ante toda otra modificación que incida directa o indirectamente en los derechos y obligaciones de las y los usuarios o del proveedor, proporcionando toda la información necesaria para analizarlas debidamente con suficiente antelación.

Artículo 295.- Obligaciones del proveedor. Son obligaciones de todo proveedor de un servicio público:

- a) Satisfacer toda la demanda de acceso al servicio público que le sea requerida conforme lo establecido en el pliego

licitatorio y otras normas de aplicación, el contrato de concesión y el incremento razonable de la demanda;

b) Brindar el servicio de modo continuo y regular, sosteniendo condiciones adecuadas y uniformes de eficiencia y calidad, respetando en todo momento los parámetros establecidos en este Código y en los contratos, pliegos y demás normas que rijan la prestación;

c) Otorgar a las y los usuarios reciprocidad en el trato, aplicando para los reintegros o devoluciones los mismos criterios y tasas de interés que apliquen para los supuestos de mora de aquellos;

d) Dar respuesta oportuna a los reclamos de las y los usuarios e indemnizar los daños que les causaren, así como los producidos a terceros o personas expuestas en el marco de la prestación del servicio, respetando en todos los casos el principio de reparación integral;

e) Garantizar la medición precisa y real de los consumos mediante el uso de instrumentos adecuados y que posibiliten su conocimiento y control individual por parte de las y los usuarios;

f) Ejecutar sus trabajos de expansión, mejora o mantenimiento del modo que ocasionen la menor molestia y publicitando los mismos con antelación suficiente en los casos que no haya urgencia, para que las y los usuarios o terceros puedan prever o mitigar su afectación;

g) Realizar las acciones educativas y publicitarias de difusión necesarias para posibilitar el uso racional, sostenible y seguro del servicio;

h) Facilitar a las y los usuarios y a las asociaciones que los representan, información completa y comprensible acerca de las características de los servicios prestados, nivel de calidad de los mismos, diferentes opciones de utilización y contratación con sus respectivos costos y beneficios de cada opción, derechos de las y los usuarios, así como los medios de reclamo ante el prestador, entes u organismos de control y autoridades de aplicación del presente Código;

i) Abstenerse de ejercer actos que impliquen un abuso de su posición dominante frente a las y los usuarios, o una modificación unilateral de las condiciones de la prestación del servicio. Toda modificación del contrato requiere obligatoriamente la aprobación previa y expresa del Estado en forma directa o a través del órgano que resulte competente;

j) Cuando se trate de servicios cuya interrupción afectare las condiciones básicas para la subsistencia, continuar prestándolo en caso de verificarse manifiesta incapacidad de pago;

k) Contar con una oficina de atención personalizada en cada localidad cabecera de partido o municipio, o en localidades que tengan más de cincuenta mil (50.000) habitantes dentro de la zona donde preste servicio, a fin de que las y los usuarios puedan efectuar sus reclamos y/o consultas de modo directo y presencial ante personal dependiente del proveedor;

l) Llevar libro de quejas en formato papel y/o digital homologado por la autoridad de aplicación a los efectos de que las y los usuarios puedan asentar sus reclamos o sugerencias, debiendo en todos los casos entregar en el mismo momento, constancia o identificación del reclamo al

usuario. Los reclamos realizados por este medio, deben ser satisfechos en los plazos perentorios que establezcan los respectivos marcos regulatorios sectoriales;

m) Entregar factura de modo gratuito informando el detalle del consumo y demás información pertinente de acuerdo a lo establecido en este Código, el marco regulatorio sectorial y las demás normas de aplicación. La factura debe ser siempre gratuita y en papel, salvo elección expresa de la o el usuario, la cual es revocable por su sola manifestación sin que se modifique su gratuidad;

n) Cumplir con los planes de obras de mantenimiento, infraestructura y expansión del servicio, siendo condición acreditar el cumplimiento de los mismos en forma previa a solicitar la autorización de cualquier reparto de ganancias o dividendos al organismo de control correspondiente.

Artículo 296.- Derechos de las y los usuarios. Sin perjuicio de los establecidos en las normas sectoriales vigentes y/o en los contratos de concesión, son derechos de las y los usuarios, de modo independiente de encontrarse en mora en el cumplimiento del pago del servicio, los siguientes:

a) Recibir un trato equitativo y digno de acuerdo a lo dispuesto en el Título II del Libro Segundo de este Código, en particular en relación a los tiempos de espera y condiciones de trato y atención satisfactorias de los reclamos formulados por cualquier medio;

b) Obtener atención personalizada a través del contacto directo con personas humanas en las oficinas comerciales o de atención al público del proveedor;

- c) Recibir una prestación del servicio adecuada, entendiendo como tal la que sea segura, ininterrumpida y de calidad conforme a lo establecido en la contratación, marco regulatorio específico y demás legislación de aplicación;
- d) Interponer reclamos ante el proveedor del servicio público y/o las autoridades de aplicación de este Código y/o el ente u organismo de control, y formular denuncias ante irregularidades en la prestación, obteniendo respuesta en los tiempos establecidos en las normas respectivas;
- e) Obtener una indemnización integral ante el daño sufrido en el marco de la prestación del servicio;
- f) Recibir información adecuada y comprensible sobre las características del servicio prestado, régimen tarifario, condiciones de uso y seguridad, así como todo otro aspecto relevante para el ejercicio de sus derechos;
- g) Dar de baja el servicio con su sola manifestación sin otro requisito previo exigible;
- h) Contar con una línea o canal de atención de emergencias que funcione ininterrumpidamente todos los días del año;
- i) En los servicios con facturación periódica, recibir las facturas o avisos de deuda con suficiente antelación a su vencimiento y con información clara y detallada de los consumos realizados y cargos facturados;
- j) Solicitar una inspección gratuita de las instalaciones en casos de funcionamiento deficiente del servicio.

Artículo 297.- Participación de usuarios. Las y los usuarios de servicios públicos tienen derecho a participar con voz y voto,

a través de las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores y Usuarios, en el directorio u órgano equivalente de los organismos de control de servicios públicos.

Las o los representantes de las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores y Usuarios en los entes u organismos de control de los servicios públicos nacionales, deberán ser designados por la Sindicatura de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores de la Autoridad Nacional de Aplicación según lo establecido en el Libro Primero, Título II, Capítulo II, Sección 4° de este Código y en la forma que establezca la reglamentación.

Artículo 298.- Control concurrente. Las y los usuarios de los servicios públicos podrán presentar sus reclamos, a su libre elección y cualquiera sea el motivo, ante el ente u organismo de control establecido en el marco regulatorio sectorial o ante la Autoridad Nacional de Aplicación del presente Código.

En los casos que el reclamo obedezca a cuestiones técnicas reglamentadas en el marco regulatorio específico, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá solicitar la colaboración del ente u organismo de control sectorial para la resolución del mismo, o bien remitir el expediente por el que tramita el reclamo encargándose de su seguimiento hasta su resolución final por el ente u organismo de control sectorial correspondiente y manteniendo informado en todo momento a la o el usuario reclamante acerca del estado del trámite. El reclamo de la o el usuario suspende o impide, según el caso, toda restricción en el acceso o en la prestación del servicio por parte del proveedor desde que toma conocimiento o es notificado del mismo, lo que ocurra

primero. Independientemente de las sanciones que correspondan, el proveedor será responsable de todo perjuicio que ocasionare por incumplimiento de esta disposición.

Artículo 299.- Reclamo previo. El reclamo previo ante el proveedor o el reclamo administrativo, en ningún caso constituyen requisitos ni impedimentos para el ejercicio del derecho de las y los usuarios de acceder a la justicia.

Artículo 300.- Difusión de políticas públicas. Publicidad comercial. Los proveedores de servicios públicos deben colaborar en la difusión de las políticas públicas conforme lo indique la Autoridad Nacional de Aplicación, mediante sus facturas, páginas de internet, plataformas digitales, redes sociales y todo otro canal que utilicen para comunicarse con las y los usuarios o para publicitar su actividad.

Se encuentra prohibida la distribución de publicidad comercial de cualquier tipo adjunta o incorporada a la factura del servicio, o a través de cualquiera de los medios utilizados por los proveedores para comunicarse con las y los usuarios, incluyendo sus plataformas digitales.

Artículo 301.- Información al usuario. Los proveedores de servicios públicos deben entregar a las y los usuarios constancia escrita de las condiciones de la prestación y de los derechos y obligaciones de las partes. Sin perjuicio de ello, deben mantener tal información a disposición de las y los usuarios en todas las oficinas de atención al público, así como

en su página de internet institucional, redes sociales y aplicaciones.

Artículo 302.- Servicio de atención telefónica. Los proveedores de servicios públicos, deben contar con un servicio de atención telefónica que permita la comunicación directa con una persona humana que en tiempo real evacúe las consultas o reclamos de las y los usuarios. La opción de la atención por parte de una persona humana debe ofrecerse dentro de las opciones del primer menú. La misma opción deberá informarse cuando, además de la atención telefónica, el proveedor utilice canales de atención a través de redes sociales, aplicaciones de mensajería en línea u otras formas no presenciales de atención.

Es obligación mantener un servicio de atención de emergencias disponible durante las veinticuatro (24) horas del día, todos los días del año.

Artículo 303.- Rescisión por medios no presenciales. Los proveedores de servicios públicos, ante la solicitud no presencial de rescisión del servicio, deberán proceder conforme los artículos 236 y 237 del presente Código, enviando el respectivo comprobante dentro de las veinticuatro (24) horas, según lo indicado en el artículo 238.

La rescisión o baja podrá ser solicitada por la o el usuario en cualquier momento e interrumpe la facturación a partir de la fecha de la solicitud e independientemente de los ciclos o períodos de facturación del servicio. En el caso que el pago sea por adelantado, el servicio se interrumpirá cuando finalice el período abonado.

Si el proveedor continuase proveyendo el servicio pese a la solicitud de rescisión o baja realizada por la o el usuario, no podrá facturar cargo alguno por los períodos posteriores a la misma, aun cuando el servicio haya sido efectivamente prestado y utilizado por la o el usuario. Si a la fecha de baja, ya se hubieran facturado sumas correspondientes a períodos posteriores aún no abonados por el usuario, se deberá realizar la correspondiente nota de crédito automáticamente. La rescisión o baja del servicio es válida, aunque la o el usuario adeude sumas al proveedor.

Capítulo II Tarifas

Artículo 304.- Audiencia Pública. Para la validez de cualquier modificación tarifaria o de su forma de cálculo, o de cualquier aspecto que pueda afectar los derechos y obligaciones de las y los usuarios o de los proveedores, es condición necesaria la previa realización de audiencia pública de conformidad con lo establecido en el Libro Quinto, Título III, Capítulo II del presente Código. Queda prohibido todo sistema de ajuste automático o indexación de tarifas o precios, debiendo en todos los casos calcularse y fijarse las tarifas en moneda nacional.

Artículo 305.- Tarifas diferenciales. Los marcos regulatorios sectoriales de servicios públicos, deberán contemplar la existencia y la forma de implementación de una tarifa reducida y asequible para las y los usuarios dependientes del

suministro por razones de salud y otra tarifa social que permita el acceso de las y los usuarios de menores recursos económicos.

Capítulo III Facturación

Artículo 306.- Interrupción de la prestación del servicio. Cuando la prestación de un servicio público se interrumpa o sufra alteraciones relacionadas con la calidad de la prestación, se presume que es por causa imputable al proveedor. En estos supuestos, la o el usuario tiene derecho a obtener el descuento en la facturación del valor correspondiente al servicio no prestado.

Artículo 307.- Instrumentos y Unidades de Medición. La autoridad competente queda facultada para verificar en cualquier momento el buen funcionamiento de los instrumentos de medición de los servicios públicos, y en particular, cuando existan dudas sobre las lecturas efectuadas por los proveedores. Tanto los instrumentos y las unidades de medición, deberán ser los reconocidos y legalmente autorizados.

El proveedor del servicio deberá garantizar a las y los usuarios el control individual y en todo momento de los consumos realizados.

En las facturas y toda documentación o comunicación que se dirija al usuario, en las oficinas de atención al público, en sus páginas de internet y plataformas digitales, los proveedores

deberán colocar en forma destacada la leyenda: “Usted tiene derecho a reclamar una indemnización si le facturamos sumas o conceptos indebidos o reclamamos el pago de facturas ya abonadas o prescriptas - Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación”.

Artículo 308.- Entrega de facturas y avisos de deuda. En los servicios públicos con facturación periódica, las facturas deberán ser entregadas al usuario con no menos de diez (10) días de anticipación a la fecha de su vencimiento.

Todo documento de cobro que se remita a las o los usuarios, cualquiera sea el soporte y medio utilizados, deberá expresar en forma clara y con caracteres destacados si existen períodos u otras deudas pendientes, y en su caso, fechas, concepto e intereses si correspondiera. En caso que no existan deudas pendientes se expresará: "NO EXISTEN DEUDAS PENDIENTES" en letras mayúsculas. La falta de esta manifestación implica de pleno derecho, que la o el usuario se encuentra al día con sus pagos y que no mantiene deudas con la prestataria.

Los avisos de deuda deben ser remitidos mediante notificación fehaciente y al menos con setenta y dos (72) horas de antelación al corte o reducción del suministro por falta de pago, cuando correspondiere, debiendo restablecerse el servicio el día hábil inmediato posterior al de realización del pago correspondiente.

Artículo 309.- Prohibición de cargos atados y cobros coactivos. Se prohíbe la inclusión en la factura del servicio público, de otros conceptos, cargos o servicios distintos al

propio servicio. La facturación del servicio público siempre podrá ser cancelada independientemente de cualquier otra deuda por otros servicios, impuestos o conceptos que pueda poseer la o el usuario, los que, de corresponder, deberán facturarse por documento separado y exigirse por las vías correspondientes.

La mora de la o el usuario en el pago de conceptos ajenos al propio servicio público no es causal para interrumpir o restringir de cualquier modo su debida prestación.

En ningún caso podrán imputarse los pagos realizados por la o el usuario al abonar la factura del servicio público a otras deudas, o emplearse cualquier otro medio de cobro coactivo o unilateral valiéndose de la facturación de un servicio público.

Artículo 310.- Variaciones en la facturación. Cuando un proveedor de servicio público con variaciones regulares estacionales facture consumos en un período que exceden en un setenta y cinco (75%) el promedio de los consumos correspondientes al mismo período de los dos (2) años anteriores, o de los últimos doce (12) meses anteriores a la facturación para los consumos de servicios públicos no estacionales, se presumirá que existe error en la facturación. En ambos casos y aunque no exista reclamo por parte de la o el usuario, el proveedor deberá abstenerse de exigir el pago de la factura en cuestión hasta tanto verifique, dejando debida constancia documental, el estado de los medidores o registros respectivos, su correcto funcionamiento y los consumos realizados.

Artículo 311.- Facturación y reclamo de conceptos indebidos. Cuando un proveedor de servicios públicos facturase sumas o conceptos indebidos o exigiera el pago de facturas ya abonadas, la o el usuario podrá presentar el reclamo y abonar únicamente los conceptos no cuestionados. En este caso, el proveedor tiene la obligación de emitir una nueva factura incluyendo únicamente los conceptos no reclamados otorgando al menos diez (10) días de plazo hasta su vencimiento.

A partir del reclamo, el proveedor dispondrá de un plazo de diez (10) días para fundamentar en forma detallada y comprensible, el cobro de los conceptos facturados.

Si la o el usuario no considerara satisfecho su reclamo o el prestador no le contestara dentro del plazo indicado, podrá requerir la intervención del ente u organismo de control sectorial o de la Autoridad Nacional de Aplicación del presente Código. Si el reclamo se interpusiera dentro de los treinta (30) días desde la respuesta del proveedor o del vencimiento del plazo para responder, no será exigible el pago de los conceptos impugnados hasta la resolución definitiva del reclamo.

En cualquier caso en que corresponda un reintegro, ya sea que se solicite al organismo de control sectorial, a la Autoridad Nacional de Aplicación del presente Código, o ante la autoridad judicial correspondiente, si la o el usuario hubiera abonado un importe mayor al que correspondiere, el proveedor deberá reintegrarle la diferencia con más los mismos intereses que el proveedor cobra por mora, calculados desde la fecha de pago hasta la efectiva devolución y una multa a favor de la o el usuario equivalente al veinticinco por ciento (25%) del importe cobrado o reclamado indebidamente.

Si el reclamo fuera resuelto a favor del prestador éste tendrá derecho a reclamar el pago de la diferencia adeudada con más los intereses que cobra por mora, calculados desde la fecha de vencimiento de la factura reclamada hasta la fecha de efectivo pago.

Las facultades conferidas a la o el usuario en este Capítulo se conceden sin perjuicio de las acciones para el resarcimiento de los daños que correspondan.

Artículo 312.- Intereses por falta de pago y costos de restablecimiento del suministro. En los casos de mora en el pago, el proveedor no podrá cobrar un interés moratorio superior al cincuenta por ciento (50%) de la tasa pasiva para depósitos a treinta (30) días fijada por el Banco de la Nación Argentina, correspondiente al último día del mes anterior a la efectivización del pago.

Se prohíbe la fijación de intereses punitivos u otros medios de agravar los efectos económicos de la mora, así como el uso de toda práctica intimidatoria, vejatoria o coactiva para el cobro de deudas.

Los costos de restablecimiento del servicio, cuando correspondiere su cobro, deberán corresponderse con gastos efectivamente realizados y calcularse al valor real de plaza de los mismos, de forma tal que no impliquen un enriquecimiento incausado u obtención de ganancia ilegítima por parte del proveedor o tercero dependiente.

LIBRO CUARTO RESPONSABILIDAD CIVIL Y PENAL EN LAS RELACIONES DE CONSUMO

TÍTULO I Prevención de daños y responsabilidad civil de los proveedores

Capítulo I Función preventiva y precautoria

Artículo 313.- Deber de prevención. El deber de prevención de daños del proveedor comprende:

I. En general:

- a) Evitar causar un daño no justificado a las y los consumidores, determinados o no, así como a las y los consumidores equiparados o a las personas expuestas a las relaciones de consumo;
- b) Adoptar, con la diligencia propia de un profesional y conforme a las circunstancias, las medidas necesarias para evitar que se produzca dicho daño, o disminuir su magnitud. Si tales medidas evitan o disminuyen la magnitud de un daño del cual un tercero sería responsable, tiene derecho a que éste le reembolse el valor de los gastos en que incurrió, conforme a las reglas del enriquecimiento sin causa;
- c) No agravar el daño, si ya se produjo.

II. En particular:

- a) Trato digno;

- b) Brindar información, asesoramiento, acompañamiento y advertencia;
- c) Procurar información actualizada sobre las características del bien o servicio y adoptar medidas concretas y eficaces de acción para evitar el daño;
- d) Realizar un análisis de factibilidad y conveniencia del contrato a celebrar;
- e) No celebrar contratos en caso de que los mismos resulten previsiblemente dañosos, desventajosos o inconvenientes para la o el consumidor;
- f) Contar con un seguro de responsabilidad civil con cobertura suficiente ante los previsibles daños derivados del riesgo propio de la actividad o de las cosas o servicios a su cargo o utilizadas en su beneficio; y
- g) Adoptar medidas concretas y eficaces de acción para evitar el daño a las y los consumidores, determinados o no, así como a las y los consumidores equiparados o a las personas expuestas a las relaciones de consumo.

Artículo 314.- Deber de aseguramiento. El proveedor deberá contratar un seguro de responsabilidad civil que cubra los previsibles daños causados por el riesgo propio de la actividad, o de las cosas o servicios a su cargo, o utilizadas en su beneficio, el que se sujetará a las siguientes condiciones, además de las que fije la autoridad de aplicación en la materia:

- a) Las excepciones de cobertura y las franquicias pactadas entre las y los asegurados y aseguradoras serán inoponibles a la o el consumidor, consumidores equiparados o a las
- 438

personas expuestas a las relaciones de consumo, sin perjuicio de las acciones de repetición que correspondan a la aseguradora contra el asegurado;

b) El límite de cobertura será el que se encuentre vigente a la fecha del efectivo pago del siniestro.

Artículo 315.- Deber de precaución del proveedor. Los proveedores deberán actuar precautoriamente frente a la incertidumbre científica respecto de la existencia de una amenaza derivada de un bien o servicio, adoptando las medidas eficaces para advertir y evitar el daño a las y los consumidores.

Artículo 316.- Exigibilidad. Los deberes establecidos en este capítulo pueden ser exigidos por cualquiera de los medios establecidos en este Código, especialmente por la acción Preventiva y Precautoria conforme a lo dispuesto en el Libro Quinto, Título I, Capítulo II, Sección 5°.

Capítulo II Función resarcitoria

Artículo 317.- Factor de atribución y extensión de la responsabilidad. El factor de atribución de responsabilidad civil por daños a las y los consumidores y usuarios en las relaciones de consumo es objetivo, con la única excepción de lo establecido para la condena disuasiva en el artículo 325.

Si el daño a la o el consumidor resulta del vicio o riesgo de la cosa, de la prestación de un servicio o de la realización de una actividad, responderán en forma solidaria y objetiva, sin perjuicio de las acciones de repetición que correspondan:

- a) Quien ejerce, por sí o por terceros, el uso, la dirección y el control de la cosa; y quien obtiene un provecho de ella;
- b) Quien realiza, se sirve u obtiene provecho de la actividad o prestación, por sí o por terceros.

Se considera que se sirve u obtiene provecho de la cosa, la actividad o la prestación del servicio, cualquiera de los sujetos comprendidos por el artículo 6 del presente Código que, de cualquier manera, intervenga o participe en la cadena de producción y comercialización o en su ciclo económico.

El transportista responderá por los daños ocasionados a la cosa con motivo o en ocasión del servicio.

Sólo se liberará total o parcialmente quien demuestre que la causa del daño le ha sido ajena.

Probado el hecho dañoso, se presume que fue producido por el vicio o riesgo de la cosa o prestación del servicio o actividad. Para liberarse de responsabilidad, es carga del proveedor acreditar la causa ajena. Asimismo, de conformidad con lo establecido en el artículo 398, los proveedores deberán aportar al proceso todos los elementos de prueba que obren en su poder, conforme a las características del bien o servicio, prestando la colaboración necesaria para el esclarecimiento de la cuestión debatida en el juicio.

Artículo 318.- Causa ajena. Solo se considerarán causa ajena, los siguientes supuestos:

a) Caso fortuito. Se considera caso fortuito o fuerza mayor al hecho que no ha podido ser previsto o que, habiendo sido previsto, no ha podido ser evitado. Las contingencias propias del riesgo de la cosa, del servicio o de la actividad del proveedor no se consideran caso fortuito;

b) Hecho de un tercero ajeno. El hecho de un tercero por el cual el proveedor no debe responder debe reunir los caracteres del caso fortuito. Los demandados no pueden oponer, como causa ajena, al hecho de cualquiera de los otros integrantes de la cadena de producción o comercialización del producto o servicio o de la actividad;

c) Hecho del damnificado. El hecho del damnificado sólo constituye causa ajena cuando se pruebe la existencia de culpa grave o dolo de su parte.

Artículo 319.- Límite a las eximentes. No configuran eximentes de responsabilidad:

a) El cumplimiento de las reglas del arte, o de la normativa vigente, o el hecho de contar con la autorización administrativa para la fabricación o realización del producto, servicio o actividad;

b) La circunstancia de que el estado de los conocimientos científicos y técnicos existentes en el momento de la puesta en circulación del producto o servicio, o de la realización de la actividad, no hubieran permitido advertir o evitar el daño.

Artículo 320.- Daños por incumplimiento de la obligación de entrega del bien o prestación del servicio. Por el incumplimiento de la obligación de entrega del bien o prestación del servicio, serán responsables en forma solidaria y objetiva todos aquellos que se encuentren vinculados entre sí y con el consumidor por actos jurídicos conexos de conformidad con lo establecido en los artículos 208, 209 y 260 de este Código.

Artículo 321.- Obligación de seguridad. Las cosas y los servicios deben ser suministrados o prestados en forma tal que, utilizados en condiciones previsibles o normales de uso, no presenten peligro alguno para la salud o integridad física de las y los consumidores o usuarios.

El proveedor es responsable en forma objetiva y solidaria por los perjuicios derivados de la lesión a las y los consumidores o a sus bienes en el interior de su establecimiento y en el ámbito físico de su incumbencia.

El ámbito físico de incumbencia del proveedor comprende las inmediaciones del establecimiento en la medida en que en ellas puedan existir peligros derivados de la relación de consumo, así como los corredores viales, los estadios y lugares donde el proveedor organiza eventos de cualquier tipo y sus adyacencias, los andenes, escaleras de acceso, salas de espera y demás instalaciones relacionadas con los medios de transporte, centros comerciales y lugares de atención, y cualquier otro espacio que formen parte del ámbito de injerencia del proveedor, incluso en los entornos digitales, en los que este tenga o deba tener un poder de vigilancia o control.

También se aplica a las situaciones postcontractuales, en la medida que el hecho resulte previsible para el proveedor según la diligencia que es exigible en virtud de su profesionalidad.

El proveedor solo se libera de responsabilidad probando la causa ajena.

Artículo 322.- Integridad de la reparación. Las reparaciones de la o el consumidor en los términos del presente Capítulo se encuentran exceptuadas de la prohibición dispuesta en los artículos 7º y 10 de la Ley N° 23.928 y modificatorias.

Capítulo III Daño extrapatrimonial colectivo

Artículo 323.- Daño extrapatrimonial colectivo. El daño extrapatrimonial colectivo consiste en el menoscabo producido en el ámbito de las relaciones de consumo, al conjunto de creencias, costumbres y significados que componen el patrimonio moral y cultural de la colectividad.

El monto de la indemnización debe fijarse teniendo en cuenta los costos necesarios para el restablecimiento del bien afectado al estado anterior de ser ello posible, o para alcanzar una solución sustitutiva que repare el daño causado, teniendo en cuenta para su determinación y cuantificación, la afectación cierta de la calidad de vida que sufrirán las generaciones presentes y futuras.

Artículo 324.- Acción para la reparación del daño extrapatrimonial colectivo. La acción para la protección o reparación del daño regulado en el artículo anterior, tramitará conforme lo establecido en los artículos 388 o 387, según corresponda.

Se encuentran legitimados para reclamar la indemnización por daño extrapatrimonial colectivo, los autorizados conforme el artículo 385 y el factor de atribución de responsabilidad es objetivo y solidario en los términos del artículo 317.

Capítulo IV Función disuasiva

Artículo 325.- Condena disuasiva o daño punitivo. Se aplicará una condena pecuniaria al proveedor que actúa con grave menosprecio hacia los derechos de la o el consumidor o cuando se compruebe que, a pesar de resarcir el daño, igualmente conserva u obtiene un beneficio económico proveniente de su acción u omisión antijurídica.

a) En caso de acciones individuales, la condena disuasiva puede pedirla la o el consumidor y el Ministerio Público Fiscal. En este caso, el monto de la condena disuasiva siempre será a favor de la o el consumidor;

b) En las acciones de incidencia colectiva, puede solicitarla cualquiera de las y los legitimados activos para promoverlas. Cuando sea solicitada por la o el consumidor afectado, el monto de la condena disuasiva será a su favor. En el caso de los restantes legitimados activos colectivos, el juez o jueza podrá destinar hasta un veinte por ciento (20%) al legitimado activo y el resto a los fines que mejor benefician al colectivo

afectado, o a las autoridades de aplicación nacional, provincial o municipal de este Código. La ejecución del monto destinado a beneficiar al colectivo, podrá realizarla el juzgado por sí, o asignar la ejecución al Fondo Nacional para la Protección de las y los Consumidores y Usuarios (FON.PRO.C.U.), según lo establecido en el Libro Primero, Título II, Capítulo VI del presente Código, o a los fondos provinciales o municipales generados a estos fines según corresponda. En todos los casos, el juez o jueza podrán controlar la ejecución de la tarea encomendada;

c) Si dos o más proveedores son responsables de la conducta que ha dado lugar a la condena disuasiva, su responsabilidad es solidaria;

d) La obligación de pagar la condena disuasiva no es asegurable.

El monto de la condena deberá fijarse tomando en consideración las circunstancias del caso y, fundamentalmente, sus efectos disuasivos, valorando la gravedad de la conducta del sancionado, su repercusión social, los beneficios que obtuvo o pudo obtener, el patrimonio del dañador, la reiteración o reincidencia en que haya incurrido el proveedor, la conducta que haya observado durante el proceso, entre otros elementos. Dicho monto nunca podrá ser inferior a veinte (20) Salarios Mínimos Vitales y Móviles.

La condena disuasiva es independiente de cualquier otra pretensión regulada en este Código y puede solicitarse de forma conjunta o autónoma.

TÍTULO II Delitos en las relaciones de consumo

Capítulo I Disposiciones generales

Sección 1º Acción penal

Artículo 326.- Objeto y alcance. Serán responsables penalmente por delitos cometidos en las relaciones de consumo, de conformidad con las previsiones de este Código y las del Código Penal de la Nación, las personas humanas o jurídicas de naturaleza pública o privada, por los delitos tipificados en la parte especial de este Título.

Artículo 327.- Ejercicio de la acción penal. La acción penal será ejercida por el Ministerio Público Fiscal, y podrá ser instada por la víctima, por los legitimados conforme el artículo 385, incisos b), c), d), e) y f) de este Código.

Estos legitimados, podrán constituirse en parte querellante en procesos en los que se investiguen delitos cometidos por proveedores en perjuicio de derechos individuales y de incidencia colectiva de los consumidores.

Los requisitos de la instancia, forma, contenido y trámite de la constitución de querellante se regirá por el ordenamiento jurídico procesal que resulte aplicable según jurisdicción.

Artículo 328.- Extinción de la acción. La extinción de la acción penal contra las personas humanas autoras del hecho delictivo no afectará la vigencia de la acción penal contra la persona jurídica y viceversa.

Artículo 329.- Prescripción de la acción. La acción penal respecto de las personas jurídicas prescribe a los seis (6) años de la comisión del delito.

Respecto de las personas humanas, prescribe después de transcurrido el máximo de duración de la pena señalada para el delito, si se tratare de hechos reprimidos con reclusión o prisión. A tal fin serán aplicables las reglas de suspensión e interrupción de la acción penal que prevé el Código Penal de la Nación.

Cuando se detecte la realización de maniobras tendientes a ocultar, simular o hacer desaparecer tanto el accionar delictivo como la mecánica del mismo, el plazo de prescripción se reiniciará desde el momento del descubrimiento o desde que la autoridad competente tome conocimiento.

Artículo 330.- Responsabilidad de las personas jurídicas. Las personas jurídicas son responsables por los delitos previstos en este Código en tanto que hubieren sido realizados, directa o indirectamente, con su intervención o en su nombre, interés o beneficio.

También son responsables si quien hubiere actuado en beneficio o interés de la persona jurídica fuere un tercero que careciese de atribuciones para obrar en representación de

ella, siempre que la persona jurídica hubiese ratificado la gestión, aunque fuere de manera tácita.

La persona jurídica quedará exenta de responsabilidad sólo si la persona humana que cometió el delito hubiere actuado dolosamente y en su exclusivo beneficio, sin generar provecho alguno para aquella, y sin su conocimiento al momento del hecho.

Artículo 331.- Responsabilidad sucesiva. En los casos de transformación, fusión, absorción, escisión o cualquier otra modificación societaria, la responsabilidad de la persona jurídica es transmitida a la persona jurídica resultante o absorbente.

Subsiste la responsabilidad penal de la persona jurídica cuando, de manera encubierta o meramente aparente, continúe su actividad económica y se mantenga la identidad sustancial de sus clientes, proveedores y empleados, o de la parte más relevante de todos ellos.

Artículo 332.- Independencia de las acciones. La persona jurídica podrá ser condenada aun cuando no haya sido posible identificar o juzgar a la persona humana que hubiere intervenido, siempre que las circunstancias del caso permitan establecer que el delito no podría haberse cometido sin la tolerancia de los órganos de la persona jurídica.

Artículo 333.- Penas. Sin perjuicio de las sanciones que se establecen para las personas humanas que hubieran intervenido en la comisión de los delitos contemplados en la

448

parte especial, las penas aplicables a las personas jurídicas, serán las siguientes:

- a) Multa de dos (2) a diez (10) veces del beneficio indebido obtenido o que se hubiese podido obtener. En caso de que el monto del beneficio no fuera estimable, la multa equivaldrá al doble del mínimo y del máximo de los montos establecido para las personas humanas en los delitos del Capítulo II;
- b) Decomiso del producto y de los bienes utilizados para producirlos;
- c) Retiro del mercado, inutilización y destino final del producto;
- d) Anulación del registro del producto en el órgano competente;
- e) Anulación de la autorización y registro de fabricación del producto o del tipo o clase de productos;
- f) Disolución y liquidación de la personería cuando hubiese sido creada al solo efecto de la comisión del delito, o esos actos constituyan la principal actividad de la entidad;
- g) Pérdida o suspensión de los beneficios estatales que tuviere;
- h) Suspensión total o parcial de actividades, que en ningún caso podrá exceder de diez (10) años;
- i) Publicación de la sentencia condenatoria en medios periodísticos, en redes sociales y en sitios especializados vinculados al delito cometido.

En caso de que el o los mismos hechos dieren origen tanto a la persecución penal como administrativa, la sanción

pecuniaria en sede penal sustituirá a la prevista para el ámbito administrativo.

Cuando la pena fuera de multa, se aplicará usando el valor del momento de la comisión del hecho, salvo que con posterioridad se establezca una suma menor.

Artículo 334.- Graduación de la pena. Para graduar las penas previstas en el presente Código, se tendrá en cuenta el incumplimiento de reglas y procedimientos internos; la cantidad y jerarquía de las y los empleados y colaboradores involucrados en el delito; la omisión de vigilancia sobre la actividad de las y los autores y partícipes; la extensión del daño causado; el monto económico involucrado en la comisión del delito; el tamaño, la naturaleza y la capacidad económica de la persona jurídica; la denuncia espontánea a las autoridades por parte de la persona jurídica como consecuencia de una actividad propia de detección o investigación interna; el comportamiento posterior; la disposición para mitigar o reparar el daño, el riesgo para la salud y al medio ambiente generado por el delito, y la reincidencia.

Se entenderá que hay reincidencia cuando el proveedor sea sancionado por un delito cometido dentro de los tres (3) años siguientes a la fecha en que quedara firme una sentencia condenatoria anterior.

Cuando fuere indispensable mantener la continuidad operativa de la entidad, o de una obra, o de un servicio en particular, se suspenderá la aplicación de las penas hasta que cese el obstáculo, para lo cual se fijarán judicialmente los procedimientos respectivos.

La jueza o el juez podrá disponer el pago de la multa en forma fraccionada durante un período de hasta cinco (5) años cuando su cuantía y cumplimiento en un único pago pusiere en peligro la supervivencia de la persona jurídica o el mantenimiento de los puestos de trabajo, aplicando la tasa de interés para depósitos a treinta (30) días del Banco de la Nación Argentina. El mismo interés se aplicará al pago de todas las multas desde el momento del dictado de la sentencia que la impone.

No será aplicable a las personas jurídicas lo dispuesto en el artículo 64 del Código Penal de la Nación.

Artículo 335.- Exención de pena. Quedará eximido de pena el proveedor cuando concurren simultáneamente las siguientes circunstancias:

- a) Espontáneamente haya denunciado un delito previsto en este Código como consecuencia de una actividad propia de detección e investigación interna;
- b) Hubiera implementado un sistema de control y supervisión adecuado en los términos de esta Código con anterioridad al hecho del proceso, cuya violación hubiera exigido un esfuerzo de los intervinientes en la comisión del delito;
- c) Hubiera devuelto el beneficio indebido obtenido, reparado los daños causados y neutralizado los riesgos creados.

Artículo 336.- Situación procesal de la persona jurídica. La persona jurídica tendrá los derechos y las obligaciones previstas para el imputado de acuerdo a lo establecido en los códigos de procedimiento, en cuanto le sean aplicables.

Sección 2º Normas procesales especiales

Artículo 337.- Competencia. La jueza o el juez competente para entender en la aplicación de penas a las personas jurídicas será el competente para entender en el delito por cuya comisión sea imputable la persona humana.

Artículo 338.- Notificaciones. Cuando la persona jurídica no se hubiera presentado al proceso, las notificaciones se le cursarán al domicilio legal, que tendrá carácter de domicilio constituido. Serán válidas las notificaciones que se le cursen a cualquiera de los domicilios del artículo 69 inciso “c” o “d”, las que producirán todos sus efectos hasta tanto el proveedor no designe otro en forma fehaciente.

Artículo 339.- Representación. La persona jurídica será representada por su representante legal o por cualquier persona con poder especial para el caso, otorgado con las formalidades que correspondan al tipo de entidad de que se trate, debiendo designar en cualquier caso abogada o abogado defensor. En caso de no hacerlo se le designará el defensor público que por turno corresponda.

La o el representante deberá informar el domicilio de la entidad y constituir domicilio procesal en la primera presentación. A partir de entonces, las notificaciones a la persona jurídica se cursarán en dicho domicilio procesal.

En cualquier momento del proceso la persona jurídica podrá sustituir a su representante. Si la sustitución tuviere lugar una vez iniciada la audiencia de juicio, deberá ser motivada, y podrá interrumpir el proceso dentro del límite de los plazos procesales correspondientes.

La sustitución no perjudicará la eficacia de los actos cumplidos por su anterior representante.

Las facultades, número e intervención de las o los defensores que la asistan se regirán por las disposiciones procesales correspondientes.

Artículo 340.- Rebeldía. En caso de incomparecencia a la citación, la persona jurídica será declarada rebelde por la jueza o el juez, a requerimiento de la o el fiscal.

La jueza o el juez que disponga la rebeldía deberá informar dicha resolución al registro de personas jurídicas correspondiente, a la Autoridad Nacional de Aplicación del presente Código, a la Administración Federal de Ingresos Públicos y al Registro Nacional de Reincidencia, a sus efectos.

Además, deberá disponer de inmediato todas las medidas cautelares necesarias para asegurar la oportuna continuación y finalidad del proceso, de conformidad con el último párrafo del artículo 23 del Código Penal.

Artículo 341.- Conflicto de intereses. Abandono de la representación. Si se detectare la existencia de un conflicto de intereses entre la persona jurídica y la persona designada

como representante, se intimará a aquella para que lo sustituya.

Artículo 342.- Aplicación complementaria. El presente Título, es complementario del Código Penal de la Nación.

Artículo 343.- Aplicación supletoria. En los casos de competencia nacional y federal alcanzados por este Título, será de aplicación supletoria el Código Procesal Penal de la Nación.

Artículo 344.- Reparación de perjuicios. Serán aplicables las normas de los Capítulos II y III del Título I del presente Libro de este Código, y en todo lo que no esté expresamente previsto o fuera más beneficioso para las y los consumidores, las del Título IV del Código Penal de la Nación. La jueza o el juez podrá extender las reparaciones, devoluciones, restituciones o establecimiento de reparaciones sustitutivas, con alcance colectivo, de conformidad con las normas aplicables de este Código.

Sección 3º Acuerdo de Colaboración Eficaz

Artículo 345.- Objeto y partes. El proveedor y el Ministerio Público Fiscal, podrán celebrar un acuerdo de colaboración eficaz, por medio del cual aquel se obligue a cooperar a través de la revelación de información o datos precisos, útiles y comprobables para el esclarecimiento de los hechos, la

454

identificación de sus autores o partícipes o el recupero del producto o las ganancias provenientes del delito, así como al cumplimiento de las condiciones que se establezcan en virtud de lo previsto en la presente ley.

El acuerdo de colaboración eficaz podrá celebrarse hasta la citación a juicio o acto procesal equivalente.

Para el caso de que el proveedor sea una persona humana, podrá optar entre la celebración de un acuerdo de colaboración eficaz en los términos de este Código, o bien solicitar la suspensión del juicio a prueba conforme lo establecido en el Título XII del Código Penal. La opción por uno u otro instituto es excluyente.

Artículo 346.- Contenido del acuerdo. En el acuerdo se identificará el tipo de información o datos a brindar, o pruebas a aportar por el proveedor al Ministerio Público Fiscal, las que se harán efectivas una vez aprobado el acuerdo y cumplimentado el mismo en los términos previstos en este Código y bajo las siguientes condiciones:

I.

a) Pagar una multa equivalente a la mitad del mínimo establecido en la presente ley para el delito respectivo;

b) Restituir las cosas o ganancias que sean el producto o el provecho obtenido del delito; y

c) Abandonar en favor del Estado los bienes que presumiblemente resultarían decomisados en caso que recayera condena, o en favor de un plan de reparación social aprobado por la jueza o juez, que a tal fin deberá designar una o un administrador con cargo al proveedor;

II. Asimismo, podrán establecerse las siguientes condiciones, sin perjuicio de otras que pudieran acordarse según las circunstancias del caso:

- a) Realizar las acciones tendientes a reparar daños extrapatrimoniales o sobre bienes indivisibles;
- b) Prestar un determinado servicio en favor de la comunidad;
- c) Aplicar medidas disciplinarias contra quienes hayan participado del hecho delictivo;
- d) Implementar un programa de integridad en los términos del presente Código o efectuar mejoras o modificaciones en un programa preexistente, rindiendo debida cuenta de su implementación durante el plazo que se fije.

Artículo 347.- Forma y control judicial del acuerdo de colaboración eficaz. El acuerdo se realizará por escrito, con la conformidad de la víctima o denunciante, del representante del Ministerio Público Fiscal y de la Autoridad Nacional de Aplicación, provincial o municipal, según corresponda, y será presentado ante la jueza o juez, quien evaluará la legalidad de las condiciones acordadas y la colaboración pactada, y decidirá su aprobación, observación o rechazo, pudiendo disponer un plan de control de ejecución a cargo de una asociación de defensa de las y los consumidores, a costa del proveedor.

Artículo 348.- Rechazo del acuerdo de colaboración. Si el acuerdo de colaboración eficaz no prosperase o fuese rechazado por la jueza o juez, la información y las evidencias aportadas por el proveedor durante la negociación deberán

456

devolverse o destruirse y no podrán ser empleadas judicialmente, excepto cuando se hubiera tenido conocimiento de ellas de forma independiente o hubiera podido obtenerlas a raíz de un curso de investigación existente en la causa con anterioridad al acuerdo.

Artículo 349.- Control del cumplimiento del acuerdo de colaboración eficaz. Dentro del plazo fijado o aceptado por la jueza o juez, que no podrá exceder el de un (1) año, el encargado del control de cumplimiento del acuerdo presentará el informe de rendición respectivo ante el Ministerio Público Fiscal, el cual, con su dictamen, petitionará a la jueza o juez su aprobación o las medidas de adecuación o ejecución que correspondan.

Asimismo, se corroborarán la verosimilitud y la utilidad de la información que hubiera proporcionado la persona jurídica en cumplimiento del acuerdo de colaboración eficaz. Si se corroborare la verosimilitud y utilidad de la información proporcionada, la sentencia deberá respetar las condiciones establecidas en el acuerdo, no pudiendo imponerse otras penas. En caso contrario, la jueza o juez dejará sin efecto el acuerdo y el proceso continuará de acuerdo a las reglas generales.

Sección 4° Programa de Integridad

Artículo 350.- Programa de Integridad. Los proveedores cuyas características y volumen de negocios supere el establecido en el artículo 63, o cuya calificación de riesgo queden comprendidos en el alcance definido por la Autoridad

Nacional de Aplicación, deberán implementar programas de integridad consistentes en el conjunto de acciones, mecanismos y procedimientos internos de promoción de la integridad, supervisión y control, orientados a prevenir, detectar y corregir irregularidades y delitos comprendidos por este Código.

El Programa de Integridad exigido deberá guardar relación con los riesgos propios de la actividad que el proveedor realiza, su dimensión y capacidad económica, de conformidad a lo que establezca la reglamentación.

Artículo 351.- Contenido. El Programa de Integridad deberá contener, conforme a las pautas establecidas en el segundo párrafo del artículo precedente, al menos lo siguiente:

I. Elementos:

a) Un código de ética o de conducta, o la existencia de políticas y procedimientos de integridad aplicables a todas y todos los directores, administradores y empleados, independientemente del cargo o función ejercidos, que guíen la planificación y ejecución de sus tareas o labores de forma tal de prevenir la comisión de los delitos contemplados en este Código;

b) Reglas y procedimientos específicos para prevenir ilícitos en el ámbito de la comercialización de sus productos y servicios, así como en el trato digno a las y los consumidores, y en cuanto a la prevención de publicidad abusiva o engañosa;

c) Una persona responsable a cargo de la ejecución del programa, así como de la realización de capacitaciones

periódicas sobre el Programa de Integridad a las y los directores, administradores y empleados;

d) El análisis periódico de riesgos y la consecuente adaptación del programa de integridad;

e) Los canales internos y externos de denuncia de ilícitos e irregularidades, abiertos a terceros, adecuadamente difundidos y de fácil acceso;

f) Una política de protección de dependientes o proveedores denunciantes contra represalias;

g) Un sistema de investigación interna que respete los derechos de las personas investigadas e imponga sanciones efectivas a las violaciones del código de ética o conducta;

II. En su caso, la autoridad de aplicación podrá requerir:

a) Procedimientos que comprueben la integridad y trayectoria de terceros o socios de negocios, incluyendo proveedores, distribuidores, prestadores de servicios, agentes e intermediarios, al momento de contratar sus servicios durante la relación comercial;

b) La debida diligencia durante los procesos de transformación societaria y adquisiciones, para la verificación de irregularidades, de hechos ilícitos o de la existencia de vulnerabilidades en los proveedores involucrados;

c) El monitoreo y evaluación continua de la efectividad del programa de integridad, con reportes periódicos a la Autoridad Nacional de Aplicación;

d) El cumplimiento de las exigencias reglamentarias que sobre estos programas dicten las respectivas autoridades en

el ámbito nacional, provincial o municipal que rija la actividad del proveedor.

Capítulo II De los delitos

Artículo 352.- Delitos en las relaciones de consumo. Constituyen delitos en las relaciones de consumo previstas en este Código, sin perjuicio de otros delitos tipificado en el Código Penal y leyes especiales, que pudieran darse en las relaciones de consumo, las conductas tipificadas en los siguientes artículos.

Sección 1° Delitos contra el trato digno

Artículo 353.- Cobro coactivo. El que usare en el cobro de deudas, amenazas, coacción, afirmaciones falsas, incorrectas o engañosas, o cualquier otro procedimiento que exponga a la o el deudor al ridículo, interfiera con su trabajo, descanso, decoro, o vida personal o familiar, será reprimido con prisión de tres (3) meses a dieciocho (18) meses y multa de cinco (5) a doscientos cuarenta y dos (242) salarios mínimo vitales y móviles.

La pena será de prisión de seis (6) meses a tres (3) años y multa de veinte (10) a cuatrocientos ochenta y tres (483) salarios mínimo vitales y móviles, cuando mediando las circunstancias del párrafo anterior:

- a) El reclamo extrajudicial simule forma de reclamo judicial, embargo judicial o se invoque el cumplimiento de un mandato judicial;
- b) El reclamo se realice de modo anónimo y por medios que oculten la identidad de quien formula el requerimiento;
- c) El reclamo sea de una deuda inexistente, prescrita, menor a la reclamada, o incumpla disposiciones de orden público;
- d) Quien realice el delito sea una abogada o abogado matriculado o ponga a disposición su nombre para la comisión del delito.

En el supuesto del inciso “d” del presente artículo el profesional será reprimido además con inhabilitación especial para ejercer su función por el doble de tiempo de la condena.

Artículo 354.- Protección de datos personales. La o el que impidiera o dificultare el acceso de la o el consumidor a informaciones de su persona que consten en registros, bases de datos, o archivos, será reprimido con prisión de tres (3) meses a seis (6) meses o multa de veinte (10) a cuatrocientos ochenta (480) salarios mínimo vitales y móviles.

El que con conocimiento sobre la falsedad o inexactitud de una información personal que constara en una base de datos, sobre un consumidor, omitiera corregir la misma inmediatamente, será reprimido con prisión de seis (6) meses a dieciocho (18) meses o multa de diez (10) a doscientos cuarenta y dos (242) salarios mínimo vitales y móviles.

Sección 2° Delitos contra la salud e integridad personal

Artículo 355.- Omisión de advertencias sobre riesgos a la salud. La o el que omitiere incluir un texto, advertencias o señales ostensibles, sobre la nocividad o peligrosidad de productos elaborados o no elaborados y servicios, en los envases, envolturas, recipientes o publicidad será reprimido con prisión de tres (3) meses a un (1) año y multa de cinco (5) a ciento sesenta y uno (161) salarios mínimo vitales y móviles.

Artículo 356.- Delitos con prestaciones aplicadas al cuerpo humano. Serán castigados con la pena de prisión de seis (6) meses a dos (2) años, multa de diez (10) a trescientos veintiséis (326) salarios mínimo vitales y móviles, e inhabilitación especial para el ejercicio de la profesión, oficio, industria o comercio por el tiempo de dieciocho (18) meses a tres (3) años, los proveedores de alimentos, medicamentos, cosméticos, fitoterápicos, mecanismos tecnológicos o nanotecnológicos, sistemas informáticos, radiación y cualquier producto o servicio aplicado en forma directa al cuerpo humano, que ponga en peligro la salud de las y los consumidores:

- a) Ofreciendo en el mercado productos con omisión de cumplimiento o alteración de la información y los demás requisitos establecidos en las leyes o reglamentos sobre exhibición, ofrecimiento, caducidad, composición o conservación;
- b) Fabricando u ofreciendo productos, o prestando servicios que causen daños a la salud propia o ajena sin advertencia

destacada, o sin consentimiento informado cuando éste fuera exigible;

c) Traficando con géneros corrompidos, adulterados, o que hubieran sufrido alteraciones que lo hacen inapto para su consumo o utilización;

d) Elaborando, ofreciendo o comercializando productos sin la necesaria autorización de la autoridad de aplicación;

e) Ofreciendo o comercializando productos o servicios intervenidos, inmovilizados, destinados a destrucción, o que por cualquier disposición legal no deban ser comercializados.

La o el funcionario que autorice la importación o comercialización de bienes declarados nocivos para la salud y prohibido su consumo, será sancionado con prisión de uno (1) a tres (3) años y multa de veinte (20) a cuatrocientos ochenta y cuatro (484) salarios mínimo vitales y móviles.

Sección 3° Delitos contra la calidad adecuada

Artículo 357.- Omisión de aviso y retiro del mercado. El proveedor que, teniendo conocimiento posterior a su colocación en el mercado, sobre vicios que afectan a productos y servicios, omitiere retirar del mercado y comunicar a la autoridad competente y a las y los consumidores, será reprimido con prisión de dieciocho (18) meses a siete (7) años y multa treinta (30) a mil ciento treinta y uno (1131) salarios mínimo vitales y móviles.

Incurrirá en las mismas penalidades quien no retire los productos del mercado en el plazo fijado por la autoridad competente.

Sección 4° Delitos contra el abastecimiento

Artículo 358.- Retención y negativa de oferta. La o el que deliberadamente detrajere o no ingresare al mercado materias primas o productos de primera necesidad, con el fin de producir desabastecimiento del bien de que se trate, alteración de precios, alteración significativa del valor accionario, o perjuicio a las y los consumidores, será reprimido con la pena de prisión de seis (6) meses a tres (3) años y multa de diez (10) a cuatrocientos ochenta y tres (483) salarios mínimo vitales y móviles.

La pena será de prisión de uno (1) a cinco (5) años, si el hecho se realiza en situaciones de grave necesidad, emergencia o catástrofes.

Sección 5° Delitos contra la buena fe

Artículo 359.- Estafas contra las y los consumidores. Será reprimido con prisión de seis (6) meses a tres (3) años y multa de cinco (5) a cuatrocientos ochenta y cinco (485) salarios mínimo vitales y móviles, el proveedor que defraudare a una o un consumidor con nombre supuesto, calidad simulada, falsos títulos, influencia mentida, abuso de confianza o aparentando bienes, crédito, comisión, empresa o negociación o valiéndose de cualquier otro ardid o engaño.

Si las acciones fueran de las descritas en el art. 173 del Código Penal de la Nación, a la pena prevista en el mencionado artículo, se le adicionará multa de cinco (5) a cuatrocientos ochenta y cinco (485) salarios mínimo vitales y móviles.

En la misma pena incurrirá:

a) La o el titular fiduciario, la o el administrador de fondos comunes de inversión o la o el dador de un contrato de leasing, que en beneficio propio o de un tercero dispusiere, gravare o perjudicare los bienes y de esta manera defraudare los derechos de las o los cocontratantes, u omitiera cumplir con sus deberes legales o contractuales de administrar los bienes o valores a su cargo, dar información relativa a sus gestiones o al estado económico, financiero o patrimonial del negocio;

b) La o el que defraudare mediante el uso de una tarjeta de compra, crédito o débito, cuando la misma hubiere sido falsificada, adulterada, hurtada, robada, perdida u obtenida del legítimo emisor mediante ardid o engaño, o mediante el uso no autorizado de sus datos, aunque lo hiciera por medio de una operación automática. La misma pena será impuesta al proveedor que omitiera los recaudos necesarios para evitar este tipo de estafas.

Artículo 360.- Estafas masivas. La o el que defraudare a una cantidad indeterminada de consumidoras o consumidores mediante algoritmos informáticos, sistemas de captación engañosa de datos personales, sistemas de aceptación engañosa de contrataciones, inteligencia artificial u otros modos automatizados de incidir sobre las y los consumidores,

o mediante manipulaciones que alteren el normal funcionamiento de un sistema informático o la transmisión de datos, será reprimido con prisión de un (1) mes a tres (3) años y multa de uno (1) a cuatrocientos ochenta y cinco (485) salarios mínimo vitales y móviles.

La misma pena será impuesta al proveedor que omitiera los recaudos necesarios para evitar este tipo de estafas.

Artículo 361.- Crédito o financiación usuraria. El proveedor de créditos de consumo, otorgados en forma directa o indirecta, autónoma o asociada a otro negocio jurídico, que ofreciera u otorgara crédito o financiación destinados a las o los consumidores con una tasa de interés o costo financiero total que exceda los límites legal o reglamentariamente establecidos, será reprimido con prisión de seis (6) meses a tres (3) años y multa de diez (10) a cuatrocientos tres (403) salarios mínimo vitales y móviles.

Se aplicará prisión de dieciocho (18) meses a cinco (5) años y multa de treinta (30) a ochocientos ocho (808) salarios mínimo vitales y móviles, en los siguientes casos:

- a) Si la usura fuera perpetrada mediante el otorgamiento, a favor de la o el autor o de terceros, de cheques o pagarés librados por la o el deudor, total o parcialmente en blanco, sea que le fueren requeridos como medio de pago o como garantía;
- b) Si se ocultara el crédito usurario simulando la adquisición de bienes o servicios abonados mediante tarjeta de crédito o por cualquier otro medio de crédito o pago;

c) Si se ocultara el objeto de la financiación usuraria simulando la contratación de un crédito, o se instrumentará una garantía prendaria, cheque o pagaré por la recepción de dinero aun cuando el contrato o contradocumento contemple el objeto auténtico de la contratación;

d) Si la usura se ocultara mediante la falsedad ideológica del documento privado o público haciendo constar en el mismo una acreencia de capital mayor a las sumas efectivamente percibidas por la o el deudor en concepto de crédito o de bienes o servicios financiados. La o el escribano público otorgante de dicho instrumento público será reprimido además con inhabilitación especial para ejercer su función por el doble de tiempo de la condena privativa de libertad;

e) Si a sabiendas se adquiere, transfiere o hiciere valer cualquier crédito usurario en los términos previstos en los cuatro incisos precedentes.

Sección 6° Delitos contra el consumo sustentable

Artículo 362.- Obsolescencia programada. Será reprimido con prisión de dieciocho (18) meses a siete (7) años y una multa de treinta (30) a mil doscientos doce (1212) salarios mínimo vitales y móviles, la o el que redujere o limitare deliberadamente la vida útil o uso potencial de una cosa destinada a la comercialización pública, ya sea:

a) Incorporando componentes de menor vida útil que el conjunto y cuyo reemplazo fuera de difícil acceso a la o el consumidor;

b) Exigiere la posterior contratación de bienes o servicios adicionales indispensables para mantener el funcionamiento adecuado;

c) Ocultare información necesaria para la reparación;

d) Introdujere un defecto destinado a limitar la funcionalidad, o una fragilidad, o una terminación programada o prematura de una limitación técnica, o una incapacidad para reparar debido a la naturaleza no extraíble del dispositivo;

e) Ofertare cosas cuya vida útil sea menor a la garantía legal o a la impuesta por reglamentaciones.

La prescripción comenzará a computarse desde la manifestación del vicio que inutiliza total o parcialmente la cosa, o la exteriorización de la conducta destinada a generar la falsa creencia sobre su obsolescencia total o parcial.

Los importadores que conocieran o debieran conocer estos vicios incurrirán en las penas previstas para la o el autor.

Artículo 363.- Impacto ambiental. La o el que ingresare al mercado un producto o servicio sin la evaluación de impacto ambiental u otros estudios ambientales requeridos mediante reglamentación vigente, o un producto prohibido por el riesgo ambiental derivado de su uso o disposición final, o un producto desprovisto de las medidas de protección ambiental asociadas a su riesgo ambiental, o la o el que no lo retirase del mercado cuando no superare los estándares ambientales requeridos por la legislación vigente, será reprimido con prisión de dieciocho (18) meses a siete (7) años y multa de treinta (30) a mil doscientos doce (1212) salarios mínimo vitales y móviles.

El importe de la multa podrá incrementarse, de forma proporcional a las ventajas derivadas del incumplimiento, hasta el cinco por ciento (5%) de la facturación media anual, calculada sobre los tres (3) últimos ejercicios anuales conocidos a la fecha de los hechos, cuando se creare, utilizare o publicitare información falsa con el objetivo de alcanzar los estándares exigidos para ingresar o permanecer en el mercado o en un segmento comercial destinado a las y los consumidores con vulnerabilidad agravada, u ocultar la peligrosidad del producto o servicio, o cuando el producto cause daño al ambiente o a la salud.

En tales casos se ordenarán las medidas de rectificación de información, publicidad, recomposición del ambiente, indemnización de daños personales, neutralización y prevención de daños futuros según lo establecido en este Código y demás normas de aplicación, según corresponda.

Sección 7º Delitos contra el derecho a la información

Artículo 364.- Publicidad abusiva. Será sancionado con prisión dieciocho (18) meses a tres (3) años, y multa de treinta (30) a cuatrocientos ochenta y uno (481) salarios mínimo vitales y móviles, al que publicitare bienes o servicios utilizando mensajes:

- a) Discriminatorios o peligrosos para la salud física o psicológica de niños, niñas y adolescentes;
- b) Que promuevan o inciten a conductas agresivas contra minorías, cualquier identidad de género, orientación sexual, las mujeres, religiones o cultos, culturas, etnias o razas;

- c) Que propugnen la discriminación entre hombres y mujeres, o el tratamiento desigual y estereotipado entre hombres y mujeres;
- d) Que fomenten la discriminación por género u orientación sexual;
- e) Que promuevan la explotación de mujeres;
- f) Que induzcan a la persona a comportarse de manera perjudicial o peligrosa para su salud o seguridad.

La misma sanción se aplicará al comitente y, en su caso, a quien ejecuta la acción publicitaria, sea a título gratuito u oneroso, por cualquier medio.

LIBRO QUINTO GARANTÍAS PARA LA PREVENCIÓN Y SOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LAS RELACIONES DE CONSUMO

TÍTULO I Prevención y solución de conflictos ante el Poder Judicial

Capítulo I Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo

Sección 1° Disposiciones generales

Artículo 365.- Competencia. El Sistema de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo (COPREC) intervendrá en todos los reclamos individuales de las y los consumidores, que versen sobre conflictos en las relaciones de consumo, con carácter previo y obligatorio en los casos establecidos en la Ley N° 26.589 de Mediación y Conciliación, o la que en el futuro la reemplace.

La intervención del COPREC será optativa para la o el consumidor en los casos de reclamos individuales en los que haya fracasado la conciliación ante la Autoridad Nacional de Aplicación en los términos del artículo 516 del presente Código. En esos casos, la copia del acta de cierre de la instancia conciliatoria o la certificación que expida la autoridad nacional de aplicación, serán constancias suficientes para el inicio de la acción judicial.

La competencia territorial del COPREC se rige por las disposiciones del artículo 393 de este Código.

Artículo 366.- Naturaleza de la conciliación y rol del conciliador. El proceso de conciliación en materia de relaciones de consumo debe llevarse a cabo teniendo en cuenta el carácter protectorio de la legislación de aplicación, la inexistencia de igualdad entre las partes en virtud de la vulnerabilidad de las y los consumidores, y el deber constitucional de las autoridades de proveerles protección. Las y los conciliadores deberán asumir un rol activo para dirigir el debate, recordando al proveedor sus deberes legales según sea la naturaleza del reclamo.

Durante el desarrollo de las audiencias, así como al momento de valorar la conveniencia del eventual acuerdo al que arriben las partes, deberán considerarse especialmente las reglas, principios y el orden público que impera en la materia según lo establecido en el Título Preliminar de este Código.

Artículo 367.- Desistimiento y deber de protección. En caso de desistimiento o inasistencia de la o el consumidor a las audiencias a las que sea debidamente citado, ante una posible afectación relevante al orden público o una eventual afectación de incidencia colectiva de las y los consumidores o usuarios, la o el conciliador deberá notificar y remitir las constancias del caso a la autoridad de aplicación a los efectos de que analice la procedencia del inicio del trámite del Libro Quinto, Título II, Capítulo II, Sección 1° del presente Código.

Artículo 368.- Gratuidad. El procedimiento ante el Sistema de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo será gratuito para las y los consumidores en los términos del artículo 384 del presente Código.

Artículo 369.- Interrupción de la prescripción. La presentación del reclamo ante el COPREC interrumpe la prescripción de las acciones judiciales y las administrativas, y de las sanciones emergentes de este Código cuya aplicación corresponda en virtud de los hechos que sean objeto del reclamo.

Sección 2° Trámite del reclamo

Artículo 370.- Inicio del reclamo. La o el consumidor deberá iniciar su reclamo ante el COPREC consignando sintéticamente su petición, pudiendo hacerlo por medios presenciales o digitales.

El relato de los hechos, la prueba acompañada u ofrecida u otras circunstancias del reclamo presentado ante el COPREC, en ningún caso condicionarán o podrán ser utilizados o interpretados en contra de la pretensión que eventualmente interponga la o el consumidor en sede judicial.

No podrá iniciarse un nuevo reclamo cuyo objeto sea idéntico al de otro reclamo que se haya iniciado con anterioridad y que se encuentre pendiente de resolución ante el COPREC, o que haya concluido con o sin acuerdo, o por incomparecencia injustificada del proveedor o prestador.

El procedimiento de conciliación tendrá un plazo de duración máximo de treinta (30) días prorrogables por otros quince (15) días, a requerimiento de las partes ante la o el conciliador.

Artículo 371.- Designación de la o el conciliador y citación a audiencia. Presentado el reclamo, dentro de los tres (3) días se designará por sorteo la o el conciliador inscripto en el Registro Nacional de Conciliadores en las Relaciones de Consumo, quien deberá citar a las partes a audiencia de conciliación a celebrarse dentro del plazo de diez (10) días contados desde la fecha de su designación.

La o el consumidor podrá optar por consignar una dirección de correo electrónico al momento de formalizar el reclamo, en la cual se le notificará en tres (3) oportunidades la fecha de la audiencia de conciliación.

Artículo 372.- Patrocinio letrado. En la instancia del COPREC el patrocinio o asistencia letrada no será obligatoria en los reclamos que no excedan de los cuatro (4) sueldos mínimos vitales y móviles, sin perjuicio que cuando la cuestión a resolver lo requiera, sea por su complejidad u otra circunstancia, la o el conciliador se lo hará saber a la o el consumidor.

Las y los consumidores podrán contar con la asistencia jurídica establecida en el artículo 99 del presente Código, o bien de una asociación de defensa de las y los consumidores, del Ministerio Público de la Defensa o de servicios de patrocinio jurídico gratuito públicos o privados.

Artículo 373.- Notificaciones. Las notificaciones que deba practicar la o el conciliador estarán a cargo de la autoridad de aplicación. La primera citación al proveedor será dirigida al domicilio electrónico constituido ante la Autoridad Nacional de Aplicación de conformidad con lo establecido en el artículo 69. Cuando no lo hubiere constituido, se lo podrá notificar válidamente en cualquiera de los siguientes:

- a) Sede social o domicilio real;
- b) Domicilio fiscal declarado ante la Administración Federal de Ingresos Públicos;
- c) Domicilio registrado ante la Cámara Nacional Electoral;
- d) Establecimientos comerciales o sucursales del proveedor.

En la primera audiencia las partes establecerán una dirección de correo electrónico a la que les serán remitidas las notificaciones posteriores, independientemente de las realizadas por medio de las actas que suscriban. En caso que la o el consumidor no cuente con una dirección de correo electrónico, deberá constituir un domicilio físico a los efectos de recibir las notificaciones.

La o el conciliador deberá informar a la autoridad de aplicación cuando el proveedor no tenga un domicilio electrónico constituido en los términos del artículo 69 del presente Código. En los casos que su constitución resultase obligatoria, el proveedor infractor deberá cargar con el costo e intereses de la notificación fehaciente, sin perjuicio de las sanciones administrativas correspondientes.

Artículo 374.- Audiencias. Las partes deberán participar de las audiencias que se fijen en forma presencial o por vía

electrónica, según el tipo de audiencia de que se trate. Será facultad de la o el consumidor utilizar medios electrónicos para la celebración de las audiencias, conforme lo establezca la Autoridad Nacional de Aplicación. En caso de ser necesario, o de así solicitarlo la o el consumidor reclamante, se le proporcionará asistencia para utilizar la plataforma que se emplee para la realización de las audiencias.

Las personas jurídicas deberán ser representadas por sus representantes legales o mandatarios con facultades suficientes para realizar transacciones. Excepcionalmente, se admitirá la representación de las personas humanas que se hallaren impedidas de comparecer a la audiencia, sea de forma presencial o a distancia, por mandato o carta poder otorgada ante autoridad competente.

Las audiencias serán confidenciales, salvo acuerdo de partes en contrario.

Sección 3° Incomparecencia y cierre sin conciliación

Artículo 375.- Incomparecencia del proveedor. En los casos que el proveedor debidamente notificado no compareciera a una audiencia, deberá justificar su incomparecencia ante la o el conciliador dentro de los cinco (5) días hábiles posteriores a la misma, acreditando razones o circunstancias excepcionales e imprevisibles.

Si la inasistencia no fuera justificada en debida forma, la o el conciliador dará por concluida la conciliación, emitirá el acta de cierre haciendo constar expresamente la incomparecencia injustificada del proveedor, y remitirá los antecedentes a la Autoridad Nacional de Aplicación a los efectos de aplicar la

476

sanción que corresponda, según lo establecido en Libro Quinto, Título II, Capítulo II, Sección 7°. La tercera parte de la multa que se aplique le corresponderá a la o el consumidor, debiéndosele notificar el respectivo acto administrativo. El saldo restante será destinado al Fondo de Financiamiento para la Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo del artículo 87 del presente Código.

Si la incomparecencia del proveedor fuera debidamente justificada, la o el conciliador deberá convocar a una nueva audiencia la que se celebrará dentro del plazo de diez (10) días a contar desde la fecha de la justificación aludida. Si el proveedor no compareciere a la segunda audiencia, se dará por concluida la conciliación.

Artículo 376.- Incomparecencia del consumidor. Si la incomparecencia injustificada fuera de la o el consumidor debidamente notificado, la o el conciliador le citará por cinco (5) días a manifestar su interés en continuar el procedimiento conciliatorio, convocando a nueva audiencia o concluyendo el trámite respectivamente. Previo al cierre de la conciliación por desistimiento o inasistencia de la o el consumidor, la o el conciliador deberán verificar si se dan las circunstancias indicadas en el artículo 367.

En tal caso, la o el consumidor podrá iniciar nuevamente su trámite de reclamo ante el Sistema de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo.

Artículo 377.- Conciliación sin acuerdo. Si la conciliación concluyera sin acuerdo, la o el conciliador debe labrar el acta dejando constancia del resultado para que suscriban las y los

comparecientes, entregar copia a las partes y remitir una copia a la autoridad de aplicación dentro de los dos (2) días. En las conciliaciones celebradas de forma remota el acta podrá ser suscripta sólo por la o el conciliador haciendo constar la modalidad por la cual se celebró la audiencia.

El cierre de la instancia del Sistema de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo por ausencia de acuerdo o inasistencia del proveedor, habilita a la o el consumidor a continuar su reclamo en la instancia judicial competente. En estos casos, la o el conciliador tendrá igualmente derecho a percibir, por parte del proveedor, el total del honorario que corresponda en los siguientes casos:

- a) Si el proveedor resultara condenado en costas en la etapa judicial; o
- b) Si el proveedor realizara el pago voluntario.

Sección 4° Acuerdo y homologación

Artículo 378.- Acuerdo. Si se arribare a un acuerdo, dentro de los cinco (5) días se lo someterá a la homologación de la autoridad de aplicación. El acuerdo debe representar una justa composición del derecho y los intereses de la o el consumidor y celebrarse teniendo en consideración lo establecido en el artículo 366. Será requisito indispensable para la homologación del acuerdo que el mismo establezca un plazo para su cumplimiento.

La autoridad de aplicación debe emitir la resolución fundada por la cual homologue, observe o rechace el acuerdo conciliatorio dentro de los tres (3) días a partir de su

recepción. En los casos que se formulen observaciones al acuerdo se devolverán las actuaciones a la o el conciliador para que intente un nuevo acuerdo, que respete las observaciones formuladas, dentro de los diez (10) días, prorrogables a solicitud de la o el conciliador por motivos fundados.

Artículo 379.- Homologación del acuerdo. Si el acuerdo fuera homologado, le será comunicado a la o el conciliador y a las partes. El proveedor deberá abonar los honorarios de la o el conciliador, según la escala que establezca la reglamentación, dentro de los diez (10) días corridos de notificado.

Para obtener el ejemplar del acuerdo homologado, el proveedor deberá acreditar el pago de los honorarios de la o el conciliador y el pago del arancel de homologación.

El incumplimiento del acuerdo homologado es considerado una infracción formal al presente Código siendo pasible de las infracciones establecidas en el Capítulo II del Título II del presente Libro. Sin perjuicio de lo anterior, la o el consumidor podrán ejecutar el acuerdo homologado según el procedimiento especial contemplado en la Sección 3° del Capítulo V del Título I del presente Libro.

Capítulo II Disposiciones comunes a los procesos individuales y colectivos

Sección 1º Principios y objetivos

Artículo 380.- Principios y objetivos. Los procesos judiciales individuales y colectivos para la protección de las y los consumidores se rigen por los siguientes principios y objetivos:

- a) Acceso a la justicia. Las normas que rigen el proceso y su interpretación deben aplicarse siempre y en todos los casos con la finalidad de facilitar y favorecer el acceso a la justicia;
- b) Principio de protección y orden público. Deben tenerse especialmente en cuenta los principios de protección y el orden público que imperan en las relaciones de consumo en general, y especialmente cuando se trate de personas o grupos de personas estructuralmente vulnerables, desprotegidas o desaventajadas;
- c) Activismo judicial. Las juezas y los jueces deben dirigir activamente el proceso en pos de garantizar su efectividad y proveer a la protección de los derechos de las y los consumidores;
- d) Colaboración procesal y apreciación de las actuaciones. Las partes y especialmente los proveedores, deberán prestar la colaboración necesaria para el esclarecimiento de la cuestión debatida en el juicio, apreciándose las actuaciones en caso de duda en el sentido más favorable a la o el consumidor;

e) Solución eficaz de procesos colectivos. Cuando se trate de procesos colectivos, debe procurarse la eficiencia y eficacia en la resolución de conflictos de gran escala, buscando soluciones uniformes para pleitos repetitivos o estructurales, sin importar la cuantía del litigio;

f) Publicidad y participación democrática en conflictos colectivos. El proceso colectivo debe buscar la amplitud, publicidad y transparencia de la discusión, así como la resolución definitiva de los conflictos sobre derechos de incidencia colectiva;

g) Impacto colectivo de las soluciones individuales. En la solución de los casos individuales, el juez o jueza deberá tomar en cuenta la particularidad o generalidad del conflicto a resolver, para que la solución del conflicto individual desaliente la reiteración de casos similares, o bien signifique, de repetirse el mismo caso, la que en mayor medida beneficie a las y los potenciales consumidores en iguales o similares circunstancias.

Estos principios y objetivos deberán ser considerados por la jueza o el juez como pautas interpretativas para resolver cualquier conflicto que pueda presentarse durante la tramitación del proceso.

Sección 2º Tipo de proceso y forma de tramitarlo

Artículo 381.- Tipo de proceso y normas supletorias. Para la protección o defensa de los derechos e intereses contemplados en este Código, son admisibles todas las acciones previstas por las normas procesales nacionales o locales capaces de propiciar su adecuada y efectiva tutela,

las que tramitarán adaptando su proceso a las reglas y principios establecidos en el presente Código.

Salvo que la o el consumidor elija otro tipo de trámite, se aplicará el proceso de conocimiento más abreviado que rija en la jurisdicción del tribunal ordinario o federal competente, o los procesos previstos en el presente Título, con las adecuaciones que correspondan al tipo de proceso de que se trate, según corresponda.

La parte demandada podrá solicitar fundadamente otro trámite. La jueza o el juez únicamente podrá apartarse de la regla establecida en este artículo fundándose en las constancias de la causa y en la particular dificultad para la tramitación del caso.

Artículo 382.- Primer despacho. En la primera providencia que dicte, la jueza o el juez deberá, al menos, expedirse sobre lo siguiente:

- a) Provisoriamente, sobre la existencia de una relación de consumo, sea por alegación de las partes o de oficio, otorgando en caso afirmativo el beneficio de justicia gratuita;
- b) Establecer la aplicación del trámite más abreviado que corresponda o resolver la petición del trámite solicitado;
- c) Cuando el sujeto proveedor sea el demandado, hacerle saber expresamente la carga de aportar al proceso todos los elementos de prueba que obren en su poder según las características del bien o servicio que motiva la demanda, prestando la colaboración necesaria para el esclarecimiento de la cuestión debatida;

d) La vista al Ministerio Público Fiscal para que asuma su intervención como fiscal de la ley.

Esta providencia será recurrible, debiendo garantizarse el acceso al tribunal de alzada correspondiente, por medio de los recursos que establezcan la normativa procesal provincial o nacional.

En su primera presentación, el demandado podrá rechazar, como defensa de fondo, la existencia de una relación de consumo la cual se resolverá con la sentencia definitiva.

Artículo 383.- Demandados y eficacia procesal. La o el consumidor podrá accionar, a su elección, contra cualquiera de los legitimados pasivos conforme las reglas de solidaridad establecidas en este Código, en forma conjunta o separada.

La acción de repetición por la responsabilidad particular de cada uno de los proveedores, tramitará únicamente luego de la sentencia firme que condene a uno o varios de los proveedores solidariamente responsables, y no podrá acumularse al proceso iniciado por la o el consumidor.

Sección 3º Gratuidad

Artículo 384.- Beneficio de justicia gratuita. Las actuaciones individuales o colectivas, judiciales o extrajudiciales, para la protección o defensa de los derechos o intereses de las y los consumidores, gozan del beneficio de justicia gratuita de manera automática. Este beneficio comprende todo tipo de tasas, sellados, gastos periciales o sus anticipos, honorarios

profesionales y cualquier otro concepto comprendido en las costas.

En ningún caso será exigible caución real o personal para la procedencia de medidas cautelares o preventivas, cualquiera sean sus efectos y alcances.

Sección 4º Legitimación activa e intervención del Ministerio Público

Artículo 385.- Legitimados activos. Cuando los derechos o intereses de las y los consumidores o usuarios resulten amenazados o afectados, individual o colectivamente, se encuentran legitimados para accionar:

- a) Las y los consumidores y usuarios en forma individual o colectiva;
- b) Las Asociaciones de las y los Consumidores debidamente registradas;
- c) El Ministerio Público Fiscal;
- d) El Ministerio Público de la Defensa;
- e) La Autoridad Nacional de Aplicación, o las autoridades de aplicación provinciales, municipales o de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; y
- f) El Defensor del Pueblo, nacional, provincial, municipal o de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Artículo 386.- Intervención del Ministerio Público Fiscal. El Ministerio Público Fiscal cuando no intervenga en el proceso como parte, actuará obligatoriamente como fiscal de la ley en resguardo del orden público que impera en la materia. Deberá dársele vista de las actuaciones, únicamente en las siguientes oportunidades:

- a) Con el dictado de la primera providencia;
- b) Con la clausura del periodo probatorio o con el auto que declare la causa como de pleno derecho;
- c) Previo al dictado de cualquier medida cautelar o preventiva y;
- d) Previo a la homologación de cualquier acuerdo individual o colectivo.

Serán anulables los actos procesales dictados con posterioridad a estas instancias, cuando se hubiera omitido la vista correspondiente.

Asimismo, la jueza o el juez podrá ordenar el traslado al Ministerio Público Fiscal en cualquier instancia del proceso mediante auto fundado, cuando entienda que podría existir una eventual afectación al orden público o a derechos de incidencia colectiva. Igualmente, en esos casos, también la o el consumidor, o el propio Ministerio Público Fiscal, podrán requerir la intervención de este último, debiendo la jueza o el juez, en caso de rechazarla, hacerlo por auto suficientemente fundado.

En los procesos en los que el Ministerio Público Fiscal actúe como fiscal de la ley, se encuentra legitimado para proponer medidas de prueba, interponer recursos y solicitar la imposición de la condena disuasiva en los términos del

artículo 325 del presente Código en salvaguarda del orden público que rige en las relaciones de consumo.

Sección 5° Medidas cautelares y Acción o medida preventiva

Artículo 387.- Interposición de acción preventiva, forma e impulso. Los legitimados por el artículo 385 podrán interponer, con carácter individual o colectivo, la acción preventiva autónoma regulada por los artículos 1711 a 1713 del Código Civil y Comercial de la Nación, para solicitar el dictado de una orden de dar, hacer o no hacer.

Esta acción podrá interponerse de forma autónoma o accesoria a un proceso principal.

La protección precautoria de los derechos, conforme lo establecido en el Libro Cuarto, Título I, Capítulo I, podrán tramitarse por la acción preventiva. Cuando la pretensión fuera precautoria, los requisitos de incertidumbre científica y de existencia de una amenaza derivada de un bien o servicio se apreciarán en conjunto con el peligro en la demora y la necesidad de tutela judicial efectiva.

Cuando la petición sea accesoria y la acción u omisión tengan directa relación con las pretensiones del proceso principal, el efecto de la sentencia que otorgue la protección preventiva será provisorio hasta el dictado de la sentencia en el principal.

Artículo 388.- Afectación colectiva y tramitación. En los casos en que la acción regulada en el artículo previo tenga carácter

colectivo y tramite de forma autónoma, a elección de la o el consumidor, lo hará conforme las reglas establecidas en el artículo 381 o la acción de amparo de la jurisdicción correspondiente, con las adaptaciones necesarias para garantizar el debido proceso colectivo, conforme el Capítulo III de este Libro.

Artículo 389.- Oportunidad del dictado y anticipo de justicia. En cualquier momento, aún antes del dictado del auto del traslado de la demanda o de la apertura del proceso colectivo, las juezas y los jueces podrán dictar todo tipo de medidas cautelares, preventivas o precautorias que resulten adecuadas para la tutela de los derechos en juego, de oficio o a pedido de parte. Cuando la urgencia lo requiera, la jueza o el juez podrá dictar la medida preventiva o precautoria sin audiencia de la otra parte

Podrá anticiparse la tutela aun cuando dicho acto fuera irreversible o se superponga con una o varias de las pretensiones de la demanda, si la jueza o juez entiende que la denegación de la medida implicaría el sacrificio del orden público o los principios que rigen la materia, o la afectación de un bien jurídico prevalente.

Sección 6° Amigos del tribunal

Artículo 390.- Amigos del tribunal. En los procesos regulados por este Código, en cualquier instancia, podrán presentarse en carácter de amigos del tribunal personas humanas o jurídicas que no fueran parte en los mismos y que cuenten con reconocida experiencia o conocimientos en la materia.

La presentación deberá limitarse exclusivamente al aporte de opiniones fundadas sobre el objeto del litigio, las que deberán realizarse en forma clara y concisa. No podrá ofrecerse prueba alguna, debiendo adjuntarse con la presentación, en caso de ser necesario, toda la documentación que le de sustento.

La jueza o el juez también podrá convocar, por los medios que considere más adecuados, a la presentación de informes como amigos del tribunal.

Artículo 391.- Forma de la presentación. En su presentación el interesado deberá cumplir con las siguientes cargas formales, bajo pena de rechazo in limine de la misma:

- a) Constituir domicilio procesal y acreditar la personería invocada cuando corresponda;
- b) Acreditar sumariamente la experiencia o conocimientos en el campo sobre el cual versan sus argumentos y opiniones;
- c) Fundar en forma clara y concreta su interés para participar en la causa;
- d) Informar al juzgado o tribunal sobre la existencia de cualquier tipo de relación con las partes del proceso, declarando expresamente a cuál de ellas apoya con su presentación; y
- e) Informar a la jueza o juez si cuenta con interés económico directo en la resolución del asunto.

Artículo 392.- Admisión de la presentación. La admisión de la presentación no confiere al amigo del tribunal la calidad de parte y extingue sus posibilidades de actuación en la causa, salvo cuando la jueza o el juez entienda necesario solicitar explicaciones sobre el contenido de aquélla.

La incorporación de la presentación del amigo del tribunal será comunicada a las partes y no habrá sustanciación al respecto. Su actuación no dará derecho a honorarios ni reintegro de gastos de ningún tipo.

Sección 7° Competencia

Artículo 393.- Competencia territorial. En las causas regidas por este Código, será competente, a elección de la o el consumidor, la jueza o el juez con asiento territorial en:

- a) El lugar del consumo o uso, el de celebración del contrato, el del cumplimiento de la prestación del servicio, el de la entrega de los bienes, el de cumplimiento de la obligación de garantía, el del domicilio de la o el demandado, el del domicilio de la citada en garantía, o el del lugar donde la o el consumidor realizó actos necesarios para la celebración del contrato;
- b) Donde la o el demandado tenga sucursal, agencia, o cualquier forma de representación comercial, cuando éstas hayan intervenido en la celebración del contrato o la o el demandado las haya mencionado a los efectos del cumplimiento de una garantía contractual;
- c) Donde la o el demandado se hubiera afincado a los fines de proveer bienes o servicios;

e) El domicilio de la o el consumidor.

Artículo 394.- Demandas contra consumidores. Si la acción es deducida por el proveedor o por una o un acreedor de una obligación a cargo de la o el consumidor originada en una relación de consumo, deberá entablarse ante el juzgado del domicilio de la o el consumidor. La jueza o el juez deberá inhibirse de oficio si considerase no ser competente para conocer en el asunto por razón del territorio.

Las cláusulas, condiciones o acuerdos que, de cualquier manera, impongan una renuncia de la o el consumidor al juzgado o tribunal competente o condicionen el acceso a la justicia, son abusivas y se tienen por no escritas de acuerdo a lo establecido en el Libro Tercero, Título I, del Capítulo III de este Código. Según las circunstancias del caso, la inclusión de este tipo de cláusulas podrá ser valorada por la jueza o el juez a los efectos de determinar la procedencia, o la cuantificación, de la condena disuasiva prevista en el artículo 325.

Artículo 395.- Competencia ordinaria y federal en procesos colectivos. La competencia para tramitar los procesos de tutela de los derechos de incidencia colectiva indivisibles interjurisdiccionales o para la tutela de derechos de incidencia colectiva individuales homogéneos con efectos en más de una jurisdicción, será de la jueza o el juez del fuero ordinario provincial o nacional correspondiente conforme a la materia.

Para determinar la competencia federal en estos procesos, además de lo establecido en el artículo 116 de la Constitución Nacional y las leyes que la reglamenten, se tendrán en cuenta las siguientes reglas especiales:

- a) Procederá la competencia federal cuando el bien colectivo indivisiblemente comprometido en la acción deducida tenga carácter interjurisdiccional, circunstancia que deberá ser invocada y/o demostrada por quien lo invoque, mediante elementos de convicción suficientes;
- b) Procederá la competencia federal si el origen común de las lesiones o defensas divisibles por las que se debate colectivamente, tiene carácter interjurisdiccional;
- c) Procederá la competencia federal por razones de vecindad, si todos los miembros del grupo habitaran en una jurisdicción distinta a la contraparte;
- d) No procederá la competencia federal por razones de vecindad por la sola circunstancia de existir miembros del grupo que habiten en diversas jurisdicciones.

Artículo 396.- Competencia territorial en procesos colectivos. En los procesos de tutela de los derechos de incidencia colectiva indivisibles interjurisdiccionales, o para la tutela de derechos de incidencia colectiva individuales homogéneos con efectos en más de una jurisdicción, o con efectos dentro de una única jurisdicción, será competente a elección del actor la jueza o el juez con asiento en:

- a) El domicilio de la sede social de la demandada o de cualquier otro domicilio en el que se hubiera avecindado;

- b) Donde se hubiere perfeccionado al menos una de las relaciones jurídicas comprendidas en el grupo representado;
- c) Donde al menos uno de los hechos se hubiere exteriorizado o tenido efecto.

Artículo 397.- Mediación previa en procesos colectivos. Los procesos colectivos quedan exceptuados del procedimiento de mediación prejudicial obligatoria. Toda instancia conciliatoria dentro del proceso deberá realizarse bajo la supervisión de la jueza o el juez competente y con la participación del Ministerio Público cuando no interviniera como parte.

Sección 8° Presunciones, silencio y carga de la prueba

Artículo 398.- Carga de la prueba y presunciones. Los proveedores deberán aportar al proceso todos los elementos de prueba que obren en su poder, conforme a las características de la relación de consumo o de los bienes o servicios de que se trate, prestando la colaboración necesaria para el esclarecimiento de la cuestión debatida en el juicio.

La falta de respuesta del proveedor a la requisitoria realizada por medio fehaciente o la falta de presentación en el procedimiento administrativo ante la Autoridad Nacional de Aplicación o local, hacen presumir, salvo prueba en contrario, la veracidad de los hechos alegados en la demanda por la o el consumidor.

A instancia de parte o de oficio, la jueza o el juez podrá solicitarle a la autoridad u otros organismos, la remisión de los antecedentes, informes o dictámenes técnicos que fueran necesarios.

Las constancias de la causa serán evaluadas con razonable criterio de libre convicción. En caso de duda sobre la apreciación de la prueba, la jueza o el juez decidirá en el sentido más favorable a la o el consumidor.

Sección 9° Sentencia

Artículo 399.- Apelación y efecto. En los procesos individuales, cuando la sentencia definitiva acogiera la pretensión, el recurso contra la misma será concedido al solo efecto devolutivo y previo depósito del capital, intereses y costas, con la sola excepción de los honorarios de las o los profesionales que representan o patrocinan a la parte recurrente.

Al momento de presentar el recurso, el recurrente deberá presentar liquidación y acreditar el depósito del importe correspondiente. Si no lo hiciere, o si la liquidación no se ajustara a la sentencia, la jueza o el juez liquidará de oficio la suma a depositar e intimará a su pago bajo pena de rechazar el recurso.

Artículo 400. Publicación de la sentencia. Las sentencias definitivas y firmes deberán ser publicadas a través del medio de comunicación que la jueza o el juez considere más conveniente.

Sección 10 Garantías en procesos contra las y los consumidores

Artículo 401.- Alcance. Las disposiciones previstas en la presente Sección se aplican a todos los procesos, sean de conocimiento o ejecución, en los cuales una o un consumidor sea demandando en el marco de una relación de consumo.

Artículo 402.- Derecho de defensa y orden público. En todo proceso de conocimiento o ejecución de una obligación contra la o el consumidor originada en una relación de consumo, debe garantizarse el pleno ejercicio del derecho de defensa y velarse por la efectiva vigencia de las normas de orden público contenidas en el presente Código. A estos efectos, es obligación de la jueza o el juez:

- a) Controlar de oficio la existencia de una relación de consumo;
- b) Controlar de oficio el cumplimiento de las normas que protegen a las y los consumidores;
- c) Controlar de oficio y declarar según corresponda, la nulidad de cualquier acto jurídico o acuerdo, procesal o contractual, que disminuya, contradiga, altere, o de cualquier otra manera, afecte el orden público conforme lo establecido en el artículo 10 de este Código;
- d) Implementar las medidas necesarias para que las y los consumidores puedan ejercer de modo pleno su derecho de

defensa, especialmente cuando se trate de los casos previstos en el artículo 5° de este Código;

e) Implementar las medidas necesarias, incluyendo la modalización de la sentencia, para prevenir situaciones de sobreendeudamiento de las y los consumidores y la protección de su dignidad y de su grupo familiar;

f) En los casos que el proceso restrinja el derecho de defensa de las y los consumidores, o la plena vigencia del presente Código, será obligación adecuar y/o reconducir el proceso para remover las restricciones.

Artículo 403.- Gratuidad. En los procesos comprendidos en la presente sección las y los consumidores también gozan del beneficio de gratuidad en los términos del artículo 384 del presente Código. La parte actora podrá acreditar la solvencia de la o el consumidor mediante incidente, en cuyo caso cesará el beneficio.

Artículo 404.- Procedencia de la condena disuasiva. En los procesos comprendidos en la presente Sección, ante una de las conductas establecidas en el artículo 325 del presente Código, a pedido de la o el consumidor o el Ministerio Público Fiscal, la juez o el juez podrá aplicar la condena disuasiva. Cuando corresponda, el monto de la condena podrá compensarse con el crédito exigible a la o el consumidor, y el remanente se rige por las reglas del artículo 325 del presente Código. En estos casos, la jueza o el juez, deberá adaptar el proceso para garantizar el debido trámite de esta petición y el derecho de defensa del proveedor actor.

La solicitud de la condena disuasiva en los términos del presente artículo no se considerará una reconvención.

Artículo 405.- Gestión colectiva de procesos individuales contra consumidores. En los casos que exista multiplicidad de procesos con pretensiones individuales homogéneas en los que las o los consumidores sean demandados por un proveedor accionante respecto de múltiples consumidoras o consumidores, la jueza o el juez podrá implementar las medidas que considere pertinentes para la gestión colectiva efectiva de los procesos y de la protección de las y los consumidores. Las medidas podrán consistir, entre otras, en:

a) Requerir al proveedor actor, en el marco de cualquier proceso individual que contuviera pretensiones que pudieran preliminarmente considerarse como individuales homogéneas, información sobre otras acciones judiciales que contuvieran pretensiones individuales homogéneas;

b) La convocatoria a audiencias colectivas de conciliación, en el marco de cualquier proceso individual que contuviera pretensiones que pudieran preliminarmente considerarse como individuales homogéneas;

c) Cuando la jueza o el juez, alguno de los consumidores demandados o cualquiera de los legitimados del artículo 385, de oficio o a instancia de parte, acrediten la existencia de una pluralidad de casos relativos a derechos individuales homogéneos por parte del mismo actor que permitan la gestión colectiva del caso en los términos del Capítulo III, o IV de este Título, el juez o jueza podrá unificar los procesos individuales, notificando a los demás magistrados intervinientes, para su tramitación de forma colectiva,

adaptando cuando fuera necesario, lo establecido en el artículo 416.

Capítulo III Garantías mínimas para el acceso a la justicia colectiva de consumidores y usuarios

Artículo 406.- Garantías mínimas. Los procesos colectivos para la protección o defensa de derechos de incidencia colectiva de las y los consumidores, incluso los de alcance exclusivamente local o que tramiten ante las jurisdicciones locales, deberán asegurar un debido proceso colectivo teniendo en cuenta las garantías para el efectivo y eficaz acceso a la justicia contempladas en los artículos 42 y 43 de la Constitución Nacional, las establecidas en el Capítulo II de este Título y cumplir, al menos, con lo siguiente:

- a) El dictado de medidas de publicidad acordes al alcance y gravedad del conflicto, y de forma previa a la apertura a prueba del proceso, con contenido simple y comprensible para las y los consumidores que conformen el colectivo, informando de la posibilidad de excluirse y participar del proceso. Esta publicidad no podrá realizarse por edictos o por medio del boletín oficial;
- b) La posibilidad de presentación en el proceso de los miembros del grupo y demás legitimados activos del artículo 385, así como su posibilidad de excluirse del proceso;
- c) La obligación de la o el demandado de informar las demandas individuales por la misma causa individual

- homogénea, así como la posibilidad de la o el consumidor de continuar con el trámite individual, o sumarse al proceso colectivo;
- d) La posibilidad de la o el consumidor individual que se excluyó del proceso colectivo, de tramitar individualmente su conflicto;
 - e) La aplicación del daño punitivo en los términos del artículo 325;
 - f) Obtener una reparación integral en casos colectivos indivisibles que beneficie al colectivo en su conjunto y signifique una restitución o recomposición de los bienes afectados;
 - g) Obtener una reparación integral en casos de afectaciones de derechos individuales homogéneos para cada miembro del colectivo en la forma más directa posible, disponiendo, cuando corresponda, la restitución de bienes preferentemente por los mismos medios en que fueron entregados;
 - h) Cuando en casos de afectaciones de derechos individuales homogéneos la reparación integral no pueda realizarse a cada afectada o afectado, se asegurará una reparación en la forma que más beneficie al grupo afectado;
 - i) La posibilidad de liquidar los daños particulares de la o el consumidor no estimables de forma automática, o los daños diferenciados individuales derivados del hecho común, ante la jueza o el juez del domicilio de la o el consumidor mediante un proceso sumarísimo y con la sola presentación de la copia de la sentencia colectiva respectiva;

- j) Transacciones con el debido control del orden público y participación del Ministerio Público Fiscal, con la debida publicidad y con una sentencia homologatoria fundada que permita el apartamiento de los miembros individuales del grupo que así lo elijan;
- k) Obtener una sentencia que resuelva el conflicto de forma definitiva con los alcances del artículo 435 del capítulo IV de este Título.

Artículo 407.- Normas locales. En caso de existir normas locales para el trámite de procesos judiciales colectivos de tutela de derechos de incidencia colectiva indivisibles, o de tutela de derechos de incidencia colectiva individuales homogéneos, las mismas se ajustarán a los presupuestos mínimos del artículo anterior. Las jurisdicciones locales podrán ampliar las reglas y garantías mínimas establecidas en este Capítulo.

Capítulo IV Procesos sobre derechos de incidencia colectiva interjurisdiccionales o con alcance en más de una jurisdicción

Sección 1° Disposiciones generales

Artículo 408.- Alcances, regla general y excepciones. Las disposiciones de este Capítulo son de aplicación a los procesos judiciales colectivos sobre derechos de incidencia colectiva indivisibles interjurisdiccionales o sobre derechos de

incidencia colectiva individuales homogéneos con alcance en más de una jurisdicción.

Se aplicará también lo establecido en este capítulo, a los procesos judiciales que tramiten ante la justicia nacional ordinaria o federal, para la tutela de derechos de incidencia colectiva indivisibles no interjurisdiccionales o para la tutela de derechos de incidencia colectiva individuales homogéneos que no tengan efectos en más de una jurisdicción.

Los principios, reglas, objetivos y demás disposiciones establecidas en los Capítulos II y III del presente Título son de aplicación a todos los procesos colectivos, salvo cuando se accione por medio de los procesos de amparo, habeas corpus o habeas data regulados por leyes provinciales o nacionales. En estos casos, serán de aplicación en tanto no afecten la rapidez e idoneidad del proceso, a excepción de la inscripción en el Registro Nacional de Procesos Colectivos, que deberá realizarse en la primera oportunidad procesal posible.

Artículo 409.- Competencia. Será competente para la tramitación de los procesos judiciales colectivos sobre derechos de incidencia colectiva indivisibles interjurisdiccionales o sobre derechos de incidencia colectiva individuales homogéneos con alcance en más de una jurisdicción:

a) La justicia ordinaria nacional o la justicia ordinaria provincial, cuando se trate de derechos de incidencia colectiva individuales homogéneos con efectos en más de una jurisdicción, según corresponda la competencia territorial conforme el artículo 396;

b) La justicia nacional federal, conforme el artículo 395.

Artículo 410.- Admisibilidad del proceso colectivo. Son requisitos del proceso colectivo referido a derechos de incidencia colectiva de las y los consumidores:

- a) La existencia de un caso;
- b) La dificultad de constituir un litisconsorcio entre los integrantes del grupo, sea por el número de sus integrantes o por la presencia de obstáculos económicos, materiales, sociales o culturales al acceso a la justicia que dificulten el ejercicio efectivo de los derechos de las y los consumidores potencialmente amenazados o afectados;
- c) El predominio de las cuestiones comunes sobre las individuales.

El monto económico de las eventuales pretensiones individuales homogéneas que pudieren ejercer las personas integrantes del colectivo, en ningún caso constituirá un recaudo de admisibilidad ni un impedimento para la tramitación del proceso colectivo.

Artículo 411.- Contenido de la demanda. La demanda colectiva deberá:

- a) Definir cualitativamente al grupo involucrado a efectos de establecer los límites subjetivos del proceso. De ser posible, deberá estimar el número de personas que lo componen debiendo la contraparte, según las circunstancias del caso y en la primera oportunidad procesal en que sea posible, aportar la información necesaria que obre en su poder para establecer dicho número;

- b) Demostrar el cumplimiento de los recaudos de admisibilidad establecidos en el artículo 410 del presente Código;
- c) Acreditar la adecuada representatividad del legitimado cuando no se presuma conforme lo establecido en el presente Código;
- d) Informar otros procesos con pretensiones similares en los que la parte actora sea parte y, en su caso, los datos necesarios para individualizarlos y su estado procesal;
- e) Explicar, con la mayor precisión posible, el tipo, características y forma de implementación que, a juicio de la parte actora, deba contener la sentencia definitiva a dictarse;
- f) Informar, con carácter de declaración jurada, el resultado de la consulta realizada al Registro Nacional de Procesos Colectivos respecto de la existencia de otro proceso en trámite cuya pretensión guarde sustancial semejanza en la afectación de los derechos de incidencia colectiva. En su caso, deberán consignarse los datos de individualización de la causa, el tribunal donde se encuentra tramitando y su estado procesal.

Artículo 412.- Recusación y excusación. Únicamente serán motivos de recusación o excusación de la jueza o el juez que deba intervenir en el proceso colectivo, los siguientes:

- a) Haber la jueza o el juez antes de comenzado el proceso, emitido opinión o dictamen, o dado recomendaciones acerca del pleito, o sido defensora o defensor de alguno de los

representantes del grupo o de las partes que actúen en interés propio;

b) Haber recibido el juez o jueza beneficios de importancia de alguno de los representantes del grupo o de las partes que actúen en interés propio;

c) Tener la jueza o el juez con alguno de los representantes del grupo o de las partes que actúen en interés propio, amistad que se manifieste por gran familiaridad o frecuencia en el trato;

d) Tener la jueza o el juez contra representantes del grupo, o de las partes que actúen en interés propio, enemistad, odio o resentimiento que se manifieste por hechos conocidos.

En ningún caso procederá la excusación por ataques u ofensas inferidas a la juez o jueza después que hubiere comenzado a conocer del asunto.

Artículo 413.- Incompatibilidad del agotamiento de vías administrativas previas. El agotamiento previo de cualquier vía administrativa resulta incompatible con el ejercicio de la pretensión de tutela de los derechos de incidencia colectiva de las y los consumidores.

Sección 2° Legitimación y representación adecuada

Artículo 414.- Legitimación colectiva. Serán legitimados para interponer acciones colectivas en representación de las y los consumidores, los indicados en el artículo 385 del presente Código.

Son legitimadas pasivas las personas, o el colectivo, cuya actuación u omisión se considere que amenace o hubiere afectado los derechos de las y los consumidores.

La legitimación activa subsiste no obstante que durante la tramitación del proceso haya cesado o dejado de existir la causa fáctica o jurídica que lo motivó.

Artículo 415.- Adherentes simples. Dentro de los diez (10) días de la finalización de las medidas de publicidad de la acción en los términos del artículo 423 y 424 del presente Código, podrán presentarse como terceros adherentes simples cualquier otro legitimado a los fines de colaborar en el correcto avance del proceso, controlar la actuación del legitimado colectivo designado por la jueza o el juez y señalar los defectos en el ejercicio de la representación si los hubiere. Esta actuación no devengará honorarios.

Artículo 416.- Acción colectiva activa y pasiva. Los procesos colectivos de las y los consumidores podrán interponerse de forma colectiva contra un colectivo de proveedores.

Quien accione para la protección colectiva de un grupo de consumidoras o consumidores, deberá identificar a la o el legitimado que postule como representante adecuado del colectivo de proveedores demandado. La jueza o el juez correrá traslado al representante del grupo propuesto por un plazo de veinte (20) días y en el caso que el representante propuesto acepte ejercer la representación de la parte demandada, evaluará si cumple los parámetros fijados en el artículo 417 del presente Código y en caso afirmativo lo designará como representante del grupo.

En caso de no aceptarse la representación por el representante propuesto, el juez o jueza fijará una audiencia abierta dentro del plazo de quince (15) días a la que citará y notificará a la actora, al Ministerio Público y a aquellos integrantes del colectivo de proveedores demandados que a su juicio sean más representativos. Podrá fijar medidas de publicidad para convocar públicamente a otros miembros del colectivo de proveedores demandado. En la audiencia la jueza o el juez podrá acordar con los miembros del colectivo de proveedores demandado citados, cuál de ellos asumirá la representación colectiva. Si no fuera posible llegar a un acuerdo al respecto, la jueza o el juez designará uno de ellos de oficio. En el mismo acto, se dictarán las medidas del artículo 422 del presente Código y se notificará de la demanda al representante de los proveedores designado, corriéndose traslado por el plazo correspondiente.

En las pretensiones colectivas activas y pasivas, el pedido de exclusión de los miembros de la clase pasiva, sólo será admitido cuando se exponga una causa que la jueza o el juez considere razonable mediante decisión fundada.

En este tipo de procesos, la sentencia definitiva hará cosa juzgada sea esta favorable o desfavorable para los intereses del colectivo de proveedores demandado.

Es aplicable a las acciones colectivas pasivas lo dispuesto en el presente Código para las acciones colectivas activas, en lo que no fuera incompatible.

Artículo 417.- Representación adecuada. A lo largo de todo el proceso la jueza o el juez controlará de oficio o a instancia de parte, la adecuada representación de los integrantes del

grupo por parte de la o el legitimado que la asumió. A tal efecto será primordial el resguardo y debida representación de los derechos e intereses de los miembros del grupo representado.

Para el análisis de la representación adecuada la jueza o el juez deberá evaluar únicamente, el grado de cumplimiento de los siguientes parámetros:

- a) La capacidad y experiencia de la o el legitimado y sus abogadas o abogados;
- b) Los antecedentes que demuestren su actuación en la defensa judicial y extrajudicial de los derechos de incidencia colectiva;
- c) La calidad de la actuación desarrollada en el pleito y el conocimiento demostrado acerca de la materia sobre la que versa;
- d) El eventual conflicto de intereses;
- e) La representatividad del afectado individual respecto del grupo, cuando se diere este supuesto.

La jueza o el juez podrá considerar cumplido este requisito, aun cuando no se cumpla total o parcialmente con uno o varios de los parámetros establecidos en el presente artículo, en función de la naturaleza del caso y, en particular, la vulnerabilidad del grupo representado, la dificultad de asumir la representación por otro legitimado colectivo, la urgencia en la resolución del caso y las dificultades para el acceso a la justicia.

Con excepción del afectado individual, la representación adecuada de los sujetos legitimados indicado en el artículo

385 del presente Código, se presumirá salvo hechos probados que acrediten lo contrario.

Artículo 418.- Ausencia de impulso procesal y falta de representación adecuada. Transcurrido un (1) año cuando el proceso se halle en primera instancia o seis (6) meses si estuviera en segunda o ulterior instancia, sin impulso útil de la o el legitimado colectivo activo, a pedido de parte o de oficio y previa intimación para que impulse el proceso, la jueza o el juez deberá removerlo y dar intervención al Ministerio Público o al Defensor del Pueblo.

Sin perjuicio de lo anterior, la jueza o el juez podrá convocar a otros legitimados con reconocidos antecedentes en la defensa de los derechos de las y los consumidores o usuarios, para asumir la representación. Con excepción del traslado previo, se aplicará el mismo trámite en los casos en que se declare la ausencia de adecuada representatividad del legitimado colectivo.

Artículo 419.- Aplicación de sanciones. La jueza o el juez podrá, de oficio o a solicitud de las partes o de cualquiera de los legitimados colectivos que se hubiera presentado conforme el artículo 415 del presente Código, aplicar una sanción de multa de cuatro (4) salarios mínimos vitales y móviles e inhabilitación para revestir el carácter de representante adecuado durante el plazo de dos (2) años, al legitimado colectivo que incurra en alguna de las siguientes acciones u omisiones:

a) Interponer dos o más acciones colectivas con idéntica o equivalente pretensión, en diversos tribunales, sin notificar la

existencia de las mismas conforme el artículo 411 inciso d) del presente Código;

b) Renunciar y/o abandonar la representación colectiva, sin invocar justa causa y sin que la jueza o el juez hubiera determinado el nuevo legitimado colectivo;

c) Omitir u ocultar, en cualquier etapa del proceso, poseer intereses contrarios a las o los representados.

Sección 3° Apertura y publicidad del proceso colectivo

Artículo 420.- Audiencia de admisibilidad y apertura del proceso. Una vez recibidas las actuaciones, la jueza o el juez deberá constatar si existen procesos colectivos en trámite que se refieran al mismo objeto litigioso.

En caso de existir, procederá conforme con lo normado en el artículo 425.

En caso negativo, convocará a la o el consumidor o al representante colectivo y al Ministerio Público a una audiencia dentro de los quince (15) días, para discutir acerca de la admisibilidad del proceso colectivo. En la audiencia, la jueza o el juez podrá disponer que una clase de personas sea dividida en subclases a los efectos de un mejor trámite. Culminada dicha audiencia, resolverá dentro de los cinco (5) días, mediante decisión interlocutoria fundada y motivada, si se encuentran reunidos los recaudos de admisibilidad del proceso colectivo y de las pretensiones deducidas, así como la adecuada representación del legitimado colectivo, en los casos en que dicha representación no se presuma cumplida conforme lo dispuesto en el artículo 417 del presente Código.

En caso afirmativo, declarará la apertura del proceso, ordenará la inscripción en el Registro Nacional de Procesos Colectivos, dispondrá las medidas de publicidad que correspondan y correrá traslado de la demanda por el plazo de veinte (20) días.

Artículo 421.- Inscripción provisoria por la parte. La demora de la jueza o el juez en proceder a la inscripción del proceso será considerada falta grave. Ante el incumplimiento del plazo para resolver la admisibilidad del proceso, la parte actora podrá, provisoriamente y hasta que se produzca la registración por parte de la jueza o el juez interviniente, registrar por sí el proceso ante el Registro Nacional de Procesos Colectivos, con la copia simple del acta de la audiencia del artículo 420.

Artículo 422.- Publicidad, citación del proveedor demandado y notificaciones. Con el traslado de demanda, la jueza o el juez determinará las modalidades de notificación y publicidad que estime adecuadas para informar a los miembros del grupo sobre la existencia y estado de tramitación del pleito.

Se procurará acordar al proceso la mayor publicidad posible y priorizar el uso de las tecnologías y medios de comunicación digital, radial y televisivos. No podrá realizarse esta publicidad mediante edictos.

Las medidas de publicidad y el tipo de notificaciones a realizar deben ser acordes con el grado de incentivo que puedan tener los miembros del grupo para intervenir o bien excluirse del proceso. Para determinar este grado de incentivo la jueza o el juez deberá tener en cuenta, entre otros elementos, las

características del grupo afectado, la cuantía de las pretensiones individuales y la relevancia social del conflicto colectivo.

Las partes, el Estado y cualquier otro medio de comunicación público o privado, deberán prestar colaboración en la difusión a través de las redes sociales, plataformas, páginas de internet y medios de comunicación de que dispongan. La jueza o el juez podrá requerirles la información pertinente a los fines de resolver sobre las modalidades a implementar en cada caso.

Artículo 423.- Características de las medidas de publicidad. La notificación deberá efectuarse en forma concisa, clara y en un lenguaje simple de entender para los destinatarios. A tal efecto, deberán tomarse en especial consideración las circunstancias del caso, las particularidades de las pretensiones en discusión, las características del sector de la población a la cual se dirijan y la posibilidad de acceso al medio a través del cual se realice la publicidad.

Deberá comunicarse, como mínimo, lo siguiente:

- a) La radicación del proceso y la ubicación precisa del juzgado o tribunal interviniente, proporcionando un número telefónico o un correo electrónico para evacuar consultar por los interesados;
- b) El objeto de la acción;
- c) La definición del grupo y sus pretensiones o defensas;
- d) La posibilidad del miembro del grupo de participar como adherente simple en el proceso con patrocinio letrado;

e) La opción de excluirse del grupo al miembro que lo solicite, indicando el plazo y la forma, no siendo necesario patrocinio letrado;

f) El efecto obligatorio de la sentencia sobre los miembros del grupo que no ejerzan su derecho de exclusión;

g) La posibilidad de cualquier interesado que no sea parte en el pleito y que cuente con reconocida experiencia sobre el objeto de la discusión, de presentarse como Amigo del Tribunal conforme los requisitos del artículo 390 del presente Código.

La jueza o el juez podrá, conforme lo considere pertinente, ordenar nuevas notificaciones a un sector o a todo el grupo frente a actuaciones ulteriores en el proceso que lo justifiquen por su importancia.

El costo de las notificaciones estará comprendido por el beneficio de justicia gratuita del que gozan las y los consumidores y usuarios y los legitimados indicados en el artículo 414 del presente Código.

La jueza o el juez podrá requerir a la o el demandado, cuando ello resulte útil para identificar a los eventuales integrantes del grupo, la información que estime conveniente para cumplir con la notificación. No proveerla será considerado como violación al deber de colaboración procesal y será ponderado como un indicio al dictarse sentencia. De igual manera, podrá ordenar la comunicación por los mismos canales de información utilizada por el proveedor demandado.

Artículo 424.- Solicitud de exclusión. En los procesos que involucren derechos de incidencia colectiva individuales

homogéneos de consumidoras o consumidores, deberá otorgarse a los miembros del grupo o clase, la posibilidad de quedar excluidos de los efectos que aquel proceso produzca, estableciendo el plazo y modalidad para el ejercicio de ese derecho.

La solicitud de exclusión no requerirá patrocinio jurídico o fundamentación, ni será sustanciada. La solicitud surtirá efectos desde que sea tenida presente por el tribunal.

Sección 4º Registración, litispendencia y conexidad

Artículo 425.- Litispendencia y conexidad entre procesos colectivos. Los efectos del proceso colectivo sobre otros procesos individuales o colectivos que versen sobre la misma cuestión se tendrán por operados a partir de la inscripción del auto de apertura en el Registro Nacional de Procesos Colectivos.

La registración del proceso colectivo generará litispendencia respecto de otros procesos de igual tenor que se refieran al mismo objeto litigioso, debiendo las causas tramitar ante la jueza o el juez que hubiera dictado e inscripto con anterioridad la apertura del proceso colectivo.

Cualquier legitimado colectivo que actúe en una causa que deba ser acumulada a otra en virtud de lo dispuesto en este artículo, podrá requerir fundadamente a la jueza o el juez que habilite la incorporación de nuevos hechos, pruebas y argumentos en sostén de la pretensión colectiva. Esta facultad podrá ejercerse hasta el dictado del auto de apertura a prueba y, de ser admitido el pedido, la jueza o el juez deberá

asegurar el debido contradictorio entre las partes con relación a los elementos incorporados.

Al contestar la demanda, el proveedor demandado deberá presentar un listado con el detalle de todos los casos individuales en los que sea demandado por la misma o similar cuestión, indicando carátula, fecha de inicio, número de expediente y tribunal ante el cual tramita. La jueza o el juez podrá disponer que dicho listado sea renovado periódicamente.

Artículo 426.- Litispendencia y conexidad entre procesos colectivos y acciones individuales. La promoción de un proceso colectivo no impide la iniciación de acciones individuales fundadas en la misma causa, cuando la cuestión en debate lo permita.

Luego de la apertura del proceso colectivo, la jueza o el juez podrá verificar de oficio o a pedido de parte, la existencia de procesos individuales en trámite fundados en la misma causa. De existir procesos individuales fundados en la misma causa, emplazará al representante colectivo para que en el plazo de diez (10) días exprese su voluntad de continuar la acción individual, excluyéndose en tal caso de los efectos de la sentencia del proceso colectivo. Si manifestara su voluntad de incluirse en el proceso colectivo, la acción individual quedará suspendida hasta la culminación del proceso colectivo, rigiéndose en este caso por los efectos de la sentencia definitiva o decisión que ponga fin al proceso. El silencio será interpretado como voluntad de excluirse y continuar con el caso individual.

En el caso de que el proveedor demandado no informe un proceso individual, la o el consumidor individual se beneficiará de la cosa juzgada colectiva aún en el caso de que la demanda individual sea rechazada.

Sección 5° Resolución de excepciones y apertura a prueba

Artículo 427.- Audiencia de conciliación, prueba y resolución de excepciones. Una vez contestada la demanda o vencido el plazo para hacerlo se correrá traslado por el plazo de diez (10) días de las excepciones previas y de los hechos nuevos, si los hubiere. Las únicas excepciones admisibles como de previo y especial pronunciamiento son las de litispendencia, falta de legitimación activa o pasiva cuando fuere manifiesta, y cosa juzgada.

Contestado el traslado o vencido el plazo para hacerlo, la jueza o el juez convocará de oficio a una audiencia para intentar una conciliación entre las partes, resolver las excepciones, determinar los hechos controvertidos, definir la admisibilidad y pertinencia de las pruebas ofrecidas, dictar las medidas para mejor proveer que fueren necesarias, disponer la carga provisoria de los gastos de producción probatoria en cabeza del proveedor, y abrir la causa a prueba en el caso de existir hechos controvertidos.

A los fines de la conciliación en el marco de la audiencia, la jueza o el juez podrá proponer las fórmulas conciliatorias que crea convenientes.

Artículo 428.- Prueba. Son admisibles todos los medios de prueba, incluida la prueba estadística o por muestreo, a excepción de la absolución de posiciones por parte de la o el representante o los miembros del grupo.

La jueza o el juez puede ampliar el número de las y los testigos admitidos por los ordenamientos procesales según las circunstancias del caso.

Al ordenar la producción de prueba la jueza o el juez deberá distribuir su carga teniendo en cuenta los principios y el deber de colaboración probatoria que imperan en materia de procesos de consumo, así como los conocimientos científicos, técnicos o información específica sobre los hechos, o la mayor facilidad para acceder a elementos probatorios que pudieran tener las partes.

En caso de ser necesaria la producción de prueba pericial o de informes, la jueza o el juez deberá asignar provisoriamente los gastos necesarios para su producción teniendo en cuenta el beneficio de gratuidad establecido en el artículo 384 del presente Código, la capacidad económica de las partes, la verosimilitud de la pretensión y la especial necesidad de contar con la prueba de que se trate para resolver adecuadamente la contienda.

Artículo 429.- Audiencia pública. En cualquier momento del proceso colectivo, la jueza o el juez podrá convocar a audiencia pública para una mejor resolución del conflicto, o realizar de forma pública cualquiera de las audiencias establecidas durante su trámite. Cuando realice la convocatoria, en la misma resolución precisará su objeto y finalidad, fijará las condiciones de realización de la audiencia

y demás medidas ordenatorias necesarias para facilitar y transparentar su desarrollo, debiendo garantizar la intervención efectiva de las partes y sus representantes.

Podrán participar de las audiencias públicas todos los sujetos intervinientes en el proceso, independientemente de aquellos auxiliares de la justicia que se convocaren al efecto. Igualmente, con la mayor amplitud, la jueza o el juez podrá convocar a otras personas o entidades que según su criterio puedan aportar elementos de juicio sobre cuestiones relevantes, debiendo asimismo permitirse la participación de toda persona interesada en el caso.

La jueza o el juez podrá interrogar libremente a cualquiera de los presentes.

Sección 6° Conciliación, transacción y desistimiento

Artículo 430.- Conciliación o transacción. Cuando las partes propongan un acuerdo para su homologación judicial, deberá ser evaluado mediante resolución razonablemente fundada y motivada, y dar cuenta de su conveniencia para los miembros del grupo. En todos los casos el acuerdo deberá contemplar la distribución y montos de los honorarios correspondientes a los letrados intervinientes, salvo opción expresa por la regulación judicial.

Para valorar la razonabilidad y conveniencia del acuerdo, la jueza o el juez tendrá en consideración, entre otros elementos, los siguientes:

a) La expectativa de éxito de la pretensión deducida;

- b) La dificultad probatoria y complejidad jurídica del caso;
- c) Las ventajas de obtener una solución pronta;
- d) La adecuada distinción entre subcategorías de afectados, cuando ello fuera relevante, y la razonabilidad de la diferencia de trato eventualmente dada a cada una de ellas;
- e) La claridad de los parámetros para implementar las obligaciones del acuerdo, para liquidar individual o colectivamente los fondos obtenidos y para ejecutar el convenio en caso de incumplimiento;
- f) La no afectación del orden público y los principios que rigen en las relaciones de consumo conforme lo establecido en el Título Preliminar del presente Código.

Artículo 431.- Audiencia de evaluación del acuerdo. Dentro de los diez (10) días de presentado el acuerdo en el expediente, la jueza o el juez deberá fijar una audiencia abierta para debatir sobre su razonabilidad y conveniencia, con la participación obligatoria de la parte actora, el proveedor demandado, los terceros adherentes simples, el Ministerio Público y de quienes se hubieran presentado en carácter de Amigos del Tribunal. La jueza o el juez podrá determinar la necesidad de realizar medidas de difusión de dicha audiencia.

Luego de celebrada la audiencia la jueza o el juez establecerá un plazo máximo de diez (10) días para recibir impugnaciones contra el acuerdo. Cualquier miembro del grupo podrá oponerse a la solución propuesta dando los motivos en que se funda. La oposición será evaluada por la jueza o el juez y sólo podrá ser desistida con su autorización.

Vencido dicho plazo, se correrá vista del expediente completo al Ministerio Público, cuya opinión deberá contemplar el interés público involucrado en el asunto y no será vinculante para la jueza o el juez. Evacuada dicha vista, dentro del plazo de quince (15) días deberá dictarse la decisión aprobando o rechazando el acuerdo y resolviendo las impugnaciones presentadas. Las consideraciones y argumentos relevantes que las partes u otros sujetos intervinientes expresen, deberán ser analizados en la aprobación o desestimación del acuerdo.

En caso de rechazo del acuerdo, la jueza o el juez podrá sugerir a las partes la realización de modificaciones orientadas a lograr su aprobación, pero no podrá imponer de oficio nuevos términos o condiciones.

Artículo 432.- Presentación de acuerdo previo a la apertura del proceso colectivo. En el caso de que se arribe a un acuerdo previo a la apertura del proceso colectivo, presentado el mismo para su homologación, la jueza o el juez controlará el cumplimiento de los requisitos para la apertura del proceso, y en caso de encontrarse cumplidos los mismos, ordenará su apertura de conformidad con lo establecido en el artículo 420 y dispondrá las medidas de publicidad, así como el procedimiento establecido en el artículo 431.

Si al celebrar un acuerdo con posterioridad a la apertura del proceso el grupo es redefinido por el juez o la jueza, deberá efectuarse una nueva notificación de su homologación a sus integrantes brindándoles, de ser pertinente, una nueva posibilidad de pedir su exclusión del pleito.

Artículo 433.- Desistimiento del proceso. El desistimiento del proceso debe ser motivado y se deben detallar con precisión las razones que lo justifican. Cuando exista un litisconsorcio, las renunciaciones o desistimientos efectuados por uno de los litisconsortes no causará ningún efecto en relación a los restantes.

Sección 7° Medidas cautelares y preventivas

Artículo 434.- Medidas cautelares y medidas preventivas. Serán plenamente aplicables al proceso regulado en este capítulo, lo establecido en los artículos 387, 388 y 389 de este Código.

Sección 8° Efectos de la Sentencia y recursos

Artículo 435.- Sentencia y Cosa Juzgada. La sentencia, tanto si hiciere lugar o si desestimare la pretensión, así como el acuerdo transaccional debidamente homologado, deberán incluir una descripción precisa del grupo involucrado. La decisión hará cosa juzgada sea esta favorable o desfavorable para los intereses del grupo, salvo en caso de rechazo de la demanda por ausencia de pruebas o cuando se hubieren omitido, por cualquier motivo, hechos fundamentales para el proceso que tuvieren entidad para revertir la decisión firme.

Si la sentencia desestimare la pretensión de tutela de los derechos de incidencia colectiva individuales homogéneos, los afectados individuales podrán deducir la pretensión a título individual.

La decisión no tendrá eficacia sobre aquellos que hubieran solicitado su exclusión en los supuestos de derechos de incidencia colectiva individuales homogéneos. En la sentencia deberán individualizarse las personas que hubieran solicitado oportunamente su exclusión.

Quien pretenda discutir la oponibilidad o validez de la sentencia o acuerdo transaccional pasado en autoridad de cosa juzgada, deberá hacerlo por vía autónoma ante una jueza o juez distinto al que dictó la decisión.

Artículo 436.- Resoluciones apelables. Sólo serán apelables:

- a) Las resoluciones que pongan fin al proceso o impidan su continuación;
- b) Las resoluciones que resuelvan excepciones, salvo cuando pospongan la resolución hasta el momento de dictar sentencia;
- c) El auto de apertura del proceso colectivo;
- d) La declaración de puro derecho;
- e) Las que otorgan o deniegan medidas cautelares o preventivas;
- f) La resolución que deniegue o revoque el carácter de adecuado representante del legitimado colectivo;
- g) Las sanciones del artículo 419 del presente Código;
- h) Otras resoluciones que, a juicio de la jueza o el juez, ameriten ser revisadas por la alzada por importar un serio apartamiento del debido proceso susceptible de generar un perjuicio de imposible o muy dificultosa reparación ulterior

para las partes. Estos supuestos serán de interpretación restrictiva.

Las apelaciones se concederán con efecto suspensivo, excepto la que se interponga contra la resolución que concede las medidas cautelares o preventivas que será con efecto meramente devolutivo y tramitará por vía incidental.

Sección 9º Liquidación y ejecución de sentencias colectivas

Artículo 437.- Liquidación y ejecución de sentencia que condena al pago de sumas de dinero. Si las pretensiones resueltas tuviesen contenido patrimonial, la sentencia establecerá los alcances de la reparación económica, o bien el procedimiento a seguir para su determinación en el supuesto de dictarse una sentencia de condena genérica de responsabilidad.

En casos de restitución de sumas de dinero deberá priorizarse la asignación individual de los resultados de la condena a favor de los miembros del grupo y emplearse para ello, los mismos o similares medios a los utilizados por el proveedor demandado para su percepción. De no ser esto posible debido a que la prueba individual del daño resulte dificultosa o demasiado costosa con relación a la cuantía de las pretensiones individuales, la condena deberá ser depositada en el Fondo Nacional para la Protección de las y los Consumidores y Usuarios especial previsto en el artículo 83 del presente Código para aplicarse a los fines allí previstos.

Artículo 438.- Reparación indirecta. Cuando no sea posible la asignación individual de los resultados de la condena a favor de los miembros del grupo, la jueza o el juez fijará la manera en que el resarcimiento sea instrumentado en la forma que mejor beneficie al grupo afectado, pudiendo asignar las tareas reparatorias y la indemnización establecida, al Fondo Nacional para la Protección de las y los Consumidores y Usuarios del artículo 83 del presente Código.

Cuando se condene a la reparación del daño extrapatrimonial colectivo en los supuestos del artículo 121, el ochenta por ciento (80%) del monto de la indemnización será destinada al Fondo Nacional para la Protección de las y los Consumidores y Usuarios y el veinte por ciento (20%) restante al legitimado activo que promueva la acción.

Artículo 439.- Montos remanentes. En los casos en los que no sea posible la devolución de los montos de condena por los mismos medios utilizados por el proveedor demandado para su percepción y se establezcan mecanismos que requieran la presentación de los interesados para su percepción, transcurrido el plazo de un (1) año sin su presentación en número compatible con la extensión del daño, de oficio o a requisitoria de cualquiera de los legitimados indicados en el artículo 414 podrán liquidarse los montos remanentes, los que serán destinados al fondo previsto en el artículo 83.

Artículo 440.- Daños individuales no homogéneos. En casos de condenas por violación a derechos colectivos, de los que pudieran derivarse también daños individuales no homogéneos de alguno de los miembros del grupo, éstos

podrán promover individualmente ante la jueza o el juez de su domicilio un incidente para determinar la cuantía de los rubros resarcitorios no indemnizados. El trámite se regirá por las reglas de la ejecución de sentencia. A efectos de su promoción, bastará con una copia de la sentencia certificada con la sola firma de la o el abogado actuante.

Artículo 441.- Ejecución de sentencias estructurales o complejas. Cuando en la sentencia definitiva se imponga una condena a hacer cuyo cumplimiento resulte complejo, sea por involucrar la modificación de cierta acción u omisión de políticas públicas o bien por implicar una reforma estructural de la situación fáctica que diera origen a la causa, de oficio o a pedido de parte, la jueza o el juez tomará todas las medidas a su alcance para garantizar la efectiva y eficiente implementación de las órdenes contenidas en la decisión. A tal efecto, entre otras medidas, podrá:

a) Ordenar al condenado que presente un proyecto de cumplimiento de la decisión debidamente justificado, acompañado de su respectivo cronograma de implementación y de un análisis y previsión de costos. Del proyecto de cumplimiento se dará traslado a la o el representante colectivo por un plazo que deberá fijar la jueza o el juez de acuerdo a las circunstancias del caso;

b) De entenderlo necesario, la jueza o el juez podrá introducir modificaciones al proyecto de cumplimiento y fijar una audiencia para discutir el contenido y la modalidad de su implementación antes de aprobarlo. Toda decisión al respecto podrá ser modificada si se alteran las circunstancias que dieron lugar a su dictado o bien cuando se muestra inadecuada para cumplir la finalidad perseguida;

c) Designar una o un abogado o grupo de abogadas o abogados mediante el procedimiento del artículo 99 del presente Código, o una o un interventor o grupo de interventores judiciales, todos ellos con adecuada versación en este tipo de procesos, como agentes auxiliares bajo su dirección, para supervisar e informar periódicamente en la causa el estado de avance en el cumplimiento de la sentencia, identificar los obstáculos que se presenten y proponer medidas para superarlos;

d) Ordenar la realización de mesas de trabajo para que las partes definan de común acuerdo las medidas concretas a fin de avanzar en la ejecución de la sentencia. De lo resuelto en dichas mesas de trabajo se labrará acta o se dispondrá su registración por otros medios para acompañar al expediente. En caso de haberse designado agentes auxiliares en los términos del inciso c), deberán asistir a las mesas de trabajo y coordinar el debate;

e) Coordinar con las y los jueces y tribunales de otras jurisdicciones, así como tomar medidas para intercambiar información relevante que colabore con la efectiva y eficiente ejecución de la decisión.

Sección 10 Costas y honorarios

Artículo 442.- Costas y honorarios. La determinación de los honorarios profesionales debe tener en cuenta las normas arancelarias específicas y/o locales. Si el proveedor demandado fuese insolvente, los honorarios serán deducidos de las sumas globales obtenidas en beneficio del grupo y

antes de procederse a su distribución, gozando del privilegio de los gastos de justicia.

En los casos no susceptibles de apreciación pecuniaria, la jueza o el juez deberá fijar un honorario que tenga en consideración el resultado obtenido, la complejidad del asunto, el número de consumidoras o consumidores beneficiados por la decisión, el beneficio obtenido por la comunidad en virtud de ella y el interés público involucrado en el caso, entre otros factores.

Artículo 443.- Apreciación de condenas a hacer o no hacer. La sentencia colectiva que condene a hacer o no hacer será considerada susceptible de apreciación pecuniaria si durante el proceso hubiera sido cuantificado o presupuestado el costo de la conducta exigida, o si fuera posible estimarlo posteriormente en el caso de lo establecido en el artículo 437 del presente Código.

Artículo 444.- Honorarios en reclamos de menor cuantía. En todos los casos, la regulación de honorarios deberá considerar que el monto establecido resulte un incentivo adecuado para quienes representaron técnicamente al legitimado colectivo, así como, en su caso, la escasa probabilidad del reclamo judicial individual por la baja cuantía económica del pleito o de las afectaciones individuales.

Sección 11 Registración de las acciones colectivas ante la justicia nacional, y de las interjurisdiccionales o individuales homogéneas con alcance en distintas jurisdicciones ante la justicia local

Artículo 445.- Registro Nacional de Procesos Colectivos. Créase el Registro Nacional de Procesos Colectivos dependiente del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación.

La jueza o el juez de la justicia nacional o provincial, deberá informar obligatoriamente las resoluciones previstas en este Código al Registro Nacional de Procesos Colectivos, por los medios que la reglamentación determine.

El proceso colectivo será identificado mediante la indicación de la fecha de inicio, la de la resolución de apertura del proceso colectivo, la descripción de la clase involucrada, el nombre del legitimado extraordinario y de sus abogadas o abogados, el nombre de las restantes partes que intervienen en el proceso, los domicilios, el objeto de la demanda, el resumen de la causa de la pretensión, y el tribunal interviniente.

La información contenida en el Registro deberá ser pública y gratuita. Su acceso será de libre consulta por Internet.

En los casos de registración conforme el artículo 421, el Registro Nacional de Procesos Colectivos, pasados los treinta (30) días, deberá requerir a la jueza o juez identificado en el acta que informe sobre la sentencia de apertura del proceso.

Periódicamente conforme lo establezca la reglamentación, los registros provinciales de procesos colectivos de incidencia

colectiva deberán remitir al Registro Nacional de Procesos Colectivos, la información de los procesos allí inscriptos.

Capítulo V Procesos especiales

Sección 1º Proceso de protección de los intereses económicos del consumidor sobreendeudado

Artículo 446.- Proceso judicial de protección de los intereses económicos del consumidor sobreendeudado. La o el consumidor que se encontrare en situación de sobreendeudamiento en los términos del artículo 271 del presente Código, podrá solicitar el inicio de este proceso especial ante la justicia ordinaria, sea nacional o provincial, de su domicilio. En la demanda deberá constar:

- a) Identificación de los acreedores que razonablemente pudiera conocer, montos y causas de los créditos;
- b) Explicación de las causas concretas que generaron la situación de sobreendeudamiento, con expresión de la fecha en la que estima se produjo;
- c) Detalle de los ingresos y bienes;
- d) Detalle de la conformación familiar y personas dependientes económicamente;
- e) Detalle de los gastos ordinarios y extraordinarios para la subsistencia digna del grupo familiar;

f) Detalle de los procesos judiciales en los que revista la calidad de parte;

g) La documentación respaldatoria de lo informado que tenga en su poder la o el consumidor.

En caso de que algún requisito se encuentre ausente o insuficientemente acreditado, la jueza o el juez intimará a subsanar. Sin perjuicio de lo anterior, podrá ordenar la apertura del proceso, aunque no se encuentren íntegramente cumplidos los recaudos.

La ausencia de bienes o ingresos del requirente no obsta a la apertura del proceso.

Artículo 447.- Universalidad y composición del pasivo de la o el consumidor. El proceso regulado en esta sección produce sus efectos cuando se den los siguientes dos requisitos:

a) Que el pasivo generado en el marco de relaciones de consumo represente al menos el sesenta y seis por ciento (66%) del total y;

b) Que el pasivo no comprendido en el inciso a) no supere los cien (100) salarios mínimo, vital y móvil.

El proceso alcanza a la totalidad del patrimonio de la o el consumidor, salvo las exclusiones legalmente establecidas en otras leyes respecto de bienes determinados.

Artículo 448.- Apertura. Acreditado el cumplimiento de los requisitos de los artículos 446 y 447, la jueza o el juez dentro

de los diez (10) días dictará el primer despacho, debiendo el mismo contener:

- a) La declaración de apertura del proceso;
- b) La notificación por cédula de los acreedores denunciados, y la publicación de edictos en el Boletín Oficial de la jurisdicción por cinco (5) días citando a cualquier otro acreedor de la o el consumidor, en los términos del artículo 451;
- c) La inscripción del proceso en el Registro de Juicios Universales de la jurisdicción, salvo que existiera inscripción previa vigente del proceso regulado en esta sección o alguno de los regulados en la Ley N° 24.522;
- d) La inhibición general de bienes de la o el consumidor;
- e) El pedido de informes a los registros correspondientes respecto de la existencia de bienes de la o el consumidor;

La publicación de edictos será gratuita para la o el consumidor.

Artículo 449.- Desistimiento. La o el consumidor puede desistir del proceso hasta la primera presentación de un acreedor.

Artículo 450.- Notificaciones. Desde la interposición de la demanda o vencimiento del plazo de notificación por cédula del artículo 448 inciso b) del presente Código, todas las notificaciones del proceso serán en los estrados del juzgado

los días de nota, salvo que expresamente la jueza o el juez ordene otro medio de notificación.

Artículo 451.- Convocatoria de acreedores. La jueza o el juez citará a los acreedores por el plazo de diez (10) días a efectos de que:

- a) Reconozcan si con la o el requirente poseen obligaciones vigentes, prescriptas o que hayan cedidas a terceros;
- b) En caso de cesión o endoso a favor de un tercero, identificar la o el cesionario o endosatario;
- c) Informe el origen de la obligación, estado y resumen de vencimientos y pagos;
- d) La documentación respaldatoria;
- e) Informe los procesos judiciales iniciados contra la o el requirente;
- f) Informe sobre la notificación del estado de la deuda de la o el requirente a bases de datos de antecedentes crediticios;
- g) Constituya domicilio.

Artículo 452.- Efectos de la convocatoria. La respuesta y el silencio de los acreedores requeridos, tendrán los efectos del artículo 274 del presente Código. Cuando no se acompañe la documentación respaldatoria, la jueza o el juez intimará a subsanar dentro de los cinco (5) días, vencidos los mismos se considera que el acreedor ha guardado silencio respecto de la obligación cuestionada.

Vencido el plazo de convocatoria por edictos en el Boletín Oficial, operará el silencio de los acreedores que no se hayan presentado en el proceso a presentar su crédito con el efecto extintivo del artículo 274 del presente Código, con excepción de los acreedores denunciados con notificación pendiente, los acreedores cuyo crédito no se de en el marco de una relación de consumo, y los acreedores de un crédito en el marco de una relación de consumo que acrediten su ocultamiento doloso por parte de la o el consumidor requirente.

Cuando la convocatoria por cédula no se haya podido notificar por cuestiones ajenas a la o el consumidor requirente en tres (3) oportunidades, habiendo requerido los informes de domicilio correspondientes, la jueza o el juez tendrá por satisfecha la notificación con la publicación de edictos dictada en el primer despacho.

Artículo 453.- Admisibilidad de los créditos presentados. Vencido el plazo de convocatoria de acreedores, la jueza o el juez dará traslado por diez (10) días a la o el deudor y a las o los acreedores presentados, y vista al Ministerio Público Fiscal, para que se expidan sobre los créditos presentados. Si hubiere impugnaciones, se dará traslado por cinco (5) días al acreedor del crédito, y vencido el plazo se procederá a resolver dentro del plazo de diez (10) días. La resolución será apelable por incidente y no suspenderá el proceso.

Artículo 454.- Facultades sancionatorias. El juez o jueza, a pedido de la o el consumidor, del Ministerio Público Fiscal o de otro acreedor, en caso de corresponder, podrá imponer a un acreedor de una deuda de consumo una condena

disuasiva en los términos del artículo 325 del presente Código. La o el acreedor sancionado podrá compensar parcial o totalmente el monto de la multa con la obligación pendiente de pago.

Artículo 455.- Facultades de los acreedores. Las y los acreedores podrán solicitar informes y las medidas cautelares que consideren necesarias para identificar y/o conservar los bienes que integren el patrimonio que garantiza su crédito.

Artículo 456.- Audiencia conciliatoria. En la resolución sobre la admisibilidad de los créditos presentados, se dará apertura a la etapa conciliatoria. La jueza o el juez citará dentro de los quince (15) días a una audiencia a las o los acreedores admitidos y a la o el consumidor, a los fines de acordar un plan de pagos. Cuando no se logre el acuerdo, la jueza o el juez podrá:

- a) Extender la etapa conciliatoria por un período de hasta noventa (90) días;
- b) Convocar a nuevas audiencias dentro del plazo de prórroga;
- c) Nombrar un auxiliar de justicia en carácter de conciliador.

La o el conciliador designado propondrá fórmulas para alcanzar el acuerdo, actuar como auxiliar de la jueza o el juez a efectos de controlar el patrimonio de la o el consumidor y recomendar las medidas conservatorias pertinentes. Las o los conciliadores sólo podrán designarse por medio del mecanismo del artículo 99 del presente Código.

Artículo 457.- Forma y contenido del acuerdo. El acuerdo podrá realizarse en documento privado avalado con la firma de los letrados intervinientes o con firmas certificadas ante el juzgado interviniente o ante el propio juzgado interviniente. Los acuerdos podrán habilitar diversas categorías, ser diferentes respecto de cada acreedor o acreedor, pudiendo pactarse quitas y esperas sin límite temporal ni cuantitativo, así como toda otra fórmula que obtenga la conformidad de los acreedores. El acuerdo también podrá establecer un plan para la liquidación de los bienes de la o el consumidor.

Artículo 458.- Mayorías para acuerdos de pago o de liquidación. Para los acuerdos de pago o de liquidación es necesario que hayan prestado su conformidad las y los acreedores que representen la mayoría de las deudas admitidas con causa previa al pedido de apertura del proceso por parte de la o el consumidor.

Cuando la jueza o el juez, de oficio o por impugnación de parte, considere que alguna de las deudas originadas en una relación de consumo incumple las normas que protegen a la o el consumidor conforme el artículo 2° del presente Código, de las demás normas de aplicación a los créditos o financiación para las y los consumidores, la excluirá fundadamente del cómputo para las mayorías.

Artículo 459.- Impugnaciones del acuerdo. Del acuerdo logrado se dará traslado por ministerio de la ley por cinco (5) días a las partes.

Las causales de impugnación de los acuerdos serán únicamente las siguientes:

- a) Error en el cómputo de la mayoría necesaria;
- b) Exageración fraudulenta del pasivo;
- c) Ocultación o exageración fraudulenta del activo.

Artículo 460.- Falta de acuerdo y plan de liquidación. Cuando no se hubiere logrado un acuerdo entre la o el consumidor y sus acreedores, o se rechazase la homologación del acuerdo, la o el consumidor podrá solicitar un plan de reorganización de pasivos en los términos del artículo 461, para superar el sobreendeudamiento.

Ante la falta de solicitud, la jueza o el juez formulará un plan de liquidación de los bienes. Si se hubiere designado una o un conciliador, éste deberá formular el plan de liquidación o reorganización.

Artículo 461.- Plan de reorganización. El plan de reorganización deberá ser previsible y acorde a las posibilidades actuales de cumplimiento de la o el consumidor, considerar la composición de las deudas y su origen, el contexto social y familiar, la conducta de la o el consumidor, y la protección de su interés económico. El plan podrá consistir en reducción o ampliación de los plazos, morigeración de los intereses exigibles, quita del capital, y otras medidas pertinentes para lograr su cumplimiento sin afectar las condiciones de vida digna de la o el consumidor y su grupo familiar, o comprometer su rehabilitación financiera.

Artículo 462.- Impugnación del plan de liquidación o reorganización. Del plan de liquidación o reorganización se dará traslado por ministerio de la ley por cinco (5) días para que las partes presenten sus impugnaciones. Las impugnaciones podrán versar sobre todos los aspectos del plan de liquidación o reorganización, se interpondrán fundadas y con las propuestas de rectificación o mejoramiento que tuviera la parte impugnante. Cuando la impugnación se fundare en la inconveniencia del plan en perjuicio de todas las partes involucradas en el proceso, la jueza o el juez podrá citar a audiencia a efectos de que cada parte se manifieste al respecto. Cuando no prosperen las impugnaciones formuladas por la o el consumidor al plan de reorganización, este podrá desistir del mismo procediéndose a formular un plan de liquidación.

Artículo 463.- Homologación. Vencido el plazo para formular impugnaciones, la jueza o el juez procederá a:

- a) Notificar al Ministerio Público Fiscal a efectos de que intervenga en los términos del artículo 402 del presente Código;
- b) Controlar la legalidad formal y sustancial del acuerdo;
- c) Resolver las impugnaciones formuladas;
- d) Habilitar un nuevo período conciliatorio por treinta (30) días cuando alguna parte lo hubiera solicitado y se entendiera pertinente;
- e) Homologar el acuerdo de pago o liquidación, o el plan de liquidación o reorganización, cuando lo entienda ajustado a

derecho, a la realidad económica y adecuado para superar la situación de sobreendeudamiento.

Artículo 464.- Efectos de la homologación. La homologación del acuerdo de liquidación, o del plan de liquidación, implica el desapoderamiento de los bienes de la o el consumidor, salvo la vivienda única, las indemnizaciones laborales, las indemnizaciones por daños causados a su persona y los excluidos por otras normas. Cuando el producido de la realización de los bienes no alcance para pagar la totalidad de los créditos, la jueza o el juez dictará una resolución declarando extinguidas todas las deudas que tuviera la o el consumidor deudor por causa o título anterior a la resolución de apertura, salvo los saldos pendientes que correspondan a obligaciones alimentarias de la o el consumidor, créditos laborales con privilegio, y los que se originen en daños a la persona humana, no pudiendo ningún otro acreedor reclamar en el futuro su saldo insatisfecho.

Cuando se hubieran realizado todos los bienes, o el acuerdo lo autorizare, o hubiese transcurrido más de un (1) año de homologado el acuerdo de pago o liquidación, o del plan de reorganización o liquidación sin denuncia de incumplimiento de la o el consumidor, la jueza o el juez levantará la inhibición general de bienes de oficio o a pedido de la o el consumidor deudor.

Artículo 465.- Ejecución del acuerdo de pago, liquidación o plan de reorganización. El acuerdo de pago, liquidación o el plan de reorganización, se ejecutará en los términos homologados. Cuando hubiera incumplimiento de la o el

consumidor deudor la jueza o el juez podrá convocar a las partes a efectos de renegociar o reestructurar el acuerdo o plan homologado. La ejecución del acuerdo o plan homologado por un acreedor tramitará ante el mismo juzgado que intervino en la homologación.

Artículo 466.- Ejecución del plan de liquidación. A los fines de la ejecución del plan de liquidación, se podrá designar una o un conciliador conforme el artículo 99 del presente Código, o un tercero cuando cuente con el acuerdo de la mayoría de las o los acreedores, a los efectos de realizar los bienes bajo control judicial o controlar su realización.

La o el consumidor, así como los acreedores, que conservarán las facultades reconocidas por el artículo 455 del presente Código, podrán presentar propuestas para la realización de un bien en particular. Realizados los bienes e ingresados los fondos al proceso, la jueza o el juez, o el conciliador o tercero designado, deberá formular el proyecto de distribución, del cual se dará traslado por cinco (5) días a las partes para que efectúen las observaciones pertinentes. Una vez vencido el plazo la jueza o el juez resolverá las impugnaciones, reformulando o aprobando el proyecto de distribución.

Artículo 467.- Plazo de prohibición. La o el consumidor no podrá presentar un nuevo proceso judicial de protección de los intereses económicos de la o el consumidor sobreendeudado en los términos del presente Código hasta haber transcurrido un (1) año, contado a partir de la clausura del proceso liquidatorio sea por el acuerdo de liquidación o del

plan de liquidación, o un (1) año de la homologación del acuerdo de pago o plan de reorganización.

Artículo 468.- Efecto de la convocatoria ante la falta de presentación total de acreedores. Cuando no se haya presentado ninguna acreedora o acreedor al proceso durante el plazo otorgado por el artículo 451 del presente Código, la jueza o el juez ordenará:

a) En el caso de las deudas debidamente notificadas por cédula, la extinción de las mismas, conforme el artículo 275;

b) La publicación de edictos por dos (2) días en el Boletín Oficial haciendo saber a los eventuales acreedores que transcurrido el plazo de un (1) año sin nuevas presentaciones, de oficio a solicitud de la o el consumidor, se dará por concluido el trámite declarándose extinguidas todas las deudas exigibles derivadas de relaciones de consumo, de causa o título anterior a la interposición de la demanda. Esta declaración se dictará de oficio transcurrido el plazo, o a solicitud de parte;

c) Transcurrido el plazo indicado en el inciso b), se ordenará el levantamiento de la inhibición general de bienes.

Artículo 469.- Presentación tardía. Los créditos no generados en el marco de relaciones de consumo podrán presentarse tardíamente por incidente mientras dure el proceso, o, concluido éste, por la acción individual que corresponda, cargando con las costas. Cuando la presentación tardía tramite como incidente, serán parte en dicho incidente la o el acreedor y la o el deudor, teniendo los restantes acreedores

derecho a formular impugnaciones. Las y los acreedores presentados tardíamente no pueden reclamar de sus coacreedores lo que hubieren percibido con arreglo al acuerdo, y la jueza o el juez fijará la forma en que se aplicarán los efectos ya ocurridos, teniendo en cuenta la naturaleza de las prestaciones.

Sección 2° Acción de acceso a información

Artículo 470.- Pretensión. La o el consumidor podrá presentar ante el juzgado competente de su domicilio un pedido de información sobre la relación de consumo y/o copia de cualquier documentación relacionada a la misma, sin necesidad de acreditar solicitud previa al requerido.

En la demanda deberá demostrar la existencia de la relación de consumo, así como informar el domicilio del proveedor o del acreedor de una deuda con origen en una relación de consumo. Acreditados los recaudos necesarios, la jueza o el juez notificará al proveedor y en el mismo despacho ordenará la presentación de la información y/o documentación dentro del plazo de cinco (5) días. La o el requerido no podrá oponer excepciones previas, y los recursos tendrán efecto devolutivo.

El requerimiento judicial podrá comprender la exhibición ante el juzgado de la documentación original, la expedición de copias certificadas de la misma, o bien la elaboración o entrega de informes, liquidaciones u otros elementos respaldatorios de la obligación.

Artículo 471.- Facultades. Se podrán ordenar sanciones conminatorias, el secuestro de la documentación original y/o cualquier otra medida pertinente para obtener la información requerida cuando:

- a) Se acredite un requerimiento previo, sea en forma particular por la o el consumidor, o por el procedimiento administrativo del Título II, Capítulo III, Sección 2° del presente Libro;
- b) Exista un incumplimiento de la intimación judicial; o
- c) Ante cualquier otra circunstancia relevante a criterio de la jueza o juez.

Artículo 472.- Efectos. La respuesta o el silencio del requerido tendrá los efectos establecidos en el artículo 275 del presente Código, y el juez o jueza procederá a emitir un acta en la que conste:

- a) Identidad de la o el consumidor y del requerido;
- b) La pretensión de la acción;
- c) La fecha y dirección de la notificación al requerido;
- d) La respuesta del requerido, acompañado de copia certificada de la documentación acompañada cuando correspondiera;
- e) El silencio del requerido, cuando correspondiera; y
- f) La presunción de pleno derecho sobre la inexistencia de otras obligaciones a cargo de la o el consumidor, así como sobre la renuncia tácita del requerido, cuando correspondiera.

Artículo 473.- Convocatoria de terceros. Si el requerido informare haber cedido una obligación a cargo del requirente a un tercero, la jueza o el juez procederá a requerir la información y/o documentación a la o el cesionario, así como la documentación que respalde la cesión, bajo el procedimiento y efectos que el presente Capítulo establece.

Artículo 474.- Costas. Cuando se acredite un requerimiento previo particular no contestado, o el pedido por el procedimiento administrativo del Libro Quinto, Título II, Capítulo III, de la Sección 2°, o cuando existiera silencio ante el requerimiento judicial o reticencia a suministrar la información o documentación solicitada, la jueza o el juez condenará en costas al requerido.

Artículo 475.- Participación del requerido. Las únicas impugnaciones admisibles del requerido serán las siguientes:

- a) Nulidad de la notificación;
- b) Impugnación o apelación de la condena en costas; o
- c) Impugnación o apelación por la aplicación de sanciones conminatorias.

Las impugnaciones y/o apelaciones del requerido serán admisibles únicamente previa presentación de la información y/o documentación solicitada.

Artículo 476 .- Juicio ordinario posterior. Toda defensa o excepción que no fuese admisible, la o el requerido podrá hacerla valer en el juicio ordinario posterior. No corresponderá el proceso ordinario cuando el requerido:

- a) No ejerció las defensas o impugnaciones que habilita el proceso regulado en esta Sección;
- b) Haya guardado silencio ante su citación;
- c) Intente responder el requerimiento de forma extemporánea;
- d) Intente discutir nuevamente las cuestiones de hecho debatidas y resueltas, cuya defensa o prueba no hubiera tenido limitaciones, ni las interpretaciones legales formuladas en la sentencia, ni la validez o nulidad de la acción de acceso a la información.

Sección 3° Homologación, impugnación y ejecución de acuerdos administrativos

Artículo 477.- Competencia y procedimiento. En los procesos regulados en la presente Sección serán competentes la justicia ordinaria del domicilio de la o el consumidor.

Se aplicarán para su tramitación, los procedimientos locales o nacionales correspondientes al juicio ejecutivo, homologación de acuerdos, impugnación de actos administrativos o ejecución de sentencias, según correspondan, los que tramitarán adaptando su proceso a las reglas y principios establecidos en el Capítulo II del presente Título con las modificaciones previstas en la presente Sección.

La o el consumidor podrá solicitar la asistencia jurídica gratuita en los términos del artículo 99 del presente Código.

Artículo 478.- Homologación judicial de acuerdo administrativo previo. Cuando el proceso tenga por objeto la homologación judicial del acuerdo de pago que lo requiera, del acuerdo de liquidación o plan de liquidación aprobado en sede administrativa mediante el procedimiento del Libro Quinto, Título II, Capítulo III, Sección 1° el proceso de homologación deberá asegurar la citación a la o el consumidor, cuando no haya sido quien promovió las actuaciones judiciales, y a los acreedores.

La inhibición general de bienes del requirente y el pedido de informes a los registros correspondientes a la jurisdicción respecto de la existencia de bienes del requirente, sólo procederán cuando se solicitare homologación judicial del acuerdo de liquidación o plan de liquidación, salvo convención expresa en contrario.

Sustanciado el traslado, la jueza o el juez procederá conforme al artículo 479 del presente Código, sin perjuicio de sus facultades para controlar de oficio la admisibilidad de los créditos presentados en la instancia administrativa.

Artículo 479.- Consecuencias de la homologación judicial. Homologado el acuerdo administrativo de pago, de liquidación o plan de liquidación, la jueza o el juez decretará:

- a) Las medidas necesarias para su cumplimiento, así como la extinción de cualquier obligación de consumo no comprendida en el acuerdo;
- b) La oponibilidad a las deudas acreditadas que hubiera rechazado el mismo en la instancia administrativa;
- c) La suspensión de todo procedimiento judicial o extrajudicial de cobro o ejecución contra la o el consumidor en trámite; y
- d) El levantamiento de todas las medidas cautelares hasta la finalización o el incumplimiento del convenio homologado.

Artículo 480.- Ejecución judicial de acuerdos. La o el consumidor podrá iniciar el proceso de ejecución de sentencias previsto en la legislación local para forzar el cumplimiento del acuerdo homologado conforme el artículo 478.

En la primera presentación judicial de un acuerdo, de modo independiente de la pretensión de la demanda, se correrá traslado al Ministerio Público Fiscal a efectos que se pronuncie sobre el mismo en los términos del artículo 386.

Es nulo, conforme el artículo 10, el acuerdo en sede administrativa administrativo, prejudicial o judicial, cuando no fuera aprobado por la autoridad administrativa u homologado por autoridad judicial.

Artículo 481.- Ejecución de acuerdos administrativos homologados, multa o condena de daño directo. En caso de incumplimiento del acuerdo homologado por la Autoridad Nacional de Aplicación o local, o de incumplimiento del pago

del monto determinado en concepto de daño directo, multa o sanción conminatoria, la administración o la o el consumidor, podrá iniciar su ejecución ante el juzgado ordinario competente de su domicilio acompañando copia del acuerdo homologado y testimonio del acto de homologación, o la correspondiente sanción consentida o ejecutoriada que determina el daño directo, multa o sanción conminatoria, según sea el caso.

Cuando en el acuerdo homologado, multa o sanción conminatoria, o daño directo, corresponda créditos líquidos y exigibles a favor de la administración, o de la o el consumidor o usuario, éstos tendrán acción ejecutiva para demandar su cobro.

En los demás casos, se observarán las reglas establecidas en la legislación procesal local o nacional para la ejecución de sentencias, con las siguientes modificaciones. Además de las excepciones que allí se autorizan, podrán oponerse:

- a) Cosa juzgada;
- b) Litispendencia;
- c) Pago, acreditado mediante recibo;
- d) Prescripción.

La prueba de las excepciones se hará por medio de documentos que se adjuntarán al deducirlas o por confesión judicial, con exclusión de otro medio probatorio.

Cuando no se pudiera acompañar testimonios u otras constancias oficiales, así se manifestará, solicitándose el envío de copia de las actuaciones.

El incumplimiento de acuerdos homologados es pasible de las sanciones establecidas en la presente, sin perjuicio del cumplimiento imperativo de las obligaciones acordadas en la forma que se establece en esta Sección.

Artículo 482.- Multa por falta de cumplimiento oportuno de acuerdos homologados. En los casos del artículo 480 y 481, la jueza o el juez, de oficio o a pedido de parte, le impondrá al proveedor una multa a favor de la o el consumidor accionante, cuyo monto será como mínimo del treinta por ciento (30%) del importe de la deuda, y como máximo del cien por ciento (100%) del importe de la deuda o un (1) salario mínimo vital y móvil, el que sea mayor. Cuando el proveedor además hubiera articulado defensas manifiestamente improcedentes, o que de cualquier manera hubiera demorado injustamente el trámite, el mínimo de la multa será el cincuenta por ciento (50%) del importe de la deuda.

En los casos que el acuerdo o resolución administrativa o judicial incumplida corresponda a derechos de incidencia colectiva, la multa se impondrá por cada particular afectado, sin perjuicio de aplicarse lo dispuesto en el artículo 325 de este Código.

Artículo 483.- Impugnación judicial de acuerdo administrativo previo. Cuando el proceso tenga por objeto la impugnación de los acuerdos arribados en el procedimiento del Libro Quinto, Título II, Capítulo III, de la Sección 1° el proceso de impugnación del acto administrativo que aprobó el acuerdo, cuando no haya sido la o el consumidor quien promovió las actuaciones judiciales, deberá asegurar su participación a

efectos de que pueda proceder a la defensa del acto, así como a los acreedores.

Artículo 484.- Impugnaciones. El acuerdo de pago del artículo 566 del presente Código únicamente podrá impugnarse por las siguientes razones:

- a) Por cualquier acreedora o acreedor o tercero interesado, cuando se fundare en un incorrecto cálculo de las mayorías necesarias, su injustificada exclusión del cómputo de mayorías, en omisiones o exageraciones del activo o pasivo, o en la nulidad de la notificación personal o por edictos;
- b) Por la o el consumidor, cualquiera o cualquier acreedor o tercero interesado, cuando se fundare en el incorrecto rechazo de la autoridad de aplicación a la aprobación administrativa del acuerdo de pago;
- c) Por la parte acreedora de una obligación no generada en el marco de una relación de consumo, cuando se fundare en el incumplimiento de los requisitos de admisibilidad del procedimiento administrativo y se hubiera opuesto durante la tramitación del mismo.

En este caso, la jueza o el juez declarará la nulidad parcial o total según corresponda, debiendo tomar las medidas urgentes que fueran necesarias para la protección de los intereses económicos de la o el consumidor y la protección de su dignidad y de su grupo familiar.

Sección 4° Arbitraje de Consumo

Artículo 485.- Arbitraje de consumo. El arbitraje de consumo, en los términos establecidos en el presente Código, es un método alternativo al proceso judicial para la resolución de conflictos surgidos entre las y los consumidores y los proveedores, en el marco de una relación de consumo, con carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes. La Autoridad Nacional de Aplicación reglamentará todo lo referido a la organización y funcionamiento de tribunales arbitrales.

Artículo 486.- Tribunales arbitrales. Los Tribunales Arbitrales de Consumo serán, en cuanto a su conformación, unipersonales o colegiados, según lo establezca y regule la Autoridad Nacional de Aplicación, siendo integrados por:

- a) Cuando sean unipersonales, por un (1) solo árbitro o árbitra del Sistema Arbitral de Consumo;
- b) Cuando sean colegiados, por tres (3) miembros, uno del Sistema Arbitral de Consumo, otro de las Asociaciones de las y los Consumidores y el tercero de las Asociaciones Empresariales que se adhieran al Sistema.

El procedimiento se rige por las normas de la jurisdicción en la que actúa el Tribunal Arbitral y por lo establecido en la reglamentación, pudiendo establecerse modalidades de arbitraje a distancia o semipresenciales.

Es de aplicación a los árbitros y al procedimiento de arbitraje de consumo lo establecido en el artículo 366.

Artículo 487.- Inicio del proceso arbitral. El proceso arbitral se iniciará exclusivamente a solicitud de la o el consumidor,

548

debiendo ser informado de modo previo y claro que el proceso arbitral impide su posterior reclamo judicial.

El proceso arbitral será obligatorio para el proveedor cuando:

- a) A pesar de lo establecido en el anteúltimo párrafo de este artículo, el contrato de consumo contenga una cláusula arbitral;
- b) Haya adherido al Sistema Arbitral de Consumo;
- c) Una Asociación Empresarial a la que pertenezca haya adherido al Sistema Arbitral de Consumo, sin oposición del proveedor, ante la Autoridad Nacional de Aplicación de modo expreso y previo a la solicitud de arbitraje de la o el consumidor;
- d) El marco regulatorio sectorial de un servicio público o el contrato de concesión lo establezca; o
- e) En cualquier caso, cuando el proveedor acepte de modo expreso o tácito someterse al proceso arbitral.

La adhesión al Sistema de Arbitraje de Consumo solo podrá condicionarse por bien, servicio, jurisdicción y/o monto, no así por la pretensión y/o rubros que la integran. La aceptación en un caso particular no admite reservas o condiciones.

La cláusula que le imponga a la o el consumidor recurrir al proceso arbitral se tiene por no escrita, sin perjuicio de su validez como aceptación del proveedor en los términos del inciso a) del presente artículo.

En los casos que la o el consumidor no sea informado que el arbitraje de consumo obsta al reclamo judicial, la o el consumidor podrá desistir del proceso arbitral o del laudo arbitral para conservar su acción judicial.

Artículo 488.- Proceso. El proceso arbitral de consumo será conforme a derecho, y excepcionalmente, de amigable composición cuando la o el consumidor lo solicite expresamente, de acuerdo a las reglamentaciones del Sistema Arbitral de Consumo. El arbitraje de amigable composición no dispensa al Tribunal Arbitral de fundar su laudo.

Las actuaciones arbitrales serán confidenciales, parcial o totalmente, sólo cuando la o el consumidor lo solicite expresamente.

Le corresponde al Tribunal Arbitral de Consumo decidir los planteos sobre su propia competencia. La decisión que confirme su competencia es irrecurrible.

Es obligación de los proveedores aportar al proceso todos los elementos de prueba que obren en su poder, conforme a las características del bien o servicio, prestando la colaboración necesaria para el esclarecimiento de la cuestión debatida en el proceso arbitral.

Las y los consumidores en el proceso arbitral gozan del beneficio de gratuidad en los términos del 384 del presente Código y podrán solicitar la asistencia jurídica gratuita en los términos del artículo 99 del presente Código.

En los procesos arbitrales que no superen los dos (2) salarios mínimos, vitales y móviles no será obligatorio el patrocinio letrado, sin perjuicio que cuando la cuestión a resolver lo requiera, sea por su complejidad u otra circunstancia, el Tribunal Arbitral de Consumo se lo hará saber a las partes.

Artículo 489.- Laudo. El laudo del Tribunal Arbitral de Consumo será motivado y por escrito, siendo definitivo y obligatorio por las partes, excepto cuando expresamente se desestime la pretensión de la o el consumidor por requerir la producción de prueba de difícil o imposible producción en esta instancia, supuesto en el que quedará habilitado para interponer el reclamo judicial o solicitar la producción de prueba ante la Cámara local.

El laudo del Tribunal Arbitral de Consumo podrá imponer una condena disuasiva en los términos del artículo 325 del presente Código.

Artículo 490.- Recursos. Contra el laudo arbitral sólo serán admisibles los recursos:

- a) De aclaratoria, ante el Tribunal Arbitral de Consumo;
- b) De apelación, cuando el laudo sea contrario al orden público y a las disposiciones del presente Código, ante la Cámara de Apelaciones competente en razón de la materia con jurisdicción en el lugar de asiento del Tribunal Arbitral de Consumo;
- c) De nulidad, sea por acción autónoma o por recurso, ante el Juzgado de Primera Instancia o Cámara competente en razón de la materia con jurisdicción en el lugar de asiento del Tribunal Arbitral de Consumo, respectivamente;
- d) De apelación y producción de prueba en los casos del artículo 489 del presente Código, ante la Cámara de Apelaciones competente en razón de la materia con jurisdicción en el lugar de asiento del Tribunal Arbitral de Consumo.

Si el arbitraje fuera electrónico, será competente el Juzgado o Cámara competente en razón de la materia con jurisdicción en el domicilio real de la o el consumidor.

TÍTULO II Prevención y solución de conflictos en sede administrativa

Capítulo I Disposiciones generales

Sección 1° Autoridades de Aplicación y procedimientos locales

Artículo 491.- Autoridades de aplicación. La Autoridad de las Relaciones de Consumo de Argentina (ARCA) se encargará de la prevención y solución de conflictos en sede administrativa en todo el ámbito nacional, conforme lo establecido en el presente Título. La Ciudad Autónoma de Buenos Aires, las provincias y los municipios ejercerán el control, vigilancia y juzgamiento en el cumplimiento de este Código y las normas que lo integran, respecto de las presuntas infracciones cometidas o con efectos en sus respectivas jurisdicciones.

Artículo 492.- Procedimientos locales. Según sus ordenamientos y los respectivos ámbitos de competencias, las jurisdicciones locales dictarán o adecuarán, según corresponda, las normas de implementación y sus

procedimientos, a los principios y pisos mínimos de derechos establecidos en este Código.

Artículo 493.- Normas supletorias en el orden nacional. En los procedimientos que tramiten ante la Autoridad Nacional de Aplicación y en la medida que no sean incompatibles, serán de aplicación supletoria las disposiciones de la Ley Nacional de Procedimientos Administrativos N° 19.549 y su reglamentación, y en lo que ésta no contemple, las disposiciones del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación.

Artículo 494.- Facultades concurrentes. La Autoridad Nacional de Aplicación, sin perjuicio de las facultades que son competencia de las autoridades locales de aplicación, podrá actuar concurrentemente con estas en el control y vigilancia del cumplimiento de la presente ley, en todo el territorio nacional.

Artículo 495.- Ventanilla Única y cooperación interjurisdiccional. Créase la Ventanilla Federal Única de Reclamos de Defensa de las y los Consumidores, que funcionará en el ámbito de la autoridad nacional de aplicación, con las siguientes funciones:

- a) Recibir las denuncias de las y los consumidores de todo el país;
- b) Establecer un mecanismo para la remisión de denuncias y/o actuaciones entre las autoridades de aplicación adheridas;

c) Registrar las denuncias y/o actuaciones, con fines estadísticos y para identificar la necesidad de acciones concretas;

d) Facilitar la comunicación y trabajo conjunto entre las autoridades de aplicación adheridas.

Artículo 496.- Intervención de la Autoridad Nacional de Aplicación. La Autoridad Nacional de Aplicación podrá remitir las denuncias o actuaciones individuales recibidas o en trámite, a la autoridad de aplicación local competente, debiendo notificar en tal caso a la o el consumidor de la derivación, la ubicación de las oficinas de atención y las vías de contacto con la misma.

Sin perjuicio de lo anterior, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá tener en cuenta para decidir su intervención directa en el caso concreto, los siguientes criterios:

a) Que la conducta presuntamente ilícita desarrollada por el proveedor esté presente o tenga efectos en más de una jurisdicción;

b) Que la conducta presuntamente ilícita del proveedor afecte a consumidoras o consumidores que residan en una jurisdicción diferente a la del domicilio social del proveedor denunciado;

c) Que de iniciarse las acciones judiciales por la o el consumidor, las mismas sean de competencia federal;

d) Que la complejidad o entidad de la conducta presuntamente ilícita del proveedor así lo aconsejaran;

e) La existencia de circunstancias que dificulten el acceso de la o el consumidor a la autoridad de aplicación local y/o a la justicia, con especial consideración de los casos de las y los consumidores con vulnerabilidad agravada comprendidos en el artículo 5° del presente Código;

f) Cuando se soliciten medidas preventivas, la urgencia en su dictado, sin perjuicio de su posterior remisión a la autoridad de aplicación local;

g) Los posibles efectos en la conducta de los proveedores, las y los consumidores y/o autoridades públicas a partir de su trámite como un caso testigo o de referencia;

h) La repetición grave de denuncias y actuaciones por los mismos motivos de reclamo o contra el mismo proveedor;

i) Los demás que determine la Autoridad Nacional de Aplicación.

Los criterios establecidos en el presente artículo no implican limitación alguna a la competencia de la Autoridad Nacional de Aplicación.

Sección 2° Principios y reglas comunes a los procedimientos administrativos nacionales y locales

Artículo 497.- Principios de aplicación al procedimiento administrativo. Serán de aplicación a los procedimientos administrativos que tramiten ante la Autoridad Nacional de Aplicación y las locales, además de los principios generales establecidos en el Título Preliminar de este Código y los enunciados en la Sección 2° del Capítulo II del Título anterior

para la prevención y solución de conflictos ante el Poder Judicial en la medida que fueran compatibles, los siguientes:

a) Principio de protección activa o activismo administrativo. Las autoridades administrativas tendrán en cuenta el deber constitucional de proveer protección a las y los consumidores y usuarios, verificando activamente la existencia de infracciones en las relaciones de consumo, impulsando oficiosamente todas las actuaciones y teniendo en consideración, conjuntamente con el interés público, el interés individual de la persona o grupo afectado;

b) Principio de imparcialidad atenuada de la Administración. Los procedimientos administrativos en los que intervengan las y los consumidores, o los que impulse la autoridad para proveerles protección, deben sustanciarse teniendo en cuenta la desigualdad entre las partes, brindando a las y los consumidores asesoramiento continuo, acceso a las actuaciones e información sobre el estado de las mismas y acompañándoles en sus reclamos, especialmente durante las instancias conciliatorias;

c) Principio de uniformidad de la responsabilidad administrativa. La naturaleza pública o privada de la persona del proveedor, así como las normas de derecho público que eventualmente se apliquen al caso, no habilitan en ningún caso la aplicación de estándares diferenciados para la valoración de su comportamiento y las responsabilidades que poseen frente a las y los consumidores y a los deberes legales establecidos en este Código;

d) Principio de informalismo a favor de las y los consumidores. Todos los procedimientos y trámites que se realicen ante las autoridades de aplicación, deben tener como premisa la facilitación del acceso a las vías de reclamación y a

soluciones rápidas, efectivas y gratuitas, sin requisitos ni trámites que no se encuentren expresamente previstos en las normas de aplicación;

e) Principio de prevención y erradicación de conductas repetitivas. Las autoridades de aplicación deben entender a los conflictos de consumo en su faceta colectiva, independientemente de que se trate de reclamos individuales, propiciando en todo momento la prevención de afectaciones similares y la erradicación de las conductas que las generan;

f) Principio de colaboración. Las autoridades de aplicación deben optimizar el ejercicio de sus misiones y funciones, mediante el desarrollo de mecanismos de cooperación con otras autoridades o áreas del Estado;

g) Principio de compromiso de los proveedores en la averiguación de la verdad material. En todo procedimiento ante las autoridades de aplicación, los proveedores deben aportar toda la información y pruebas que conozcan o que tengan en su poder, interpretándose las constancias de las actuaciones siempre en la forma más favorable al consumidor;

h) Principio de especialidad del procedimiento administrativo para la prevención y solución de conflictos en las relaciones de consumo. Los procedimientos y las decisiones que se adoptan en el marco del procedimiento administrativo para la prevención y solución de conflictos en las relaciones de consumo, se deben analizar, interpretar y juzgar de conformidad con las reglas, principios y derechos propios de la materia, sin acudir a remisiones o a la aplicación de criterios o principios ajenos o que, de cualquier manera, contradigan los que surgen del sistema del Derecho del Consumidor.

Artículo 498.- Gratuidad. Es de aplicación al procedimiento administrativo para la prevención y solución de conflictos, lo establecido en el artículo 384 de este Código. Las y los consumidores y usuarios y sus representantes, estarán exentos del pago de tasas, aranceles, sellados o cualquier tipo de gasto de actuación.

Artículo 499.- Auxilio de la Fuerza Pública. Para el ejercicio de sus atribuciones, la autoridad de aplicación podrá solicitar el auxilio de la fuerza pública.

Artículo 500.- Procedimientos especiales. Las reglas y principios establecidos en el presente Capítulo son de aplicación a los procedimientos administrativos especiales contemplados en el Capítulo III del presente Título, en todo lo que sean compatibles.

Sección 3° Daño Directo

Artículo 501.- Daño directo. Las autoridades de aplicación nacional o locales, mediante actos administrativos, fijarán las indemnizaciones para reparar el daño directo sufrido por la o el consumidor en los bienes materiales objeto de la relación de consumo, siempre que estén dotados de especialización técnica, independencia, y sus decisiones estén sujetas a control judicial amplio y suficiente.

A los fines de este Código, se considera daño directo a todo perjuicio o menoscabo al derecho de la o el consumidor, susceptible de apreciación pecuniaria, ocasionado de manera inmediata sobre sus bienes o sobre su persona, como consecuencia de la acción u omisión del proveedor de bienes o del prestador de servicios. El daño directo no comprende las consecuencias de la violación de los derechos personalísimos de la o el consumidor, su integridad personal, su salud psicofísica, sus afecciones espirituales legítimas, las que resultan de la interferencia en su proyecto de vida ni, en general, las consecuencias no patrimoniales.

En los casos en que en la denuncia la o el consumidor o usuario no solicite expresamente la reparación del daño directo, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 515, la autoridad de aplicación podrá hacerle saber en cualquier momento del trámite su derecho a peticionarlo, o bien fijarlo de oficio al momento del dictado de la resolución definitiva cuando existan elementos suficientes de juicio para determinarlo.

Sección 4° Estructura general de los procedimientos e inicio de las actuaciones

Artículo 502.- Estructura del procedimiento administrativo. El procedimiento administrativo consta de una etapa conciliatoria y otra sumarial o resolutive, cada una de ellas a cargo del área específica que determine la reglamentación del presente Código o la legislación local, según corresponda.

a) Etapa conciliatoria. La etapa conciliatoria se inicia con la presentación de la denuncia y comprende todas las tratativas o gestiones con fines conciliatorios que la autoridad de aplicación considere conducentes para obtener ese fin. Concluye cuando la o el funcionario o área a cargo, por sí, o a pedido de la persona denunciante o de la denunciada, decreta su cierre. Cuando las actuaciones se inicien de oficio, o a pedido del denunciante, no será obligatoria la sustanciación de la etapa conciliatoria.

b) Etapa sumarial o resolutive. La etapa sumarial o resolutive se inicia una vez dictado el acto administrativo de imputación, y comprende la sustanciación del sumario a los efectos de investigar la comisión de las infracciones imputadas, determinar la sanción a aplicar y establecer la indemnización por daño directo si correspondiere. Se resuelven también ante la autoridad a cargo de esta instancia todos los planteos de nulidad, incompetencia, falta de legitimación, la homologación de acuerdos conciliatorios, el dictado de medidas preventivas, y toda controversia de hecho o de derecho, así como toda resolución, que de cualquier modo ponga fin al trámite o suspenda su continuación por un lapso mayor a los treinta (30) días. Cuando sea necesario resolver alguna incidencia de las indicadas o el dictado de medidas preventivas y el expediente se encontrare tramitando la instancia conciliatoria, deberá ser remitido con carácter de urgente y dentro del plazo de dos (2) días hábiles al área u órgano a cargo de la etapa resolutive.

Los Municipios podrán asignar la etapa resolutive o sumarial a la Justicia Municipal de Faltas, siendo de aplicación los principios, reglas y el procedimiento establecido en el presente Código y en las normas locales.

Artículo 503.- Formas de inicio. Las actuaciones podrán iniciarse de oficio por la Autoridad Nacional de Aplicación, la autoridad provincial o municipal, o por denuncia, en forma presencial, por la Ventanilla Federal Única de Reclamos de Defensa de las y los Consumidores o a través de los medios digitales que se establezcan a tal fin.

Cuando se inicien por denuncia, la misma podrá ser presentada directamente por la o el consumidor o usuario afectado o por quien invoque su representación, o por intermedio de las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores registradas como tales, las que podrán representar a las y los consumidores en forma individual o colectiva.

Los legitimados indicados en los incisos c), d) y f) del artículo 385 de este Código podrán instar el inicio de actuaciones cursando comunicación a la Autoridad Nacional de Aplicación de cualquier conducta o circunstancias que puedan justificar el inicio de actuaciones administrativas, cuya procedencia quedará a exclusivo criterio de ésta.

Artículo 504.- Representación voluntaria y gratuita. La Autoridad Nacional de Aplicación, en los casos en los que la persona denunciante resida en otra jurisdicción, podrán implementar un mecanismo optativo de representación voluntaria y gratuita a los fines de posibilitarle obtener, en su ausencia, la indemnización del daño directo o aceptar una propuesta conciliatoria realizada durante la etapa conciliatoria del procedimiento administrativo. La persona denunciante deberá optar, en forma expresa, por este mecanismo al iniciar el reclamo o durante la etapa conciliatoria.

Capítulo II Procedimiento Común

Sección 1º Inicio de actuaciones de oficio

Artículo 505.- Inicio de oficio. Cuando el sumario se inicie de oficio, si correspondiere, se destinarán funcionarias o funcionarios, o agentes inspectores que procederán a la constatación de la presunta infracción, labrándose acta. Asimismo, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá iniciar actuaciones de oficio cuando por cualquier otro medio, tome conocimiento de una presunta afectación de los derechos de las y los consumidores, especialmente en casos de incidencia colectiva.

Artículo 506.- Forma y requisitos del acta. Cuando se labre acta de imputación, se hará por triplicado y en formularios prenumerados. En ella se indicará, en lo posible, lo siguiente:

- a) Lugar, fecha y hora de la inspección;
- b) Individualización de la persona humana o jurídica objeto de la inspección, tipo y número de identificación, razón social y nombre de fantasía si lo tuviere, domicilio comercial, domicilio real o societario cuando corresponda, y descripción de la actividad desarrollada;
- c) Individualización de la persona humana con quien se entienda la diligencia, carácter que reviste, identificación y domicilio real;

- d) Determinación clara y precisa del hecho o hechos constitutivos de la infracción y de la disposición legal presuntamente infringida;
- e) Nombre, apellido y domicilio de las o los testigos que a instancias del personal actuante presenciaron la diligencia, en caso de que fuera posible contar con ellos;
- f) La notificación del derecho a presentar descargo y ofrecer las pruebas que hagan a su defensa, el plazo y el lugar para hacerlo;
- g) Fecha y hora en que se culminó la diligencia;
- h) Firma y aclaración de la o el inspector y de los demás intervinientes.

Artículo 507.- Rubricación, validez e integridad del acta. Labrada el acta en la forma indicada en el artículo anterior y concluidas las actuaciones, la o el inspector, o la o el funcionario actuante la rubricará e invitará a rubricarla a la o el responsable o persona con quien se entiende la diligencia. En caso de negativa de esta última, se dejará constancia en el mismo acta, siendo suficiente la firma del personal actuante en la diligencia para asegurar su validez e integridad.

Las asociaciones de defensa de las y los consumidores debidamente registradas y que hayan firmado convenio a tal fin con la Autoridad Nacional de Aplicación, podrán labrar actas de constatación de presuntas infracciones a través de las personas expresamente autorizadas para ello, las que portarán las credenciales identificatorias correspondientes.

Artículo 508.- Valor probatorio del acta. El acta labrada con las formalidades indicadas, hará plena fe en tanto no resulte enervada por otros elementos de juicio.

Artículo 509.- Constitución de domicilio. Con el labrado del acta se notificará a la o el responsable, factor o encargado, de su derecho a presentar descargo y ofrecer pruebas ante la autoridad de aplicación dentro de los cinco (5) días hábiles, debiendo acreditar personería y, a los fines de las notificaciones dictadas en el proceso, constituir domicilio electrónico. Lo anterior bajo apercibimiento, respectivamente, de tenérselo por no presentado o de quedar notificado los días martes y viernes, o el siguiente hábil si alguno de ellos fuera inhábil, de todas las resoluciones que se dicten en el expediente.

Cuando el proveedor manifieste la imposibilidad de constituir domicilio electrónico, deberá constituir domicilio físico dentro de la jurisdicción y fundar esta circunstancia en su primera presentación en el expediente. La mera manifestación de esta imposibilidad, el uso de fórmulas genéricas para fundarlo sin un análisis del caso concreto o la ausencia de domicilio físico válido constituido, habilitará la notificación por ministerio de la ley del modo establecido en el presente artículo.

Artículo 510.- Domicilio electrónico. A los fines de las notificaciones, los proveedores que no posean domicilio registrado en los términos del artículo 69 del presente Código podrán, en cualquier momento, constituir un domicilio electrónico permanente. Para ello suscribirán un formulario al

efecto confeccionado por la autoridad de aplicación, donde indicarán el correo electrónico.

Se considerarán válidas y eficaces las notificaciones cursadas a dicho domicilio electrónico mientras no sea comunicada o peticionada su modificación por otro medio fehaciente ante la autoridad de aplicación.

Artículo 511.- Verificaciones posteriores. Si fuese necesaria una comprobación técnica posterior a los efectos de la determinación de la presunta infracción, la misma será realizada cumpliendo con los recaudos establecidos en el artículo 506. Si resultare positiva, se procederá a notificar a la o el presunto responsable la infracción verificada, intimándolo para que dentro del plazo de cinco (5) días presente el descargo por escrito.

Artículo 512.- Plazo de remisión del acta. El acta que se labre será remitida por las o los funcionarios, o las o los inspectores intervinientes a la autoridad a cargo de la etapa sumarial o resolutive dentro del término de veinticuatro (24) horas para la prosecución del procedimiento. La falta de remisión en término, será considerada falta grave.

Sección 2º Inicio de actuaciones por denuncia

Artículo 513.- Presentación de la denuncia. La iniciación del sumario por denuncia, podrá formalizarse por escrito, oralmente en forma presencial o por los medios habilitados a

tal fin, por la Ventanilla Federal Única de Reclamos de Defensa de las y los Consumidores o a través de los otros medios digitales que la Autoridad Nacional de Aplicación podrá establecer con el fin de facilitar el acceso a las vías de reclamación.

Artículo 514.- Contenido de la denuncia. En la denuncia se dejará constancia de los datos de identidad de la persona denunciante, de su domicilio real y del domicilio físico y/o digital constituido, de la persona que autorice a representarla o representarlo si la designare en ese momento, de los datos del o de los proveedores denunciados de los que tenga conocimiento, de los hechos relatados en forma concreta y precisa, y de la pretensión.

En el supuesto que la denuncia incluya la petición de resarcir el daño directo ocasionado por el presunto infractor, ésta deberá contener si fuera posible, el monto reclamado o su estimación y el ofrecimiento de la prueba que respalde el pedido de resarcimiento.

La persona denunciante deberá adjuntar con su denuncia toda la prueba documental que tenga en su poder, pudiendo indicar los restantes medios probatorios de los que intente valerse. No obstante, hasta el momento del dictado del acto de imputación podrá acompañar nueva documentación o indicar nuevos elementos probatorios.

En el caso de la presentación de denuncia a través de medios digitales, deberán detallarse todas las pruebas de que intente valerse, adjuntando de ser posible copia digitalizada de la prueba documental. Los originales correspondientes deberán presentarse en el momento de la realización de la audiencia

de conciliación o ante la requisitoria de la autoridad de aplicación.

Artículo 515.- Informalismo. La Autoridad Nacional de Aplicación tendrá las más amplias facultades para suplir cualquier omisión en la que pueda incurrir la persona denunciante al presentar su denuncia, pudiendo incluso integrarse con los eventuales responsables de la presunta infracción que no hayan sido expresamente denunciados. Imperará a tal fin el principio de informalismo, así como las reglas establecidas en los artículos 519 y 538 del presente Código.

Sección 3° Instancia conciliatoria

Artículo 516.- Fijación de audiencia y modalidades. Recepcionada la denuncia, se abrirá la instancia conciliatoria. En el mismo momento de la presentación de la denuncia se designará fecha y hora de audiencia de conciliación para dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes de la que quedará notificado la o el denunciante en el mismo momento, debiéndose cursar notificación a las y los denunciados por medio fehaciente. Con el consentimiento expreso de la o el consumidor, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá realizar la audiencia por medios digitales proporcionándole el asesoramiento y la asistencia que sean necesarias.

El proveedor denunciado será válidamente notificado en la sucursal, agencia o representación establecida en la jurisdicción de la autoridad, o en el domicilio digital constituido conforme los artículos 69 o 510 del presente Código.

Artículo 517.- Procedimiento sin instancia conciliatoria. En los casos que las circunstancias del caso no permitan una composición conciliada entre las partes, o represente convalidar un grave incumplimiento a las disposiciones del presente Código, o ante el pedido expreso de la o el denunciante, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá así declararlo y sin más trámite expedirse sobre el dictado del acto de imputación.

Artículo 518.- Incomparecencia injustificada del denunciado. La incomparecencia injustificada del denunciado debidamente notificado de la audiencia de conciliación, es considerada una infracción formal a esta ley y su sanción será fijada según las pautas establecidas en la Sección 7° de este Capítulo.

La incomparecencia únicamente podrá justificarse en razones de fuerza mayor debidamente acreditadas.

A los efectos de no generar dilaciones en la etapa conciliatoria, en el momento de verificada la incomparecencia se dictará el correspondiente acto de imputación por incomparecencia injustificada, el que tramitará por expediente separado. Notificado el acto de imputación y efectuado el descargo pertinente, o vencido el plazo para hacerlo, se remitirán de inmediato las actuaciones por incomparecencia a la o el funcionario u organismo a cargo de la etapa resolutive.

Artículo 519.- Incomparecencia del denunciante. En caso de incomparecencia de la o el denunciante a la audiencia de conciliación, la Autoridad Nacional de Aplicación fijará una nueva audiencia, notificándola al domicilio constituido. Ante una nueva inasistencia la Autoridad Nacional de Aplicación impulsará de oficio las actuaciones. En este supuesto, las actuaciones sólo podrán archivar-se cuando fuera indispensable la participación de la o el denunciante para continuar con el trámite, cuando de manera manifiesta la denuncia resultare infundada, o bien cuando se hayan iniciado actuaciones colectivas que comprendan al caso.

El impulso de las actuaciones siempre se encuentra a cargo de la autoridad de aplicación.

Artículo 520.- Audiencias y rol de la autoridad de aplicación. La instancia conciliatoria podrá comprender una o varias audiencias según lo considere necesario la Autoridad Nacional de Aplicación, siendo obligación del proveedor concurrir a todas ellas bajo apercibimiento de lo establecido en el artículo 518. Durante el transcurso de las audiencias, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá proponer las fórmulas conciliatorias que crea convenientes, debiendo en todo momento asesorar activamente a la o el consumidor y proteger sus derechos e intereses.

Cuando las circunstancias del caso requieran la adopción de las medidas preventivas previstas en el artículo 535, el expediente será remitido inmediatamente al área u organismo a cargo de la etapa sumarial o resolutive. En caso de haberse abierto la instancia conciliatoria, quedará suspendida hasta tanto se resuelva sobre el dictado de la medida.

Artículo 521.- Acuerdo conciliatorio. Con la comparecencia de las partes se celebrará audiencia de conciliación presencial o a distancia, debiendo labrarse acta. El acta será rubricada por todos los intervinientes, o por medio de certificación de la o el representante de la Autoridad Nacional de Aplicación en el caso de que fuera a distancia. Cuando exista acuerdo, el expediente será remitido a la o el funcionario a cargo de la etapa sumarial o resolutive para que se expida acerca de si corresponde o no su homologación. A tal fin, se deberá vigilar si los derechos e intereses de la persona denunciante han sido debidamente satisfechos y si se respetó el orden público de protección que impera en la materia. En caso de considerar que ello no ha ocurrido en el caso, devolverá el expediente con las observaciones para la continuación de la etapa conciliatoria.

La homologación de un acuerdo en un caso individual, no impide a la Autoridad Nacional de Aplicación la iniciación de oficio de actuaciones colectivas por la misma práctica o hecho.

Artículo 522.- Participación de la o el denunciante en el expediente. La o el denunciante en todo momento podrá tomar vista de las actuaciones, pudiendo efectuar peticiones, presentar, indicar o solicitar pruebas, indicar hechos nuevos o desconocidos al momento de la presentación de la denuncia y colaborar con el avance del trámite hasta el momento del cierre de la etapa probatoria del sumario. Deberán notificársele, además de la fijación de audiencias de conciliación, la homologación de los acuerdos conciliatorios y la resolución definitiva, el dictado del acto de imputación, el

pase o remisión del expediente al área u organismo a cargo de la etapa sumarial o resolutive, la apertura a prueba si la hubiere, o la declaración de la cuestión como de puro derecho, los actos administrativos que resuelvan incidencias y planteos formulados por el proveedor denunciado, así como cualquier decisión que implique un cambio en la radicación del expediente.

Artículo 523.- Conciliación colectiva. Cuando las actuaciones hayan sido promovidas en razón de derechos de incidencia colectiva de las o los consumidores, el acuerdo conciliatorio debidamente homologado obligará respecto de todas las y los consumidores afectados por el mismo hecho, quienes tendrán la facultad de valerse del mismo y exigir su cumplimiento.

A tal efecto, el acuerdo deberá ser publicado a costa del denunciado conforme lo establecido en el artículo 543, a través del medio de comunicación más conducente y comunicado al Registro Nacional de Procesos Colectivos.

Sin perjuicio de lo anterior, la Autoridad Nacional de Aplicación dará amplia difusión a los acuerdos colectivos homologados a través de todos los medios de que disponga, pudiendo a la vez solicitar la colaboración a tal fin de otras áreas u organismos de la Administración, así como de medios de comunicación masiva públicos o privados de alcance nacional o local.

Los acuerdos homologados colectivos comprendidos en el presente artículo en ningún caso impedirán las eventuales acciones individuales de las y los consumidores basadas en su afectación individual.

Artículo 524.- Cierre sin acuerdo y acto de imputación. Si no hubiere acuerdo, la autoridad a cargo de la instancia conciliatoria procederá al cierre de la instancia conciliatoria y dentro de los veinte (20) días hábiles formulará acto de imputación, o en su caso, fundará su desestimación. El acto contendrá una relación sucinta de los hechos y la determinación de las normas presuntamente infringidas. Notificado el mismo, la o el presunto infractor tendrá cinco (5) días hábiles e improrrogables para presentar por escrito su descargo, debiendo acompañar en ese acto toda la prueba que posea en su poder y ofrecer la restante que haga a su derecho. Efectuado el descargo, o vencido el plazo para hacerlo, dentro de los dos (2) días hábiles se remitirán las actuaciones a la o el funcionario u organismo a cargo de la etapa resolutive.

Sección 4° Procedimiento sumarial

Artículo 525.- Presentación de descargo, domicilio y pruebas. El proveedor imputado, con la presentación de su descargo deberá constituir domicilio o ratificar el constituido durante la instancia conciliatoria, acreditar en debida forma la personería de sus representantes, adjuntar toda la documental que obre en su poder y ofrecer la restante prueba que haga a su derecho. No se admitirán presentaciones o peticiones posteriores a tal fin.

La o el denunciante podrá ofrecer la prueba que haga su derecho y que no haya ofrecido con anterioridad hasta el momento de la apertura a prueba.

Artículo 526.- Trámite en ausencia. La falta de presentación del proveedor imputado, no obsta a la continuación del procedimiento. Si la Autoridad Nacional de Aplicación considerara necesaria su presencia en cualquier momento del sumario, con la mayor amplitud, podrá disponer las medidas coercitivas que fueren conducentes a tal fin, pudiendo incluso ordenar su comparecencia con el auxilio de la fuerza pública.

En el caso de que el proveedor imputado no se haya presentado o no haya constituido domicilio, serán válidas las notificaciones que se cursen al domicilio indicado en el artículo 69 inciso “c” o “d” del presente Código, las que producirán todos sus efectos sin necesidad de dictado de resolución alguna, hasta tanto el proveedor no designe otro en forma fehaciente.

Artículo 527.- Apertura a prueba. Las pruebas se admitirán solamente en caso de existir hechos controvertidos y siempre que las ofrecidas no resulten manifiestamente inconducentes. En ningún caso será admisible la prueba confesional de la o el denunciante.

En caso de no ser necesaria la producción de prueba, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá declarar la cuestión como de puro derecho, notificándose a la o el denunciante y al proveedor imputado por el plazo de cinco (5) días hábiles. Transcurrido dicho plazo, las actuaciones quedarán en condiciones de ser resueltas.

La autoridad a cargo de la etapa sumarial o resolutive proveerá la prueba ofrecida y podrá disponer de oficio, y con

carácter de medida para mejor proveer, las medidas probatorias que considere conducentes.

Contra la resolución que deniegue medidas de prueba, sólo se concederá el recurso de reconsideración.

Artículo 528.- Periodo de prueba. La prueba deberá producirse dentro del término de veinte (20) días hábiles prorrogables por causa justificada. Se tendrán por desistidas las pruebas no producidas dentro de dicho plazo por motivo atribuible a la o el imputado.

Artículo 529.- Prueba documental. La prueba documental de la que intente valerse el proveedor imputado, deberá ser adjuntada en original o en copia debidamente autenticada con el escrito de descargo. En ningún caso se admitirá documentación que no reúna estos requisitos. La Autoridad Nacional de Aplicación podrá establecer un mecanismo para la digitalización de la prueba documental garantizando su integridad.

Artículo 530.- Prueba testimonial. Si procediera la prueba testimonial sólo se admitirán hasta tres (3) testigos, debiendo indicarse con su ofrecimiento sus nombres completos, documento de identidad, domicilio, profesión u ocupación y adjuntarse los interrogatorios correspondientes, todo ello bajo apercibimiento de tenerlos por desistidos. La comparecencia de las o los testigos ofrecidos por la o el imputado, corre por su exclusiva cuenta, bajo idéntico apercibimiento.

La Autoridad Nacional de Aplicación, de conformidad con las amplias facultades establecidas en el artículo 535, podrá disponer la comparecencia de testigos u otras diligencias que considere útiles para la averiguación de las circunstancias fácticas del caso y que hayan sido omitidos por la o el imputado o la o el denunciante.

Será válida la declaración testimonial de dependientes o ex dependientes del proveedor imputado, debiéndose valorar la idoneidad de dichos testimonios de conformidad con las circunstancias del caso y las reglas establecidas en el artículo 538.

Artículo 531.- Prueba informativa. Si el proveedor imputado ofreciera prueba informativa, admitida la misma, deberá correr con su producción y acreditar los diligenciamientos que fueran necesarios dentro del plazo de prueba bajo apercibimiento de tenerla por desistida.

Artículo 532.- Prueba pericial. La prueba pericial únicamente se admitirá cuando sea necesario contar con el dictamen de una o un experto para dilucidar hechos controvertidos en cuestiones que sean materia propia de alguna ciencia, arte o profesión, a los efectos de contar con un dictamen técnico científico. La o el imputado deberá proponer a la o el perito en la especialidad que se trate, y los puntos de la pericia.

Cuando se provea prueba pericial o técnica, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá incorporar oficiosamente los puntos omitidos por el proveedor imputado o la o el denunciante, y/o los que entienda necesarios a los efectos de la averiguación de las circunstancias fácticas del caso.

Asimismo, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá requerir opinión o colaboración técnica del área competente, sea municipal, provincial, nacional o de instituciones públicas o privadas.

La totalidad de los gastos de realización de la prueba y los honorarios que eventualmente se devenguen quedarán a cargo del proveedor imputado.

La Autoridad Nacional de Aplicación podrá suscribir convenios con organismos técnicos públicos o privados, colegios profesionales, universidad u otras entidades científicas a los efectos de la producción de los informes o diligencias técnicas necesarias para esclarecer las circunstancias del caso.

Artículo 533.- Cierre del periodo de prueba. Producida la prueba o agotado el período de prueba, se procederá al cierre de la etapa probatoria. Una vez cerrada la etapa probatoria, no podrá homologarse ningún tipo de acuerdo entre las partes, quedando las actuaciones en condiciones de ser resueltas en definitiva.

Artículo 534.- Resolución definitiva y daño directo. La resolución definitiva será dictada dentro del plazo de veinte (20) días hábiles desde el cierre de la etapa probatoria. La resolución podrá ser absolutoria o sancionatoria y, en caso de corresponder, deberá expedirse sobre la procedencia del resarcimiento del daño directo.

Sección 5° Medidas preventivas y astreintes administrativas

Artículo 535.- Medidas preventivas, de cese, para mejor proveer y auxilio de la fuerza pública. Antes o durante la tramitación del expediente, o conjuntamente con la sanción, la autoridad de aplicación a cargo de la etapa sumarial o resolutive podrán dictar, de oficio o a pedido de parte, medida preventiva que ordene el cese de la conducta que se reputa violación a este Código, las normas que lo integran y/o sus reglamentaciones.

Las medidas preventivas pueden consistir en obligaciones de dar, de hacer o no hacer, según corresponda, debiendo ponderarse para decretarlas los criterios de menor restricción posible y de medio más idóneo para asegurar la eficacia en la obtención de su finalidad. La resolución que disponga medidas preventivas será considerada definitiva a los efectos de su impugnación judicial. Su ejecución es exigible inmediatamente, la impugnación judicial tramitará conforme el artículo 554 y en ningún caso suspenderá los efectos de la medida ni su exigibilidad.

Asimismo, en cualquier momento del procedimiento y con la mayor amplitud, se podrán disponer medidas técnicas, admitir pruebas y dictar medidas de no innovar o para mejor proveer. Se podrá solicitar el auxilio de la fuerza pública para asegurar el cumplimiento de las medidas preventivas o de cese, así como al disponer la realización de inspecciones y pericias vinculadas con la aplicación de la ley, y cuando se disponga, de oficio o a requerimiento de parte, audiencias a las que deban concurrir las o los denunciados, damnificados, presuntos infractores o imputados, testigos y peritos, entre otros.

Artículo 536.- Medida preventiva de cese publicitario. Se podrá disponer como medida preventiva el cese de avisos publicitarios o anuncios de cualquier naturaleza difundidos a través de cualquier medio de comunicación, según lo establecido en el Libro Segundo, Título I, Capítulo VI, de la Sección 4° de este Código.

Artículo 537.- Astreintes administrativas. Cuando el proveedor denunciado fuere reticente al cumplimiento de cualquiera de las medidas contempladas en esta Sección, la autoridad que la hubiera dictado podrá imponer una sanción conminatoria progresiva mientras persista la demora o la negativa al cumplimiento. Para graduar el monto de la sanción conminatoria, deberán tomarse en cuenta los parámetros del artículo 541, así como la urgencia en el cumplimiento. El monto de la sanción conminatoria quedará a favor de la autoridad de aplicación cuando la medida preventiva se hubiere dictado en favor del interés colectivo, o de la o el consumidor denunciante cuando fuera dictada en su exclusivo beneficio.

Los montos liquidados en concepto de sanción conminatoria son exigibles inmediatamente y su impugnación no suspende los efectos de la medida.

Cuando las astreintes fueran a favor de la o el consumidor denunciante, la autoridad que las hubiera dictado liquidará de oficio o a instancia del consumidor el monto correspondiente y expedirá testimonio de la liquidación. La o el consumidor y la autoridad de aplicación podrá ejecutar la obligación

mediante el mecanismo de ejecución establecido en el Libro Quinto, Capítulo V, Sección 3°, de este Código.

Sección 6° Valoración de las actuaciones

Artículo 538.- Deber de colaboración e interpretación de la prueba. Las constancias de las actuaciones serán evaluadas con razonable criterio de libre convicción. Los proveedores deberán aportar al procedimiento toda la información y elementos de prueba que obren en su poder, conforme a las características del bien o servicio y de la relación de consumo objeto de investigación, prestando la colaboración necesaria para el esclarecimiento de la verdad material. En caso de duda, se estará siempre a la interpretación más favorable al consumidor.

Artículo 539.- Denuncia penal. Si del sumario surgiese la eventual comisión de un delito penal, se remitirá de inmediato copia íntegra de las actuaciones a la o el Agente Fiscal, o Jueza o Juez competente.

Sección 7° Sanciones, destino y publicación

Artículo 540.- Sanciones. Las infracciones al presente Código y a las normas que lo integran según lo establecido en el artículo 2°, serán pasibles de las siguientes sanciones que se podrán aplicar en forma independiente o conjunta, según resulte de las circunstancias del caso:

- a) Apercibimiento;
- b) Multa de una (1) a cinco mil cien (5100) salarios mínimos vitales y móviles;
- c) Decomiso de las mercaderías y productos objeto de la infracción;
- d) Clausura del establecimiento o suspensión del servicio afectado por un plazo de hasta treinta (30) días;
- e) Suspensión de hasta cinco (5) años en los registros de proveedores que posibilitan contratar con el Estado;
- f) La pérdida de concesiones, privilegios, regímenes impositivos o crediticios especiales de que gozare.

Artículo 541.- Graduación de la sanción. En la aplicación y graduación de las sanciones se tendrá en cuenta:

- a) La circunstancia de haber el denunciado celebrado o no un acuerdo conciliatorio, y en caso afirmativo, haberlo o no cumplido;
- b) El perjuicio resultante de la infracción para la o el consumidor;
- c) La posición del infractor en el mercado;
- d) La cuantía del beneficio obtenido;
- e) El grado de intencionalidad;
- f) La gravedad de los riesgos, o la incidencia colectiva o los perjuicios sociales derivados de la infracción, o su generalización;

g) La reincidencia;

h) Las demás circunstancias relevantes del hecho.

Será considerado reincidente el proveedor que habiendo sido sancionado por una infracción a este Código y demás normas de aplicación a las relaciones de consumo, incurra en otra de similar naturaleza dentro del término de tres (3) años desde que haya quedado firme o consentida la anterior. En los casos en que el proveedor reincidente sea proveedor del Estado, deberá tenerse en cuenta lo previsto en el artículo 70.

Artículo 542.- Finalidad de la multa. Los importes de las multas que aplique la Autoridad Nacional de Aplicación ingresarán a una cuenta especial que será administrada por dicha autoridad y se destinarán a solventar los gastos que demande el cumplimiento de los objetivos previstos en el presente Código.

Artículo 543.- Publicidad de las sanciones. En todos los casos la o el infractor publicará la resolución sancionatoria respetando el medio y la forma indicados por la Autoridad Nacional de Aplicación.

La publicación deberá contener un extracto de la resolución sancionatoria o su texto completo según se indique, una síntesis de los hechos que la originaron, el tipo de infracción cometida y la sanción aplicada. La publicación deberá realizarse en la edición en soporte papel y/o digital de un diario o medio de comunicación de gran circulación en el lugar donde aquélla se cometió.

En caso que la o el infractor desarrolle la actividad por la que fue sancionado en más de una jurisdicción, podrá ordenarse que la publicación se realice en un diario o medio de comunicación de gran circulación nacional y en uno de cada jurisdicción donde aquél actúe. Asimismo, la Autoridad Nacional de Aplicación deberá darle amplia difusión.

Cuando la sanción aplicada fuere de apercibimiento, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá dispensar su publicación.

En caso de incumplimiento de la publicación, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá hacerlo a costa del infractor de conformidad con lo establecido en el artículo 547.

Sección 8° Ejecución de sanciones e impugnación judicial

Artículo 544.- Cumplimiento. Consentida o ejecutoriada la resolución administrativa, se procederá al cumplimiento de la misma conforme lo establecido en esta Sección.

Artículo 545.- Pago o ejecución de la sanción de multa. Cuando la sanción consista en multa, se intimará a la o el infractor para que abone su importe más los intereses correspondientes y acredite su pago en el término de diez (10) días hábiles mediante la presentación en el expediente de las

constancias correspondientes, sin cuyo requisito el crédito no se tendrá por cancelado.

La falta de pago hará exigible el cobro mediante la acción del artículo 481, siendo título suficiente el testimonio de la resolución condenatoria firme.

Artículo 546.- Actualización de la multa. Cuando el proveedor no abone la multa dentro del plazo establecido a tal fin, se calcularán intereses utilizando a la tasa de interés para depósitos a treinta (30) días del Banco de la Nación Argentina, los que se computarán desde la notificación de la sanción hasta el momento del efectivo pago. En el caso que la sanción sea impugnada judicialmente y confirmada, los intereses correrán durante todo el tiempo que dure el proceso judicial hasta el momento de su efectivo pago ante la Autoridad Nacional de Aplicación.

Artículo 547.- Acreditación de medidas de publicidad. Incumplimiento. Conjuntamente con la acreditación del cumplimiento de la sanción impuesta, la o el infractor deberá acreditar con la presentación de las constancias documentales que así lo demuestren, la realización de la publicación de la sanción en la forma ordenada en la resolución sancionatoria y lo establecido en el artículo 543.

En caso de incumplimiento de la publicación, se intimará a su realización dentro de los diez (10) días hábiles, bajo apercibimiento de realizarla la Autoridad Nacional de Aplicación con cargo al sancionado. En este caso, la Autoridad Nacional de Aplicación liquidará los gastos que demande la publicación en la forma establecida, emitirá el

correspondiente título de deuda a nombre de la o el infractor y procederá a su ejecución por la vía del artículo 481.

Artículo 548.- Sanción de apercibimiento. Si la sanción fuera apercibimiento, se dará por cumplida con su formal notificación a la o el infractor. En ningún caso podrá aplicarse apercibimiento a un proveedor reincidente en la misma conducta que diera lugar a esa sanción.

Artículo 549.- Ejecución de decomiso. Si la condena fuere el decomiso de la mercadería y/o productos motivo de la infracción, la Autoridad Nacional de Aplicación lo hará efectivo mediante acta dejándose constancia detallada de los bienes decomisados y relevándose al depositario de sus obligaciones en el mismo acto de efectivizarse el traslado.

Artículo 550.- Destino de bienes decomisados. Los bienes decomisados, si sus condiciones de seguridad, higiene, salud, estado de conservación, inocuidad o utilidad lo permitieran, serán incorporados al patrimonio de establecimientos del área de la salud, minoridad, educacionales o entidades de bien público, según lo determine la Autoridad Nacional de Aplicación. Si no fuere posible el destino señalado, se procederá a su destrucción bajo constancia en acta y en presencia de dos (2) testigos.

Artículo 551.- Ejecución de la sanción de clausura. Si la sanción aplicada fuere la de clausura del establecimiento o la suspensión del servicio afectado por un plazo determinado, la

584

misma será efectivizada por personal de inspección especialmente destinado al efecto, labrándose el acta correspondiente e incorporando la misma a las actuaciones.

Artículo 552.- Ejecución de la sanción de suspensión de inscripciones. Si la sanción fuere la de suspensión temporal en los Registros de Proveedores del Estado, se procederá a comunicar a los organismos y/o dependencias que se ocupen de las contrataciones y licitaciones públicas o contrataciones directas del Poder Ejecutivo, Poder Legislativo y Poder Judicial para la debida anotación de la sanción.

La publicidad establecida en el presente artículo es independiente de la obligación de toda autoridad a cargo de una contratación o licitación pública o contratación directa de consultar el Registro Nacional de Proveedores, Estadísticas y Reincidencia.

Artículo 553.- Ejecución de la sanción de pérdida de beneficios estatales. Si la sanción fuere la de pérdida de concesiones, regímenes impositivos o crediticios especiales de los que gozare la o el infractor, se cursará nota de estilo al organismo o autoridad correspondiente para que proceda a aplicar la medida adoptada e informar acerca de la misma dentro del plazo de diez (10) días, bajo apercibimiento de que su omisión será considerada falta grave.

Artículo 554.- Impugnación judicial. Las sanciones y las medidas preventivas y de cese dictadas por la Autoridad Nacional de Aplicación, únicamente serán impugnables

mediante recurso directo ante la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Contencioso Administrativo Federal, o ante las Cámaras de Apelaciones Federales con asiento en las Provincias, según corresponda al lugar de comisión de los hechos, y será concedido en relación, salvo que hubiese mediado en el trámite de las actuaciones rechazo de prueba ofrecida por el proveedor, en cuyo caso será concedido libremente a ese respecto. La impugnación judicial en ningún caso suspenderá los efectos ni la exigibilidad de las medidas preventivas y de cese.

El recurso contra la resolución de la Autoridad Nacional de Aplicación deberá interponerse y fundarse ante la misma autoridad, dentro de los diez (10) días hábiles de notificada la resolución. La Autoridad Nacional de Aplicación deberá elevar el recurso con su contestación a la Cámara en un plazo de diez (10) días, acompañado el expediente en el que se hubiera dictado el acto administrativo recurrido. En todos los casos, para interponer el recurso directo contra una resolución administrativa que imponga sanción de multa, deberá depositarse el monto de ésta a la orden de la autoridad de aplicación, y presentar el comprobante del depósito con el escrito del recurso, sin cuyo requisito será desestimado, salvo que el cumplimiento de la misma pudiese ocasionar un perjuicio irreparable al recurrente.

Capítulo III Procedimientos administrativos especiales

Sección 1° Procedimiento de protección de los intereses económicos de la o el consumidor sobreendeudado

Artículo 555.- Solicitud de apertura. La o el consumidor que se encuentre en situación de sobreendeudamiento en los términos del artículo 271 del presente Código, podrá solicitar ante la Autoridad Nacional de Aplicación el inicio del Procedimiento de Protección de los Intereses Económicos.

En la solicitud deberá constar la información establecida en el artículo 446 del presente Código.

Artículo 556.- Admisibilidad. La autoridad de aplicación a cargo de la instancia conciliatoria deberá expedirse sobre la admisibilidad de la solicitud, teniendo en consideración:

- a) Naturaleza y causa de las obligaciones denunciadas;
- b) Existencia de situación de sobreendeudamiento; y
- c) Composición del pasivo en los términos del artículo 447 del presente Código.

Artículo 557.- Efectos de la admisibilidad. Declarada la admisibilidad, la Autoridad Nacional de Aplicación deberá comunicarla al Registro de Juicios Universales a efectos de que inscriba el procedimiento.

La resolución inscripta, tendrá los siguientes efectos:

- a) No podrán promoverse ejecuciones o solicitudes de quiebra por acreedores de deudas originadas en relaciones de consumo. A tal fin, la o el consumidor podrá articular esta oposición en la oportunidad de presentar excepciones ante el juzgado interviniente, adjuntando con la misma una copia

emitida por la autoridad de aplicación de la resolución de admisibilidad;

b) Quedan suspendidos los plazos de prescripción extintiva de las obligaciones de la o el requirente hasta tanto sea notificado, personalmente o por la publicación del artículo 559, al acreedor de su citación a acreditar la deuda en el procedimiento administrativo;

c) Si la o el acreedor notificado en la forma dispuesta por la Autoridad Nacional de Aplicación, realizare cualquier acción que importe exigir anticipadamente el pago de la deuda, la exigibilidad de la misma quedará pospuesta hasta el pago de la totalidad de las o los acreedores comprendidos por el Acuerdo de Pago o de Liquidación homologada. Lo anterior, sin perjuicio de las sanciones administrativas y las acciones por daños y perjuicios a que dieren lugar su conducta.

Artículo 558.- Convocatoria de acreedores. La Autoridad Nacional de Aplicación citará a los acreedores identificados por la o el consumidor para que dentro del plazo de diez (10) días:

a) Reconozcan si con la o el requirente poseen créditos vigentes o que hayan cedido a terceros;

b) En caso de cesión o endoso a favor de una o un tercero, identificar la o el cesionario o endosatario;

c) Informe origen de la deuda, estado y resumen de vencimientos y sus montos, y pagos realizados;

d) Entregue la documentación respaldatoria;

- e) Informe los procesos judiciales iniciados contra la o el requirente;
- f) Informe sobre la notificación del estado de la o el requirente a bases de datos de antecedentes crediticios;
- g) Constituya domicilio.

En el caso del inciso b), la autoridad de aplicación citará al cesionario o endosatario informado.

La falta de respuesta del requerido tendrá los efectos del artículo 275 del presente Código. Cuando la o el acreedor no acompañe la documentación respaldatoria, la Autoridad Nacional de Aplicación lo intimará a subsanar la omisión por el plazo de cinco (5) días bajo apercibimiento de considerar que ha guardado silencio respecto de la obligación cuestionada. Lo dispuesto en el presente párrafo no aplicará a las o los acreedores de deudas que no se den en el marco de una relación de consumo.

Artículo 559.- Edictos. La Autoridad Nacional de Aplicación publicará edictos en el Boletín Oficial durante dos (2) días citando a acreedores del consumidor en los términos del artículo 558 del presente Código. Esta publicación no generará ningún costo para la o el consumidor.

Artículo 560.- Presentación de acreedores. Ante la presentación de cada acreedor, la Autoridad Nacional de Aplicación deberá constatar la causa de la deuda, su exigibilidad o prescripción y la suma adeudada.

La o el requirente y las o los acreedores podrán impugnar los créditos que se presenten en el procedimiento dentro de los cinco (5) días de haber tomado conocimiento de los mismos, debiendo la Autoridad Nacional de Aplicación resolver las oposiciones previa sustanciación.

Artículo 561.- Sanciones. Cuando la Autoridad Nacional de Aplicación constatare una presunta infracción a las normas que protegen al consumidor conforme el artículo 2° del presente Código o las demás normas de aplicación a los créditos o financiación para el consumo por parte de una o un acreedor, deberá promover de oficio las actuaciones sancionatorias correspondientes.

Cuando se apliquen sanciones de multa en el marco del presente procedimiento de Protección de los Intereses Económicos de la o el Consumidor Sobreendeudado, el monto de las mismas será a favor de la o el consumidor.

El procedimiento sancionatorio iniciado en los términos de este artículo, podrá archivar en los casos en que el proveedor renuncie a la exigibilidad de su crédito.

Lo dispuesto en el presente artículo no obsta al reconocimiento de daño directo en los términos del artículo 501 del presente Código.

Artículo 562.- Cierre de la convocatoria de acreedores y audiencia de conciliación. Vencido el plazo de presentación de las y los acreedores y resueltas las impugnaciones, dentro de los diez (10) días la Autoridad Nacional de Aplicación citará a audiencia conciliatoria para que la o el consumidor, y las y

los acreedores presentados puedan lograr un acuerdo de pago o un acuerdo de liquidación.

Los acuerdos podrán realizarse en documento privado con firma certificada, o ante la autoridad de aplicación interviniente.

Artículo 563.- Contenido de los acuerdos. El acuerdo de pago podrá consistir en un plan de cancelación, reestructuración o saneamiento de la totalidad de las obligaciones de las cuales la o el consumidor sea deudor, pudiendo consistir en:

- a) Distintas categorías o ser diferente respecto de cada acreedor;
- b) Quita o condonación parcial de la deuda, sin límite cuantitativo;
- c) Reformulación de los plazos de pago, que no podrán ser superiores a los cinco (5) años de su plazo original, salvo respecto de créditos hipotecarios; y/o
- d) Toda otra fórmula que obtenga la conformidad de la mayoría de acreedores.

El acuerdo aprobado por la Autoridad Nacional de Aplicación produce la novación de las obligaciones con título o causa anterior a la presentación del artículo 555 del presente Código, aun cuando se hayan opuesto al acuerdo o no hayan comparecido, es oponible a los terceros y tiene carácter ejecutivo.

El acuerdo de liquidación deberá homologarse judicialmente, con los efectos del artículo 479 del presente Código.

Artículo 564.- Mayorías. Las mayorías requeridas para que la Autoridad Nacional de Aplicación pueda aprobar el acuerdo son las establecidas en el artículo 458 del presente Código.

Artículo 565.- Procesos judiciales en curso. La o el consumidor podrá, en cualquier momento, presentar el acuerdo en los procesos judiciales en trámite para exigir el levantamiento de las medidas cautelares ya decretadas para garantizar el pago de las deudas comprendidas en el mismo.

Artículo 566.- Homologación administrativa del acuerdo de pago. Logradas las mayorías requeridas para el acuerdo de pago, la autoridad de aplicación a cargo de la etapa resolutive procederá a homologar el acuerdo siempre que no constate afectación al orden público.

Cuando se diere el caso del párrafo segundo del artículo 458, el acreedor no se allanare, y la deuda sea determinante para alcanzar las mayorías requeridas, el acuerdo de pago deberá homologarse mediante el proceso judicial de la Sección 3°, Capítulo V, Título I de este Libro.

Artículo 567.- Plan de liquidación. Cuando no hubiera acuerdo después de dos (2) audiencias o el acuerdo de liquidación no fuera aceptado por la Autoridad Nacional de Aplicación por constatar alguna afectación al orden público, a solicitud de la o el consumidor, la Autoridad Nacional de Aplicación formulará un plan de liquidación de los bienes y, previa

aceptación de la o el consumidor, procederá conforme el artículo 568.

Artículo 568.- Homologación judicial. La homologación judicial de los acuerdos de pago, cuando lo requieran o lo solicite expresamente la o el consumidor, de los acuerdos de liquidación y del plan de liquidación tramitará por el proceso judicial de la Sección 3°, Capítulo V, Título I de este Libro. En estos casos, la autoridad de aplicación a cargo de la etapa sumarial o resolutive, cuando no constate afectación al orden público, procediendo de oficio, o por solicitud de la o el consumidor, acreedor o tercero con interés legítimo, procederá a remitir el expediente administrativo a la jueza o al juez competente para su homologación judicial.

Artículo 569.- Control de los presupuestos durante el trámite. La Autoridad Nacional de Aplicación deberá evaluar la existencia de sobreendeudamiento y la composición del pasivo de la o el consumidor, como mínimo en las siguientes oportunidades:

- a) Al constatar la admisibilidad de la presentación conforme el artículo 556 del presente Código;
- b) Con el cierre de la etapa de presentación de acreedores conforme el artículo 562 del presente Código;

Si la Autoridad Nacional de Aplicación constatare que no se cumplen o mantienen los presupuestos de la situación de sobreendeudamiento y composición del pasivo, el procedimiento se cerrará sin más trámite.

Artículo 570.- Inexistencia de sobreendeudamiento. En el caso en que la petición fuera inadmisibile por no acreditarse sobreendeudamiento o la composición del pasivo, el procedimiento podrá iniciarse únicamente con la finalidad de reestructurar la o las deudas de consumo denunciadas, y conforme lo regulado en esta sección salvo las siguientes limitaciones:

- a) Lo establecido en el artículo 558 del presente Código será exigible únicamente con respecto al proveedor denunciado, y no corresponderá la inscripción en el Registro de Juicios Universales;
- b) No se requerirá la publicación de edictos;
- c) El acuerdo de pago deberá darse con pleno acuerdo entre la o el consumidor y el proveedor, no siendo aplicable lo establecido en el artículo 564;
- d) Cuando no haya acuerdo y la deuda con el proveedor se enmarque en el caso del artículo 561 del presente Código, la Autoridad Nacional de Aplicación continuará con el procedimiento sancionatorio en caso de corresponder.

Sección 2º Procedimiento de acceso a la información

Artículo 571.- Inicio y objeto. La o el consumidor podrá presentar ante la autoridad de aplicación a cargo de la etapa conciliatoria, un pedido de información o de documentación referida a cualquier circunstancia de una relación de consumo o de una deuda de consumo que manifieste poseer.

En el mismo pedido deberá acreditar la existencia de la relación de consumo o la naturaleza de consumo de la deuda en cuestión, e informar el domicilio del acreedor o proveedor requerido. Acreditados dichos recaudos, la Autoridad Nacional de Aplicación requerirá al proveedor denunciado la presentación de la información y/o documentación dentro del plazo de cinco (5) días. No será requisito para ejercer este derecho la acreditación de solicitud previa ante el proveedor.

El requerimiento podrá comprender la exhibición ante la autoridad administrativa de la documentación original, la expedición de copias certificadas de la misma, o bien la elaboración o entrega de informes, liquidaciones u otros elementos respaldatorios de la obligación.

El silencio ante este requerimiento será considerado una infracción del requerido y, así como su respuesta, tendrá los efectos del artículo 275 del presente Código.

Artículo 572.- Control de oficio. Recibida la información y/o documentación solicitada, la Autoridad Nacional de Aplicación deberá controlar de oficio el cumplimiento de las obligaciones del proveedor, iniciando el sumario correspondiente de constatarse una presunta infracción.

TÍTULO III Formas de participación ciudadana

Capítulo I Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores

Sección 1° Disposiciones comunes a todas las asociaciones

Artículo 573.- Definición de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores. Las asociaciones que tengan por objeto la defensa y protección de los intereses de las y los consumidores, deberán encontrarse inscritas en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores (RNADC) según lo establecido en el Libro Primero, Título II, Capítulo V, de la Sección 3° de este Código, siendo designadas como “Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores” (A.D.C). En su denominación, mientras se encuentre vigente su registración, deberán utilizar este aditamento, o la sigla “A.D.C.” antepuesta o pospuesta a su nombre.

Artículo 574.- Categorías. Las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores podrán ser de inscripción simple o plena. Las de inscripción plena, además de compartir los derechos y obligaciones comunes a todas las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, deberán contar con la cantidad de socios y socias establecida en el artículo 592, y gozarán de los derechos y las obligaciones contempladas para esa categoría en la Sección 3° del presente Capítulo.

Toda inscripción que se realice por primera vez, a excepción de las asociaciones de defensa de las y los consumidores que ya se encontraban registradas con anterioridad a la entrada en vigencia de este Código, se realizará en forma simple por el plazo de un (1) año y tendrá efectos retroactivos al momento de la presentación de la solicitud con el cumplimiento de todos los requisitos.

Artículo 575.- Fomento estatal. La Autoridad Nacional de Aplicación propenderá al desarrollo y fortalecimiento de las asociaciones de defensa de las y los consumidores, con los siguientes objetivos:

- a) Fomentar el asociativismo en pos de fortalecer la posición y el poder de negociación de las y los consumidores frente a los proveedores;
- b) Asegurar el sustento económico necesario para garantizar la continuidad e independencia de las funciones acordadas por la Constitución Nacional a las asociaciones de defensa de las y los consumidores;
- c) Impulsar y robustecer la protección de las y los consumidores a través de las asociaciones legalmente constituidas;
- d) Otorgar participación a las y los consumidores en las políticas públicas y toma de decisiones que los afecten a través de asociaciones que los representen, jerarquizándolas como elemento de transformación social;
- e) Garantizar la efectiva intervención de las y los consumidores en el control de los servicios públicos mediante

la participación de las ADC en los entes y organismos sectoriales;

f) Facilitar la solución de problemas y conflictos de las y los consumidores a través de las asociaciones de defensa de las y los consumidores;

g) Propiciar la solución de conflictos de incidencia colectiva en materia de relaciones de consumo con intervención de las asociaciones de defensa de las y los consumidores.

Artículo 576.- Estatutos y requisitos generales. Independientemente de la categoría de inscripción a la que aspire, el acta constitutiva deberá ser otorgada por instrumento público, o por instrumento privado con firma certificada por escribano público y contener, como mínimo:

a) Identificación de las y los constituyentes;

b) Nombre o denominación de la Asociación de Defensa de las y los Consumidores;

c) Objeto de la asociación, en concordancia con los alcances y limitaciones dispuestos en el presente Código;

d) Domicilio social;

e) Causales de disolución;

f) Contribuciones que conforman el patrimonio inicial de la Asociación de Defensa de las y los Consumidores a los fines de cumplir con el requisito de patrimonio mínimo, no debiendo ser menores en su conjunto a dos (2) salarios mínimos vitales y móviles las que, en su caso, deberán ser transferidas en propiedad a la asociación consignando el valor que se les asigna;

g) Modo de constitución, administración y control del patrimonio social y régimen de determinación de la periodicidad y monto de las cuotas sociales o aportes de sus socias y socios;

h) Régimen de administración y representación;

i) Fecha de cierre del ejercicio económico anual, y la forma de presentación, aprobación y publicación de memorias y balances; órganos para su revisión y fiscalización;

j) En su caso, las clases o categorías de socias y socios, y prerrogativas y deberes de cada una;

k) Régimen de ingreso, admisión, renuncia, sanciones disciplinarias, exclusión de socias y socios y recursos contra las decisiones, que garanticen el derecho de defensa;

l) Órganos sociales de gobierno; de fiscalización y control; y representación y dirección, debiéndose prever como mínimo, la comisión directiva, la asamblea y el órgano de fiscalización interna;

m) Indicación expresa del ejercicio de la representación legal y composición de sus órganos, régimen de convocatoria, quórum, mayorías, competencias, funciones y atribuciones, integración, duración de mandatos; procedimiento para la baja y reemplazo de sus integrantes, incluyendo los representantes de las asociaciones de segundo y/o tercer grado, y todo otro recaudo necesario para su debido funcionamiento;

n) Régimen electoral que asegure la democracia interna, no pudiendo contener como exigencia para presentar listas de candidatas y candidatos a órganos asociacionales, avales que superen el tres por ciento (3%) de sus socias y socios;

ñ) Procedimiento para la modificación de los estatutos;

o) Procedimiento de liquidación, el que debe regirse por las disposiciones del estatuto y llevarse a cabo bajo la vigilancia del órgano de fiscalización. Cualquiera sea la causal de disolución, el patrimonio resultante de la liquidación no se distribuye entre las socias y socios. En todos los casos debe darse el destino previsto en el estatuto y el remanente debe destinarse a otra u otras Asociación de Defensa de las y los Consumidores domiciliada en la República.

Artículo 577.- Inscripción inicial. La solicitud de inscripción se hará según el procedimiento y la forma establecida por la Autoridad Nacional de Aplicación en la reglamentación, y deberá contemplar al menos lo siguiente:

a) Nombre o denominación, domicilio social, patrimonio y antecedentes de su fundación;

b) Lista de socias y socios;

c) Nómina de las y los integrantes de sus órganos de representación y dirección y de fiscalización;

d) Estatuto y acta de designación de autoridades, sino hubieran sido designadas en el estatuto o dicha designación no estuviera vigente;

Cumplidos debidamente estos recaudos, el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores deberá proceder a la inscripción dentro de los treinta (30) días de presentada la solicitud mandando, en el mismo acto, a realizar la publicación sin cargo en el Boletín Oficial de la República Argentina del respectivo acto administrativo, incluyendo un extracto ilustrativo de su estatuto.

En caso de considerar que la asociación aspirante no cumple con alguno de los requisitos contemplados para las de inscripción simple, deberá otorgársele un plazo razonable a fin de que cumplimente los recaudos faltantes o las observaciones formuladas.

Si fuera necesario acompañar documentación en formato físico, las presentaciones de las asociaciones de defensa de las y los consumidores que no posean domicilio en la Capital Federal podrán realizarse ante las autoridades de aplicación provinciales, con los mismos efectos que la presentación ante la Autoridad Nacional de Aplicación.

Artículo 578.- Actualización de la inscripción. Las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores deberán presentar cada dos (2) años una solicitud de continuidad de inscripción en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, la que deberá contener, además de los datos designados en el artículo 577, el cumplimiento de los requisitos especiales para la categoría correspondiente, en su caso, con un informe sobre las actividades que hubiera realizado desde su última presentación, incluyendo balances y memorias en la forma y en las condiciones que establezca la reglamentación.

En caso de que la asociación de defensa de las y los consumidores cumpla con los requisitos para continuar inscrita en la misma categoría en que se encuentra, la Autoridad Nacional de Aplicación emitirá un acto administrativo ratificando la vigencia del que otorgó su inscripción dentro de los quince (15) días hábiles administrativos de realizada la presentación.

En caso de que la Autoridad Nacional de Aplicación no se pronunciara dentro de dicho plazo, la asociación de defensa de las y los consumidores se considerará reinscripta de pleno derecho.

Artículo 579.- Asociaciones registradas exclusivamente en registros provinciales de asociaciones de defensa del consumidor. Las asociaciones inscriptas exclusivamente en los registros provinciales de asociaciones de defensa del consumidor existentes a la fecha de sanción de esta ley, se regirán por lo establecido en el artículo 581, mientras no tengan inscripción vigente en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, independientemente de que acotaran o no su actuación a la provincia de que se trate.

La inscripción en los registros provinciales actualmente existentes, no implicará que la asociación se considere Asociación de Defensa de las y los Consumidores mientras no tenga inscripción vigente en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores.

Los registros provinciales podrán tener otras funciones que las leyes locales determinen.

Artículo 580.- Exención impositiva. Todas las acciones individuales o colectivas que entablen las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, cualquiera sea su categoría de inscripción, tanto en sede administrativa como en sede judicial, estarán exentas de cualquier carga económica, abarcando el pago de tasas, bonos y costas. Los gobiernos provinciales y municipales no podrán restringir ni

alterar el principio establecido en el presente párrafo, para lo que deberán adecuar sus regímenes fiscales.

Los actos y bienes de las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores destinados al ejercicio específico de sus funciones, estarán exentos de toda clase de tasa, gravamen, contribución o impuesto nacional. Esta exención alcanzará a los bienes inmuebles locados o cedidos en comodato a las agrupaciones siempre que se encuentren destinados en forma exclusiva y habitual a sus actividades específicas y que los tributos estén a su cargo. La exención existe de pleno derecho por la sola inscripción en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, y su concesión no estará sujeta a trámite alguno. La Autoridad Nacional de Aplicación, gestionará con los gobiernos provinciales y las municipalidades, que recepen en su régimen fiscal lo establecido en este párrafo.

Artículo 581. - Otras personas jurídicas que contengan en su objeto social la protección de los consumidores. Las asociaciones que contengan en su objeto la defensa y protección de los intereses de las y los consumidores, y no se encuentren inscritas en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, se rigen exclusivamente por la inscripción que tuvieran en los registros de personas jurídicas de la jurisdicción, o si no la tuvieran, por lo establecido en el Libro Primero, Título II, Capítulo 2, de la Sección 2ª del Código Civil y Comercial de la Nación, pero en ningún caso podrán ejercer o gozar del reconocimiento, funciones y derechos reservados por este Código para las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores.

Sección 2° Órganos de las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores

Artículo 582.- Alcance de la Sección. Lo establecido en esta Sección, es de aplicación únicamente a las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, generadas en los términos del párrafo primero y segundo del artículo 77. Las Asociaciones de Defensa del Consumidor que tuvieran otro tipo social e inscripción en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, se registrarán por las normas correspondientes a su tipo social.

Artículo 583.- Órgano de Representación y Dirección. Comisión Directiva. La dirección de las asociaciones de defensa de las y los consumidores será ejercida por un órgano compuesto por un mínimo de tres (3) miembros, elegidos en forma que asegure la voluntad de la mayoría de las socias y socios mediante el voto directo y secreto. Los cargos obligatorios serán:

- a) Presidencia. Sus funciones serán, además de las que determine el estatuto de la Asociación de Defensa las y los Consumidores, ejercer la representación legal que podrá hacerlo en forma conjunta con cualquier otra persona, en caso de que así lo designase la asamblea;
- b) Secretaría. Sus funciones serán, además de las que determine el estatuto de la Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, llevar el registro de socias y socios; la custodia de sus Libros, redactar las Actas y dar fe de su contenido;

c) Tesorería. Sus funciones serán, además de las que determine el estatuto de la Asociación de Defensa de las y los Consumidores, supervisar y controlar los ingresos y gastos; velar por sus intereses económicos y el manejo óptimo de sus fondos.

Los mandatos no podrán exceder de cuatro (4) años, teniendo derecho a ser reelegidos por un período consecutivo en cada cargo, a menos que los estatutos determinen que no es posible la reelección.

Al menos el cincuenta por ciento (50%) de los cargos directivos deberán ser desempeñados por mujeres y/o personas trans o no binarias.

Artículo 584.- Asamblea. La Asamblea estará conformada por todas las socias y socios de cada Asociación de Defensa de las y los Consumidores, aun cuando no todos los tipos tengan derecho a voto, según sus estatutos. Serán funciones exclusivas de la Asamblea General:

- a) Fijar los criterios generales de actuación de la Asociación de Defensa de las y los Consumidores;
- b) Aprobar y modificar los estatutos, memorias y balances; afiliación o desafiliación a asociaciones de segundo o tercer grado, según el caso;
- c) Fijar el monto de la cuota social ordinaria y, en su caso, extraordinaria.
- d) Designar y remover a las y los miembros de la Comisión Directiva y fijar su retribución si correspondiera.

Artículo 585.- Reuniones de las Asambleas. Las asambleas deberán reunirse:

- a) En sesión ordinaria, como mínimo una vez al año;
- b) En sesión extraordinaria, cuando los convoque el órgano directivo de la asociación por propia decisión o a solicitud del número de socias y socios que fije el estatuto, el que no podrá ser superior al cinco por ciento (5%) del padrón.

Artículo 586.- Requisitos para integrar los órganos de Representación y Dirección y órgano de Fiscalización. Para integrar los órganos directivos de las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores se requerirá tener 18 años de edad o más; no tener inhabilitaciones civiles ni penales y ser socia o socio con por lo menos dos (2) años de antigüedad. Este último requisito no será exigible en el caso de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores que realicen la primera designación de autoridades.

Sección 3º Derechos de las asociaciones

Artículo 587.- Derechos comunes a todas las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores. Todas las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores independientemente de la categoría de inscripción, tienen derecho a:

- a) Determinar su nombre, no pudiendo utilizar los ya adoptados por otras Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, ni aquellos que pudieran inducir a error o confusión sobre su naturaleza o actividad;

- b) Determinar su objeto y eventualmente su ámbito de actuación territorial. La pertenencia al Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores dará plena facultad para actuar en todo el territorio nacional, a menos que su estatuto circunscriba su ámbito de actuación;
- c) Aprobar sus estatutos y adoptar el tipo de organización interna que estimen apropiado, siempre que garanticen la forma democrática de elección de autoridades y toma de decisiones;
- d) Constituir e integrar asociaciones de grado superior, asociarse a las ya constituidas o desasociarse;
- e) Formular su programa de acción, y realizar todas las actividades lícitas en defensa del interés de las y los consumidores;
- f) Percibir las cuotas sociales de los socios o socias que la integran; todo tipo de donaciones, a excepción de las provenientes de proveedores, y retribuciones por los servicios que brinden tanto a las y los consumidores como los proveedores;
- g) Representar administrativa y judicialmente a las y los consumidores, en forma individual o colectivamente en los términos del artículo 43 de la Constitución Nacional y el presente Código;
- h) Peticionar ante las autoridades nacionales y ante organismos nacionales e internacionales de cualquier naturaleza, en particular ante los organismos del Sistema Interamericano y/o Universal de Derechos Humanos, ya sea por derecho propio o en representación individual, grupal, colectiva o general de las y los consumidores y usuarios;

- i) Brindar servicios a sus socias y socios, y a la comunidad en general, de acuerdo a lo estipulado en sus estatutos y a lo previsto en esta Código, especialmente asesoría técnica, jurídica y financiera en cualquier cuestión relacionada con las relaciones de consumo;
- j) Realizar toda otra actividad de investigación, información, asesoramiento, capacitación, educación, promoción, generación y mejoramiento de los sistemas de protección de las y los consumidores, difusión de sus derechos y de estadísticas, datos e informes;
- k) Colaborar con organismos públicos, privados, regionales e internacionales para el afianzamiento, la promoción y el aseguramiento de los derechos de las y los consumidores en las relaciones de consumo;
- l) Sustanciar, promocionar y patrocinar reclamos de las y los consumidores ante los proveedores por violación de sus derechos;
- m) Difundir estadísticas de las reclamaciones recibidas contra proveedores de bienes y servicios, indicando si fueron o no satisfechos los intereses de las y los consumidores;
- n) Realizar todo tipo de estudios sobre calidad y composición de bienes y servicios y difundir sus resultados;
- ñ) Fiscalizar el cumplimiento del presente Código previa formalización de convenios institucionales con la Autoridad Nacional de Aplicación o con autoridades locales, autorizando la realización de esas funciones y la identificación y capacitación de las personas habilitadas al fin;

o) Cualquier otra relacionada con la protección, defensa, educación o representación de los derechos individuales o colectivos de las y los consumidores.

Todas las actividades que realicen las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores para el cumplimiento del objeto de la asociación serán sin fines de lucro.

Las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores cuya inscripción sea simple, no participarán del sistema de financiación previsto en el artículo 593, ni tendrán ninguna de las obligaciones acordadas en forma exclusiva para las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores de inscripción plena, mientras no se modifique con carácter firme y se notifique fehacientemente el alcance de su inscripción.

Artículo 588.- Derechos de las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores de inscripción plena. Además de los establecidos en el artículo anterior para todas las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, las que posean inscripción plena tendrán los siguientes derechos:

a) A participar del sistema general de financiación establecido en el artículo 593;

b) A participar en la Sindicatura de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores integrante de la Autoridad Nacional de Aplicación, con voz y derecho a voto;

c) A proponer, de entre sus socias y socios, candidatos para la Auditoría de grandes proveedores;

d) A proponer, de entre sus socias y socios, candidatos para representantes de las y los consumidores en los entes y

organismos de control de servicios públicos de jurisdicción nacional;

e) A ser titular de una cuenta en cualquier banco de su preferencia, con apertura, mantenimiento, movimientos de fondos y consultas de saldo gratuitos. El Banco Central de la República Argentina dictará la normativa necesaria para su instrumentación.

Sección 4º Obligaciones de las asociaciones

Artículo 589.- Obligaciones Comunes a todas las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores. Las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores sin importar su categoría, tendrán las siguientes obligaciones:

I. Comunicar a la Autoridad Nacional de Aplicación:

a) Cualquier modificación en sus estatutos, dentro de los treinta (30) días de aprobada la misma;

b) La integración de los órganos directivos y sus modificaciones, dentro de los cinco (5) días desde su designación. El cambio de autoridades no comunicado ante la Autoridad Nacional de Aplicación, no será oponible a esta;

c) Su balance, memoria y nómina de afiliados, dentro de los sesenta (60) días de cerrado el ejercicio;

d) La convocatoria a elecciones para la renovación de sus órganos en los plazos estatutarios, dentro de los cinco (5) días desde la emisión de la misma.

II. Comunicar a la Sindicatura:

a) El inicio de acciones colectivas judiciales o administrativas en defensa de las y los consumidores;

b) Cualquier acuerdo al que se hubiera arribado en las acciones colectivas, en forma previa a su homologación;

III. Comunicar a la Autoridad Nacional de Aplicación y al Consejo:

a) Sobre la prestación de servicios en forma directa a proveedores, y las condiciones de dicha prestación, dentro de los noventa (90) días de realizados;

b) Sobre las donaciones recibidas, cuando se tratara de bienes inmuebles, o cuando tratándose de dinero u otros bienes, superen el valor de diecinueve (19) Salarios Mínimos Vitales y Móviles en una misma donación, o en las acumuladas durante un año calendario, dentro de los treinta (30) días de aprobada la donación por el órgano de la Asociación de Defensa de las y los Consumidores con capacidad para hacerlo.

Artículo 590.- Obligaciones de las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores de inscripción plena. Las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores de inscripción plena tendrán las siguientes obligaciones:

a) Patrimonio. Poseer un patrimonio igual o mayor a cuatro (4) salarios mínimos vitales y móviles;

b) Difusión de derechos. Realizar gratuitamente tareas de difusión de los derechos de las y los consumidores en general, en las formas que estimen conveniente, proporcionando la información acerca de estas actividades a la autoridad de aplicación;

c) Asesoría gratuita. Realizar asesoría gratuita a las y los consumidores y usuarios, en las formas que estimen convenientes e independientemente de que se tratara o no de sus socias o socios, sobre problemáticas en las relaciones de consumo. Cuando la asesoría fuera personalizada o se requiriera la intervención de profesionales, la asociación y las o los profesionales que la conforman o que intervengan, podrán cobrar por dichos servicios. A fin de corroborar dicha circunstancia, la Asociación de Defensa de las y los Consumidores deberá proporcionar a la Autoridad Nacional de Aplicación la información acerca de estas actividades;

d) Página web. Poseer una página web de dominio propio para la difusión de sus actividades y de sus canales de atención;

e) Canales de comunicación gratuitos. Poseer al menos dos (2) de los siguientes canales de atención en forma gratuita a las y los consumidores en general, independientemente de que se tratara o no de sus asociados:

1) Personal o presencial;

2) Telefónico;

3) Correo electrónico;

4) Cualquier sistema de comunicación digital, incluyendo redes sociales.

Artículo 591.- Donaciones y publicidad de proveedores. Las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores no podrán recibir ningún tipo de donación, pago o emolumento de proveedores, que no sea contraprestación de un servicio efectivamente brindado. A fin de corroborar dicha

612

circunstancia, la Asociación de Defensa de las y los Consumidores deberá proporcionar la información determinada en el apartado b) del inciso 3) del artículo 589.

Sus publicaciones, cualquiera sea el medio utilizado, no podrán contener avisos publicitarios, ni patrocinio de ninguna naturaleza de proveedores. Tampoco podrán avalar o patrocinar, bajo ninguna forma, cualquier actividad que realicen los proveedores.

Artículo 592.- Socias y socios. Las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores de inscripción simple podrán tener la cantidad mínima de socias o socios que determinen en sus propios estatutos. Las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores de inscripción plena, deberán tener como mínimo, independientemente de la cantidad estipulada en sus estatutos, doscientos (200) socias o socios.

Ninguna Asociación de Defensa de las y los Consumidores podrá incluir como asociadas a personas jurídicas que desarrollen cualquier actividad en calidad de proveedores.

Sección 5° Financiación de las asociaciones

Artículo 593.- Sistema General de financiación. El fomento estatal de las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores se realizará a través de los fondos asignados a esa finalidad en el presupuesto de la Autoridad Nacional de Aplicación. El Consejo de Defensa de las y los Consumidores participará en la elaboración del proyecto de presupuesto para financiamiento de las Asociaciones de Defensa de las y

los Consumidores a través de sus representantes en el Directorio de la Autoridad Nacional de Aplicación.

Sólo participarán de este sistema las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores de inscripción plena, en las condiciones previstas en la presente Sección.

Artículo 594.- Asignación de fondos. Los montos que se asignen al financiamiento y fomento de las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, serán distribuidos de la siguiente forma:

- a) Un setenta por ciento (70%), será repartido en partes iguales entre todas las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores de inscripción plena, inscriptas en esa categoría al 31 de diciembre del año anterior a la sanción de la Ley General de Presupuesto;
- b) Un veinte por ciento (20%), será asignado a las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores de inscripción plena, inscriptas en esa categoría al 31 de diciembre del año anterior a la sanción de la Ley General de Presupuesto, y distribuido en partes iguales entre las diez (10) que tengan, a la misma fecha, la mayor cantidad de socias y socios en sus padrones;
- c) El diez por ciento (10%) restante, será asignado a gastos propios del Consejo de Defensa de las y los Consumidores, debiendo rendirse cuentas de su realización.

Artículo 595.- Donaciones. Sistema de publicidad. Las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores podrán recibir donaciones, con los límites establecidos en el artículo 614

591, siempre que cumplan con el régimen de publicidad establecido en este Código.

Artículo 596.- Contraprestación por servicios. Las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores podrán cobrar por sus servicios, siempre que respeten las obligaciones y limitaciones establecidas en el presente Código.

Sección 6° Cambio de categoría y eliminación del Registro

Artículo 597.- Transformación o eliminación del Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores a solicitud de la Autoridad Nacional de aplicación. Cuando una Asociación de Defensa de las y los Consumidores de inscripción plena no cumpla con los requisitos para conservar su categoría, o cualquiera de ellas no cumpla con los requisitos para continuar inscrita, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá solicitar judicialmente el cambio de categoría de plena a simple o la eliminación de una Asociación de Defensa de las y los Consumidores del Registro, según el caso.

Para ello será condición indispensable la previa sustanciación de sumario con causa en el incumplimiento de los requisitos dispuestos en el presente Código. Una vez iniciado el sumario, deberá darse intervención a la Sindicatura bajo pena de nulidad, acompañando el informe circunstanciado de los hechos por los que se impulsa el cambio de categoría o eliminación del Registro, incluyendo las pruebas conducentes

para acreditarlos. La Sindicatura tendrá la obligación de producir dictamen dentro de los quince (15) días, el que no será vinculante.

Se deberá garantizar en todo momento el pleno ejercicio del derecho de defensa de la Asociación de Defensa de las y los Consumidores, en las condiciones que determine la reglamentación.

Una vez acompañado el dictamen a las actuaciones, el Directorio de la Autoridad Nacional de Aplicación deberá expedirse de manera fundada dentro del plazo de quince (15) días hábiles administrativos sobre la procedencia de la solicitud judicial, y en su caso, instar la respectiva acción.

Artículo 598.- Transformación o eliminación del Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores a solicitud de baja por el Consejo de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores. La Sindicatura de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores podrá solicitar el cambio de categoría o la eliminación de una Asociación de Defensa de las y los Consumidores del Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores. A tal fin, deberá emitir un dictamen aprobado con al menos dos tercios de votos positivos de sus integrantes, conteniendo un detalle circunstanciado de los hechos por los que impulsa su cambio de categoría o eliminación del Registro, incluyendo las pruebas que lo respaldan. El dictamen deberá ser remitido al Directorio de la Autoridad Nacional de Aplicación, para que prosiga con el procedimiento correspondiente con intervención de la asociación en cuestión, no siendo en este

caso exigible el dictamen previo a la resolución sobre la procedencia de instar la solicitud judicial.

Artículo 599.- Incumplimientos formales. Si el cambio de categoría o la eliminación del Registro de la Asociación de Defensa de las y los Consumidores se motivara en presuntos incumplimientos de requisitos formales, de modo previo al inicio del sumario administrativo correspondiente, la Autoridad Nacional de Aplicación deberá intimar a regularizar la situación otorgando para ello un plazo razonable.

Artículo 600.- Solicitud de transformación de inscripción simple en plena. Las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores de inscripción simple pueden transformar su inscripción en plena, solicitando la transformación ante el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores. La presentación que solicite la transformación, deberá ser acompañada con toda la documentación que acredite el cumplimiento de los requisitos específicos de las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores de inscripción plena, con una antigüedad mínima de un (1) año.

El Registro tendrá un plazo de quince (15) días hábiles administrativos para expedirse, y dentro de los primeros cinco (5) días deberá requerir a la Asociación de Defensa de las y los Consumidores cualquier información adicional que fuera necesaria, otorgando un plazo razonable para cumplimentarla acorde a la información requerida, el que no podrá ser menor a 10 (diez) días hábiles administrativos. Cumplimentado el requerimiento o vencidos el plazo para hacerlo, deberán

remitirse todos los antecedentes a la Sindicatura que deberá producir dictamen no vinculante dentro de los diez (10) días hábiles administrativos. La Autoridad Nacional de Aplicación deberá expedirse de manera fundada aceptando o rechazando el pedido dentro de los quince (15) días desde recibido el dictamen de la Sindicatura.

Artículo 601.- Transformación de la inscripción plena en simple y baja. Cuando una Asociación de Defensa de las y los Consumidores de inscripción plena solicite ser inscripta como simple, o su baja del Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, la solicitud será aceptada de inmediato, pero la modificación tendrá efectos a partir del 31 de diciembre del año en que se modifique, por lo que subsistirán sus obligaciones como Asociación de Defensa de las y los Consumidores de inscripción plena hasta esa fecha. En el caso de solicitar la baja del Registro operará en forma inmediata, siempre que la Asociación de Defensa de las y los Consumidores de inscripción plena ponga a disposición las sumas o los remanentes provenientes del sistema general de financiación que hubiere percibido durante el año en curso, o bien, previa rendición de cuentas documentada cuando las mismas hayan sido gastadas.

Sección 7° Prácticas desleales para con las asociaciones

Artículo 602.- Prácticas desleales. Serán consideradas prácticas desleales para con las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, pasibles de las sanciones

establecidas en la Sección 7° del Capítulo II del Título II de este Libro, las que a continuación se detallan:

- a) Obstruir, dificultar o impedir la afiliación a una Asociación de Defensa de las y los Consumidores, o promover o auspiciar determinada afiliación, especialmente si se intenta en detrimento de otra Asociación de Defensa de las y los Consumidores;
- b) Represalias o trato discriminatorio a consumidores en virtud de su afiliación a una Asociación de Defensa de las y los Consumidores;
- c) Realizar contribuciones de cualquier tipo en forma indirecta a las y los auditores o a las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores;
- d) Obstruir las tareas de la o el auditor designado por la Sindicatura o de las y los representantes en entes de control;
- e) Obstruir, impedir o dificultar las tareas o funciones que realicen las y los representantes o miembros de una Asociación de Defensa de las y los Consumidores para cumplir con los derechos y obligaciones establecidas en este Código;
- f) Ejercer, o intentar ejercer, administrativa o judicialmente, alguna de las funciones correspondientes a las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, sin contar con la debida registración conforme este código.

Capítulo II Audiencias públicas

Artículo 603.- Definición de audiencia pública. Se entiende por audiencia pública a la instancia de participación ciudadana por medio de la concurrencia presencial o por medios remotos, al espacio institucional establecido para que las y los interesados expresen su opinión.

Las audiencias públicas en todos los casos deben ser sustanciadas respetando los principios de igualdad, publicidad, oralidad, informalidad, libre acceso, inmediatez y gratuidad, así como permitir la presencia de público y medios de comunicación sin requisitos o restricciones que impidan una amplia participación.

Artículo 604.- Disposiciones generales. El presente Capítulo regula las audiencias públicas y la recepción de observaciones escritas como mecanismos de participación ciudadana en los procedimientos administrativos para garantizar directa o indirectamente los derechos e intereses de las y los consumidores.

La participación ciudadana, en todos los casos, debe:

- a) Ser precedida del acceso previo y oportuno a la información necesaria para permitir una participación plena;
- b) Permitir la libre expresión de las opiniones, propuestas, experiencias, conocimiento o información de las y los participantes, sin perjuicio de las restricciones propias a expresiones discriminatorias o violentas necesarias para la convivencia democrática;
- c) Incorporarse al expediente administrativo, aclarando la cantidad de participaciones y contenido de las mismas;

- d) Ser objeto de dictamen en el cual se haga mérito sobre la recepción o rechazo de los planteos presentados;
- e) Ser publicada y difundida, de modo conjunto con las cuestiones puestas en consulta y el dictamen de mérito del inciso d), para su libre acceso y conocimiento por la población;
- f) Estar reflejada de modo expreso en los fundamentos de la norma o decisión final, aclarando, como mínimo, la existencia del mecanismo de participación ciudadana directa, los aportes recibidos, el dictamen de mérito y las eventuales modificaciones incorporadas al texto en consecuencia;
- g) Establecer e implementar las medidas de acción positiva necesarias para garantizar el pleno acceso y participación de las personas con vulnerabilidad agravada en los términos del artículo 5° del presente Código.

Artículo 605.- Contenido de la convocatoria. La convocatoria de la audiencia pública debe efectuarse con una antelación mínima de treinta (30) días hábiles contados desde el día de su inicio, debiendo contener:

- a) La autoridad convocante y formas de contacto;
- b) Objeto preciso de la audiencia pública;
- c) Fecha, hora y lugar de celebración, tanto físico como virtual;
- d) Formas de acceso a la información que integra la convocatoria;
- e) Metodología y plazos para la inscripción como participante y para la recepción de informes escritos;

Artículo 606.- Forma de la convocatoria. La convocatoria deberá ser publicada, como mínimo, en la página web del organismo interviniente y de los proveedores involucrados, en dos (2) diarios de circulación del área de prestación del servicio, en el Boletín Oficial correspondiente. Asimismo, deberá cursarse comunicación individual a través del correo electrónico institucional respectivo, a cada una de las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores registradas en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores.

Artículo 607.- Servicios públicos. Cuando la convocatoria a audiencia pública tenga por objeto cualquier cuestión relacionada con un servicio público alcanzado por el Libro Tercero, del Título IV del presente Código, la información a suministrar deberá, como mínimo, contener de modo claro y completo:

- a) El cuadro tarifario y/o modificaciones propuestas;
- b) Costos del proveedor del servicio;
- c) Margen de ganancias;
- d) Plan de inversiones a desarrollar;
- e) Cumplimiento, incumplimientos o avances en el plan de inversión vigente;
- f) Reclamos y sanciones;
- g) Toda otra información pertinente según sea la cuestión a debatir.

Artículo 608.- Informe escrito. La participación presencial de las y los asistentes, podrá ser acompañada con un informe escrito, documentación o propuesta con relación al tema de la audiencia, sin que ello sea un requisito para su inscripción, participación o posterior consideración.

Artículo 609.- Orden del día. El orden del día debe contener:

- a) Nómina de las y los participantes inscriptos, y de las y los expertos y funcionarios convocados;
- b) Breve descripción de los informes, documentación y/o propuestas presentadas por las y los participantes;
- c) Orden y tiempo de cada participación; y
- d) Autoridades que presiden la audiencia y su contacto.

El orden del día deberá estar a disposición de las y los participantes, público y medios de comunicación con una anticipación mínima de cuarenta y ocho (48) horas al comienzo de la audiencia.

Artículo 610.- Espacio físico. En los casos que la audiencia pública se realice en un espacio físico, sea de modo exclusivo o concurrente con medios digitales, el mismo debe ser adecuado para que las y los participantes, público y medios de comunicación asistan. Las autoridades deben garantizar el trato digno y equitativo de los consumidores, con especial consideración de las y los consumidores con vulnerabilidad agravada en los términos del artículo 5°.

Artículo 611.- Efectos. Las opiniones expresadas como consecuencia del proceso de participación ciudadana establecido en este capítulo no serán vinculantes, sin perjuicio de su consideración obligatoria, sustantiva y expresa en la decisión que se tome o acto que se dicte, bajo pena de nulidad absoluta e insalvable del mismo.

Capítulo III Consulta pública

Artículo 612.- Consulta pública. En los casos que no sea obligatoria la convocatoria y sustanciación de una audiencia pública, la Autoridad Nacional de Aplicación, de modo previo al dictado de actos administrativos de alcance general que involucren los derechos e intereses de las y los consumidores, o a la toma de cualquier decisión relacionada con el desarrollo o implementación de las políticas públicas previstas en este Código, podrá convocar a la ciudadanía a presentar aportes, opiniones u observaciones escritas.

Artículo 613.- Forma de la convocatoria. La Autoridad Nacional de Aplicación deberá brindar toda la información y antecedentes que posea sobre el tema de que se trate, fijar el plazo para que las y los interesados remitan sus aportes por escrito y las formas de recepción de las mismas.

Artículo 614.- Presentación de los aportes. Para favorecer la utilización de los aportes que se realicen, los mismos deberán:

- a) Identificar a la o el autor o autores;
- b) Constituir un domicilio físico o electrónico;
- c) Informar de modo expreso cuando exista algún tipo de interés particular en el asunto;
- d) Respetar las demás pautas establecidas en la reglamentación.

Artículo 615.- Consideración de los aportes. Cuando de cualquier modo se tomen en cuenta los aportes realizados en el dictado del acto de que se trate o en el desarrollo o implementación de una política pública determinada, la Autoridad Nacional de Aplicación, de considerarlo oportuno o conveniente, los referirá en la motivación de la decisión que se adopte.

Capítulo IV Convenciones colectivas en relaciones de consumo

Artículo 616.- Alcances. Las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores y las asociaciones o cámaras empresarias de cada categoría o actividad económica, o los proveedores individualmente, pueden acordar por convención escrita la regulación de aspectos de las relaciones de consumo relativos al precio de bienes y servicios, calidad,

cantidad, garantías, características, prácticas comerciales, formas de comercialización o de atención al público, entre otros aspectos, siempre que se trate de cuestiones no alcanzadas por las normas vigentes, o que resulten complementarias a las mismas.

Los marcos regulatorios y normativa específica y los entes u organismos de control, no podrán excluir la actividad de que se trate, o algún aspecto específico de la misma, como objeto de convención.

En ningún caso se podrán acordar cláusulas o condiciones contrarias al orden público o que de cualquier modo importen una restricción o renuncia a los principios, reglas y derechos de las y los consumidores reconocidos en este Código. En tal caso, dichas cláusulas se tendrán por no escritas sin perjuicio de la validez de la convención.

Artículo 617.- Representación de las y los consumidores y usuarios. En la negociación de una convención, la representación de las y los consumidores será ejercida exclusivamente por una o varias Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores inscriptas en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores que designará la Sindicatura de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores.

La selección de representantes deberá ser precedida de una solicitud expresa de una o varias Asociación de Defensa de las y los Consumidores, la cual deberá contener:

a) Identificación de la Asociación de Defensa de las y los Consumidores proponente y de sus representantes legales;

- b) Identificación de la asociación o cámara de proveedores o proveedor a participar en la negociación y de sus representantes legales;
- c) Los instrumentos que acrediten la representatividad de la asociación o cámara de proveedores y la vigencia de la misma;
- d) Objeto y alcance de la convención a negociar; y
- e) Declarar si hubo negociaciones previas, su contenido y la expresa indicación de eventuales conflictos de intereses de cualquier tipo.

La condición de proponente no genera derecho o preferencia para ejercer la representación de las y los consumidores.

Artículo 618.- Instrumentación. Las convenciones colectivas deberán instrumentarse en escritura pública o ante la Autoridad Nacional de Aplicación.

Artículo 619.- Aprobación y registración. Las convenciones deberán ser aprobadas por la Sindicatura de Asociaciones de las y los Consumidores y por el Directorio de la Autoridad Nacional de Aplicación, y luego registradas.

En los casos de observación parcial del contenido y/o alcances de la convención, la Autoridad Nacional de Aplicación podrá invitar a las partes a que continúen las negociaciones, así como formular propuestas de puntos a modificar, incluir o suprimir, y/o registrar de modo parcial la convención cuando las partes lo consientan. La Sindicatura

de Asociaciones de las y los Consumidores deberá aprobar expresamente todo cambio y/o registración parcial.

Artículo 620.- Alcance y efectos. Las convenciones registradas serán obligatorias en todas las relaciones de consumo en las que los proveedores obligados pudieran ser parte, salvo que se hubiera acordado limitar su alcance geográfico, temporal, objetivo y/o subjetivo. Los criterios por los que se determine el alcance de la convención no deberán ser contrarios a los principios del presente Código.

Las convenciones rigen desde su registración ante la Autoridad Nacional de Aplicación y por el tiempo que se haya acordado. En los casos que no se haya determinado un plazo o condición resolutoria mantendrán su vigencia hasta su denuncia por cualquiera de las partes, con una anticipación mínima de seis (6) meses.

Los proveedores que se desvinculen de la asociación o cámara empresaria parte de la convención de modo posterior a su registración, no quedan eximidos de su cumplimiento mientras la misma se encuentre vigente.

Artículo 621.- Exigibilidad y sanciones. Sin perjuicio de lo que las partes puedan acordar, el incumplimiento de una convención colectiva en las relaciones de consumo se considera una infracción al presente Código, siendo de aplicación en tal caso el procedimiento y las sanciones establecidas en el Libro Quinto, Título II, del Capítulo II del presente Código, así como manteniéndose la plena exigibilidad por parte de las y los consumidores.

Artículo 622.- Publicación de la convención. La convención deberá contemplar la amplia y suficiente divulgación de su contenido y efectos, de forma tal que las y los consumidores alcanzados puedan tomar efectivo conocimiento de lo acordado y su exigibilidad.

La Autoridad Nacional de Aplicación supervisará y colaborará con la amplia difusión de las convenciones colectivas una vez que las mismas se encuentren registradas.

TÍTULO FINAL Disposiciones finales y transitorias

Capítulo I Disposiciones finales

Sección 1º Derogación de la Ley 24.240 y modificaciones a la Ley 26.993

Artículo 623.- Deróguese la Ley 24.240 y los Títulos I (artículos 1 a 21) y II (artículos 22 a 40) de la Ley 26.993. No obstante ello, la autoridad nacional de aplicación de dichas normas subsistirán, con todas las facultades y atribuciones, incluso las sancionatorias, que el presente Código le otorga a la Autoridad de Aplicación Nacional, y continuará tramitando las causas y trámites que estuvieren abiertos a la fecha de entrada en vigencia del presente Código hasta la constitución y puesta en funcionamiento de la Autoridad Nacional de Aplicación.

Constituida y puesta en funcionamiento la Autoridad Nacional de Aplicación, las causas continuarán su trámite ante ésta.

Sección 2º Modificaciones al Código Civil y Comercial de la Nación

Artículo 624.- Modifíquese el artículo 1092 del Código Civil y Comercial de la Nación, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 1092.- Relación de consumo. Consumidor. Se entiende por relación de consumo, consumidor, personas equiparadas al consumidor, consumidores con vulnerabilidad agravada y proveedores, a los definidos en el Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación.”

Artículo 625.- Modifíquese el artículo 1093 del Código Civil y Comercial de la Nación, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 1093.- Contrato de consumo. Contrato de consumo es el celebrado entre un consumidor o usuario y un proveedor, según lo establecido en el artículo 187 del Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación.”

Artículo 626.- Modifíquese el artículo 1094 del Código Civil y Comercial de la Nación, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 1094.- Interpretación y prelación normativa. Las normas que regulan las relaciones de consumo deben ser aplicadas e interpretadas de conformidad con las reglas, principios y derechos establecidos en el Título Preliminar del Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación, especialmente teniendo en cuenta los presupuestos mínimos de protección y las reglas sobre prelación normativa e interpretación allí establecidas. Siempre debe prevalecer la solución más favorable al consumidor.”

Artículo 627.- Modifíquese el artículo 1095 del Código Civil y Comercial de la Nación, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 1095.- Interpretación del contrato de consumo. El contrato de consumo se interpreta en el sentido más favorable para el consumidor según lo establecido en el artículo anterior, siéndole de aplicación las disposiciones de este Código, las que son complementarias y se integran con las disposiciones del Libro Tercero del Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación. Cuando existen dudas sobre los alcances de la obligación, se adopta la que sea menos gravosa para el consumidor.”

Artículo 628.- Modifíquese el artículo 1096 del Código Civil y Comercial de la Nación, el que quedará redactado de la siguiente manera:

ARTÍCULO 1096.- Ámbito de aplicación. Las normas de esta Sección y de la Sección 2a del presente Capítulo son complementarias y se integran con las establecidas en el Libro Segundo del Código de Protección de las y los Consumidores y Usuarios de la Nación, siendo aplicables a todas las personas expuestas a las prácticas comerciales, determinables o no, sean consumidores o sujetos equiparados conforme a lo dispuesto en el artículo 1092.”

Artículo 629.- Modifíquese el artículo 1117 del Código Civil y Comercial de la Nación, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 1117.- Normas aplicables. Se aplican en este Capítulo lo dispuesto en el Código de Protección de las y los Usuarios de la Nación, en las leyes especiales y los artículos 985, 986, 987 y 988, existan o no cláusulas generales predispuestas por una de las partes.”

Artículo 630.- Modifíquese el artículo 1119 del Código Civil y Comercial de la Nación, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 1119.- Regla general. Sin perjuicio de lo dispuesto en las leyes especiales y en el Código de Protección de las y los Usuarios de la Nación, 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.”

Artículo 631.- Modifíquese el artículo 1121 del Código Civil y Comercial de la Nación, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 1121.- Límites. No pueden ser declaradas abusivas las cláusulas que reflejan disposiciones vigentes en tratados internacionales o en normas legales imperativas.”

Artículo 632.- Modifíquese el artículo 1122 del Código Civil y Comercial de la Nación, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 1122.- Control judicial. El control judicial de las cláusulas abusivas se rige, además de lo dispuesto en el Código de Protección de las y los Usuarios de la Nación, por las siguientes reglas:

- a) la aprobación administrativa de los contratos o de sus cláusulas no obsta al control;
- b) las cláusulas abusivas se tienen por no convenidas;
- c) si el juez declara la nulidad parcial del contrato, simultáneamente lo debe integrar, si no puede subsistir sin comprometer su finalidad;
- d) cuando se prueba una situación jurídica abusiva derivada de contratos conexos, el juez debe aplicar lo dispuesto en el artículo 1075.”

Sección 3º Modificación de la Ley N° 27.148 - Creación de la Procuraduría para la Defensa de las y los Consumidores y Usuarios

Artículo 633.- Modifíquese el artículo 22 de la Ley N° 27.148 el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 22. — Procuradurías especializadas. La Procuración General de la Nación contará con las siguientes procuradurías especializadas de un modo permanente:

- a) Procuraduría de Investigaciones Administrativas.
- b) Procuraduría de Defensa de la Constitución.
- c) Procuraduría de Crímenes contra la Humanidad.

- d) Procuraduría de Criminalidad Económica y Lavado de Activos.
- e) Procuraduría de Narcocriminalidad.
- f) Procuraduría de Trata y Explotación de Personas.
- g) Procuraduría de Violencia Institucional.
- h) Procuraduría de Extinción de Dominio a favor del Estado Nacional.
- i) Procuraduría de Defensa de las y los Consumidores y Usuarios.

El Procurador General de la Nación establecerá por resolución los alcances y organización interna de las procuradurías especializadas. Asimismo, podrá disponer la creación de otras procuradurías especializadas cuando la política de persecución penal pública o el interés general de la sociedad así lo requieran.

La Procuraduría de Crímenes contra la Humanidad contará con una Unidad Fiscal Especializada para casos de apropiación de niños durante el terrorismo de Estado con facultades para realizar investigaciones genéricas y preliminares de oficio, así como investigar o colaborar en los casos que dispongan los fiscales coordinadores de distrito.”

Artículo 634.- Agréguese como artículo 29 bis del Capítulo 5 “Procuradurías especializadas” de la Ley N° 27.148 “Ley Orgánica del Ministerio Público Fiscal”, el siguiente:

“Artículo 29 bis.- Procuraduría de Defensa de las y los consumidores y usuarios. La Procuraduría de Defensa de las

y los consumidores y usuarios. tiene como funciones, las siguientes:

a) Intervenir en aquellos casos en los que se encuentren en juego la efectiva vigencia de los derechos y garantías de las y los consumidores y usuarios ya sea como parte actora, o fiscal de la ley;

b) Diseñar la estrategia de actuación judicial en los casos en materia penal y no penal en problemáticas propias de las relaciones de consumo, con actuación requirente preventiva y de recomposición;

c) Planificar acciones interinstitucionales con organismos especializados en la materia que tengan por objeto facilitar su actuación;

d) Velar por los derechos de las y los consumidores afectados especialmente de los que enfrenten situaciones de vulnerabilidad agravada;

e) Diseñar y Coordinar la estrategia federal fiscal de protección de las y los consumidores y usuarios, juntamente con los titulares de las fiscalías de distrito, mediante el ejercicio integral de las competencias constitucionales, civiles, penales y contencioso-administrativas en la materia;

f) Colaborar con las y los fiscales del ámbito civil, comercial, civil y comercial federal y contencioso administrativo, de todas las instancias, en el desarrollo de las acciones, intervenciones y dictámenes en los procesos en materia de relaciones de consumo;

g) Generar mecanismos de prevención de conflictos de consumo y desarrollar acciones de promoción tendientes al conocimiento de la comunidad en general sobre la temática;

h) Elaborar y administrar una base de datos sobre los casos vinculados a la protección de usuarios y consumidores en los que intervenga el Ministerio Público Fiscal, con el objeto de realizar estadísticas o estudios analíticos en la temática.”

Sección 4º Modificación a la Ley N° 26.589

Artículo 635.- Modifíquese el artículo 5º de la Ley N° 26.589, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 5º — Controversias excluidas del procedimiento de mediación prejudicial obligatoria. El procedimiento de mediación prejudicial obligatoria no será aplicable en los siguientes casos:

- a) Acciones penales;
- b) Acciones de separación personal y divorcio, nulidad de matrimonio, filiación, patria potestad y adopción, con excepción de las cuestiones patrimoniales derivadas de éstas. El juez deberá dividir los procesos, derivando la parte patrimonial al mediador;
- c) Causas en que el Estado nacional, las provincias, los municipios o la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o sus entidades descentralizadas sean parte, salvo en el caso que medie autorización expresa y no se trate de ninguno de los supuestos a que se refiere el artículo 841 del Código Civil y Comercial de la Nación;
- d) Procesos de inhabilitación, de declaración de incapacidad y de rehabilitación;
- e) Amparos, hábeas corpus, hábeas data e interdictos;

- f) Medidas cautelares;
- g) Diligencias preliminares y prueba anticipada;
- h) Juicios sucesorios;
- i) Concursos preventivos y quiebras;
- j) Convocatoria a asamblea de copropietarios prevista por el artículo 10 de la Ley N° 13.512;
- k) Conflictos de competencia de la justicia del trabajo;
- l) Procesos voluntarios;
- m) Procesos en materia de relaciones de consumo en los que corresponda la intervención del Sistema de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo (COPREC);
- n) Procesos colectivos de cualquier naturaleza en materia de relaciones de consumo”.

Sección 5° Modificaciones al Código Procesal Penal y al Código Procesal Penal Federal

Artículo 636.- Modifíquese el artículo 82 bis de la Ley N° 23.984 denominado Código Procesal Penal, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“Art. 82 bis. - Intereses colectivos. Las asociaciones o fundaciones, registradas conforme a la ley, podrán constituirse en parte querellante en procesos en los que se investiguen crímenes de lesa humanidad o graves violaciones a los derechos humanos siempre que su objeto estatutario se

vincule directamente con la defensa de los derechos que se consideren lesionados.

Las asociaciones de defensa de las y los consumidores, registradas en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, podrán constituirse en parte querellante en procesos en los que se investiguen delitos cometidos por proveedores en perjuicio de derechos de incidencia colectiva referidos a bienes colectivos, o de derechos de incidencia colectiva referentes a intereses individuales homogéneos, de consumidores o usuarios.

No será obstáculo para el ejercicio de esta facultad la constitución en parte querellante de aquellas personas a las que se refiere el artículo 82.”

Artículo 637.- Modifíquese el artículo 78 de la Ley N° 27.063 denominado Código Procesal Penal Federal, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“Artículo 78.- Calidad de víctima. Este Código considera víctima:

- a) A la persona ofendida directamente por el delito;
- b) Al cónyuge, conviviente, herederos, tutores o guardadores en los delitos cuyo resultado sea la muerte de la persona con la que tuvieran tal vínculo, o si el ofendido hubiere sufrido una afectación psíquica o física que le impida ejercer sus derechos;
- c) A los socios, respecto de los delitos que afecten a una sociedad, cometidos por quienes la dirigen, administren, gerencien o controlen;

d) A las asociaciones o fundaciones, en casos de crímenes de lesa humanidad o de graves violaciones a los derechos humanos siempre que su objeto estatutario se vincule directamente con la defensa de los derechos que se consideren lesionados y se encuentren registradas conforme a la ley;

e) A los pueblos originarios en los delitos que impliquen discriminación de alguno de sus miembros, genocidio o afecten de un modo directo sus derechos colectivos reconocidos constitucionalmente.

f) A las asociaciones de defensa de las y los consumidores, registradas en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores, en los delitos cometidos por proveedores en perjuicio de derechos de incidencia colectiva referidos a bienes colectivos, o de derechos de incidencia colectiva referentes a intereses individuales homogéneos, de consumidores o usuarios.”

Capítulo II Disposiciones transitorias

Artículo 638.- COPREC. Las y los conciliadores del Sistema de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo que, al momento de entrada en vigencia de este Código, se encuentren inscriptos en el Registro Nacional de Conciliadores en las Relaciones de Consumo creado por el artículo 4° de la Ley N° 26.993, estarán inscriptos de pleno derecho en el Registro Nacional de las y los Conciliadores en las Relaciones de Consumo del artículo 66 de este Código.

La Autoridad Nacional de Aplicación determinará los plazos y condiciones para la adecuación.

Artículo 639.- Fondo de Financiamiento. Los recursos del Fondo de Financiamiento del artículo 20 de la Ley N° 26.993 serán transferidos al Fondo de Financiamiento para la Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo del artículo 87 de este Código.

Artículo 640.- Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores. Las Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores inscriptas en el Registro Nacional de Asociaciones de las y los Consumidores creado por el artículo 55 del Decreto Reglamentario N° 1798/94, al momento de la entrada en vigencia de este Código, pasarán de pleno derecho a estar inscriptas en el Registro Nacional de Asociaciones de Defensa de las y los Consumidores creado por el artículo 76.

La inscripción será considerada plena, aun cuando no cumplieran con los requisitos establecidos por el presente Código, por el plazo de dos (2) años. Finalizado el plazo, deberán realizar la presentación del artículo 579, a fin de constatar que cumplen con todos los requisitos para conservar la inscripción y/o la categoría.

Artículo 641.- Designación en comisión de autoridades. El Poder Ejecutivo Nacional podrá, hasta el nombramiento efectivo de los cargos de la Autoridad de las Relaciones de Consumo de Argentina mediante los mecanismos

establecidos en este Código, designar los cargos en comisión. Los designados en comisión deberán cumplir con los requisitos del artículo 50 del presente Código.

Artículo 642.- Primera convocatoria a concurso público previo. En la reglamentación de este Código, el Poder Ejecutivo Nacional fijará la fecha para la convocatoria al concurso público previo establecido en el artículo 52 para la designación de los miembros de la Autoridad Nacional de Aplicación, la cual deberá establecerse dentro del plazo máximo de sesenta (60) días contados a partir de su reglamentación.

Una vez realizadas las ternas, al designar la conformación de la primera Autoridad Nacional de Aplicación, el Poder Ejecutivo Nacional establecerá que dos (2) de sus integrantes durarán en sus funciones dos (2) años únicamente, y que dos (2) de sus integrantes durarán en sus funciones cuatro (4) años únicamente, a los efectos de permitir la renovación escalonada sucesiva.

Artículo 643.- Inscripción en el Registro Nacional de Proveedores, Estadísticas y Reincidencia. La Autoridad Nacional de Aplicación determinará los plazos y condiciones para la inscripción de los proveedores en el Registro Nacional de Proveedores, Estadística y Reincidencia, así como en el Registro Nacional de Contratos por Adhesión y Prácticas Comerciales.

Artículo 644.- Tasa de Interés para Operaciones de Consumo no Financieras. Mientras el Banco Central de la República Argentina no publique la Tasa de Interés para Operaciones de Consumo no Financieras del artículo 265 de este Código, se tomará como tope el doble del establecido en el artículo 16 de la Ley N° 25.065 para emisoras de tarjetas de crédito no bancarias.

En los casos que el crédito o financiación en moneda extranjera, indexados o como deuda de valor, se tomará como tope el ocho por ciento (8%) anual.

Artículo 645.- Partidas. Autorízase al Poder Ejecutivo Nacional a realizar las adecuaciones presupuestarias necesarias para el cumplimiento del presente Código.

Artículo 646.- Comuníquese al Poder Ejecutivo Nacional.