

Anteproyecto de Código de Defensa del Consumidor

2024

LA LEY



**Thomson
Reuters™**

ANTEPROYECTO DE CÓDIGO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

La Ley

Anteproyecto de Código de Defensa del Consumidor 2024 / 1a ed - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : La Ley, 2024.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-03-4845-0

1. Derechos del Consumidor. I. Título.

CDD 343.071

© de esta edición, Thomson Reuters, 2024
Tucumán 1471 (C1050AAC) Buenos Aires
Queda hecho el depósito que previene la ley 11.723

Las opiniones personales vertidas en los capítulos de esta obra son privativas de quienes las emiten.

NOTA DE ELEVACIÓN

Anteproyecto de Código de Defensa del Consumidor

Sr. Secretario de Industria y Comercio de la Nación

Licenciado Pablo Agustín Lavigne

S/D

Los abajo firmantes, en nuestro carácter de coordinadores y relatores de la “Comisión Reformadora de la Ley de Defensa del Consumidor” y de su “Consejo Consultivo” —respectivamente—, tenemos el agrado de dirigirnos a Ud. a los efectos de elevar para su consideración, el “Anteproyecto de Código de Defensa del Consumidor”, cuya elaboración fuera encomendada mediante la Resolución N.º 80/2024, dictada por Ud. en el marco de las funciones que le competen en el ámbito del Ministerio de Economía de la Nación.

El texto que hoy presentamos es fruto de la virtuosa labor de articulación de ambos espacios institucionales, que a través de una adecuada planificación han podido aportar diferentes perspectivas en orden a la modernización del sistema de protección de consumidor. Sus integrantes, provienen de múltiples ámbitos de actuación, y representan distintas generaciones y variadas regiones geográficas de nuestro país. Al respecto, dejamos constancia que se desempeñaron como miembros de la “Comisión Reformadora”, Gabriel Alejandro STIGLITZ; Fernando BLANCO MUIÑO; María Eugenia D'ARCHIVIO; Carlos Alfredo HERNÁNDEZ; María Belén JAPAZE; Leonardo LEPÍSCOPO; Federico Alejandro OSSOLA; Sebastián PICASSO; Cósimo Gonzalo SOZZO; Carlos Eduardo TAMBUSI; Roberto VÁZQUEZ FERREYRA y Javier Hernán Wajntraub. En tanto que el “Consejo Consultivo”, estuvo integrado por Ramón Daniel PIZARRO; Esteban Javier ARIAS CAU; Lorena BIANCHI; Mauricio BORETTO, Ricardo Sebastián DANUZZO, Sandra FRUSTAGLI, María Constanza GARZINO, Walter KRIEGER, Paula Andrea CASTRO, Fernando MUMARE, Roberto PAGÉS, Leticia PELLE, José SAHIÁN, Fulvio SANTARELLI, Pamela TOLOSA, CELIA WEINGARTEN y Diego ZENTNER.

El Anteproyecto que aquí se presenta, cierra el proceso iniciado en el bienio 2017/2018, cuya obertura correspondiera al “Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor”, elaborado por esta misma “Comisión Reformadora”. Persigue materializar la agenda que reclama el Siglo XXI, y procura la mayor eficacia posible del sistema de defensa del consumidor argentino.

El Anteproyecto, contiene una extensa fundamentación, que se integra con la oportunamente vertida en el “Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor”, razón por la cual se la pone a vuestra disposición a través del enlace que aquí se indica:

Anteproyecto de Código de Defensa del Consumidor

<https://drive.google.com/file/d/1pSVhvxLgYkEK6EWxj0XLU7KIyQv22vNx/view?usp=sharing>.

No resulta pertinente reproducir las reformas propuestas, aunque sí cabe consignar que el Anteproyecto contiene dos grandes ejes de innovación, a saber: el metodológico, en cuanto promueve la sanción de un Código de Defensa del Consumidor, siguiendo el camino recorrido en Europa por Francia, Rumanía, Italia y Luxemburgo, y en Latinoamérica, por Brasil y Perú. Entre nosotros se justifica, puesto que es coherente con la regulación de la categoría de la relación de consumo que contiene el Código Civil y Comercial (Libro Tercero, Título III), logrando por esta vía una mayor coherencia y sistematicidad. De similar manera, no solo introduce modernizaciones en instituciones tradicionales del Derecho del Consumidor, sino que también incorpora reglas y principios en materia de relaciones jurídicas digitales, cumplimiento normativo (*compliance*), pequeñas y medianas empresas, y reglas sobre implementación de los derechos de los consumidores, entre muchas otras cuestiones de interés. En todos los casos, expresa un producto colectivo, que no compromete ni condiciona la opinión personal de sus integrantes en cada uno de los temas abordados.

Finalmente, cabe enfatizar que en tiempos de expansión del mercado, deviene imprescindible pensar en términos de competencia y de reglas de protección de los consumidores, como valiosos instrumentos de desarrollo y de resguardo de la persona humana. Estas líneas estratégicas que acompañan a este anteproyecto no solo están en sintonía con los estándares exigidos a nivel global, sino que contienen propuestas que, de sancionarse, colocarán a la Argentina en una posición de marcado liderazgo.

Resta agradecer de modo enfático la oportunidad que nos brindara, y confiamos que a partir de ahora se inicie una nueva etapa de discusión y debate con los diferentes actores de la sociedad civil y del Parlamento.

Sin otro particular, aprovechamos la ocasión para saludarlo con nuestra más distinguida consideración.

Dr. Carlos A. HERNÁNDEZ (Coordinador de la Comisión Reformadora)

Dr. Ramón Daniel PIZARRO (Coordinador del Consejo Consultivo)

Dr. Federico Alejandro OSSOLA (Relator de la Comisión Reformadora)

Dr. José SAHIÁN (Relator del Consejo Consultivo)

TEXTO Y FUNDAMENTOS

ÍNDICE GENERAL

CÓDIGO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

PROYECTO DE LEY	11
ANEXO I	13
CÓDIGO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR	13
TÍTULO PRELIMINAR	13
Capítulo 1 - El sistema de protección del consumidor	13
Capítulo 2 - Principios	13
Sección 1ª. Principios del sistema de protección del consumidor	13
Sección 2ª. Principios en los entornos digitales	14
LIBRO PRIMERO - RELACIONES DE CONSUMO EN GENERAL	15
Título I - Disposiciones generales	15
Título II - Derechos	16
Título III - Deberes	16
Título IV - Armonización de las fuentes	22
LIBRO SEGUNDO - RELACIONES DE CONSUMO EN PARTICULAR	22
Título I - Prácticas comerciales	22
Capítulo 1 - Prácticas abusivas	22
Capítulo 2 - Período antecontractual	27
Capítulo 3 - Oferta	28
Capítulo 4 - Publicidad	28
Título II - Contratos de consumo	30
Capítulo 1 - Disposiciones generales	30
Capítulo 2 - Control de cláusulas contractuales	31
Capítulo 3 - Incumplimiento del contrato	32
Capítulo 4 - Garantía por vicios de calidad por inadecuación	33
Sección 1ª. Aspectos generales	33

Anteproyecto de Código de Defensa del Consumidor

Sección 2ª. Garantías relativas a las cosas muebles durables, servicios defectuosos y provisión de repuestos	33
Sección 3ª. Garantía de servicio técnico	35
Sección 4ª. Garantía por vicios ocultos y ruina en el ámbito inmobiliario	37
Capítulo 5 - Servicios al consumidor	37
Sección 1ª. Aspectos generales	37
Sección 2ª. Servicios de reparación	38
Capítulo 6 - Contratos conexos	39
Capítulo 7 - Modalidades de contratación especial	39
Capítulo 8 - Crédito para el consumo	41
Sección 1ª. Reglas generales	41
Sección 2ª. Conexidad contractual en el crédito para el consumo	45
Sección 3ª. Pagaré de consumo	46
Capítulo 9 - La tutela frente al sobreendeudamiento	47
Título III - Usuarios de servicios públicos	49
Título IV - Daños al consumidor Prevención del daño, responsabilidad y sanción punitiva	53
Capítulo 1 - Prevención del daño	53
Capítulo 2 - Daños causados por productos o servicios defectuosos	54
Capítulo 3 - Daños causados dentro del ámbito físico de incumbencia del proveedor	56
Capítulo 4 - Sanción punitiva	56
LIBRO TERCERO - IMPLEMENTACIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR	57
Título I - Política de protección del consumidor	57
Título II - Asociaciones de Consumidores	59
Título III - Diseño institucional	61
Capítulo 1 - Autoridad de Aplicación	61
Capítulo 2 - Consejo Federal del Consumo	65
Título IV - Protección administrativa del Consumidor	67
Título V - Protección judicial del Consumidor	75
Capítulo 1 - Principios de los procesos de consumo	75
Capítulo 2 - Procesos individuales	75
Capítulo 3 - Procesos colectivos de consumo	78
Título VI - Saneamiento del sobreendeudamiento del consumidor	82

Anteproyecto de Código de Defensa del Consumidor

Capítulo 1 - Vías procesales y Principios	82
Capítulo 2 - Procedimiento Administrativo	83
Capítulo 3 - Procedimiento Judicial	85
Título VII - Prescripción liberatoria	85
ANEXO II	87
FUNDAMENTOS	87

PROYECTO DE LEY

El Senado y Cámara de Diputados, de la Nación Argentina reunidos en Congreso, sancionan con fuerza de Ley:

Artículo 1º. Apruébase el Código de Defensa del Consumidor que como Anexo I integra la presente ley.

Artículo 2º. Derogación. Derógase la ley nacional N.º 24.240, sus modificaciones y reglamentaciones.

Artículo 3º. Orden público. El presente código es de orden público y rige en todo el territorio nacional.

Artículo 4º. Comuníquese al Poder Ejecutivo Nacional.

ANEXO I

CÓDIGO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

TÍTULO PRELIMINAR

Capítulo 1 - El sistema de protección del consumidor

Artículo 1º. Objeto. Este código tiene por objeto la protección, tutela y defensa efectiva de los derechos de los consumidores.

Capítulo 2 - Principios

Sección 1ª. Principios del sistema de protección del consumidor

Artículo 2º. Principios. Se reconoce la vulnerabilidad estructural de los consumidores en el mercado. El sistema de protección del consumidor se integra con las normas internacionales, nacionales, provinciales y municipales. Tiene el objetivo de tutelar al consumidor, rigiéndose por los siguientes principios:

- a) Principio de respeto de la dignidad de la persona humana. Los proveedores, en su actuación en el mercado, deben reconocer y respetar la dignidad de la persona humana conforme a los criterios generales que surgen de la Constitución Nacional, de las Declaraciones y Tratados de Derechos Humanos. Asimismo, en el diseño e implementación de políticas públicas, el Estado debe observar el mismo principio;
- b) Principio de orden público de protección. El sistema de protección del consumidor es de orden público. No es válida la renuncia anticipada de los derechos del consumidor, cualquiera sea su modalidad;
- c) Principio de protección especial para situaciones de vulnerabilidad agravada. El sistema de protección del consumidor tutela particularmente a colectivos sociales afectados por una vulnerabilidad agravada;
- d) Principio antidiscriminatorio. El sistema de protección del consumidor implementa las acciones conducentes con el objetivo de que en el mercado no existan actos, omisiones o situaciones discriminatorias. Se consideran comprendidas en esta prohibición las 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 la ley 23.592 de Actos Antidiscriminatorios, o la que en el futuro la reemplace;

e) Principios de progresividad y no regresión. El Estado debe adoptar medidas apropiadas para lograr progresivamente la plena efectividad de los derechos de los consumidores que se derivan de las normas internacionales y nacionales, sin retroceder en los estándares de tutela alcanzados en los niveles normativos de protección ni en la implementación de la política de protección del consumidor;

f) Principio de acceso y accesibilidad al consumo. El sistema de protección del consumidor garantiza el acceso al consumo de bienes y servicios de calidad, y la implementación de las adaptaciones necesarias para los consumidores con discapacidad;

g) Principio de consumo sustentable. El sistema de protección del consumidor, de conformidad con las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor y el Derecho Internacional Ambiental, impulsa el consumo y la producción sustentables, en función de las necesidades de las generaciones presentes y futuras, tanto en sus dimensiones ambientales, éticas, económicas y sociales. Para ello, entre otras medidas, favorece la minimización del uso de materias primas y energías no renovables, así como la minimización de la contaminación y generación de residuos y el aumento del uso de energías o materias primas renovables o producto de reciclaje y la reutilización;

h) Principio de prevención de riesgos. El Estado y los proveedores actúan preventivamente cuando exista probabilidad razonable de una amenaza derivada de bienes o servicios que afecten la salud o la seguridad de los consumidores;

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

j) Principio de transparencia de los mercados. El sistema de protección del consumidor provee lo conducente al logro de la transparencia de los mercados. El Estado controla las distorsiones que afectan la distribución, condiciones de venta y calidad de bienes y servicios;

k) Principio de Primacía de la Realidad. En la determinación de la verdadera naturaleza de las conductas, se consideran las situaciones y relaciones económicas que efectivamente se realicen, persigan o establezcan. La forma de los actos jurídicos utilizados en la relación de consumo no enerva el análisis que las autoridades administrativas o judiciales efectúen sobre los verdaderos propósitos de la conducta que subyacen al acto jurídico que la expresa.

Sección 2ª. Principios en los entornos digitales

Artículo 3º. Principios en los entornos digitales. Sin perjuicio de la aplicación de los principios indicados en el artículo precedente, en los entornos digitales rigen los siguientes principios:

- a) neutralidad tecnológica, fiabilidad e inclusión;
- b) protección acentuada frente a las nuevas tecnologías, en especial respecto de los datos personales del consumidor y la utilización por parte del proveedor de sistemas de inteligencia artificial o de contratos autoejecutables;
- c) de transparencia digital. El proveedor deberá garantizar la trazabilidad, explicabilidad, comprensión, transparencia e intermediación humana de los sistemas de inteligencia artificial, o similares que utilice en el marco de la relación de consumo;
- d) de no ser destinatario de decisiones basadas únicamente en el tratamiento automatizado de datos personales.

LIBRO PRIMERO - RELACIONES DE CONSUMO EN GENERAL

Título I - Disposiciones generales

Artículo 4º. Relación de consumo. La relación de consumo es el vínculo jurídico entre un proveedor y un consumidor.

Tiene como fuente un hecho o acto jurídico, unilateral o bilateral, una práctica o una técnica de marketing. Puede resultar de la tipificación legal, de la voluntad individual, o inferirse a través de la interpretación judicial o administrativa.

Artículo 5º. Categoría de consumidor. Es consumidor la persona humana o jurídica que adquiere o utiliza, de modo gratuito u oneroso, bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social.

Queda equiparado al consumidor quien, sin ser parte de una relación de consumo originaria, como consecuencia o en ocasión de ella utiliza bienes o servicios, de manera gratuita u onerosa, como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social.

Este código es aplicable a quien de cualquier manera se encuentra expuesto a una relación de consumo, ya sea a consecuencia de la información, la publicidad, las prácticas abusivas y la obligación de seguridad.

Artículo 6º. Consumidores con vulnerabilidad agravada. El principio de protección del consumidor se acentúa frente a colectivos sociales con vulnerabilidad agravada.

Son consumidores con vulnerabilidad agravada aquellas personas humanas que, además de su vulnerabilidad estructural en el mercado, se encuentran también en otras situaciones de vulnerabilidad en razón de su edad, género, salud, o por otras circunstancias sociales, que provoquen especiales dificultades para ejercer con plenitud

sus derechos como consumidores. En tales supuestos, y en el marco de la relación de consumo, la educación, la salud, la información, el trato equitativo y digno y la seguridad deben ser especialmente garantizados.

Artículo 7°. Proveedor. Es la persona humana o jurídica, de naturaleza pública o privada, que actúa de modo profesional, aun ocasionalmente, desarrollando actividades de producción, prestación de servicios, montaje, creación material o intelectual, desarrollo de software, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución, comercialización, intermediación o transporte, destinadas a consumidores.

No están comprendidos en este código los servicios de profesionales liberales que requieran para su ejercicio título universitario de grado 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. Tampoco alcanza cuando refiera 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 denuncias que no se vinculen a los temas alcanzados por este código, la Autoridad de Aplicación informará al denunciante sobre el ente que controle la matrícula respectiva, a los efectos de su tramitación.

Al transporte aéreo se aplica el Código Aeronáutico, los Tratados Internacionales de los que la Argentina sea parte, y este código, de modo concurrente y de acuerdo a su materia, criterio que se proyecta a la competencia de las autoridades de aplicación.

Los proveedores que reúnan los requisitos establecidos en la ley 24.467 o la que en el futuro la reemplace, serán considerados proveedores PyME a los efectos que este código disponga.

Título II - Derechos

Artículo 8°. Derechos del Consumidor. Los consumidores gozan de los derechos que establecen la Constitución Nacional, los Tratados Internacionales de los que la República Argentina es parte, y en particular las Declaraciones y Convenciones relativas a Derechos Humanos y las leyes.

Título III - Deberes

Artículo 9°. Deberes de actuación. Los proveedores y los consumidores deben actuar de buena fe y ejercer de manera regular sus derechos, antes, durante y con posterioridad a la relación de consumo.

Artículo 10. Acceso a la información. Este código garantiza el acceso a la información. En tal sentido:

- a) Los consumidores, las Asociaciones de Consumidores, el Defensor del Pueblo de la Nación, de las provincias, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y de los municipios, así como también los Ministerios públicos podrán acceder a la

información de interés general para el consumidor que se encuentre en poder del Estado nacional, sus agencias autárquicas, entes de control y empresas del Estado nacional, provincias, municipios y comunas, de acuerdo con el principio de máxima publicidad. Respecto de otras personas jurídicas públicas o privadas, el acceso a la información debe adecuarse al principio de respeto de la propiedad y los derechos individuales;

b) El Estado nacional, las provincias, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y los municipios garantizarán este derecho en condiciones de celeridad y mediante mecanismos eficaces a tales fines, de conformidad con los estándares internacionales en materia de derecho de acceso a la información. Se garantizarán asimismo condiciones especiales para favorecer el acceso a la información de grupos con vulnerabilidad agravada;

c) El ejercicio de este derecho comprende:

1) solicitar y recibir información de las personas precedentemente indicadas, sin necesidad de mencionar algún interés especial ni justificar las razones por las cuales se solicita;

2) ser informado en forma expedita sobre si la información peticionada obra o no en poder de la persona que recibe la solicitud, y del derecho a impugnar y recurrir la negativa a informar y de los requisitos para ejercer ese derecho;

d) La solicitud de acceso deberá ser evacuada en el plazo de 30 (treinta) días contados desde su presentación. La información deberá ser entregada en el formato solicitado sin ningún tipo de arancel. Si no estuviera disponible en ese formato deberá proporcionarse en el que existiere. La solicitud se rige por el principio de informalidad;

e) Para el supuesto de acceso a la información pública y en todo lo que aquí no se regule de manera diferente o se oponga a la presente, rige lo dispuesto en la ley 27.275, o la que en el futuro la reemplace.

f) Las respuestas deben asegurar el respeto de las disposiciones de la ley 25.326 de Protección de Datos Personales, o la que en el futuro la reemplace.

Artículo 11. Denegación del acceso a la información. La denegación del acceso a la información deberá ser justificada y comunicada al solicitante. Podrá fundarse en las siguientes causas:

a) Poner en riesgo la vida, la seguridad o la salud de una persona humana;

b) Afectar la seguridad nacional, la seguridad pública o la defensa nacional;

c) Amenazar o afectar la protección del ambiente;

d) Generar un riesgo probable y específico de daño significativo a la ejecución de la ley, o a la prevención o a la persecución de delitos;

e) Vulnerar un secreto legal.

Los motivos excepcionales de denegación son de interpretación restrictiva.

Artículo 12. Deberes de información a cargo del Estado. Se establece que:

a) El Estado nacional, sus agencias autárquicas, entes de control y empresas del Estado, provincias, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, municipios y comunas, en el ámbito de sus respectivas competencias, deben proveer al consumidor toda la información necesaria para el eficaz ejercicio de sus derechos de manera clara, precisa, completa, veraz y comprensible, instrumentando mecanismos eficaces adecuados a tal fin; en especial, en cuestiones vinculadas a la adquisición y utilización de bienes y servicios puestos en el mercado y a los riesgos e incertidumbres que ellos traigan aparejados;

b) La información debida comprende la información ambiental de concesiones, contratos, autorizaciones previas que hayan sido otorgadas por el Estado nacional, las provincias, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, municipios y comunas, así como la información sobre la cualidad ambiental de los bienes y servicios, sus efectos en la salud humana, promoviendo de esta manera patrones de producción y consumo sustentables;

c) Debe comunicarse de modo eficaz cualquier circunstancia que, con posterioridad a la introducción del bien o servicio en el mercado, pueda ocasionar alguna amenaza o perjuicio a los consumidores; y también la de hacer conocer los productos y servicios que hayan sido prohibidos, retirados del mercado o sometidos a restricciones rigurosas; tanto para los nacionales como para los extranjeros que se comercialicen en el país;

d) Los medios de comunicación de titularidad estatal, cualquiera sea su soporte, dedicarán espacios y programas no publicitarios a la información y educación de los consumidores, garantizándose el acceso y participación de las Asociaciones de Consumidores legitimadas por este código y los demás grupos o sectores interesados. Deberá ser objeto de especial atención la situación de los consumidores con vulnerabilidad agravada;

e) Las autoridades administrativas publicarán mensualmente en sus páginas web todas las resoluciones dictadas con motivo de actuaciones de oficio o denuncias formuladas por consumidores que hayan quedado firmes y consentidas, en texto completo, sin consignar los datos que identifiquen al denunciante.

Artículo 13. Obligación de generar información de interés para la seguridad de los consumidores. El Estado nacional, sus agencias y entes de control, las provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, así como los proveedores de bienes y servicios, deberán realizar de manera progresiva todo lo necesario para generar, recopilar, investigar y producir información, inclusive la ambiental pertinente, que sea de interés para la seguridad de los consumidores. Asimismo, están obligados a difundirla y ponerla a disposición del público de manera sistemática, proactiva, oportuna, regular, accesible, comprensible y a actualizarla de manera periódica.

Artículo 14. Obligación general de informar a cargo del proveedor. En el decurso de la relación de consumo los proveedores están obligados a suministrar al consumidor información clara, precisa, completa, veraz y comprensible respecto de las características esenciales de los bienes y servicios que ofertan o proveen, las condiciones de su comercialización y toda otra circunstancia relevante en razón de su naturaleza y particularidades. Esta obligación comprende todas las informaciones sobre riesgos, incertidumbres y cuestiones ambientales.

Artículo 15. Información en el marco del uso de medios tecnológicos automatizados. Cuando se utilicen sistemas de inteligencia artificial o cualquier otra tecnología que dé lugar a la toma de decisiones parcialmente automatizadas durante la relación de consumo, se deberá brindar información clara, precisa, completa, veraz y comprensible acerca de:

- a) La implementación del tratamiento automatizado de datos en la relación de consumo.
- b) La finalidad específica del tratamiento automatizado de datos.
- c) Los tipos de datos que se procesan.
- d) Si se emplean para detectar emociones, o determinar categorías o perfilamiento digital.
- e) Si se genera o manipula contenido de forma automatizada durante la relación de consumo y la finalidad de ello.

Los proveedores deberán instaurar los medios adecuados para que los consumidores puedan acceder a información adicional durante la totalidad de la relación de consumo.

Artículo 16. Modo de comunicar la información. La información deberá ser transmitida de conformidad a las siguientes reglas:

- a) Debe ser proporcionada de manera fácilmente accesible para el consumidor, mediante mecanismos apropiados para su adecuada comprensión, especialmente en el caso de consumidores con vulnerabilidad agravada, cuando tal situación sea conocida o deba serlo por el proveedor, o resulte evidente en función de las circunstancias que conformen el contexto de la relación de consumo;
- b) Debe ser comunicada de manera fehaciente de la siguiente forma:
 - 1) En soporte papel o electrónico, a opción del consumidor, quien a tales fines deberá proporcionar una dirección electrónica;
 - 2) En los contratos celebrados a distancia, la información podrá transmitirse por la misma vía, teniendo especialmente en cuenta las necesidades de consumidores con vulnerabilidad agravada;

3) Conforme lo disponga otra disposición legal.

c) Debe ser siempre no arancelada para el consumidor y proporcionada en idioma español, salvo disposición legal en contrario. En el caso de bienes o servicios importados, los proveedores son responsables del contenido de la traducción.

Artículo 17. Contenido mínimo de la información. Sin perjuicio de lo establecido en las normas especiales, los proveedores están obligados a informar de manera fácilmente perceptible al consumidor, en función de las características del bien o servicio de que se trate, lo siguiente:

a) Denominación, composición, fecha de producción, fecha de vencimiento o caducidad e instrucciones para su instalación, uso, mantenimiento y funcionalidad;

b) Los riesgos e incertidumbres que entraña su utilización, cumpliendo con la normativa específica para su comercialización;

c) Datos identificatorios del proveedor: nombre, domicilio y número de CUIT;

d) Garantías y servicios de postventa y asistencia técnica;

e) Las condiciones de su comercialización: naturaleza y contenido del acto; modalidades de la ejecución del contrato; fecha de entrega, ejecución del contrato y su duración; en su caso, precio, formas y condiciones de pago, costos y cargos adicionales, descuentos, tasas de interés, modalidades de financiación, y tributos a cargo del consumidor;

f) La peligrosidad de bienes y servicios que se tome conocimiento con posterioridad a su introducción. En tal caso, los proveedores deberán hacerlo saber inmediatamente a los consumidores, a su exclusivo costo y cargo, mediante mecanismos de comunicación eficientes que les garanticen la efectiva posibilidad de conocer tal circunstancia; entre otros, a través de anuncios publicitarios por la prensa, radio, televisión, internet y redes sociales. Deberán, también de manera inmediata, comunicarlo a las autoridades competentes, y en su caso, retirarlos del mercado.

Artículo 18. Sobreinformación. La sobreinformación al consumidor tiene los mismos efectos que el incumplimiento de la obligación de informar. Se considera tal el suministro de información en exceso, o de suma complejidad, sin las aclaraciones necesarias para que sea asequible por su destinatario, o que, de cualquier manera, por tales razones impida la adecuada comprensión del mensaje, y sea relevante en función del bien o servicio de que se trate.

Artículo 19. Cumplimiento e incumplimiento a la obligación de informar.
Efectos. La obligación de informar a los consumidores es un deber de hacer en los términos del artículo 774 inc. c) del Código Civil y Comercial, y su incumplimiento total, parcial o defectuoso genera responsabilidad objetiva de acuerdo a lo establecido en el artículo 1723 del mismo cuerpo legal. La carga de la prueba del cumplimiento de esta obligación recae sobre los proveedores.

Sin perjuicio de los demás efectos establecidos en este código o en leyes especiales, el incumplimiento de la obligación de informar le da derecho al consumidor a:

- a) En la etapa precontractual, a su libre elección, exigir su cumplimiento, o si el contrato se hubiese perfeccionado, a pedir la nulidad, de una o más de sus cláusulas;
- b) En la etapa contractual, podrá optar por exigir el cumplimiento o resolver el contrato, cuando el incumplimiento fuere esencial;
- c) En todos los casos, incluso en la etapa postcontractual, podrá reclamar el resarcimiento de los daños ocasionados.

Artículo 20. Deberes de protección y seguridad. Los proveedores deben adoptar las medidas necesarias para proteger la persona y los bienes de los consumidores en el ámbito de la relación de consumo.

Sin perjuicio de reglamentaciones especiales, este deber comprende el de garantizar la inocuidad de los bienes y servicios incorporados al mercado. 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 los consumidores.

La comunicación del riesgo exige que sea transparente, precisa y adecuada, informada al público sin dilaciones a los fines de disminuir las consecuencias dañosas, y su llegada y comprensión por parte de todos los sectores sociales deben estar garantizadas.

Las advertencias sobre riesgos han de ser especialmente individualizadas y destacadas para favorecer su identificación como tales por parte de los consumidores.

En el caso de que la comunicación del riesgo comprenda una alerta, además de cumplir con las condiciones anteriores, debe evitar generar una situación de pánico social.

Independientemente de otros efectos que correspondan, el incumplimiento de las disposiciones de este artículo da lugar a la prevención y la reparación de los daños causados a los consumidores, en los términos y con los alcances previstos en el Libro Segundo, Título IV de este código.

Artículo 21. Condiciones de seguridad. Los proveedores de bienes y servicios, en el marco del deber de seguridad, deben cumplir con las normas nacionales específicas que rigen la autorización administrativa previa en la materia. Además de ello, en cualquier caso, el bien o servicio debe cumplir con una evaluación de la seguridad que deberá basarse en la aplicación de las mejores prácticas y tecnologías disponibles, el estado actual de los conocimientos y de la técnica al momento de la puesta en el mercado, y el nivel de seguridad que puedan esperar razonablemente los consumidores.

Título IV - Armonización de las fuentes

Artículo 22. Armonización de las fuentes. Los casos relativos a la protección del consumidor se rigen por el sistema de protección del consumidor, que se integra con la Constitución Nacional, los Tratados Internacionales de los que la Argentina es parte, en particular las Declaraciones y Convenciones relativas a Derechos Humanos, este Código, el Código Civil y Comercial y las leyes especiales que regulan aspectos particulares de las relaciones de consumo. Se integra también con la normativa sobre lealtad comercial, y con la normativa de defensa de la competencia. La doctrina y la jurisprudencia son una fuente material secundaria. Los jueces deben integrar el derecho aplicable al caso con las diferentes fuentes del sistema, armonizándolas con el fin de maximizar los derechos humanos y fundamentales en juego y de acuerdo a los principios que lo rigen. En caso de duda, debe prevalecer la interpretación que resulte más favorable al consumidor.

Las relaciones de consumo se rigen por el régimen establecido en este Código y sus reglamentaciones sin perjuicio de que el proveedor, por la actividad que desarrolle, esté alcanzado asimismo por otra normativa específica.

LIBRO SEGUNDO - RELACIONES DE CONSUMO EN PARTICULAR

Título I - Prácticas comerciales

Capítulo 1 - Prácticas abusivas

Artículo 23. Ámbito de aplicación. Las disposiciones de esta Sección son aplicables a todas las personas expuestas a prácticas abusivas o ilícitas, determinables o no, indicadas en el artículo 5° de este Código.

En cumplimiento de las exigencias emergentes de los Tratados de Derechos Humanos, la protección de la vulnerabilidad agravada reviste especial significación en este ámbito.

Artículo 24. Trato digno. Principio general. Los proveedores deben adecuar sus conductas al principio de respeto de la dignidad de la persona humana. Deben garantizar condiciones de atención y trato digno a los consumidores y abstenerse de desplegar conductas o prácticas que los coloquen en situaciones vergonzantes, vejatorias, intimidatorias o cualquier otra que se propone restrictiva de sus derechos fundamentales.

Artículo 25. Trato equitativo y no discriminatorio. Principio general. Los proveedores deben ofrecer y dispensar a los consumidores un trato equitativo y no discriminatorio. No pueden establecer diferencias basadas en pautas contrarias a la garantía constitucional de igualdad, ni incurrir en conductas u omisiones que distingan, excluyan, restrinjan o menoscaben de manera arbitraria a los consumidores por razones de raza, etnia, género, orientación sexual, identidad de género, edad, religión, condición física, psicofísica o socioeconómica, nacionalidad, o cualquiera otra que violente el principio de respeto de la dignidad de la persona humana.

Artículo 26. Restricciones a las libertades del consumidor que configuran prácticas abusivas. Están prohibidas las prácticas que condicionan o restringen indebidamente la libertad del consumidor, en especial:

- a) Enviar o entregar al consumidor cualquier producto, o proveer cualquier servicio sin solicitud previa. Queda prohibida la realización de una propuesta al consumidor, por cualquier tipo de medio, sobre un bien o servicio que no haya sido requerido previamente y que pueda generar un cargo que obligue al consumidor a manifestarse por la negativa para que dicho cargo no se efectivice. Si con esta práctica abusiva se envió una cosa, el consumidor receptor no está obligado a conservarla ni a restituirla al remitente, aunque la restitución pueda ser realizada libre de gastos;
- b) Subordinar la provisión de un bien o la prestación de servicios a la adquisición o contratación simultánea de otros, o procedimientos similares que persigan idéntico objetivo;
- c) Ejecutar servicios sin la previa elaboración de presupuesto y autorización expresa del consumidor, salvo los derivados de prácticas anteriores acordadas entre las partes;
- d) Negar o condicionar injustificadamente la adquisición de bienes o la provisión de servicios al consumidor;
- e) Aumentar el precio de bienes o servicios con posterioridad a la oferta hecha pública, durante el tiempo en que se realice;
- f) Acudir a la sorpresa, al acoso, la coacción, la fuerza o la influencia indebida, a fin de que el consumidor decida una contratación que de otra manera no hubiera efectuado o que hubiera podido efectuar en mejores condiciones;
- g) Desplegar una conducta engañosa que, en su contexto fáctico y teniendo en cuenta las características y circunstancias, haga o pueda hacer que el consumidor tome una decisión sobre una contratación que no hubiera realizado o que hubiera efectuado en mejores condiciones.

Artículo 27. Atención al consumidor. El trato digno comprende la obligación de atención al consumidor, adecuada a sus condiciones de vulnerabilidad o vulnerabilidad agravada y el derecho a intermediación humana cuando se utilicen sistemas de inteligencia artificial o equivalentes. El proveedor debe disponer de los recursos y procedimientos suficientes a fin de recibir las consultas que pudieran formularsele, escuchar, informar y aconsejar al consumidor, receptar sus reclamos y darle una respuesta adecuada y en tiempo razonable. No podrá negarse a recibir notas de reclamos o pedido de informaciones que los consumidores quieran presentar en las oficinas de atención, dando constancia de la recepción. De acuerdo a las circunstancias, el proveedor deberá habilitar centros de atención de acceso real y efectivo, contando para ello con personal capacitado e infraestructura adecuada.

En los casos en que intervengan sistemas de inteligencia artificial, el proveedor deberá ofrecer los procedimientos de información y consulta a través de forma escrita, electrónica o digital.

Artículo 28. Atención prioritaria. Los proveedores de bienes y servicios deberán garantizar, en sus establecimientos, la atención prioritaria a las mujeres embarazadas, personas con discapacidad, personas mayores, personas acompañadas con niños o niñas de escasa edad, o que por alguna razón objetiva se encuentren en una situación que dificulte su desplazamiento o movilidad. Se entiende por prioritaria a la atención prestada en modo inmediato y sin dilaciones.

Artículo 29. Tiempo de espera en los establecimientos. Los proveedores de bienes y servicios deben garantizar que el tiempo de espera en sus establecimientos, no supere el término de 30 (treinta) minutos y que toda persona que concurra al lugar, dentro del horario establecido para la atención al público, sea efectivamente atendida.

A tal efecto, deberán instrumentar mecanismos para documentar y constatar de modo fehaciente el horario en que el consumidor comienza la espera de su turno y el momento en que es efectivamente atendido.

Todo consumidor que deba permanecer por más de 30 (treinta) minutos para ser atendido, puede asentar su queja en el libro habilitado al efecto, que de modo obligatorio, el proveedor deberá llevar y poner a disposición del consumidor.

El proveedor deberá, dentro de las 48 (cuarenta y ocho) horas siguientes, notificar a la Autoridad de Aplicación de la queja junto a todos los antecedentes documentales.

Artículo 30. Tiempo de espera en atención a distancia. A los efectos de prevenir prácticas abusivas los proveedores deberán:

- a) Evitar la espera de más de cinco (5) minutos desde la recepción del primer mensaje en el servicio de atención al consumidor hasta que los consumidores se comuniquen de forma directa con el operador o agente comercial responsable de la atención;
- b) Evitar la interrupción de la comunicación por no disponer de operadores disponibles para la atención;
- c) Evitar la interrupción de la comunicación de manera abrupta, impulsiva o violenta;
- d) Abstenerse de dar la opción de continuar aguardando, contactarse en otro momento o solicitarle a las y los consumidores una vía de contacto para comunicarse con posterioridad, cuando existan más de cinco (5) minutos de demora en la atención.
- e) Abstenerse de emitir publicidad de cualquier tipo o la oferta de bienes o servicios no solicitados por las y los consumidores en los tiempos de espera a ser atendido por un operador.

Artículo 31. Prácticas ilícitas por las condiciones de atención al cliente. En esos contextos, y de acuerdo a las circunstancias, se consideran ilícitas, por resultar contrarias a las condiciones de atención mencionadas en las disposiciones precedentes a:

- a) La espera en condiciones de incomodidad dentro del establecimiento del proveedor. Del mismo modo se entenderá, la que deba soportar el consumidor en la vía pública, expuesto a las inclemencias climáticas, debido a la inadecuación funcional o estructural del establecimiento;
- b) La falta de sanitarios de acceso libre y gratuito en los establecimientos;
- c) El tiempo de espera superior a los 30 (treinta) minutos para ser atendido, aun cuando se provea de asientos, existan instalaciones sanitarias, agua potable y el orden de atención sea según comprobante numerado;
- d) Estas previsiones serán aplicables a la espera telefónica o por medios electrónicos o similares, en todo aquello que resulte pertinente;
- e) La inclusión de mensajes que tengan la intencionalidad de que el consumidor abandone la espera de la atención humana a través del medio de comunicación seleccionado, para comunicarse por otros medios;
- f) La inclusión de publicidad de promociones y ventas de productos y/o servicios durante el tiempo de espera en la atención a distancia.

Artículo 32. Prácticas ilícitas especiales contrarias a la dignidad del consumidor. Se consideran, entre otras, las siguientes:

- a) Imponer condiciones discriminatorias para la adquisición o enajenación de bienes o servicios;
- b) Desplegar conductas que de modo directo o indirecto creen estereotipos o promuevan o estimulen patrones socioculturales sustentados sobre la desigualdad de género;
- c) Llevar adelante cualquier estrategia de comercialización o contratación que pueda significar un menoscabo a la intimidad personal o familiar, honra o reputación, imagen o identidad del consumidor;
- d) Estimular la adquisición de bienes o la prestación de servicios que, en un contexto o circunstancias determinadas, expongan o potencien riesgos a la salud o la seguridad del consumidor;
- e) Llevar adelante procedimientos de reclamación o cobranza intimidatorios o que generen situaciones agraviantes o denigratorias para el consumidor o su familia. En los reclamos extrajudiciales de deudas, el proveedor deberá abstenerse de utilizar cualquier medio que le otorgue la apariencia de reclamo judicial. También deberá abstenerse de notificar en los teléfonos, medios electrónicos y espacios laborales, comunicarse con sus empleadores, enviar misivas postales abiertas o realizar

llamadas telefónicas, envío de mensajes de texto o similares al presunto deudor entre las 20.00 horas y las 08.00 horas los días lunes a viernes; los días sábados, domingos, feriados y días no laborales;

f) Negar la participación en actividades organizadas por el establecimiento educativo, el otorgamiento de reconocimientos u honores, o la entrega de títulos o certificados que acrediten la conclusión de estudios de cualquier nivel y/o cualquier otra documentación, que impida la trayectoria educativa del alumno, ante la existencia de obligaciones pendientes por cuotas o matrículas.

Artículo 33. Prácticas ilícitas especiales que restringen o limitan derechos del consumidor. En este ámbito se comprende, entre otras, las que a continuación se indican:

a) Prevalerse de las necesidades estructurales o coyunturales, la ignorancia, la ligereza o la inexperiencia del consumidor para concretar una contratación o hacerlo en condiciones menos favorables a los intereses del consumidor;

b) Condicionar, dificultar o agravar injustificadamente las condiciones de ejercicio de los derechos reconocidos al consumidor, entre ellos, el ejercicio del derecho de extinción de las relaciones de consumo;

c) Ejecutar cualquier conducta lesiva para el consumidor como respuesta al ejercicio que este haga de sus derechos;

d) No estipular plazos para el cumplimiento de las obligaciones a cargo del proveedor cuando la legislación no establece plazos supletorios, ni fijarlos arbitrariamente en su beneficio;

e) La sobreventa de abonos por servicios que exceda la capacidad operativa o de gestión. De igual modo, la venta de sobrecupos en espectáculos públicos y en servicios de transporte de pasajeros, incluidos los aéreos;

f) Consignar en la presentación, folletos, páginas y aplicaciones web, envases, etiquetas y envoltorios, palabras, frases, descripciones, marcas o cualquier otro signo que pueda inducir a error, engaño o confusión, respecto de la naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla o cantidad de los frutos o productos, de sus propiedades, características, usos, condiciones de comercialización o técnicas de producción;

g) Ofrecer en forma pública a consumidores potenciales indeterminados cosas que presenten alguna deficiencia, que sean usadas o reconstituidas sin indicar tales circunstancias en forma precisa y notoria;

h) Utilizar imágenes, videos o voces manipuladas o adulteradas para promocionar o brindar información sobre un producto o servicio sin informar claramente al consumidor tal circunstancia;

- i) Almacenar, distribuir, manipular, disponer o transferir datos personales de los consumidores sin su consentimiento expreso y sin brindar previamente información adecuada;
- j) Aplicar técnicas de tratamiento automatizado de datos con fines promocionales o de venta y/o prestación de servicios, sin informar al consumidor por los medios adecuados;
- k) Ofrecer bienes y/o servicios a cambio del otorgamiento de datos personales de los consumidores, sin brindar información adecuada sobre las finalidades;
- l) Emplear la técnica de la obsolescencia programada;
- m) Realizar alguna de las prácticas restrictivas de la competencia de los arts. 2° y 3° de la ley 27.442 o la que en el futuro la reemplace, o abuso de posición dominante, en la medida que implique transgresión actual o potencialmente de intereses de consumidores, previstos en este código;
- n) Efectuar alguno de los actos de competencia desleal, violar el régimen de publicidad y promociones, identificación de productos y denominación de origen de los arts. 11 a 23 del decreto 274/2019 o el que en el futuro lo reemplace, en la medida que implique transgresión actual o potencialmente de intereses de consumidores, previstos en este código;
- o) Verificar alguno de los actos punibles de artículo 31 de la Ley Marcas 22.362 o la que en el futuro la reemplace, en la medida que implique transgresión actual o potencialmente de intereses de consumidores, previstos en este código.

Artículo 34. Responsabilidades y sanciones. Los sujetos alcanzados por esta Sección gozan de la tutela preventiva y resarcitoria contra el proveedor a consecuencia de las prácticas abusivas antes descriptas. La responsabilidad es solidaria y se proyecta incluso a quien actuare en nombre de aquel, sea o no un profesional liberal, y no excluye otras sanciones administrativas. En el ámbito de las prácticas abusivas, la sanción punitiva prevista en el artículo 132 de este Código deberá ser especialmente valorada, atento a la afectación de derechos fundamentales o derechos humanos.

Capítulo 2 - Período antecontractual

Artículo 35. Protección precontractual. Los consumidores tienen en las situaciones ante contractuales y en la etapa previa a la conclusión del contrato o su celebración, derecho a la protección de sus intereses económicos, a la seguridad, al trato equitativo y digno, y a la información.

Los proveedores serán responsables frente al consumidor por la violación de estos derechos y los daños que generen.

Artículo 36. Nulidad. En caso de que el proveedor viole el deber de buena fe en la etapa previa a la conclusión del contrato o en su celebración o transgreda el deber de

información o la legislación de defensa de la competencia o de lealtad comercial, el consumidor tendrá derecho a demandar la nulidad del contrato o la de una o más cláusulas.

Capítulo 3 - Oferta

Artículo 37. Oferta. Equiparación. La oferta es la declaración unilateral de voluntad dirigida a persona determinada o al público en general, realizada con la intención de contratar por medio de ella si es aceptada y que contiene los elementos y cláusulas suficientes para formar un contrato. Se equipara en sus efectos a la oferta toda información o publicidad, difundida por cualquier medio de comunicación con relación a productos o servicios, que se proporcione por medios publicitarios, siempre que cumpla con los requisitos establecidos para la oferta.

Artículo 38. Carácter vinculante. La oferta que se conozca fuera del local de comercialización debe prever un plazo de vigencia acorde con la cantidad de bienes o la capacidad prestacional de los servicios disponibles, o informar de modo preciso y destacado sobre estas circunstancias. El oferente está obligado a mantener la oferta durante el plazo de vigencia antes indicado. En consecuencia, de mediar aceptación en tal plazo, el contrato quedará perfeccionado.

La oferta dirigida a consumidores potenciales indeterminados obliga a quien la emite durante el tiempo en que se realice, debiendo contener la fecha precisa de comienzo y de finalización, así como también sus modalidades, condiciones o limitaciones.

La revocación de la oferta hecha pública es eficaz una vez que haya sido difundida por medios similares a los empleados para hacerla conocer.

La no efectivización de la oferta será considerada negativa o restricción injustificada de venta, pasible de las sanciones previstas en el artículo 187 de este código.

Quedan exceptuadas de este régimen, las ofertas que se hagan por medios que solo pueden ser conocidas por el consumidor concurriendo al local comercial.

Capítulo 4 - Publicidad

Artículo 39. Valor contractual de la publicidad. Las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios, prospectos, circulares u otros medios de difusión se tienen por incluidas en el contrato con el consumidor y obligan al oferente.

La regla anterior no se aplica en caso de que las afirmaciones o informaciones sean perjudiciales para el consumidor.

La contradicción entre las afirmaciones o informaciones de la publicidad y lo que resulte de las otras fuentes de interpretación del contrato, se resolverá en el sentido más favorable al consumidor.

Artículo 40. Publicidades ilícitas. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 1101 y siguientes del Código Civil y Comercial:

a) Se consideran abusivas aquellas publicidades que atenten contra el derecho fundamental a la salud de los niños, niñas y adolescentes, contengan contenidos violentos, discriminatorios, o contrarios a la transición ecológica, o que inciten a conductas que afecten los bienes o valores ambientales. Igual carácter tendrá la publicidad que cree estereotipos contrarios a esos valores, o se valga de la elaboración de perfiles digitales que utilicen datos sensibles tales como los relativos a origen étnico, datos genéticos, datos biométricos dirigidos a identificar de manera unívoca a una persona física, datos relativos a la salud, o a la orientación o vida sexual.

b) Se consideran engañosas aquellas publicidades que mediante inexactitudes u ocultamientos puedan inducir a error, engaño o confusión respecto de las características o propiedades, naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla, cantidad, uso, precio, durabilidad, cualidades ambientales, condiciones de comercialización o técnicas de producción de bienes y servicios.

Artículo 41. Publicidad en las plataformas. Las plataformas que presenten publicidad en sus interfaces están obligadas a dar a conocer a los consumidores de manera clara, precisa, inequívoca, en forma destacada y en tiempo real:

a) que la información presentada es un anuncio publicitario;

b) la identificación del proveedor en cuyo nombre se realiza;

c) la identificación de la persona que haya pagado por el anuncio publicitario, si fuese distinto del sujeto enunciado en el inciso precedente; y,

d) los principales parámetros utilizados para determinar el destinatario a quien se presenta el anuncio publicitario y, en su caso, acerca de cómo cambiar esos parámetros. Esta información será accesible directamente y con facilidad desde el mismo anuncio.

Queda prohibido a las plataformas presentar anuncios en su interfaz, basados en la elaboración de perfiles digitales mediante la utilización de datos personales del consumidor, cuando razonablemente pueda entenderse que se trata de un niño, niña o adolescente.

Artículo 42. Publicidad en redes sociales. Quienes valiéndose de su grado de exposición pública, capacidad de influencia o confianza generada en las redes sociales digitales, promocionen directa o indirectamente a través de sus cuentas bienes o servicios de proveedores, deberán identificar expresamente la naturaleza publicitaria del contenido divulgado y los datos de individualización del proveedor anunciante o beneficiario de la publicidad; cualquiera sea el formato empleado y la práctica comunicacional utilizada, así como el tipo de contraprestación o beneficio que perciban a cambio.

Título II - Contratos de consumo

Capítulo I - Disposiciones generales

Artículo 43. Contrato de consumo. Principio de obligatoriedad. Los contratos de consumo obligan dentro de los límites impuestos por la ley, el orden público, la moral y las buenas costumbres. Los jueces tienen facultades para morigerar o revisar sus estipulaciones cuando lo autoriza la ley, o de oficio, cuando se afecte el orden público.

Artículo 44. Integración normativa. Las normas de este Título se integran y armonizan con las reglas y principios del Código Civil y Comercial, como así también con las leyes especiales que alcanzan a los contratos de consumo conforme el principio fundamental de protección del consumidor. En caso de conflicto de normas, se aplicará la que resulte más favorable para el consumidor.

Artículo 45. Principios generales y contrato de consumo. En las diferentes etapas del contrato de consumo resultan especialmente relevantes los principios de respeto de la dignidad de la persona humana, buena fe, confianza, ejercicio regular de un derecho y orden público de protección, entre otros, y en especial en los casos de vulnerabilidad agravada del consumidor.

Artículo 46. Manifestación inequívoca. En los contratos de consumo debe constar de forma inequívoca la voluntad de contratar del consumidor o, en su caso, de poner fin al contrato.

Artículo 47. Formalización del contrato. El contrato de consumo debe formalizarse por escrito o en cualquier otro soporte electrónico o digital, salvo que deba celebrarse en escritura pública. La instrumentación será no arancelada para el consumidor, a excepción de la exigencia indicada en último término.

Deben redactarse tantos ejemplares como partes integren la relación contractual y suscribirse a un solo efecto.

Un ejemplar original debe ser entregado al consumidor.

Artículo 48. Contenido mínimo. Sin perjuicio de la información exigida por otras normas legales, deberá constar:

- a) La descripción y especificación del bien o servicio;
- b) Nombre y domicilio del proveedor, en especial de quien lo comercializa, fabrica, distribuye o importa, cuando correspondiere;
- c) La mención de las características de la garantía o conformidad de acuerdo a lo establecido en este código;
- d) Plazos y condiciones de entrega;
- e) El precio y condiciones de pago, si lo hubiere;

f) Los costos adicionales, especificando precio final a pagar por el adquirente. El proveedor deberá entregar recibo y copia del instrumento o soporte respectivo.

Mediante resoluciones de la Autoridad de Aplicación se podrán establecer modalidades más simples cuando la índole del bien o servicio objeto de la contratación así lo determine, siempre que asegure la finalidad perseguida en este código.

Capítulo 2 - Control de cláusulas contractuales

Artículo 49. Control de inclusión en los contratos de consumo. La redacción del contrato debe ser hecha en idioma nacional, en forma completa, clara y fácilmente legible, sin reenvíos a textos o documentos que no se entreguen previa o simultáneamente, salvo que los mismos resulten legalmente autorizados. Cuando se incluyan cláusulas o condiciones particulares, deberán ser escritas en letra destacada y suscritas por ambas partes.

Los contratos celebrados por adhesión a cláusulas generales predispuestas deberán contener al comienzo, 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.

El proveedor que preste servicios o comercialice bienes a consumidores mediante la celebración de contratos por adhesión, deben publicar en su sitio web un ejemplar del modelo de contrato a suscribir. Asimismo, debe entregar sin cargo y con antelación a la contratación, en sus locales comerciales, un ejemplar del modelo del contrato a suscribir a todo consumidor que así lo solicite. En dichos locales se exhibirá un cartel en un lugar visible con la siguiente leyenda: “Se encuentra a su disposición un ejemplar del modelo de contrato que proponemos firmar”.

Artículo 50. Control de contenido. Sin perjuicio de la validez del contrato, se tendrán por no convenidas las cláusulas que:

- a) Desnaturalicen las obligaciones del proveedor;
- b) Importen renuncia o restricción a los derechos del consumidor o amplíen los derechos del proveedor;
- c) Sorprendan al consumidor, sea por su contenido, redacción o presentación;
- d) Vinculen cualquier aspecto del contrato a la voluntad del proveedor;
- e) Limiten la responsabilidad por daños;
- f) Contengan cualquier precepto que imponga la inversión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor;
- g) Sometan al consumidor a un tribunal distinto del que corresponda a su domicilio real o legal;

h) Infrinjan o posibiliten la violación de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, las personas mayores, las que presenten situaciones de vulnerabilidad agravada o las reglas y principios que tutelen el género, la orientación sexual y la identidad de género, o los derechos colectivos sobre bienes ambientales o culturales.

Artículo 51. Control administrativo en el contrato de consumo celebrado por adhesión a cláusulas generales predispuestas. La Autoridad de Aplicación controlará que los contratos celebrados por adhesión a cláusulas generales predispuestas no contengan cláusulas abusivas, en especial respecto de las cláusulas uniformes, generales o estandarizadas, redactadas unilateralmente por el proveedor del bien o servicio.

La Autoridad de Aplicación notificará al proveedor que haya incluido cláusulas de las previstas en el artículo 50 de este código o las que amplíe la reglamentación, que las mismas se tienen por no convenidas y lo emplazará a notificar tal circunstancia al consumidor de manera fehaciente y en el término que dicha autoridad le fije. En caso de incumplimiento será pasible de las sanciones previstas por el artículo 187 de este código.

Cuando requieran la aprobación de otra autoridad nacional o provincial, esta adoptará las medidas necesarias para la modificación del contrato tipo a pedido de la Autoridad de Aplicación. En cualquier caso, el control administrativo no obsta al control judicial.

Artículo 52. Interpretación e integración del contrato de consumo. La interpretación del contrato se hará en el sentido más favorable para el consumidor. Cuando existan dudas sobre los alcances de su obligación, se estará a la que sea menos gravosa.

Para la integración del contrato en caso de nulidad de cláusulas abusivas, se estará a lo dispuesto en el artículo 1122 inciso c) del Código Civil y Comercial.

Capítulo 3 - Incumplimiento del contrato

Artículo 53. Incumplimiento. El incumplimiento de las obligaciones a cargo del proveedor, surgidas de situaciones ante contractuales, la oferta, la publicidad o el contrato, salvo caso fortuito o fuerza mayor, faculta al consumidor, según el caso y a su libre elección a:

- a) Exigir el cumplimiento forzado de la obligación, siempre que ello fuera posible;
- b) Reclamar otro producto o prestación de servicio económicamente equivalente;
- c) Resolver el contrato mediante la notificación fehaciente de su voluntad extintiva. Respecto de sus efectos, resultará de aplicación lo previsto en los artículos 1081, 1082 y 1083 del Código Civil y Comercial.

Todo ello sin perjuicio de las acciones de daños que correspondan, como también del ejercicio opcional del régimen de garantías, dentro de los límites que resultan del ejercicio regular de los derechos.

La responsabilidad por incumplimiento es solidaria.

Capítulo 4 - Garantía por vicios de calidad por inadecuación

Sección 1ª. Aspectos generales

Artículo 54. Vicios de calidad por inadecuación. Los proveedores de bienes y servicios son solidariamente responsables, en los términos previstos en este Capítulo, por los vicios de calidad por inadecuación.

Los bienes o servicios de consumo tienen un vicio de calidad por inadecuación cuando:

- a) Sean impropios para el consumo al que se destinan de acuerdo a su función. En materia de servicios ello ocurrirá cuando no se adecuen a las normas administrativas o a los resultados que razonablemente puede esperarse de los mismos;
- b) No tengan cierta calidad o funcionalidad durante un tiempo determinado o exista obsolescencia programada;
- c) Afecten la identidad entre lo contratado y lo efectivamente entregado;
- d) Exista disparidad, más allá de las variaciones resultantes de la naturaleza del bien, entre las cantidades informadas en el envase, empaque, rotulado o publicidad y el contenido neto;
- e) El bien o el servicio no satisfaga las expectativas legítimas que cabe al consumidor esperar de esa clase de bienes.

Artículo 55. Cláusulas de restricción o exclusión de garantía. Son cláusulas abusivas las de restricción o exclusión de la garantía por vicios de calidad por inadecuación o las que atenúan de cualquier manera las obligaciones o responsabilidades del proveedor al respecto.

Sección 2ª. Garantías relativas a las cosas muebles durables, servicios defectuosos y provisión de repuestos

Artículo 56. Garantía de servicio técnico de cosas muebles. En los casos de los vicios de calidad por inadecuación previstos en los incisos a y b del artículo 54 de este código, los proveedores estarán obligados por una garantía posterior a la comercialización que tendrá un plazo de duración de 1 (un) año cuando se trate de bienes muebles de consumo usados y de 2 (dos) años cuando se trate de bienes muebles de consumo nuevos.

Ambos plazos se cuentan desde que el consumidor recibe el bien. Durante la vigencia de la garantía, serán a cargo del responsable de la misma todos los gastos necesarios para la reparación de la cosa.

La aplicación de las disposiciones precedentes no obsta a la subsistencia de la garantía legal por vicios redhibitorios, conforme el Código Civil y Comercial de la Nación.

Los proveedores tienen la obligación de garantizar un servicio técnico a los consumidores y son solidariamente responsables por su correcta y adecuada organización y prestación efectuada en el servicio post venta.

Artículo 57. Certificado de garantía de cosas muebles. El certificado de garantía debe respetar las condiciones de formalización previstas en el artículo 47, primer párrafo, de este Código, y contendrá como mínimo:

- a) La identificación del vendedor o comercializador, fabricante, importador o distribuidor responsable de la misma. Cuando el vendedor o comercializador no notifique al fabricante o importador la entrada en vigencia de la garantía de una cosa, la misma comenzará a regir desde la fecha del documento de venta;
- b) La identificación de la cosa con las especificaciones técnicas necesarias para su correcta individualización;
- c) Las condiciones de uso, instalación y mantenimiento necesarias para su funcionamiento;
- d) Las condiciones de validez de la garantía y su plazo de extensión;
- e) Las condiciones de reparación de la cosa 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 estará a cargo del vendedor. La falta de notificación no libera al fabricante o importador de la responsabilidad solidaria que pudiera corresponder. Cualquier cláusula cuya redacción o interpretación contraríen las normas de este artículo es nula y se tendrá por no escrita.

Artículo 58. Garantía convencional. El otorgamiento a título gratuito u oneroso de una garantía convencional determina que el cómputo de los plazos de caducidad previstos en el artículo 56 de este Código, comiencen a correr una vez extinguida la garantía legal. Esta regla alcanza a las garantías extendidas.

Artículo 59. Garantía de suministro de partes y repuestos. Pese a la extinción de la garantía indicada en el artículo 56 de este Código, los proveedores tienen la obligación de asegurar al consumidor el suministro de partes y repuestos, durante un lapso razonablemente esperado según la naturaleza del bien.

Artículo 60. Garantía por deficiencias en el servicio prestado. Si dentro de los 90 (noventa) 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 corregir todas

las deficiencias o defectos o a reformar o a reemplazar los materiales y productos utilizados sin costo adicional de ningún tipo para el consumidor.

Se considera que el plazo comienza a correr desde que concluyó la prestación del servicio. Cuando por las características del caso no fuere posible comprobar la eficacia del servicio inmediatamente de finalizado, el mismo comenzará a correr desde que se den las condiciones en que aquella pueda constatarse.

Artículo 61. Certificado de garantía por servicio. La garantía sobre un contrato de prestación de servicios deberá documentarse por escrito haciendo constar:

- a) La correcta individualización del trabajo realizado;
- b) El tiempo de vigencia de la garantía, 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.

Sección 3ª. Garantía de servicio técnico

Artículo 62. Uso del servicio posterior a la comercialización. Los proveedores deben informar a los consumidores de manera adecuada las condiciones para el uso del servicio posterior a la comercialización. Las condiciones publicitadas son obligatorias para los proveedores.

En caso de que la cosa deba trasladarse a fábrica o taller habilitado el transporte será realizado por el responsable de la garantía, y serán a su cargo los gastos de flete y seguros y cualquier otro que deba realizarse para su ejecución.

Si la cosa debiera trasladarse a fábrica o taller para efectivizar la garantía, el consumidor deberá notificar al responsable de la misma para que en el plazo de 48 (cuarenta y ocho) horas de recibida la comunicación realice el transporte.

Cuando no se realice dentro de ese lapso, el consumidor podrá disponer el traslado sin comunicación previa al responsable de la garantía, pero en tales casos este no quedará obligado sino hasta los importes de flete y seguro corrientes en plaza. El traslado deberá hacerse al centro de reparación más próximo al lugar donde la cosa se encuentre, si no indicare otro el responsable de la garantía.

El tiempo durante el cual el consumidor está privado del uso de la cosa en garantía, por cualquier causa relacionada con su reparación, debe computarse como prolongación del plazo de garantía. Se entiende que el consumidor está privado del uso del bien desde que fue entregado al responsable de la garantía a efectos de su reparación, y hasta que este la restituya a aquel.

Artículo 63. Constancia de Reparación. Cuando la cosa hubiese sido reparada bajo los términos de una garantía, el garante estará obligado a entregar al consumidor una constancia de reparación en donde se indique:

- a) La naturaleza de la reparación;
- b) Las piezas reemplazadas o reparadas;
- c) La fecha en que el consumidor le hizo entrega de la cosa;
- d) La fecha de devolución de la cosa al consumidor.

El plazo máximo para efectuar la reparación de un artefacto defectuoso es de 30 (treinta) días hábiles. De ser necesario un plazo mayor, este deberá ser informado fehacientemente por el proveedor en el presupuesto de reparación. Si no se consigna un plazo mayor, se entenderá que rige el de los 30 (treinta) días hábiles.

Artículo 64. Reparación no satisfactoria. La reparación es no satisfactoria cuando el servicio de reparación efectuado no permite que el bien de consumo reparado reúna las condiciones óptimas para cumplir con la función para la cual ha sido creado.

Se entenderá que se configura el carácter no satisfactorio de la reparación cuando se verifique, algunos de los siguientes supuestos, a saber: el bien no reúne las condiciones necesarias para su uso normal; existe falta de certeza de que el uso del bien sea seguro o las reparaciones hubieran solucionado definitivamente el problema; luego de realizadas las reparaciones el bien no queda en el estado anterior a la aparición de los desperfectos; el vicio persiste a pesar de la cantidad de reparaciones, entre otros.

Artículo 65. Derechos del consumidor en caso de reparación no satisfactoria.

En caso de reparación no satisfactoria, y siempre que no se encuentre afectada o amenazada la seguridad del consumidor, este tendrá derecho a optar por:

- a) La sustitución de la cosa adquirida por una cosa de idénticas características, u otra económicamente equivalente comercializada por el proveedor. En caso de procederse al cambio del bien, el plazo de la garantía legal se computa a partir de la fecha de entrega de la cosa nueva;
- b) La disminución proporcional del precio;
- c) Resolver el contrato, devolviendo el bien en el estado en que se encuentre a cambio de la devolución del precio pagado conforme al precio de plaza de la cosa, vigente al momento de abonarse dicha suma o parte proporcional, si hubiere efectuado pagos parciales. Al respecto se aplicarán las reglas de las obligaciones de valor a fin de resguardar el crédito del consumidor. En todos los casos, la opción por parte del consumidor no impide el ejercicio de otros derechos, como la reclamación de los eventuales daños que pudieren corresponder.

Sección 4ª. Garantía por vicios ocultos y ruina en el ámbito inmobiliario

Artículo 66. Vicios redhibitorios y vicios ocultos en la contratación inmobiliaria de consumo. La categoría de vicios de calidad por inadecuación comprende los vicios redhibitorios y los vicios ocultos en la adquisición de inmuebles. En estos casos las reglas de este Código se integrarán con las del régimen de saneamiento del Código Civil y Comercial, cuando así fuere necesario, las que deben ser armonizadas a partir del principio de protección del consumidor. La misma integración cabrá en materia de ruina de la construcción de inmuebles, en la medida que el vínculo constituya una relación de consumo.

Artículo 67. Acciones. La existencia de un vicio oculto en el bien inmueble dará lugar a las siguientes acciones:

- a) La de resolución total o parcial del contrato; si la resolución es parcial la contraprestación que pagó el consumidor, o que este se obligó a pagar, se reduce en la medida en que el vicio afecte su valor;
- b) La de disminución proporcional del precio, en su caso;
- c) La de reparación o su sustitución por otro económicamente equivalente, libre de vicio en su caso.

El consumidor podrá acumular la acción para obtener la reparación de los daños. El adquirente no tiene derecho a la resolución si el vicio es subsanable, y el garante ofrece hacerlo y él no acepta.

Artículo 68. Ejercicio de la garantía por vicios ocultos. La prescripción de la acción es de 3 (tres) años, y empieza a correr desde la recepción del inmueble o de la aceptación de la obra.

Capítulo 5 - Servicios al consumidor

Sección 1ª. Aspectos generales

Artículo 69. Servicios a consumidores. Los servicios a consumidores de todo tipo obligan a quienes los presten a respetar los términos, plazos, condiciones, modalidades, reservas y demás circunstancias conforme a las cuales hayan sido ofrecidos, publicitados o convenidos.

Si el proveedor confía en todo o en parte la ejecución de los servicios a terceros será responsable por los vicios de calidad por inadecuación en la actividad de estos últimos.

Artículo 70. Rescisión del contrato de servicios. Los contratos de servicios por plazo determinado podrán ser rescindidos por el consumidor sin derecho del proveedor a exigir preaviso o indemnización alguna.

En los casos de servicios de plazo indeterminado el consumidor podrá solicitar la baja del servicio en cualquier momento. En los casos de rescisión del mismo realizado por el consumidor, ya sea en forma personal, telefónica, electrónica o similar, queda prohibido el cobro de preaviso, mes adelantado y/o cualquier otro concepto, por parte de los prestadores de estos servicios, incluidos los servicios públicos.

Sección 2ª. Servicios de reparación

Artículo 71. Servicios de reparación. Materiales a utilizar en la reparación. En los contratos de servicios cuyo objeto sea la reparación, mantenimiento, acondicionamiento, limpieza o cualquier otro similar, se entiende implícita la obligación a cargo del prestador del servicio de emplear materiales o productos nuevos originales y adecuados o que mantengan las especificaciones técnicas del fabricante, salvo que, respecto de estos últimos, hubiera autorización expresa por parte del consumidor.

Se entenderá por materiales adecuados aquellos nuevos adaptados a la cosa de que se trate. El pacto por el que se acepta de manera expresa que los materiales o productos a emplear, no son nuevos, deberá ser redactado en forma clara, destacada y notoria. Este pacto tiene sus límites en las normas de orden público que garantizan la seguridad de los consumidores.

Artículo 72. Presupuesto. En los supuestos contemplados en el artículo anterior, el prestador del servicio debe extender un presupuesto que contenga como mínimo los siguientes datos:

- a) Nombre, domicilio y otros datos de identificación del prestador del servicio;
- b) La descripción del trabajo a realizar y de los materiales a emplear;
- c) Los precios de estos y la mano de obra;
- d) El tiempo en que se realizará el trabajo;
- e) El plazo para la aceptación del presupuesto;
- f) Los números de inscripción en la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) y en el Sistema Previsional.

Artículo 73. Supuestos no Incluidos en el Presupuesto. Todo servicio, tarea o empleo 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 informado al consumidor antes de su realización o utilización.

Queda exceptuado de esta obligación el prestador del servicio que, por la naturaleza del mismo, no pueda interrumpirlo sin afectar su calidad o sin daño para las cosas del consumidor.

El consumidor podrá eximir al prestador del servicio de la obligación de comunicarle previamente la realización de tareas o utilización de materiales no incluidos en el presupuesto. En este caso, el consumidor manifestará su voluntad en forma expresa.

Capítulo 6 - Contratos conexos

Artículo 74. Conexidad. Acción preventiva, acción directa y tutela resarcitoria.

La conexidad descripta en el artículo 1073 del Código Civil y Comercial y la tutela de la confianza, podrán habilitar al consumidor según las circunstancias, a ejercer en relación de quien sea parte en alguno de los contratos coligados los siguientes derechos respecto de otros participantes del acuerdo global que no hubieran contratado directamente con él:

- a) La prevención del daño, de modo especial cuando se trate de situaciones jurídicas abusivas, prácticas abusivas o tutela de la seguridad;
- b) Exigir el cumplimiento de una obligación que le era debida originariamente por su contratante, mediando mora del obligado, sin perjuicio de los casos especiales expresamente previstos;
- c) Reclamar el resarcimiento de los daños sufridos como consecuencia del incumplimiento de tales obligaciones.

Capítulo 7 - Modalidades de contratación especial

Artículo 75. Equiparación de derechos. Se reconoce y garantiza a los consumidores en el entorno digital un grado de protección que nunca será inferior al otorgado en las relaciones de consumo entre presentes.

Artículo 76. Información al consumidor. En las diferentes etapas de la contratación a distancia se exige que el consumidor sea informado con el estándar más elevado que sea posible, a fin de lograr que resulte plenamente consciente de sus derechos y de sus obligaciones. A estos fines, se ponderará el grado de vulnerabilidad del consumidor.

Sin perjuicio de otra información relevante, deberá siempre informarse al consumidor lo siguiente:

- a) Los datos del proveedor.
- b) Los canales de atención disponibles de manera rápida, sencilla y eficaz.
- c) Los mecanismos de soluciones de conflictos y compensación que el consumidor tiene disponibles ante cualquier inconveniente.
- d) Ubicación del proveedor. Esta información, deberá incluir la denominación del proveedor y el nombre de fantasía que utiliza para comercializar los bienes y/o

servicios que ofrece; la dirección principal, un correo electrónico de contacto; un número de teléfono de contacto y cualquier otro medio electrónico de contacto.

Artículo 77. Relaciones de consumo en entornos digitales. Los prestadores de servicios de intermediación en entornos digitales que posibiliten a los consumidores concluir contratos a distancia deben garantizar un entorno seguro y confiable. Deben asegurar también la trazabilidad de los proveedores que promocionen u ofrezcan sus bienes a través de sus servicios de intermediación.

En caso de daños a los consumidores causados por proveedores que utilicen servicios de plataformas de intermediación, la responsabilidad se extenderá a los operadores de estas:

- a) si han desempeñado un rol activo en la operación jurídico-económica; o
- b) cuando hayan generado una particular confianza en el consumidor; o
- c) si tuvieron conocimiento efectivo de la ilicitud de los contenidos y no actuaron diligentemente.

Artículo 78. Otros derechos del consumidor. En la contratación a distancia, como fuera de los establecimientos comerciales o por medios electrónicos o similares, además de los derechos enunciados en este código y en las normas con las que se integra en miras de la más adecuada protección del consumidor, estos cuentan con los derechos a:

- a) Exigir la entrega de los bienes o prestación de los servicios en un plazo máximo de 30 (treinta) días hábiles, a partir de la celebración del contrato, salvo acuerdo de las partes;
- b) Consentir solo de modo expreso todo pago adicional a la remuneración acordada para la obligación contractual. Si el proveedor no ha obtenido el consentimiento expreso del consumidor, pero lo ha deducido utilizando opciones por defecto que el consumidor debe rechazar para evitar el pago adicional, el consumidor tendrá derecho al reembolso de dicho pago;
- c) Revocar la aceptación dentro del plazo de diez días corridos, en los términos del artículo 1110 y concordantes del Código Civil y Comercial. El consumidor debe poner el bien a disposición del proveedor y los gastos de devolución son por cuenta de este último. Si la contratación ha sido efectuada por medios electrónicos, el proveedor está obligado a incorporar un link en el sitio web, claramente visible y al primer acceso.
- d) Acceder a la jurisdicción correspondiente a su domicilio real o legal en caso de conflicto con el proveedor. La cláusula de prórroga de jurisdicción se tiene por no escrita.

El proveedor debe informar por escrito al consumidor de los presentes derechos en todo documento que le sea presentado al consumidor, en forma clara y notoria.

Si el mecanismo utilizado para la contratación implica la ejecución automática de las prestaciones a cargo del consumidor, de tal modo que impide el ejercicio del derecho de arrepentimiento o cualquier otro derecho reconocido al consumidor, el contrato, o en su caso, la cláusula, es ineficaz.

Artículo 79. Traslación del riesgo. Cuando el proveedor envíe los bienes al consumidor asumirá el riesgo de pérdida o deterioro de los bienes transportados. No obstante, el riesgo se trasladará al consumidor con la entrega al transportista en caso de que haya sido el consumidor el que, en exclusiva, encomiende el traslado. Todo ello sin perjuicio de los derechos del consumidor con respecto al transportista.

Artículo 80. Rescisión por medio electrónico. Cuando la contratación de un servicio, incluidos los servicios públicos, haya sido realizada en forma telefónica, electrónica o similar, podrá ser rescindida a elección del consumidor mediante el mismo medio utilizado en la contratación u otro disponible.

A partir de la solicitud de rescisión, el proveedor de servicios dentro de las 24 (veinticuatro) horas subsiguientes y por el mismo medio telefónico o electrónico, deberá informar al consumidor el número de código de identificación o registración de la baja solicitada. Esta disposición debe ser publicada en la factura o documento equivalente que el proveedor enviare regularmente al domicilio del consumidor.

Capítulo 8 - Crédito para el consumo

Sección 1ª. Reglas generales

Artículo 81. Operaciones de crédito para consumo. Cualquiera sea la modalidad de la operatoria, el crédito para el consumo se entiende configurado cuando un proveedor, en ejercicio de su actividad, concede al consumidor un préstamo dinerario para la adquisición de bienes o la prestación de servicios como destinatario final.

Las disposiciones de este Capítulo se aplican, asimismo, a los supuestos en los que el propio proveedor ofrece financiación del precio de los bienes o los servicios que comercializa. El Banco Central de la República Argentina adoptará las medidas conducentes para que las entidades sometidas a su jurisdicción cumplan con lo indicado en este código.

Artículo 82. Créditos para el consumo. Presunciones. Se presume, salvo prueba en contrario, que son contratos de crédito para consumo aquellos que generen obligaciones de dar dinero a deudores que sean personas humanas, cualquiera sea la modalidad con que se instrumente el otorgamiento del crédito dinerario:

- a) Cuando el acreedor se dedique al comercio minorista de bienes y servicios como única actividad, registrada o no ante la AFIP, cualquiera sea el monto del crédito;
- b) Cuando el acreedor se dedique, entre otras actividades, al comercio minorista de bienes y servicios, y el monto del crédito dinerario sea inferior al equivalente a 5

(cinco) veces el Salario Mínimo, Vital y Móvil, vigente al tiempo de la celebración del contrato;

c) Cuando el acreedor se dedique al otorgamiento de créditos dinerarios para el consumo como única actividad registrada ante la AFIP;

d) Cuando el acreedor se dedique, entre otras actividades, al otorgamiento de crédito de dinero para el consumo, y el monto del crédito dinerario sea inferior al equivalente a 5 (cinco) veces el Salario Mínimo, Vital y Móvil, vigente al tiempo del perfeccionamiento del contrato;

e) Cuando el acreedor, sin estar registrado, desarrolle como actividad habitual el otorgamiento de créditos dinerarios, y cuyo monto sea inferior al equivalente a 5 (cinco) veces el Salario Mínimo, Vital y Móvil, vigente al tiempo de la celebración del contrato. La habitualidad se presume si se acredita la existencia de, al menos, 20 (veinte) causas judiciales promovidas por el mismo acreedor en la Provincia en que se ha iniciado el proceso judicial en contra del deudor, o en la CABA. Esta circunstancia podrá ser verificada de oficio por el juez.

f) Respecto a las Asociaciones Mutuales, Cooperativas y personas jurídicas sin fines de lucro, cualquiera sea el monto del crédito, si en el contrato se han pactado intereses compensatorios o lucrativos.

Lo establecido en este artículo no obsta a que, si el deudor no se encuentra comprendido en las presunciones aquí consagradas, pueda acreditar la existencia de una relación de consumo.

Artículo 83. Garantías. Las disposiciones de este Capítulo, como así también las relativas a información, prácticas y cláusulas abusivas, se aplican a la persona humana que garantice una operación financiera de consumo.

Artículo 84. Publicidad. Contenido mínimo. Transparencia. Todo anuncio publicitario en el que se ofrezca un crédito para el consumo deberá especificar, en forma clara y precisa, con un modelo representativo:

a) Que la operación corresponde a la cartera de consumo, en forma destacada;

b) El nombre o razón social y domicilio del proveedor de crédito y, en su caso, del intermediario;

c) La descripción del bien o servicio objeto del contrato cuyo precio se financia, en su caso;

d) El monto total del crédito o del precio del bien o servicio a financiar;

e) El monto total adeudado o financiado, incluyendo el costo financiero total;

f) El monto a desembolsar inicialmente y el monto financiado;

- g) La tasa de interés efectiva anual, y si es fija o variable;
- h) El sistema de amortización del capital y cancelación de los intereses;
- i) La cantidad, periodicidad y monto de los pagos a realizar;
- j) Las comisiones, gastos, penalidades y cualquier otro concepto que integre el total adeudado;
- k) Los costes por servicios accesorios, como seguros, si los hubiere;
- l) La duración del contrato de crédito;
- m) El derecho de revocación o arrepentimiento y las condiciones de su ejercicio;
- n) El derecho al pago anticipado del crédito o la financiación, total o parcial, y las condiciones de su ejercicio.

Artículo 85. Información precontractual. Con carácter previo a la formalización de un contrato de crédito para el consumo, cualquiera sea la modalidad de la operatoria, el proveedor debe suministrar, la información mencionada en el artículo 84 de este código. Cualquier documentación que se exhiba o entregue al consumidor deberá ajustarse al contenido mínimo mencionado.

Artículo 86. Asistencia y asesoramiento. El proveedor debe brindar asistencia personalizada y suministrar explicaciones suficientes respecto de la información precontractual. Debe ofrecer un asesoramiento que le permita al consumidor evaluar si el contrato de crédito propuesto se ajusta a sus necesidades, a sus intereses y a su situación financiera.

Artículo 87. Carátula anexa al modelo representativo y al contrato. El proveedor deberá anexar al documento que se ofrezca al consumidor como modelo representativo y al contrato que oportunamente se suscriba, una carátula en la que, a modo de advertencia, indique:

- a) El precio total del bien y el precio total financiado, para el supuesto de financiación ofrecida por el propio proveedor de bienes o servicios;
- b) El monto del crédito o la financiación acordados y el monto total a abonar, considerando el costo financiero total;
- c) El valor de la cuota periódica;
- d) La tasa de interés anual efectiva, y si es fija o variable;
- e) El porcentual del salario o ingresos mensuales declarados por el solicitante, afectado al pago de la financiación o del crédito para el consumo;

f) El monto resultante de la tasación de los bienes ofrecidos en garantía, en caso de corresponder.

Artículo 88. Forma impuesta al contrato de crédito para el consumo. Contenido mínimo. Los contratos de crédito para el consumo, en cualquiera de sus modalidades, deberán celebrarse por escrito o en cualquier otro soporte electrónico.

Sin perjuicio de otras estipulaciones adicionales, el contrato deberá replicar el contenido mínimo impuesto a la publicidad, al modelo representativo del contrato y a toda otra documentación precontractual, conforme lo dispuesto por los artículos 84 y 85 de este código.

Las cláusulas relativas a costos a cargo del consumidor que no están incluidas o que están incluidas incorrectamente en el costo financiero total publicitado o incorporado al documento contractual, se tienen por no escritas.

Salvo disposición legal expresa y específica, y en el marco del artículo 22 de este código, en ningún caso los intereses de cualquier naturaleza serán capitalizables. Esta prohibición rige aún en caso de ejecución del crédito por vía judicial.

Artículo 89. Modificación de cláusulas referidas a obligaciones a cargo del consumidor. Incorporación de cláusulas nuevas. En caso de que el proveedor de crédito pretenda incorporar nuevos conceptos en calidad de comisiones y/o cargos que no hubiesen sido previstos en el contrato, deberá notificarlo al consumidor con 60 (sesenta) días de antelación a su entrada en vigencia y obtener su consentimiento expreso.

Artículo 90. Desembolso inicial obligatorio. De acuerdo a las circunstancias, constituirá una práctica abusiva, la imposición al consumidor de un desembolso inicial obligatorio en la operatoria de crédito. En el marco de lo previsto en el artículo 23 y siguientes de este código, las autoridades de aplicación respectivas deberán establecer políticas activas para neutralizar las prácticas empresarias que estimulen indebidamente el endeudamiento.

Artículo 91. Derecho al pago anticipado. El consumidor puede ejercer, en cualquier tiempo, el derecho a la cancelación anticipada total o parcial del crédito o financiación acordados. En caso de cancelación anticipada total, no se admitirá el cobro de comisiones o compensaciones cuando al momento de efectuarla haya transcurrido, al menos, la cuarta parte del plazo original de la financiación o 180 (ciento ochenta) días corridos desde su otorgamiento, de ambos el mayor, sin penalidad alguna. La cancelación anticipada total realizada por el consumidor antes del cumplimiento del plazo citado y la cancelación anticipada parcial autorizarán al cobro de una comisión o compensación al proveedor, calculada sobre el capital reembolsado.

Ninguna compensación puede equiparar ni exceder el importe del interés que el consumidor habría pagado durante el período de tiempo comprendido entre el reembolso anticipado y la fecha pactada de finalización del contrato de crédito.

Artículo 92. Derecho de arrepentimiento. El consumidor tiene derecho a extinguir el contrato de crédito otorgado sin costo ni responsabilidad alguna, dentro del plazo de 10

(diez) días contados a partir de la fecha de celebración del contrato, de la entrega del instrumento o de la disponibilidad efectiva del crédito, lo que suceda último, notificando al proveedor de manera fehaciente.

El consumidor deberá restituir al proveedor el capital y el interés devengado entre la fecha de disposición del crédito y la fecha de reembolso, en un plazo máximo de 30 (treinta días) contados desde el momento en que notificó su voluntad de extinción. Los intereses adeudados se calcularán sobre la base de la tasa pactada en el contrato. El proveedor no tendrá derecho a reclamar al consumidor ninguna otra compensación.

Sección 2ª. Conexidad contractual en el crédito para el consumo

Artículo 93. Presunciones. Se entiende que existe un contrato de crédito conexo al de consumo cuando en virtud del primero, el consumidor obtiene financiación para la adquisición de bienes o para la prestación de servicios como destinatario final, y ambos contratos tienen una finalidad económica común. La conexidad contractual 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 de crédito, sin que se exija un acuerdo formal previo ni que sea concertado en exclusividad;
- c) El contrato de crédito 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;
- e) El bien objeto del contrato de consumo sirva de garantía de cumplimiento del contrato de crédito.

Artículo 94. Efectos. La eficacia del contrato en el que se prevea que un tercero otorgue un crédito de financiación quedará condicionada a su efectiva obtención.

En caso de no otorgamiento del crédito, la operación se resolverá sin costo alguno para el consumidor, debiendo en su caso restituirse las sumas que, con carácter de entrega de contado, anticipo y gastos este hubiere efectuado.

Si el consumidor ha ejercido su derecho de revocación del contrato con el proveedor de bienes y servicios que se ha financiado total o parcialmente mediante un contrato de crédito vinculado, dejará de estar obligado por este último, sin responsabilidad alguna.

En el caso de cesión de deudas financieras, el proveedor originario deberá informar al consumidor en un plazo de 5 (cinco) días hábiles las circunstancias que dieron origen a

dicha operatoria, indicando el capital adeudado, cuotas abonadas e intereses devengados hasta la fecha.

Artículo 95. Derechos del consumidor ante el incumplimiento. Sin perjuicio de lo dispuesto por otras normas generales y especiales, en caso de incumplimiento de las obligaciones impuestas al proveedor de bienes y servicios, el consumidor quedará habilitado a:

- a) Suspender los pagos pendientes al proveedor del crédito;
- b) Oponer el incumplimiento del proveedor de bienes y servicios, como defensa, en caso de ser demandado por el proveedor de crédito;
- c) Peticionar una reducción proporcional del monto del crédito inicialmente otorgado, con la consiguiente disminución del importe de los plazos de amortización, en caso de cumplimiento defectuoso o parcial del proveedor de bienes y servicios;
- d) Reclamar al proveedor del crédito el cumplimiento de la obligación impuesta al proveedor de bienes y servicios, previo requerimiento insatisfactorio contra este último;
- e) Exigir al proveedor del crédito el resarcimiento de los daños derivados del incumplimiento de las obligaciones asumidas por el proveedor de bienes y servicios.

Sección 3ª. Pagaré de consumo

Artículo 96. Obligaciones cambiarias. Si una obligación de dar dinero emergente de una relación de consumo se instrumenta en un documento pagaré o en una letra de cambio, se regirá por lo establecido en este código y subsidiariamente por lo dispuesto en otras normas generales y especiales. En todos los casos se aplica el principio de interpretación más favorable al consumidor.

Además de los recaudos establecidos en la legislación especial, el documento deberá contener la totalidad de la información exigida en los artículos 84 y 85 de este código. La inobservancia de los requisitos mencionados torna inhábil al pagaré como título ejecutivo.

Sin perjuicio de ello, el proveedor podrá acompañar a su demanda ejecutiva, otros documentos suscriptos por el consumidor, de los que resulte el cumplimiento de la totalidad de las exigencias establecidas en este artículo, y que el consumidor ha sido informado de ellas, en documentos que deberán estar suscriptos por el consumidor. Vencida aquella oportunidad procesal, el ejecutante no podrá ejercer la facultad de integrar el título.

El consumidor o sus garantes podrán oponer al tenedor al que afecten las mencionadas circunstancias las excepciones que se basen en sus relaciones con el proveedor de los bienes o servicios correspondientes.

Lo previsto en esta norma será aplicable al supuesto en que el título cambiario haya sido transmitido a un tercero.

Capítulo 9 - La tutela frente al sobreendeudamiento

Artículo 97. Principio de préstamo responsable. Los proveedores de crédito para consumo, en cualquiera de las modalidades de otorgamiento, deberán ajustar su actividad al principio de préstamo responsable.

En cumplimiento del citado principio, deberán observar, entre otros, los siguientes deberes:

- a) Indagar acerca de las necesidades concretas del consumidor y sobre su capacidad de reembolso;
- b) Asesorar y aconsejar adecuadamente la toma sobre el préstamo o la financiación, conforme las opciones disponibles;
- c) Advertir sobre los alcances del compromiso patrimonial derivado de la operatoria, en consideración de los recursos existentes para afrontarlos;
- d) Evaluar los antecedentes crediticios y la solvencia patrimonial del consumidor a partir de otras fuentes disponibles, evitando decisiones que resulten de aplicar exclusivamente métodos automatizados;
- e) Informar el resultado de la evaluación al interesado, con indicación de la fuente consultada;
- f) Decidir fundadamente el otorgamiento o la denegatoria del crédito y comunicarlo de modo fehaciente al consumidor;
- g) Adoptar cualquier medida que contribuya a la prevención del sobreendeudamiento o, en su caso, abstenerse de desplegar cualquier práctica que estimule el endeudamiento excesivo del consumidor.

Los riesgos y costes derivados de una financiación o de préstamos acordados en infracción al principio mencionado en este artículo, serán soportados total o parcialmente por los proveedores o intermediarios de crédito.

Artículo 98. Políticas de protección del consumidor en el mercado de crédito. Programas especiales para colectivos con vulnerabilidad agravada. En el marco de las políticas de protección de los derechos del consumidor a las que se refiere el Libro Tercero, Título I de este código, las autoridades implementarán medidas adecuadas para la efectiva protección de los consumidores de servicios financieros, mediante:

- a) El desarrollo de campañas de información, difusión y promoción de los derechos del consumidor en la operatoria de crédito;

- b) La regulación y el control de la actividad publicitaria del sector;
- c) La regulación y el control del marketing crediticio y otras prácticas empresarias que puedan resultar abusivas, tanto en la colocación de crédito o financiación, como en la contratación y su ejecución y en las metodologías y procedimientos de cobranzas extrajudiciales y judiciales;
- d) La promoción de actividades de difusión de la información crediticia disponible;
- e) El control de cláusulas abusivas en la operatoria de crédito;
- f) Cualquier otro mecanismo orientado a la prevención de riesgos para el consumidor, propios del mercado de crédito.

Deberán implementarse programas especiales destinados a la tutela de aquellos colectivos que, por las características particulares de la operatoria, se encuentran en situación vulnerable o de desventaja.

Artículo 99. Sobreendeudamiento del consumidor. El sobreendeudamiento del consumidor es la situación caracterizada por la grave dificultad para afrontar el cumplimiento de las obligaciones exigibles o de pronta exigibilidad, que compromete el acceso y el goce de bienes esenciales.

El destinatario de la protección particular prevista en este código es el consumidor persona humana.

Artículo 100. La prevención y el saneamiento del sobreendeudamiento como políticas centrales de protección del consumidor. Las autoridades proveerán a la prevención y saneamiento del sobreendeudamiento de los consumidores con medidas de contenido sustancial y procedimental adecuadas, en sus respectivos ámbitos de actuación.

Artículo 101. Educación financiera. En la formulación de planes generales de educación para el consumo, las autoridades deberán contemplar propuestas de educación financiera para los consumidores en todos los niveles, a fin de contribuir a una gestión razonable de una economía doméstica y prevenir el endeudamiento excesivo.

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

Artículo 102. Medidas frente al sobreendeudamiento. La implementación de medidas preventivas, sustanciales y procedimentales es deber prioritario de las autoridades públicas administrativas y judiciales, las que deberán garantizar el ejercicio de los mecanismos preventivos previstos en este código a fin de superar la insolvencia del consumidor, y en las que pudieran dictarse al efecto.

Título III - Usuarios de servicios públicos

Artículo 103. Servicios públicos. Serán considerados servicios públicos todos aquellos que por ley sean declarados como tales y cuyas condiciones de prestación sea establecida, regulada y controlada por el Estado a través de organismos o un marco regulatorio específico. Los proveedores de servicios públicos tienen la obligación de garantizar la continuidad, regularidad, uniformidad, accesibilidad y generalidad de los mismos.

Artículo 104. Organismos de control. Los organismos de control de los servicios públicos y las autoridades de aplicación de este código actuarán coordinadamente:

- a) En su fiscalización y contralor;
- b) En la atención de los reclamos de los usuarios. A tal efecto deberán instruir las actuaciones de oficio y atender los reclamos de los usuarios, tramitándolas en el ámbito de sus respectivas competencias, y con base en sus propias facultades y atribuciones. Si correspondiere, los organismos de control y las autoridades de aplicación, quedan facultados a dictar las resoluciones reglamentarias en forma conjunta;
- c) En la celebración los convenios de colaboración y asistencia técnica recíproca que resulten convenientes para tales fines.

Artículo 105. Derechos del usuario. Los usuarios de los servicios podrán presentar sus reclamos ante la Autoridad instituida por legislación específica o ante la Autoridad de Aplicación de este código, nacional o local, pudiendo optar según el lugar de celebración del contrato, de la prestación del mismo o domicilio del usuario o del proveedor. Todas estas opciones son de exclusiva potestad del usuario y no podrá cambiar de organismo una vez iniciado el procedimiento de reclamo.

El reclamo del usuario ante autoridad competente suspende toda restricción de acceso al servicio que pretenda efectuarle el proveedor, desde que es notificado de la misma, siendo el mismo responsable de todo perjuicio que ocasionare por incumplimiento de esta disposición.

Artículo 106. Constancia escrita. Información al usuario. Los proveedores de servicios públicos deben entregar al usuario constancia escrita de las condiciones de la prestación y de los derechos y obligaciones de ambas partes contratantes. Sin perjuicio de ello, deben mantener tal información a disposición de los usuarios en todas las oficinas de atención al público en soporte papel e incluir el reglamento del servicio y la normativa reguladora en forma debidamente accesible en su sitio de Internet.

Los proveedores de servicios públicos deberán colocar en toda facturación que se extienda al usuario y en las oficinas de atención al público carteles con la leyenda: "Usted tiene derecho a reclamar una indemnización si le facturamos sumas o conceptos indebidos o reclamamos el pago de facturas ya abonadas, Código de Defensa del Consumidor".

Los servicios públicos con legislación específica y cuya actuación sea controlada por los organismos que ella contempla, serán regidos por esas normas y por este código. En caso de duda sobre la normativa aplicable, resultará la más favorable para el consumidor.

Artículo 107. Reciprocidad en el Trato. Los proveedores de servicios públicos deben otorgar a los usuarios reciprocidad de trato, aplicando para los reintegros o devoluciones los mismos criterios que establezcan para los cargos por mora.

Artículo 108. Audiencias Públicas. En caso de que se pretenda modificar las condiciones esenciales de la prestación de los servicios públicos o sus cuadros tarifarios resultará necesaria la realización de audiencias públicas, conforme determine las reglamentaciones respectivas, siendo nulas tales disposiciones cuando no se cumpliera este requisito en forma previa.

En las audiencias públicas serán convocadas las Asociaciones de Consumidores registradas legalmente y podrán participar todos los usuarios del servicio público, sin restricciones.

Las audiencias públicas deben garantizar el acceso a la información pertinente conforme los temas que en ellas se expongan.

Deberá garantizarse en las convocatorias a audiencias públicas el mecanismo por el cual las conclusiones de las mismas sean consideradas al momento de adoptar las resoluciones normativas correspondientes al tema tratado en ellas.

Artículo 109. Registro de reclamos. Atención personalizada y presencial. Los proveedores de servicios públicos deben habilitar un registro de reclamos donde quedarán asentadas las quejas de los usuarios. Los reclamos podrán efectuarse por nota, teléfono, correo electrónico, o por otro medio disponible, debiendo extenderse constancia.

Las denuncias deben ser tramitadas y respondidas en plazos perentorios, conforme las reglamentaciones correspondientes. Los proveedores de servicios públicos deberán garantizar la atención personalizada y presencial a los usuarios, contando a tal efecto con oficinas comerciales de atención al público.

Los domicilios de las oficinas de atención personalizada, como así también el horario de atención, deben estar especificados en la facturación del servicio, páginas web y/o por cualquier otro medio de información y/o comunicación y/o documentación que emita la empresa.

Artículo 110. Atención personalizada por vías no presenciales. Para el supuesto de atención de reclamos por vía telefónica, electrónica o similar, la reglamentación establecerá:

- a) Tiempos máximos para contacto directo con el operador;
- b) La prohibición de condicionar la atención al suministro de datos;
- c) La efectiva atención de los servicios telefónicos durante las 24 horas;

- d) La accesibilidad del sistema de reclamos para personas con discapacidad;
- e) La registración clasificada, histórica, verificable y accesible de todos los requerimientos y reclamos del consumidor y su reenvío por escrito al reclamante;
- f) La prohibición de la difusión de mensajes publicitarios u ofertas con carácter previo a la atención o espera de la misma;
- g) La conservación de las grabaciones de las llamadas por un tiempo prudencial, el cual no será menor a 60 (sesenta) días hábiles, y el acceso a su contenido por el consumidor en ese lapso.

Artículo 111. Seguridad de las instalaciones. Información. Los usuarios de servicios públicos que requieren instalaciones específicas deben ser convenientemente informados sobre las condiciones de seguridad de las instalaciones y de los dispositivos empleados.

Artículo 112. Instrumentos y Unidades de Medición. El Ente Regulador o la autoridad competente que en un futuro lo reemplace, queda facultado para intervenir en la verificación del buen funcionamiento de los instrumentos de medición de energía, combustibles, comunicaciones, agua potable o cualquier otro similar, cuando existan dudas sobre las lecturas efectuadas por las empresas prestadoras de los respectivos servicios.

Tanto los instrumentos como las unidades de medición deberán ser los reconocidos legalmente y homologados por autoridad técnica competente. Los proveedores garantizarán a los usuarios el control individual de los consumos.

Artículo 113. Interrupción de la Prestación del Servicio. Cuando la prestación del servicio público se interrumpa o sufra alteraciones, se presume que es por causa imputable a la empresa prestadora.

Efectuado el reclamo por el usuario dentro de los 15 (quince) días hábiles de producido el cese o la alteración del servicio o de vencida la factura del período donde se produjo la alteración o el cese, el proveedor dispone de un plazo máximo de 15 (quince) días hábiles para demostrar que la interrupción o la alteración no le es imputable y no podrá facturar el periodo denunciado como no prestado o alterado hasta tanto se resuelva el reclamo.

Si el proveedor demuestra que el defecto no le es imputable, deberá comunicarlo en forma fehaciente al usuario con las constancias acreditantes y podrá agregar el periodo cuestionado en la siguiente facturación, por rubros separados y claramente distinguidos del período siguiente y el usuario que persista en su disconformidad podrá efectuar el reclamo ante el ente regulador del servicio o iniciar las acciones que estime corresponder.

Esta disposición no es aplicable cuando el valor del servicio no prestado sea deducido voluntariamente por la empresa de la factura que comprenda el período donde se produjo la interrupción o alteración.

Si el proveedor no responde el reclamo del usuario o si no demuestra que la interrupción o la alteración no le son imputables, sin perjuicio de deducir de la facturación el período no prestado, deberá compensar al usuario con una bonificación igual al tiempo del período indicado como de cese o interrupción.

Artículo 114. Constancias por Deudas pendientes. Las constancias que los proveedores prestatarios de servicios públicos entreguen a sus usuarios para el cobro de los servicios prestados, deberán expresar en forma clara y con caracteres destacados si existen períodos u otras deudas pendientes, indicando fechas, concepto e intereses si correspondiera. No es válido el uso de una enunciación general sobre la existencia de deudas. En caso de que no existan deudas se expresará: "No existen deudas pendientes".

La falta de esta manifestación hace presumir, sin admitirse prueba en contrario, que el usuario se encuentra al día con sus pagos y que no mantiene deudas con la prestataria. En caso de que existan deudas y a los efectos del pago, los conceptos reclamados deben facturarse por documento separado, con el detalle consignado en este artículo.

Artículo 115. Facturación. Las facturas deberán ser entregadas al usuario con no menos de 10 (diez) días hábiles de anticipación a la fecha de su vencimiento. De no cumplirse con el plazo señalado, deberá emitirse una nueva factura a ser entregada en tiempo y forma, con nueva fecha de vencimiento, y sin recargos. Cuando un proveedor de servicio público con variaciones regulares estacionales facture en un período consumos que exceden en un 75% (setenta y cinco por ciento) el promedio de los consumos correspondientes al mismo período de los 2 (dos) años anteriores, se presume que existe error en la facturación.

Para el caso de servicios de consumos no estacionales se tomará en cuenta el consumo promedio de los últimos 12 (doce) meses anteriores a la facturación. En ambos casos, el usuario abonará únicamente el valor de dicho consumo promedio.

La factura de los servicios públicos solo puede comprender el servicio que se factura y su carga tributaria.

Artículo 116. Reclamos por facturación. En los casos en que un prestador de servicios públicos facturase sumas o conceptos indebidos o reclamare el pago de facturas ya abonadas, el usuario podrá presentar reclamo, abonando únicamente los conceptos no reclamados.

El proveedor dispondrá de un plazo de 30 (treinta) días corridos a partir del reclamo del usuario para acreditar en forma fehaciente que el consumo facturado fue efectivamente realizado.

Si el usuario no considerara satisfecho su reclamo o el proveedor no le contestara en los plazos indicados, podrá requerir la intervención del organismo de control correspondiente dentro de los 30 (treinta) días corridos contados a partir de la respuesta del prestador o de la fecha de vencimiento del plazo para contestar, si este no hubiera respondido.

En los casos en que el reclamo fuera resuelto a favor del usuario y si este hubiera abonado un importe mayor al que finalmente se determine, el prestador deberá reintegrarle la diferencia correspondiente con más los mismos intereses que el prestador cobra por mora, calculados desde la fecha de pago hasta la efectiva devolución, e indemnizará al usuario con un crédito equivalente al 25% (veinticinco por ciento) del importe cobrado o reclamado indebidamente. La devolución y/o indemnización se hará efectiva en la factura inmediata siguiente.

Si el reclamo fuera resuelto a favor del prestador este 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.

Artículo 117. Interés por mora. La tasa de interés por mora en facturas de servicios públicos no podrá exceder alguna de las tasas que determine el Banco Central de la República Argentina, o en su caso, el respectivo contrato de concesión.

Artículo 118. Interpretación y aplicación de la normativa. La relación entre el proveedor de servicios públicos y el usuario tendrá como base la integración normativa dispuesta para la armonización de fuentes establecida en el artículo 22 de este código.

Título IV - Daños al consumidor Prevención del daño, responsabilidad y sanción punitiva

Capítulo 1 - Prevención del daño

Artículo 119. Acción preventiva. Todos los legitimados para promover las diversas acciones que se reconocen en este código pueden deducir acciones preventivas y/o de cesación. Además de las reglas y principios de este código, resultan aplicables los artículos 1711 a 1713 y 1102 del Código Civil y Comercial, respectivamente.

La acción de cesación se dirige a obtener una sentencia que condene al demandado a cesar en la conducta y a prohibir su reiteración futura. Asimismo, la acción podrá ejercerse para prohibir la realización de una conducta cuando esta haya finalizado al tiempo de ejercitar la acción, si existen indicios suficientes que hagan temer su reiteración de modo inmediato.

A tales efectos, también se considera conducta contraria a esta norma la utilización de cláusulas abusivas.

A cualquier acción de cesación podrá acumularse, siempre que se solicite, la de ineficacia, la de incumplimiento de obligaciones, la de extinción del contrato o la de restitución de cantidades que se hubiesen cobrado en virtud de la realización de las conductas o estipulaciones o condiciones generales declaradas abusivas, así como la de indemnización de daños y perjuicios que hubiere causado la aplicación de tales cláusulas o prácticas.

Capítulo 2 - Daños causados por productos o servicios defectuosos

Artículo 120. Responsabilidad por daños causados por defectos en el producto o el servicio. Esta sección rige la responsabilidad por los daños causados por un producto o servicio defectuoso como consecuencia de la lesión de las personas humanas, o de daños a bienes distintos del producto o servicio en sí mismo.

Quedan excluidos de este Capítulo los daños derivados del incumplimiento de las obligaciones principales comprometidas por el proveedor en el marco del contrato de consumo.

Artículo 121. Concepto de producto y servicio. A los fines de este código se considera producto toda cosa mueble, aunque se encuentre unida o incorporada a un inmueble. Quedan comprendidos el agua, el gas, la electricidad, los derivados del cuerpo humano, los bienes inmateriales, los generados por el conocimiento humano y los digitales.

Se considera servicio a toda actividad suministrada por un proveedor, cualquiera sea su objeto.

Artículo 122. Producto defectuoso. Un producto puede presentar defectos intrínsecos, de diseño, fabricación, información o conservación.

Un producto es defectuoso:

- a) Si no ofrece la seguridad que cabría legítimamente esperar, teniendo en cuenta todas las circunstancias, y especialmente su presentación, la información que se proporcionó a su respecto, su uso razonablemente previsible y el momento de su puesta en circulación;
- b) Si no ofrece la seguridad que normalmente presentan los demás ejemplares de la misma serie. El producto no puede ser considerado defectuoso por el solo hecho de que posteriormente a su puesta en circulación haya sido colocado en el mercado otro de mejor calidad.

Artículo 123. Servicio defectuoso. Un servicio es defectuoso cuando no ofrece la seguridad que cabría legítimamente esperar, teniendo en cuenta todas las circunstancias, y en especial, el modo de proveerlo, los riesgos previsibles de su realización, el tiempo en que fue suministrado, y la información proporcionada acerca de sus características y los riesgos que representaba.

El servicio no puede ser considerado defectuoso por el solo hecho de que posteriormente se hayan adoptado nuevas técnicas más inocuas para prestar esa clase de servicios.

Artículo 124. Legitimación activa. Puede demandar la reparación del daño con arreglo a este Capítulo toda persona que haya resultado damnificada directa o indirectamente como consecuencia del defecto del producto o servicio se trate o no de un consumidor.

Artículo 125. Legitimación pasiva. Responsabilidad solidaria. Son responsables solidarios por el daño sufrido por el damnificado todos los integrantes de la cadena de producción y comercialización del producto o servicio. Quedan incluidos, entre otros, el productor, el fabricante, el importador, el distribuidor, el proveedor, el vendedor, el prestador, y quien puso su marca en el producto o servicio.

Artículo 126. Legitimación pasiva. Responsabilidad colectiva. Si se prueba que el daño proviene del defecto de un determinado tipo de producto, pero resulta imposible identificar al proveedor que efectivamente lo fabricó o comercializó en el caso concreto, responden concurrentemente todos los proveedores que comercializan o fabrican el producto en cuestión, en proporción a la participación que cada uno de ellos tiene en el mercado. Quien pagó la indemnización puede ejercer una acción de repetición contra quien ha dado origen al vicio.

Artículo 127. Naturaleza de la responsabilidad. La responsabilidad es objetiva. En lo pertinente resulta aplicable lo dispuesto en el artículo 1722 del Código Civil y Comercial.

Artículo 128. Eximentes. 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.

No configura una eximente 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 o servicio; salvo en el caso de que la ley o la autoridad administrativa impongan de manera imperativa modalidades para la fabricación, diseño, información o conservación del bien.

La eximente del hecho de la víctima es de interpretación restrictiva y solo procede ante la prueba de una culpa grave o dolo del damnificado.

Tampoco exime de responsabilidad 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 no hubiese permitido conocer la existencia del defecto.

Artículo 129. Plazo de caducidad. Los derechos reconocidos al damnificado en el último párrafo del artículo anterior se extinguen transcurridos 20 (veinte) años a contar desde la fecha en que se hubiese puesto en circulación el producto, o prestado el servicio que causó el daño, a menos que durante ese período se hubiese iniciado la correspondiente reclamación judicial.

Artículo 130. Prueba. 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 o en las actuaciones administrativas en las que se haya dado origen. Pesa sobre el proveedor la carga de acreditar las eximentes que invoque.

Capítulo 3 - Daños causados dentro del ámbito físico de incumbencia del proveedor

Artículo 131. Obligación de seguridad. 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 los consumidores.

El proveedor es responsable por los perjuicios derivados de la lesión de personas o los daños a bienes en el interior del establecimiento del proveedor o en el ámbito físico de su incumbencia. Comprende las inmediaciones del establecimiento, en la medida en que en ellas existan peligros derivados de la relación de consumo; así como los corredores viales concesionados, los estadios, los lugares donde el proveedor organiza eventos de cualquier tipo, los andenes, escaleras de acceso, salas de espera y demás instalaciones relacionadas con los medios de transporte y cualesquiera otros que formen parte del ámbito de competencia del proveedor o en los que este tenga o deba tener un poder de vigilancia o control efectivo.

También se aplica a las situaciones postcontractuales, en la medida que el hecho resulte razonablemente previsible para el proveedor.

La responsabilidad es objetiva. En lo pertinente resulta aplicable lo dispuesto en el artículo 1723 del Código Civil y Comercial. La eximente del hecho de la víctima es de interpretación restrictiva y solo procede ante la prueba de una culpa grave o dolo del damnificado.

Capítulo 4 - Sanción punitiva

Artículo 132. Daños punitivos. El juez aplicará una sanción pecuniaria al proveedor que actúa con grave menosprecio, dolo o culpa grave hacia los derechos del consumidor, según las siguientes reglas:

- a) En las acciones individuales puede pedirla el consumidor.
- b) En las acciones colectivas, puede solicitarla cualquiera de los legitimados activos para promoverlas.
- c) El monto de la sanción se fija tomando en consideración los efectos disuasivos de la medida y las circunstancias del caso, en especial: la gravedad de la conducta del proveedor, su repercusión social, la naturaleza de los derechos vulnerados, la situación de vulnerabilidad agravada del consumidor, los beneficios que obtuvo o pudo obtener el proveedor, su patrimonio y la envergadura de su organización empresarial, la reiteración o reincidencia, la conducta que haya observado durante el proceso y la posible existencia de otras sanciones penales o administrativas.
- d) Dicho monto nunca podrá ser inferior a 20 (veinte) Salarios Mínimos Vitales y Móviles.

e) El importe de la multa no puede ser superior al doble del máximo previsto para la sanción de multa prevista en el artículo 187 de este código, o al décuplo del importe total de la ganancia obtenida por el proveedor como consecuencia del hecho ilícito, si este último resultare mayor.

f) Cuando sea solicitada por los consumidores, en acciones individuales o colectivas, la multa civil será aplicada a favor de estos.

g) En el caso de los restantes legitimados activos, se destinará a un fondo especial que será administrado por la Autoridad de Aplicación Nacional si la acción se sustancia en el Fuero Federal, o la Autoridad de Aplicación Provincial correspondiente si la acción se sustancia ante los Tribunales Provinciales, las que deberán implementar políticas de prevención en la comisión de conductas similares a las que dieron origen a la sanción, en un plazo de 90 (noventa) días de percibido su importe, informando públicamente todo lo obrado al respecto;

h) Si dos o más proveedores son autores de la conducta que ha dado lugar a la sanción punitiva, su responsabilidad es solidaria;

i) La obligación de pagar la sanción punitiva no es asegurable.

LIBRO TERCERO - IMPLEMENTACIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

Título I - Política de protección del consumidor

Artículo 133. Deberes de la Administración Pública. Los funcionarios y empleados públicos, y en particular, con competencias generales y especiales en las relaciones de consumo, proveerán a la protección de los derechos de los consumidores, reconocidos en la Constitución Nacional, en este código y otras leyes y normas complementarias.

Las autoridades proveerán, asimismo:

a) A la educación para el consumo;

b) A la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados;

c) Al control de los monopolios naturales y legales;

d) Al control de la calidad y eficiencia de los servicios públicos;

e) A la constitución de Asociaciones de Consumidores y a su necesaria participación en la toma de decisiones de los organismos de control;

f) A la prevención de riesgos en el consumo;

g) A establecer procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos;

h) A promover políticas de producción y consumo sustentable;

i) Al desarrollo de toda otra política pública tendiente a garantizar el efectivo goce de los derechos de los consumidores.

Artículo 134. Políticas de defensa del consumidor. Las autoridades deberán formular y fortalecer una política enérgica de protección del consumidor, teniendo en cuenta especialmente las necesidades de los consumidores con vulnerabilidad agravada.

Deberán establecer una infraestructura adecuada que permita formular, aplicar, monitorear y controlar el funcionamiento de las políticas de protección del consumidor, garantizando que las medidas dirigidas a ese propósito se apliquen en beneficio de todos los sectores de la población. Promoverán y facilitarán el acceso a las tecnologías de la información y de las comunicaciones en miras del afianzamiento de los derechos humanos del consumidor. Formularán políticas transparentes y eficaces de protección del consumidor en entornos digitales, que garanticen un grado de tutela que no sea inferior al otorgado en otras modalidades de comercio.

Artículo 135. Programas especiales. Incumbe al Estado nacional, a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a las provincias y a los municipios, en su caso, garantizar la implementación de políticas activas y programas especiales de defensa, educación e información, destinados a consumidores con vulnerabilidad agravada.

Artículo 136. Políticas sobre derechos económicos, sociales y culturales. Las autoridades tomarán las medidas apropiadas para promover:

La efectividad del derecho de toda persona a un nivel de vida adecuado para sí y su familia, incluso alimentación, vestimenta y vivienda;

Una mejora continua de las condiciones de existencia.

Artículo 137. Educación al consumidor. Incumbe al Estado Nacional, a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a las provincias y a los municipios, en su caso, la formulación de planes generales de educación para el consumo y su difusión pública, arbitrando las medidas necesarias para incluir dentro de los planes oficiales de educación inicial, primaria, media, terciaria y universitaria los preceptos y alcances de este código.

Artículo 138. Formación del Consumidor. La formación del consumidor debe facilitar la comprensión y utilización de la información sobre temas que le son inherentes, orientarlo a prevenir los riesgos que puedan derivarse del consumo de bienes o de la utilización de los servicios. Para ayudarlo a evaluar alternativas y emplear los recursos en forma eficiente deberán incluir en su formación, entre otros, los siguientes contenidos:

a) Sanidad, nutrición, prevención de las enfermedades transmitidas por los alimentos y su adulteración;

b) Los peligros de los productos;

- c) Legislación pertinente, forma de obtener compensación, y organismos de protección del consumidor;
- d) Información sobre pesas y medidas, precios, calidad y disponibilidad de los artículos de primera necesidad;
- e) Consumo sustentable, en sus dimensiones éticas, ambientales, económicas y sociales.

Título II - Asociaciones de Consumidores

Artículo 139. Legitimación. Las Asociaciones de Consumidores constituidas como personas jurídicas están legitimadas para accionar cuando resulten objetivamente afectados o amenazados derechos de los consumidores, sin perjuicio de la intervención del consumidor. La legitimación de las Asociaciones de Consumidores alcanza a las instancias de mediación y conciliación que establezcan las normas respectivas.

En las instancias administrativas, prejudiciales o judiciales, ya sea en razón de un derecho individual o colectivo, en que intervengan gozarán del beneficio de justicia gratuita.

Artículo 140. Autorización para Funcionar. Fines. Las organizaciones que tengan como finalidad la defensa, información y educación del consumidor, deberán requerir autorización a la Autoridad de Aplicación para funcionar como tales. Se entenderá que cumplen con dicho objetivo, cuando sus fines sean los siguientes:

- a) Velar por el fiel cumplimiento de las leyes, decretos y resoluciones de carácter nacional, provincial o municipal, que hayan sido dictadas para proteger al consumidor;
- b) Proponer a los organismos competentes el dictado de normas jurídicas o medidas de carácter administrativo o legal, destinadas a proteger o a educar a los consumidores;
- c) Colaborar con los organismos oficiales o privados, técnicos o consultivos para el perfeccionamiento de la legislación del consumidor o materia inherente a ellos;
- d) Recibir reclamaciones de consumidores y promover soluciones amigables entre ellos y los responsables del reclamo;
- e) Sustanciar los reclamos de los consumidores de bienes y servicios ante los fabricantes, productores, comerciantes, intermediarios o prestadores de servicios que correspondan, que se deriven del incumplimiento del presente código;
- f) Defender y representar los intereses o derechos individuales y colectivos de los consumidores ante la justicia, Autoridad de Aplicación y/u otros organismos oficiales o privados;

- g) Asesorar a los consumidores sobre el consumo de bienes y/o uso de servicios, precios, condiciones de compra, calidad y otras materias de interés;
- h) Organizar, realizar y divulgar estudios de mercado, de control de calidad, estadísticas de precios y suministrar toda otra información de interés para los consumidores;
- i) Promover la elaboración de programas de información, capacitación y orientación a los consumidores;
- j) Brindar a los consumidores servicios de asesoramiento sobre consultas y denuncias, así como asistencia técnica y jurídica de carácter general sobre la materia de protección al consumidor;
- k) Realizar cualquier otra actividad tendiente a la defensa o protección de los intereses del consumidor.

Artículo 141. Requisitos para obtener el reconocimiento. La Autoridad de Aplicación podrá determinar reglamentariamente requisitos razonables de representatividad, autofinanciamiento u otras variables a ser tenidas en consideración para el otorgamiento de la autorización para funcionar y para la asignación de contribuciones financieras, amén de lo dispuesto, siempre que los mismos guarden relación con los fines previstos en este Código para las Asociaciones de Consumidores.

A efectos de conservar la inscripción en el Registro Nacional de Asociaciones de Consumidores, las organizaciones deberán acreditar regularmente, conforme reglamento la Autoridad de Aplicación, las acciones, labores y actividades desarrolladas para el cumplimiento efectivo de las pautas establecidas en su objeto social y en este código.

También deberán acreditar participación en las políticas públicas que, para el cumplimiento de los fines de este código, arbitre la Autoridad de Aplicación.

Artículo 142. Limitaciones y prohibiciones. Para ser reconocidas como organizaciones de consumidores, las asociaciones civiles peticionarias, además de observar los requisitos generales:

- a) No podrán participar en actividades políticas partidarias;
- b) Deberán ser independientes de toda forma de actividad profesional, comercial y productiva;
- c) No podrán recibir donaciones, aportes o contribuciones de empresas comerciales, industriales o proveedoras de servicios, privadas o estatales, nacionales o extranjeras; y
- d) Sus publicaciones no podrán contener avisos publicitarios.

Artículo 143. Contribuciones Estatales. El Estado Nacional podrá disponer el otorgamiento de contribuciones financieras, con cargo al Presupuesto Nacional, a las

Asociaciones de Consumidores en concepto de apoyo institucional, con la finalidad de fortalecer el rol que cumplen y/o para financiar proyectos que tengan por finalidad la difusión de los derechos del consumidor. En todos los casos, estas asociaciones deberán acreditar el reconocimiento conforme al artículo 140 de este código.

Asimismo, la Autoridad de Aplicación podrá seleccionar a las asociaciones en función de criterios de representatividad, autofinanciamiento, actividad y planes futuros de acción a cumplimentar por estas.

Título III - Diseño institucional

Capítulo I - Autoridad de Aplicación

Artículo 144. Autoridad Nacional de aplicación. Créase la Autoridad Nacional del Consumidor (ANCON) como organismo autárquico y descentralizado. Su relación con el Poder Ejecutivo Nacional se mantendrá a través de la Secretaría de Industria y Comercio del MINISTERIO DE ECONOMÍA o la que en el futuro lo suceda. La ANCON y las autoridades locales con competencia en la materia dentro de su ámbito territorial, serán la Autoridad de Aplicación exclusiva y excluyente de este código, sus reglamentaciones y normas complementarias. En tal carácter adoptarán todas las medidas, acciones y demás diligencias necesarias para cumplir con las misiones, funciones y objetivos enunciados en las normas referenciadas.

Artículo 145. Naturaleza, estructura y patrimonio. La ANCON gozará de autarquía funcional, financiera y de plena capacidad jurídica para actuar en los ámbitos del Derecho Público y Privado. Su patrimonio estará constituido por los bienes que se le transfieran, por los que adquiera en el futuro por cualquier título y por el presupuesto que se le asigne y los que este código determine. Asimismo, contará con la dotación de personal que se le atribuya o transfiera.

La ANCON fijará su propia estructura orgánica y reglamentación interna de funcionamiento, teniendo en consideración las misiones y funciones asignadas, relacionadas con la conciliación y arbitraje de consumo, la instrucción de sumarios y el control de cláusulas abusivas; las relaciones institucionales e internacionales del organismo, la asesoría legal general de la dependencia y con la educación, estadística y estudios de consumo, y ejercerá las demás atribuciones que le confiera este código u otras leyes.

Artículo 146. Domicilio. Sin perjuicio de las facultades concurrentes de la Autoridad Nacional previstas en el artículo 135, la ANCON deberá establecer su sede en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Artículo 147. Autoridades. La ANCON será dirigida y administrada por un Directorio integrado por un presidente, un director ejecutivo y un secretario general de Administración y Finanzas, cuyos mandatos durarán 5 (cinco) años, y podrán ser reelegidos por única vez.

El presidente ejercerá la representación legal y la función administrativa de la ANCON. Podrá también efectuar contrataciones de personal para la realización de trabajos específicos o extraordinarios que no puedan ser realizados por su planta permanente, fijando las condiciones del trabajo y su retribución.

En caso de impedimento o ausencia transitoria, será reemplazado por el director ejecutivo. El presidente percibirá por sus funciones, una remuneración mensual equivalente a la de un secretario de Estado del Poder Ejecutivo nacional.

Artículo 148. Designación. Las autoridades de la ANCON deberán reunir los siguientes requisitos:

a) Para el presidente y el director ejecutivo, será necesario contar con más de 8 (ocho) años de antigüedad en el título de abogado, además de reunir suficientes antecedentes e idoneidad en la materia de protección al consumidor. Para el secretario general de Administración y Finanzas se exigirá la misma antigüedad como graduado de ciencias económicas;

b) Tener dedicación exclusiva durante su mandato, con excepción de la actividad docente con dedicación simple, y serán alcanzados por las incompatibilidades y obligaciones fijadas por la ley 25.188 de Ética Pública o la que en el futuro la reemplace.

Artículo 149. Excusación. Las autoridades de la ANCON deberán excusarse por las causas previstas en el Código Procesal Civil y Comercial de la Nación, y en los casos en los que tengan o hayan tenido en los últimos 3 (tres) años una participación económica o relación de dependencia laboral con alguno de los proveedores sobre las que deba resolver.

Artículo 150. Proceso de selección. Previo concurso público de antecedentes y oposición, el Poder Ejecutivo Nacional, a través de la Jefatura de Gabinete de Ministros designará a las autoridades de la ANCON.

La Secretaría de Industria y Comercio del MINISTERIO DE ECONOMÍA podrá realizar designaciones en comisión durante el tiempo que insuma el proceso de selección de los candidatos y la sustanciación y resolución de las eventuales oposiciones, que pudieren recibir los que hubieren participado, el que no podrá exceder de 120 (ciento veinte) días desde la convocatoria al público.

El Poder Ejecutivo nacional, en el plazo de 90 (noventa) días a partir de la entrada en vigencia de este código, dictará las normas pertinentes para la implementación del concurso público para el proceso de selección de las autoridades de la ANCON, previendo que profesionales de reconocido prestigio en la materia integren el jurado de selección de candidatos.

Una vez conformadas las ternas de cada uno de los candidatos seleccionados mediante concurso, la Jefatura de Gabinete de Ministros seleccionará a los funcionarios que resultarán autoridades de la ANCON para cada uno de los cargos concursados.

Artículo 151. Cesación en el cargo. Cualquiera de los miembros de la ANCON cesará de pleno derecho en sus funciones, de mediar alguna de las siguientes circunstancias:

- a) Renuncia;
- b) Vencimiento del mandato;
- c) Ser removidos en los términos del artículo siguiente.

Artículo 152. Remoción. Son causales de remoción de cualquiera de los miembros de la ANCON:

- a) Mal desempeño en sus funciones;
- b) Negligencia reiterada que dilate la sustanciación de los procesos;
- c) Incapacidad sobreviniente o muerte;
- d) Condena con sentencia firme por delito doloso;
- e) Violación a las normas sobre incompatibilidad;
- f) No excusarse en los supuestos previstos en el artículo 149 de este código.

Artículo 153. Suspensión. Será suspendido preventivamente y en forma inmediata en el ejercicio de sus funciones aquel miembro de la ANCON sobre el que recaiga auto de procesamiento firme por delito doloso. Dicha suspensión se mantendrá hasta tanto se resuelva su situación procesal, en tanto no haya vencido su mandato.

Artículo 154. Registros. La ANCON administrará en forma permanente los registros de:

- a) Asociaciones de Consumidores;
- b) Infractores, estableciéndose un apartado para prestadores de servicios y proveedores del Estado, cuya inclusión y en caso de reincidencia reiterada, les inhibirá de ser contratados por la Administración Pública Nacional, Poder Ejecutivo Nacional, Poder Legislativo y Poder Judicial, en complementariedad con la normativa existente.

La ANCON dictará la reglamentación pertinente para su correcto funcionamiento bajo el principio de carácter público, disponiendo lo necesario para el acceso irrestricto a la información contenida en los mismos y su acceso por internet.

Artículo 155. Autoridades locales de aplicación. La Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las Provincias actuarán como autoridades locales de aplicación ejerciendo el control, vigilancia y juzgamiento en relación con el cumplimiento de este código y su reglamentación, respecto de las presuntas infracciones cometidas en sus respectivas

jurisdicciones. Esta última se determina de acuerdo a las reglas establecidas en el artículo 158 de este código.

Artículo 156. Delegación a los gobiernos municipales. Las Provincias, en ejercicio de sus atribuciones, podrán delegar sus funciones en organismos de su dependencia o en los gobiernos municipales.

Artículo 157. Facultades concurrentes. La ANCON, sin perjuicio de las facultades que son competencia de las autoridades locales, podrá actuar concurrentemente en el control, vigilancia y juzgamiento en el cumplimiento de este código.

Artículo 158. Facultades y Atribuciones. La ANCON, como Autoridad de Aplicación de este código y sus normas complementarias, tendrá entre otras, las siguientes facultades y atribuciones:

- a) Dictar las reglamentaciones de este código;
- b) Recibir y dar curso a las inquietudes, reclamos y denuncias de los consumidores y de los demás legitimados previstos en este código de todo el territorio nacional;
- c) Disponer la realización de inspecciones y pericias, y exigir la presentación o exhibición de todo tipo de libros, documentos, correspondencia, papeles de comercio y todo otro elemento relativo a la administración de los negocios de los proveedores vinculadas con la normativa alcanzada por este código;
- d) Solicitar informes y opiniones a entidades públicas y privadas con relación a la materia de las leyes citadas;
- e) Disponer de oficio o a requerimiento de parte la celebración de audiencias con la participación de denunciados damnificados, presuntos infractores, testigos, consultores y peritos;
- f) Promover e instar acciones ante la Justicia, para lo cual designará representante legal a tal efecto;
- g) Coordinar el Consejo Consultivo de los Consumidores, integrado por las asociaciones regularmente constituidas;
- h) Supervisar la Ventanilla Única Federal de Reclamos, la Escuela Argentina de Educación en Consumo, el Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo y el Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo, de acuerdo a lo establecido en la reglamentación vigente;
- i) Iniciar las actuaciones administrativas previstas en el artículo 166 y siguientes de este código en cualquier caso de presunta infracción en todo el territorio de la Nación.
- j) Emitir advertencias ante la detección de posibles conductas y/o prácticas contrarias a los derechos de los consumidores explicando por escrito las posibles

acciones a adoptar por parte del proveedor para ajustar su conducta a derecho y los motivos de la advertencia. A tal fin, se le otorgará al proveedor un plazo razonable no menor a 15 (quince) días para que pueda manifestar lo que considere pertinente y/o presentar un plan de adecuación y/o mejoras, el cual deberá contar con la aprobación de la Autoridad de Aplicación;

k) Formular recomendaciones para la adecuación de las conductas de los proveedores a las normas protectorias de los derechos de los consumidores tendientes a prevenir o reducir el riesgo de la comisión de una infracción o producir daños. A tal fin, se le otorgará al proveedor un plazo razonable no menor a 15 (quince) días para que pueda manifestar lo que considere pertinente y/o presentar un plan de adecuación y/o mejoras, el cual deberá contar con la aprobación de la Autoridad de Aplicación;

l) Acordar planes de mejoras y guías de buenas prácticas con los proveedores de bienes y servicios para mejorar la efectividad de la aplicación de las normas protectorias de los derechos de los consumidores por parte de aquellos;

m) Deducir acciones colectivas.

Artículo 159. Servicios técnicos. La Autoridad de Aplicación podrá contratar servicios de consultoría a organismos públicos o privados expertos.

Artículo 160. Auxilio de la Fuerza Pública. Para el ejercicio de las facultades y atribuciones conferidas en este código, a excepción de las relacionadas con las instancias de conciliación entre proveedores y consumidores, la Autoridad de aplicación podrá solicitar el auxilio de la fuerza pública.

Capítulo 2 - Consejo Federal del Consumo

Artículo 161. Creación del CO.FE.DEC. Finalidad. Crease en el ámbito de la Autoridad de Aplicación Nacional el Consejo Federal del Consumo (CO.FE.DEC.) cuya finalidad es el análisis e intercambio de información entre sus miembros, relacionada con la protección del consumidor en las Provincias y la Ciudad de Buenos Aires, así como la promoción y cooperación para el desarrollo de políticas públicas relacionadas con la materia, la educación y difusión de sus derechos y la defensa de sus intereses individuales y colectivos de los consumidores en todo el país.

Artículo 162. Integración del CO.FE.DEC. Integran el CO.FE.DEC, la Autoridad Nacional de Aplicación de este código y sus normas reglamentarias, así como las autoridades de aplicación provinciales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Artículo 163. Misiones y Funciones. Son misiones y funciones del CO.FE.DEC:

a) Promover la educación e información del consumidor, con especial énfasis y atención en aquellos que, por sus condiciones sociales, económicas y/o culturales, resulten consumidores con vulnerabilidad agravada;

Anteproyecto de Código de Defensa del Consumidor

- b) Fortalecer la libertad de elección del consumidor y la optimización de los recursos relacionados con la adquisición de bienes y servicios;
- c) Facilitar la comprensión y utilización de la información que se brinda a los consumidores por parte de los proveedores;
- d) Difundir el conocimiento de los deberes y derechos de los consumidores y la forma más adecuada para ejercerlos;
- e) Fomentar la prevención de riesgos que puedan derivarse del consumo de bienes o de la utilización de servicios;
- f) Propender a la homogeneización de criterios en cuanto a la aplicación de políticas públicas relacionadas con la protección de los consumidores, incluyendo propuestas de modificación y/o armonización de la normativa vigente en materia de protección al consumidor;
- g) Estimular la creación de Asociaciones de Consumidores, manteniendo con ellas un intercambio y colaboración permanentes y llevar registros nacionales y provinciales actualizados de las existentes;
- h) Recabar información de entidades públicas y privadas relacionadas con la protección del consumidor;
- i) Solicitar la colaboración de los entes y organismos de control con competencia en la materia para una mejor atención de los problemas de los consumidores;
- j) Solicitar la colaboración de instituciones públicas y privadas, departamentos especializados de las universidades y cualquier otro organismo técnico para la realización de estudios, análisis comparativos, ensayos y controles de calidad sobre productos o servicios y difundir sus resultados;
- k) Brindar asesoramiento al Congreso de la Nación y a las Legislaturas Provinciales en lo referente a la legislación de consumo;
- l) Fortalecer las relaciones institucionales con otros organismos oficiales con competencia en consumo o entes reguladores de servicios públicos;
- m) Intercambiar información con los sectores productivos a fin de favorecer la mayor eficiencia en la producción y comercialización de los bienes destinados al consumo;
- n) Promover la instalación de oficinas públicas de información al consumidor que cumplan como mínimo las siguientes funciones:
 - 1) difundir los resultados de estudios, análisis comparativos, ensayos y controles de calidad sobre bienes y servicios

2) gestionar la recepción, registro y acuse de recibo de quejas y reclamos de los consumidores y su remisión a las entidades u organismos que corresponden;

o) Proponer a las autoridades competentes el otorgamiento de becas para el personal afectado a las reparaciones, a efectos de su capacitación permanente en la materia de protección al consumidor;

p) Promover el intercambio de información y la colaboración para la realización de acciones destinadas a la protección de los consumidores con organismos internacionales públicos y privados de defensa del consumidor;

q) Dictar su propio reglamento de funcionamiento.

Artículo 164. Sostenimiento. La ANCON y las distintas jurisdicciones deberán prever las partidas presupuestarias suficientes para financiar el adecuado funcionamiento del CO.FE.DEC, teniendo en consideración las misiones y funciones que se le asignan en este código.

Título IV - Protección administrativa del Consumidor

Artículo 165. Actuaciones administrativas. Promoción. La Autoridad de Aplicación podrá iniciar actuaciones administrativas en caso de presuntas infracciones a las disposiciones de este código, sus reglamentaciones y normas complementarias:

a) De oficio;

b) Por acta de inspección;

c) Por denuncia de quien invocare un derecho individual;

d) Por denuncia de consumidores afectados o Asociaciones de Consumidores en resguardo de derechos de incidencia colectiva de los consumidores;

e) Por comunicación de autoridad administrativa o judicial.

En aquellos casos en que la Autoridad de Aplicación inicie actuaciones de oficio podrá tomar como muestra representativa reclamos recibidos en sus canales institucionales o de otros organismos públicos o Asociaciones de Consumidores.

Artículo 166. Actuaciones administrativas. Soporte. Los expedientes tendrán formato electrónico, conforme las disposiciones del Reglamento de Procedimientos Administrativos (decreto 1759/72 - T.O. 2017) o la norma que en el futuro lo reemplace.

Artículo 167. Actuaciones administrativas. Actuaciones preliminares. Como primer acto se procederá a labrar actuaciones formulando la imputación correspondiente al proveedor o proveedores involucrados, dejando constancia del hecho denunciado o

verificado y de las disposiciones presuntamente infringidas, salvo que las circunstancias del caso no ameriten razonablemente la instrucción de sumario.

La reglamentación determinará el contenido del acta de infracción y la obligación de entregar una copia al presunto infractor.

En el expediente se agregará la documentación acompañada y se emplazará al presunto infractor para que dentro del plazo de 5 (cinco) días hábiles, presente por escrito su descargo y ofrezca las pruebas que hacen a su derecho.

Artículo 168. Personería. Domicilio. En su primera presentación, el presunto infractor deberá acreditar personería y constituir domicilio legal y electrónico, este último será remitido bajo declaración jurada, todo ello a efectos de cursar en las sucesivas notificaciones que se requieran la sustanciación de las actuaciones que se instruyan, bajo apercibimiento de continuar el trámite sin intervención suya o de un apoderado o representante legal. Cuando no se acredite personería se intimará para que en el término de 5 (cinco) días hábiles subsane la omisión bajo apercibimiento de tenerlo por no presentado.

Artículo 169. Medidas preventivas y precautorias. En cualquier momento durante la tramitación de las actuaciones, la Autoridad de Aplicación podrá ordenar como medida preventiva o precautoria:

- a) El cese de la conducta que se reputa en violación de este código y sus reglamentaciones y normas complementarias, en especial en casos de afectación de derechos de incidencia colectiva;
- b) El cumplimiento de las prestaciones u obligaciones legales o convencionales a su cargo;
- c) Asimismo, y con la mayor amplitud, contará con las más amplias facultades para disponer medidas técnicas, admitir pruebas, disponer medidas probatorias de oficio o dictar medidas de no innovar.

Contra las medidas dictadas procederá el recurso directo ante la Cámara respectiva, con efecto devolutivo.

Artículo 170. Diligencias probatorias. Las constancias obrantes en el expediente labrado conforme a lo previsto en este artículo, así como las actas o partes de inspección o constatación efectuadas en dicho marco, las comprobaciones técnicas que se dispusiesen y/o la prueba documental indubitada existente en las actuaciones constituirán prueba suficiente de los hechos así comprobados, salvo en los casos en que resulten desvirtuados por otros medios probatorios. Las pruebas se admitirán solamente en caso de existir hechos controvertidos, siempre que no resulten manifiestamente inconducentes o meramente dilatorias.

La falta de presentación de descargo por parte del sumariado importará la inexistencia de hechos controvertidos, a los fines del dictado del acto administrativo definitivo.

Contra la resolución que deniegue medidas de prueba solo se podrá interponer el recurso de reconsideración dentro del plazo de 5 (cinco) días hábiles.

La prueba deberá producirse en el término de 10 (diez) días hábiles, prorrogables cuando haya causas justificadas, teniéndose por desistida aquella no producida dentro de dicho plazo por causa imputable al infractor.

Artículo 171. Rol del consumidor denunciante. En caso de actuaciones generadas por denuncia del consumidor, este tendrá derecho a:

- a) La celebración de audiencias conciliatorias con la participación de los presuntos infractores;
- b) Ser informado de las resoluciones vinculadas a la producción de la prueba por él ofrecida;
- c) Tomar vista de las actuaciones;
- d) Ser notificado del acto administrativo definitivo.

Artículo 172. Sustanciación. La Autoridad de Aplicación reglamentará el procedimiento para llevar adelante la instancia conciliatoria, la cual podrá celebrarse por medios virtuales o telemáticos.

En caso de acuerdo el mismo será rubricado por los intervinientes. Si correspondiere, será homologado.

Si no hubiere acuerdo, o notificada la audiencia el proveedor denunciado no compareciere sin causa justificada, se formulará auto de imputación el que contendrá una relación sucinta de los hechos y la determinación de la norma legal infringida.

Notificado el mismo y efectuado el descargo pertinente dentro de los 5 (cinco) días hábiles se procederá a su análisis.

Las pruebas se admitirán solamente en caso de existir hechos controvertidos y siempre que no resulten manifiestamente inconducentes, debiéndose producir dentro del término de 10 (diez) días hábiles prorrogables por causa justificada.

Se tendrán por desistidas las pruebas no producidas dentro de dicho plazo por motivo atribuible al presunto infractor.

Contra la resolución que deniegue medidas de prueba, solo se concederá el recurso de reconsideración.

Producida la prueba y concluidas las diligencias sumariales se procederá al cierre de la instancia conciliatoria, quedando las actuaciones en condiciones de ser resueltas.

Artículo 173. Resolución definitiva. Concluidas las diligencias sumariales relacionadas con el trámite de instrucción de las actuaciones, se procederá a dictar el acto administrativo definitivo.

Artículo 174. Apelación. Los actos administrativos que dispongan sanciones 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, que 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.

El recurso deberá interponerse y fundarse ante la misma Autoridad que impuso la sanción, dentro de los 30 (diez) días hábiles de notificada la resolución.

La Autoridad de Aplicación deberá elevar el recurso con su contestación a la Cámara en un plazo de 10 (diez) días, acompañado del expediente en el que se hubiera dictado el acto administrativo recurrido.

En todos los casos, el recurso será concedido con efecto suspensivo.

En los casos de imposición de multa, los infractores podrán cumplir con la sanción impuesta mediante el pago del 50% (cincuenta por ciento) de la suma fijada dentro de los 10 (diez) días hábiles de notificada la resolución, salvo que interpongan el recurso directo contra la resolución dictada previsto en este artículo.

Acreditado el pago y la publicación establecida por los artículos 187, inciso b) y 188 de este código, se procederá al archivo de las actuaciones.

Se aplicará supletoriamente las disposiciones del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación y específicamente las previsiones del procedimiento sumarísimo, en lo que resultase pertinente.

Artículo 175. Daño directo individual y restitución de sumas de dinero en sede administrativa. Establecida la existencia de una infracción, y solo a solicitud del consumidor denunciante, la Autoridad de Aplicación queda facultada a ordenar:

a) El pago, en sede administrativa de la indemnización del daño emergente que sea consecuencia inmediata o mediata de la lesión a bienes o intereses objeto de la relación de consumo de naturaleza patrimonial de titularidad del consumidor.

Queda excluida la posibilidad de mandar a pagar en esta sede la indemnización de daño moral, lucro cesante y pérdida de chances, cualquiera sea la naturaleza del bien o interés jurídico lesionado; ni el daño emergente consecuencia de la lesión a la integridad psicofísica del consumidor.

Sin perjuicio de ello, los interesados podrán acordar en esta sede el pago de dichos rubros resarcitorios.

b) La entrega por el proveedor de un bien equivalente y de las mismas características que el producto defectuoso o vicioso o, a opción del consumidor, su valor dinerario;

c) La restitución de sumas de dinero indebidamente percibidas por el proveedor de bienes y servicios. A este efecto resulta aplicable, en lo pertinente, lo dispuesto en los arts. 1796 a 1799 del Código Civil y Comercial.

En todos los casos, si la condena es dineraria, comprende también los intereses que correspondan.

Artículo 176. Recursos por daño directo. El acto administrativo de la Autoridad de Aplicación que resuelva las reclamaciones por daño directo será recurrible en sede judicial, en las mismas condiciones que las establecidas en el artículo 174 de este código, por el consumidor y el proveedor, con efecto suspensivo.

Artículo 177. Efectos de la resolución administrativa. En caso de incumplimiento de la obligación de restituir el producto, la resolución firme que así lo ordene podrá ser ejecutada en sede judicial. La resolución firme que ordene el pago de sumas de dinero constituirá título ejecutivo a favor del consumidor.

Lo que el proveedor pague al consumidor deberá ser deducido de las indemnizaciones que por el mismo concepto pudieren corresponderle a este por acciones incoadas en sede judicial.

El rechazo de esta petición en sede administrativa o judicial no causará cosa juzgada ni impedirá al consumidor reeditar el mismo reclamo en sede judicial, ofreciendo todas las pruebas que hagan a su derecho. Las actuaciones labradas y lo decidido constituirán un indicio de que, si es incorporado al proceso judicial, deberá ser valorado por el juez al dictar sentencia.

Artículo 178. Información al consumidor de los derechos emergentes del daño directo. Las normas de este capítulo deberán ser informadas al consumidor cuando formule una denuncia en sede administrativa.

Artículo 179. Daño directo y autoridades locales de aplicación. La función prevista en este Capítulo solo puede ser ejercida por organismos de la administración locales que reúnan los siguientes requisitos:

a) La norma de creación les haya concedido facultades para resolver conflictos entre proveedores y consumidores;

b) Estén dotados de especialización técnica, independencia e imparcialidad indubitadas;

c) Sus decisiones estén sujetas a control judicial amplio y suficiente.

Artículo 180. Procedimiento para las autoridades locales de aplicación. La Ciudad Autónoma de Buenos Aires, las Provincias y los Municipios dictarán o adecuarán las normas referidas a su actuación como autoridades locales de aplicación.

De acuerdo a sus ordenamientos y los respectivos ámbitos de competencias, las jurisdicciones locales dictarán, según corresponda, la totalidad de las normas de implementación enunciadas en el Libro Tercero de este código y sus procedimientos, adecuándolas, si es necesario, a los principios y garantías establecidos en este código.

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires, las provincias y los municipios como autoridades locales, 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 181. Normas supletorias. En los procedimientos serán de aplicación supletoria las disposiciones del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación o los códigos procesales provinciales, según corresponda.

Artículo 182. 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 este código, en todo el territorio nacional.

Artículo 183. Intervención de la Autoridad Nacional de Aplicación. La Autoridad Nacional de Aplicación podrá actuar concurrentemente con las autoridades locales o podrá remitir las denuncias o actuaciones individuales recibidas o en trámite, a la Autoridad de Aplicación local competente, debiendo notificar en tal caso al consumidor de la derivación, la ubicación de las oficinas de atención y las vías de contacto con la misma.

Artículo 184. Estructura organizacional local. Presupuestos mínimos. El procedimiento consta de una etapa conciliatoria/sumarial y otra resolutive, cada una de ellas a cargo del área específica que determine la reglamentación de este código o la legislación local aplicable.

Artículo 185. Derechos de incidencia colectiva. Cuando las actuaciones hayan sido promovidas en razón de derechos de incidencia colectiva sobre bienes individuales homogéneos, el acuerdo conciliatorio debidamente homologado obligará respecto a los consumidores afectados por el mismo hecho dentro del alcance territorial de la autoridad. A tal efecto el acuerdo debe ser publicado a costa del denunciado conforme lo establecido en el artículo 188 de este código.

Artículo 186. Incumplimiento de Acuerdos Conciliatorios Homologados. El incumplimiento de los acuerdos conciliatorios homologados por la Autoridad de Aplicación se considerará infracción a este código. En tal caso, el infractor será pasible de las sanciones establecidas en este código, sin perjuicio del cumplimiento imperativo de las obligaciones que las partes hubieran acordado. En tal caso, la Autoridad de Aplicación podrá disponer que en el supuesto de que la sanción sea multa, un porcentaje sea destinado al consumidor, guardando proporción con el objeto y/o monto del acuerdo incumplido. En ningún caso el porcentaje destinado al consumidor podrá ser inferior al 50% (cincuenta por

ciento) de un Salario Mínimo, Vital y Móvil ni superior al 50%) cincuenta por ciento) de la multa aplicada al infractor.

Artículo 187. Régimen sancionatorio. Verificada la existencia de la infracción, quienes la hayan cometido serán pasibles de las siguientes sanciones, las que se podrán aplicar independiente o conjuntamente, según resulte de las circunstancias del caso:

- a) Apercibimiento;
- b) Multa equivalente a los montos entre 1 (uno) y 5000 (cinco mil) 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 30 (treinta) días hábiles;
- e) Suspensión de hasta 5 (cinco) 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 188. Publicación de la sanción. En todos los casos, el infractor deberá publicar la resolución condenatoria o una síntesis de los hechos que la originaron, consignando la infracción cometida y la sanción aplicada.

Podrá ordenarse, a costa del infractor, su publicación en uno o varios medios de difusión, masivos e idóneos que la Autoridad de Aplicación indique, que deberán ser elegidos de modo razonable.

También podrá ordenarse su difusión en medios audiovisuales, páginas web, redes sociales u otros medios tecnológicos del proveedor. Cuando la sanción aplicada fuere de apercibimiento, la Autoridad de Aplicación podrá dispensar su publicación, aunque disponiendo su anotación en el Registro de Infractores.

Artículo 189. Multa por falta de publicación. Sin perjuicio de la facultad de la Autoridad de Aplicación de publicar la sanción a costa del infractor ante su incumplimiento, la falta de la publicación dispuesta por parte del infractor, previa intimación de la Autoridad de Aplicación será pasible de una sanción de multa adicional, cuyo monto no podrá exceder a las dos terceras partes de la multa originalmente aplicada, ni ser inferior a la tercera parte de la misma.

El 50% (cincuenta por ciento) del monto percibido en concepto de multas y otras penalidades impuestas por la Autoridad de Aplicación conforme este artículo será asignado a un fondo especial para el desarrollo de políticas públicas de protección del consumidor. El fondo será administrado por la Autoridad Nacional de Aplicación.

Artículo 190. Contra publicidad. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 187 de este código y de la orden de cesación de los anuncios o mensajes, se podrá imponer la sanción administrativa de contra publicidad, al infractor que, a través de la información o publicidad, hubiera incurrido en prácticas engañosas o abusivas.

Asimismo, la Autoridad de Aplicación podrá publicar a costa del infractor, conforme el criterio por aquel indicado, la resolución condenatoria o una síntesis de los hechos que la originaron, el tipo de infracción cometida y la sanción aplicada, en un diario de gran circulación y/o en redes sociales de impacto equivalente, que deberá ser elegido de modo rotativo.

La reglamentación establecerá las pautas de la rectificación publicitaria de forma que se eliminen los efectos de la infracción. El anuncio rectificativo será divulgado por la Autoridad de Aplicación o el responsable, a costa de este último, en la misma forma, frecuencia y dimensión que la información o publicidad engañosa, y preferentemente por el mismo medio, lugar, espacio y horario.

Artículo 191. Denuncias Maliciosas. Quienes presentaren denuncias maliciosas ante la Autoridad de Aplicación, serán sancionados con multa, cuyo monto no podrá superar el equivalente a 5 (cinco) Salarios Mínimos Vitales y Móviles, sin perjuicio de las que pudieren corresponder por aplicación de las normas civiles y penales.

Artículo 192. Aplicación y Graduación de las Sanciones. En la aplicación y graduación de las sanciones previstas en el artículo 187 de este código se tendrá en cuenta el perjuicio resultante de la infracción para el consumidor, la posición en el mercado del infractor, la cuantía del beneficio obtenido, el grado de intencionalidad, la gravedad de los riesgos o de los perjuicios sociales derivados de la infracción y su generalización, la reincidencia y las demás circunstancias relevantes del hecho. Cuando se trate de un proveedor PyME, dicha circunstancia será ponderada a los efectos de la graduación de las sanciones.

Cuando el proveedor contare con un plan de cumplimiento específico en las materias a que refiera la infracción respectiva, que haya sido previamente aprobado por la Autoridad de Aplicación, será tenido en consideración para la aplicación y graduación de las sanciones, si se acredita su efectiva implementación y seguimiento.

Se considerará reincidente a quien, habiendo sido sancionado por una infracción a este código incurra en otra dentro del término de 5 (cinco) años desde que haya quedado firme o consentida la sanción.

Artículo 193. Certificado de deuda. Ejecución. Vencido el plazo sin que el infractor haya abonado la multa impuesta, la Autoridad de Aplicación emitirá el correspondiente certificado de deuda a efectos de su cobro por vía judicial. La multa impuesta se ejecutará ante Cámara Nacional de Apelaciones en lo Contencioso Administrativo Federal, o ante las Cámaras de Apelaciones Federales con asiento en las Provincias, por el procedimiento de ejecución fiscal. El certificado de deuda debe contener el nombre o razón social y el domicilio del infractor; el importe de la multa aplicada; el concepto por el cual fue impuesta; el número de la actuación administrativa, la fecha y

número de la disposición respectiva y la fecha en que fue notificada, como también la fecha de emisión y firma del funcionario interviniente.

Título V - Protección judicial del Consumidor

Capítulo 1 - Principios de los procesos de consumo

Artículo 194. Principios. El proceso de consumo debe respetar los siguientes principios:

- a) El de acceso a la justicia de los consumidores.
- b) El de protección del consumidor, salvaguardando los derechos fundamentales y los derechos humanos implicados en la causa;
- c) El de buena fe y colaboración procesal.

Los jueces deben garantizar la inmediatez durante el proceso, y propender a la tutela judicial efectiva de los consumidores, especialmente de aquellos con vulnerabilidad agravada.

Artículo 195. Normas del proceso de consumo. En cualquier caso, a las acciones judiciales promovidas por consumidores en razón de un derecho o interés individual se aplicarán las normas del proceso de conocimiento más abreviado que rijan en la jurisdicción del tribunal competente.

Si el consumidor promueve demanda solicitando se aplique el procedimiento más amplio, el juez deberá dar dicho trámite al proceso.

El demandado, mediante petición que deberá efectuar, bajo pena de caducidad, en el marco de la citación de comparendo, podrá invocar la complejidad de la pretensión y solicitar un proceso de conocimiento más amplio. El juez resolverá de manera fundada, previo traslado al consumidor.

Artículo 196. Reglas comunes de implementación. Las reglas y principios de este Capítulo serán de aplicación a todos los procesos de consumo.

Se aplicarán las normas procesales, individuales o colectivas, de cada jurisdicción, en todo lo que aquí no se disponga, a través de la armonización de las fuentes. En caso de concurrencia normativa, se aplicará la norma más favorable al consumidor.

Capítulo 2 - Procesos individuales

Artículo 197. Representación. Quienes ejerzan las acciones previstas en este código representando un derecho o interés individual, podrán acreditar representación mediante simple acta poder en los términos que establezca la reglamentación.

Artículo 198. Competencia. Las acciones judiciales de consumo, promovidas por el consumidor o por el proveedor, tramitarán ante el juez del tribunal ordinario competente en el domicilio real o legal del consumidor, según correspondiere. Es nulo cualquier pacto en contrario.

Sin embargo, cuando la acción sea promovida por el consumidor, este podrá optar por hacerlo ante el juez del lugar de su domicilio real, el del domicilio del proveedor, el del lugar en que se produjo el hecho dañoso, el del lugar de la celebración del contrato, el del lugar del cumplimiento de cualquiera de las obligaciones a cargo de las partes, o el del lugar donde el consumidor realiza actos necesarios para la celebración del contrato.

Artículo 199. Intervención del Ministerio Público. En las acciones judiciales de consumo el Ministerio Público Fiscal actuará obligatoriamente como fiscal de la ley.

El juez deberá disponer esta intervención de oficio en el decreto inicial que dé trámite a la demanda, o a pedido de parte si el demandado invoca la existencia de una relación de consumo. En caso de ausencia de planteo respecto de la existencia de una relación de consumo, pero si el juez estima que la cuestión debatida podría quedar emplazada en dicha categoría, deberá disponer su intervención ante tal eventualidad, en cuyo caso deberá pronunciarse sobre la cuestión al dictar sentencia, sin que la resolución que dispone tal intervención pueda ser considerada como un adelanto de criterio.

En todas las instancias, como último acto previo al dictado de la resolución que corresponda, deberá correrse traslado de todo lo actuado al Ministerio Público Fiscal a fin de que emita su dictamen.

Deberá actuar en todas las etapas del proceso y en todas las cuestiones que en él se debatan o sean motivo de controversia.

El Ministerio Público Fiscal se encuentra legitimado para proponer medidas de prueba e interponer recursos, solo en salvaguarda del orden público de las relaciones de consumo. La falta de intervención del Ministerio Público Fiscal causará la nulidad del proceso, excepto que este último comparezca y ratifique lo actuado, o no plantee la nulidad.

Artículo 200. Intervención de terceros. En las acciones individuales promovidas por consumidores, la intervención de terceros no procede sin pedido o consentimiento expreso del actor, salvo la citación en garantía de la aseguradora o que el único demandado sea un proveedor PyME, caso en el cual estos podrán pedir la citación de otros legitimados pasivos, en tanto no se genere una situación jurídica abusiva en perjuicio del consumidor.

Artículo 201. Carga de la prueba. 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. La falta de cumplimiento de esta carga será considerada una presunción en su contra.

Si el proveedor se vale en la relación de consumo de técnicas de comunicación electrónica o similares, incumbirá al proveedor la carga de la prueba, en caso de desconocimiento de la documental aportada por el consumidor.

Artículo 202. Beneficio de justicia gratuita. Las acciones judiciales promovidas por consumidores en razón de un derecho o interés individual gozarán del beneficio de justicia gratuita, que se considera operativo de pleno derecho, y comprende el pago de tasa de justicia, timbrados, sellados, costas y de todo gasto derivado de este y/o de la etapa de mediación previa, excepto en el caso de temeridad o malicia o pluspetición inexcusable declaradas judicialmente.

Artículo 203. Asociaciones de Consumidores. Las Asociaciones de Consumidores se encuentran legitimadas para accionar en los términos del artículo 139 de este código, y gozarán del beneficio de justicia gratuita, con los alcances establecidos en el artículo anterior.

Artículo 204. Atribuciones judiciales. Al dictar sentencia el juez resolverá en base a las pretensiones de las partes de manera razonablemente fundada. Cuando estén comprometidos los derechos fundamentales de los consumidores que no hayan sido parte en el proceso, pero que pueden verse afectados por la conducta obrada por el proveedor, especialmente cuando se trate de consumidores con vulnerabilidad agravada, el juez podrá disponer un mandato preventivo de oficio, en forma definitiva o provisoria, estableciendo obligaciones de dar, hacer o no hacer, según corresponda. Debe ponderar los criterios de menor restricción posible y de medio más idóneo para asegurar la eficacia en la obtención de la finalidad.

La resolución judicial podrá imponer la presentación por parte del proveedor de un plan de cumplimiento, el cual contendrá, como mínimo, la identificación de acciones o medidas correctivas o preventivas, los plazos para su implementación y un protocolo destinado a evitar los riesgos de incumplimiento.

Artículo 205. Ejecución de sentencia. Cuando la sentencia firme reconociere la existencia de una responsabilidad solidaria entre varios proveedores y alguno de ellos fuere un proveedor PyME, el juez, a pedido de parte, y por resolución fundada, podrá ordenar que el consumidor intente percibir su crédito primeramente sobre el patrimonio del proveedor que no revista tal condición.

No podrá solicitarlo el proveedor PyME que haya actuado con dolo, culpa grave, o en los casos en que se encuentre en juego la dignidad del consumidor, especialmente cuando se trate del resarcimiento de daños derivados de la lesión a su integridad psicofísica.

Agotada razonablemente la ejecución contra el proveedor, o si la misma no fuere posible, o este presentare concurso o quiebra, se podrá avanzar con la ejecución del proveedor PyME. La prescripción liberatoria se suspenderá desde el mismo momento en que se efectúe la petición, hasta que quede habilitada la ejecución en su contra.

Sin perjuicio de lo aquí dispuesto, el consumidor podrá solicitar la traba de las medidas cautelares razonables para garantizar el pago de su crédito.

Capítulo 3 - Procesos colectivos de consumo

Artículo 206. Legitimación activa en los procesos colectivos de consumo. Tienen legitimación activa en los procesos colectivos de consumo fundados en derechos de incidencia colectiva individuales homogéneos o difusos los afectados que demuestran un interés razonable, la Autoridad de Aplicación, el Defensor del Pueblo de la Nación, los de las Provincias y Municipios, y las asociaciones que tengan por objeto la defensa de los consumidores reconocidas por la Autoridad de Aplicación.

Solo en las acciones con sustento en derechos colectivos de incidencia colectiva o de intereses difusos, también se encuentran legitimados el Ministerio Público Fiscal y las Autoridades de Aplicación Nacional y locales.

Los procesos colectivos de consumo en defensa de los derechos de incidencia colectiva cuentan con el beneficio de justicia gratuita, con los alcances y efectos establecidos en el artículo 169.

En los procesos colectivos, excepto que los mismos hayan sido iniciados por el Ministerio público, este actuará obligatoriamente como fiscal de la ley y se aplica el artículo 166 en cuanto fuere pertinente.

Artículo 207. Presupuestos de admisibilidad. Para que sea admisible un proceso colectivo de consumo es necesario:

- a) Un número razonable de interesados, que dificulte la sustanciación individual de las respectivas pretensiones;
- b) Intereses comunes a todos los integrantes de la clase;
- c) Argumentos comunes;
- d) Representación adecuada que sustentan la pretensión de la clase, acreditada mediante la certificación prevista en el artículo 209 de este código.

Artículo 208. Presupuestos de admisibilidad en acciones de daños. Para la admisibilidad de los procesos colectivos en los que se reclama la reparación de daños a derechos individuales homogéneos, además de los presupuestos de admisibilidad generales, es necesario que:

El enjuiciamiento concentrado del conflicto constituya una vía más eficiente y funcional que el trámite individual o la imposibilidad o grave dificultad de constituir un litisconsorcio entre los afectados;

Exista un predominio de las cuestiones comunes de origen fáctico o jurídico, por sobre las individuales.

El procedimiento de mediación previa no resulta de aplicación obligatoria en los procesos colectivos. Pero de agotar las partes dicha instancia ante las autoridades de aplicación de la ley, estas determinarán los requisitos relacionados con los mecanismos de

transparencia y adecuada participación de los interesados, que deberán regir el trámite de las audiencias respectivas. Ello, sin perjuicio de la actuación judicial ulterior que resulte pertinente, en caso de no arribarse a acuerdos conciliatorios.

Artículo 209. Certificación de la adecuada representación. En el supuesto de que el proceso colectivo sea iniciado por un consumidor afectado o por una asociación de defensa del consumidor, el tribunal efectuará una evaluación previa de la existencia de representación adecuada, para determinar si el actor cuenta con aptitudes suficientes para garantizar la correcta defensa de los intereses colectivos.

Entre otros requisitos, el juez debe tener en cuenta los siguientes parámetros: la experiencia y antecedentes para la protección de este tipo de intereses, y, la coincidencia entre los intereses de los miembros del grupo, categoría o clase y el objeto de la demanda así como la ausencia de potenciales conflictos de intereses con el grupo afectado o los derechos en juego. La representación adecuada constituye un estándar que deberá ser mantenido a lo largo de todo el proceso, incluyendo las eventuales instancias transaccionales.

La representación adecuada podrá ser sustituida por razones fundadas, y en su caso, nombrarse nuevos representantes por parte del juez, a los fines de cumplir con el referido principio durante todas las instancias del proceso.

Artículo 210. Objeto del proceso colectivo de consumo. El objeto del proceso colectivo podrá consistir en:

- a) La prevención con el fin de evitar la afectación de los derechos de incidencia colectiva o la continuidad futura de la afectación;
- b) La reparación de los daños ya producidos;
- c) La restitución de sumas percibidas sin derecho por los proveedores. Esas pretensiones podrán acumularse en un mismo proceso.
- d) Cuando se trata de derechos de incidencia colectiva colectivos o difusos, corresponde prioritariamente la reposición al estado anterior al hecho generador de la afectación.

Si ello es total o parcialmente imposible, o resulta insuficiente, procede una indemnización. Si ella se fija en dinero, tiene el destino que le asigna el juez por resolución fundada.

En los casos en que el proceso tuviere por objeto la reparación de los daños el juez podrá, a los fines de la mejor gestión del proceso, individualizar subclases de consumidores en razón de la existencia de elementos comunes a cada una de ellas.

Artículo 211. Trámite del proceso colectivo de consumo. Cuando el proceso colectivo tenga por objeto la prevención, podrá tramitarse por vía de amparo colectivo o emplearse cualquier otra vía procesal que sea más adecuada a la satisfacción de los intereses de los consumidores. En estos casos el juez debe armonizar dichas reglas con las que el

Código Civil y Comercial establece para la pretensión de prevención del daño. El juez, podrá dictar la medida preventiva que por resolución fundada estime más eficaz para prevenir el daño futuro, hacerlo cesar o morigerar sus alcances.

Los casos que tengan por objeto la reparación de daños tramitarán por la vía procesal más abreviada que establezca el ordenamiento procesal aplicable. Si se hubieran iniciado varios procesos sobre el mismo objeto, estos serán atraídos y acumulados en el tribunal que primero notificó la existencia del proceso colectivo, sin perjuicio de la notificación ante el Registro de Procesos Colectivos.

En toda cuestión no prevista, y con el objetivo de la mejor tutela de los derechos del consumidor, se aplicará el Código Procesal Civil y Comercial de la jurisdicción que corresponda, o en su caso, la ley que regule el amparo o los procesos colectivos a partir de la armonización de fuentes.

Artículo 212. Medidas cautelares. En los procesos colectivos será procedente la adopción de medidas cautelares, aun cuando su contenido coincida total o parcialmente con la pretensión de fondo. Estas podrán ser dispuestas y modificadas de oficio por el juez. No habrá plazo de caducidad para las medidas adoptadas.

Artículo 213. Notificación pública. La existencia del proceso colectivo deberá notificarse del mejor modo y por los medios que aseguren su efectivo conocimiento conforme el principio de razonabilidad de acuerdo a las circunstancias del caso y el grupo afectado. A tal fin, además de los medios tradicionales, podrán disponerse de otros métodos tales como correos electrónicos, publicación en la página principal de internet del proveedor, canales de comunicación disponibles por el proveedor, televisión, radio y cualquier otro que resulte masivo, razonable y adecuado para lograr el efectivo conocimiento del grupo afectado del proceso colectivo.

La notificación debe utilizar lenguaje claro y accesible a los consumidores, en especial a los consumidores con vulnerabilidad agravada. La notificación debe contener al menos la siguiente información:

- a) La naturaleza de la acción.
- b) La definición de la clase certificada.
- c) La pretensión objeto del proceso colectivo.
- d) La posibilidad de ejercer su derecho a no ser alcanzados por los efectos de la sentencia, indicando concretamente modo, plazos y lugar para expresar su voluntad.

Los consumidores que no deseen ser alcanzados por los efectos de la sentencia, deberán expresar su voluntad en ese sentido en un plazo de 90 (noventa) días, contados a partir de la finalización del funcionamiento del dispositivo dispuesto para la notificación pública de la existencia del proceso.

Artículo 214. Alcances de la sentencia. La sentencia recaída en un proceso colectivo referido a derechos individuales homogéneos produce efectos vinculantes respecto de todos los consumidores que se encuentren en la misma situación jurídica que los demandantes, excepto que la pretensión sea rechazada.

Este efecto no alcanza a las acciones individuales fundadas en la misma causa cuando el consumidor optó por quedar excluido.

La sentencia que rechaza la pretensión no impide la posibilidad de promover o continuar las acciones individuales por los perjuicios ocasionados a cada damnificado.

Otro proceso colectivo por la misma causa y objeto puede iniciarse cuando existan nuevas pruebas.

Artículo 215. Contenido de la sentencia. La sentencia que ponga fin a la acción de incidencia colectiva declarará en términos generales la existencia o no del derecho para la clase, resultando aplicable lo establecido en el artículo 177.

Si la cuestión tuviese contenido patrimonial, establecerá las pautas para la reparación económica o el procedimiento para su determinación sobre la base del principio de reparación plena.

En los casos en los cuales se reclamen daños o la restitución de sumas de dinero percibidas indebidamente, la sentencia contendrá una condena genérica.

Artículo 216. Ejecución de la sentencia. Una vez notificada la sentencia, los damnificados podrán solicitar la liquidación de sus daños individuales ante el mismo tribunal por vía incidental o ante el juez del domicilio del consumidor, lo que este elija. Cada uno de los afectados deberá acreditar sus daños, los que serán cuantificados de manera individual en cada sentencia particular.

Si se trata de la restitución de suma de dinero, se hará por los mismos medios en que las sumas fueron percibidas; de no ser ello posible, mediante sistemas que permitan que los afectados puedan acceder a la reparación. Si estos no pudieran ser individualizados, el juez fijará la manera en que la restitución será instrumentada, de la manera que más beneficie al grupo afectado.

Artículo 217. Destino de las indemnizaciones. Cuando la sentencia condene a pagar daños a intereses individuales homogéneos la regla será que la indemnización se destine en su totalidad a las víctimas conforme el criterio emergente del artículo anterior. Podrá hacerse excepción a esta norma, cuando se trate de atender al aspecto común del interés afectado o a la existencia de un daño progresivo, en cuyo caso el juez podrá promover la creación de un fondo de reparación en cuya administración y gestión establecerá que intervengan todos o alguno de los legitimados activos.

Si el proceso colectivo se basa en intereses colectivos o difusos las indemnizaciones serán destinadas a la constitución de un fondo especial que tendrá por objeto directo la protección de los consumidores; los afectados, o en su caso, las asociaciones legitimadas activas participarán en su administración y gestión.

En el caso de las sentencias que establezcan el deber de reparar daños en favor de los afectados, si luego de transcurridos dos años desde la fecha de la notificación respectiva, restaren sumas de dinero que no han sido objeto de pedido de liquidación por parte de los afectados individuales, el remanente se destinará a un fondo público destinado a promover los procesos sobre bienes colectivos, administrado por el Defensor del Pueblo, o a la Autoridad de Aplicación, de acuerdo a las circunstancias.

Artículo 218. Transacción. La negociación del acuerdo transaccional estará guiada por el principio de transparencia a cuyos fines el juez podrá instrumentar audiencias públicas. No podrá versar sobre derechos indisponibles. El acuerdo transaccional deberá incluir, expresamente, los honorarios pactados a percibir por los profesionales intervinientes los que, asimismo, deberán integrarse en la difusión del acuerdo homologado que oportunamente se ordenare.

Artículo 219. Trámite. Del acuerdo transaccional deberá correrse vista previa al Ministerio Público Fiscal, salvo que este sea el propio actor de la acción de incidencia colectiva, con el objeto de que se expida respecto de la adecuada consideración de los intereses de los afectados. La homologación requerirá de auto fundado.

El acuerdo deberá dejar a salvo la posibilidad de que los afectados individuales que así lo deseen puedan apartarse de la solución general adoptada para el caso, dentro del plazo que ordene la sentencia respectiva, que nunca podrá ser inferior a 60 (sesenta) días. El plazo comenzará a correr al día siguiente a su inscripción en el Registro de Procesos Colectivos, a cargo de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, o quien en el futuro lo tenga a su cargo. La representación adecuada podrá ser sustituida por razones fundadas, y en su caso, nombrarse nuevos representantes por parte del juez, a los fines de cumplir con el referido principio durante todas las instancias del proceso.

Artículo 220. Audiencias públicas. En cualquier instancia del proceso el juez podrá disponer la realización de audiencias públicas con fines informativos, probatorios o para evaluar la representación adecuada o durante el proceso de transacción.

Título VI - Saneamiento del sobreendeudamiento del consumidor

Capítulo 1 - Vías procesales y Principios

Artículo 221. Tipos de procedimiento. El consumidor sobreendeudado podrá instar ante la Autoridad de Aplicación, un procedimiento administrativo preventivo y/o de saneamiento de su economía doméstica. Podrá asimismo impulsar en forma directa, un proceso judicial con idéntico objeto, ante el juez que resulte competente.

Artículo 222. Principios que rigen los procedimientos. Las actuaciones en ambas sedes se ajustarán a un trámite que observe los siguientes principios de:

- a) Orden público de protección y de protección especial del consumidor en situación de vulnerabilidad agravada (artículo 2° inc. c), y 6° de este código);
- b) Respeto de la dignidad de la persona humana y de la familia;

c) Prevención de riesgos;

d) Buena fe;

e) Préstamo responsable;

f) Sostenibilidad de los remedios de saneamiento;

g) Eficacia de los procedimientos previstos para la garantizar el goce de los derechos de los consumidores. Se implementará un trámite caracterizado por la inmediatez, simplicidad, celeridad y gratuidad.

El Ministerio Público asumirá la debida intervención en las mencionadas actuaciones preventivas y de saneamiento.

Artículo 223. Créditos excluidos del saneamiento. Quedan excluidas del pasivo susceptible de liberación, las obligaciones alimentarias del consumidor y las que resulten de indemnizaciones impuestas por daños a la persona humana.

Capítulo 2 - Procedimiento Administrativo

Artículo 224. Apertura. A solicitud del consumidor sobreendeudado, y concurriendo los requisitos legalmente exigibles, se ordenará la apertura de un procedimiento administrativo preventivo y/o de saneamiento que ofrezca una instancia de conciliación con los acreedores, en la que la Autoridad de Aplicación promueva la renegociación del pasivo y la celebración de un acuerdo de pago y/o de liquidación de bienes, cuyo objetivo final es la rehabilitación del consumidor endeudado en exceso.

En su caso, cuando se encuentren afectados intereses individuales homogéneos, podrá asimismo instar la renegociación colectiva de deudas.

Sin perjuicio de la competencia atribuida a la Autoridad de Aplicación, en las jurisdicciones locales, se podrá disponer que este procedimiento tramite asimismo, por ante otro órgano o ente con estructura adecuada, especialización técnica, independencia e imparcialidad.

La presentación inicial permitirá analizar la concurrencia de los presupuestos subjetivos y objetivos, la composición del pasivo y su cuantía, los antecedentes del caso y el cuadro de situación actual, para decidir la apertura o denegatoria del procedimiento y, en su caso, evaluar los mecanismos de prevención y saneamiento adecuados.

Artículo 225. Efectos de la resolución de apertura. La resolución de apertura del procedimiento tiene por efecto:

Impedir la promoción de acciones judiciales por cumplimiento de cualquier obligación contraída por el consumidor en tal carácter;

Suspender la ejecutoriedad de las medidas cautelares que afecten el salario y los honorarios percibidos o a percibir, así como cualquier otro ingreso económico del consumidor;

Suspender cualquier medida que implique el lanzamiento de la vivienda familiar o del lugar en el que el consumidor desarrolla su actividad profesional u oficio;

Paralizar el curso de los intereses de las obligaciones asumidas por el consumidor.

La inhibición general para disponer y/o gravar bienes por parte del consumidor requirente.

A estos fines, deberán librarse los oficios y comunicaciones que correspondan, a fin de que los interesados y los registros pertinentes tomen razón de lo que aquí se dispone.

Artículo 226. Facultades de la Autoridad. El funcionario que asuma la dirección del procedimiento contará con amplias facultades para conducir el trámite, asesorar, orientar soluciones y neutralizar cualquier situación que desnaturalice el fin prioritario.

Artículo 227. Trámite. Cumplida la citación a los acreedores, participarán de la instancia conciliatoria a fin de lograr un acuerdo de pago y/o de liquidación de bienes que resulte extintivo del pasivo existente.

A tal efecto, quien asuma la dirección del procedimiento impulsará propuestas de condonación total o parcial de deudas, morigeración de intereses y penalidades, prolongación de vencimientos, reajuste de prestaciones, modificación de las condiciones de cumplimiento o cualquier otro mecanismo adecuado a los fines de la convocatoria.

Artículo 228. Acuerdos de pago y de liquidación de bienes. Homologación. Formalizado el acuerdo de pago y resueltas las eventuales impugnaciones, la Autoridad de Aplicación procederá a su homologación. El acreedor cuyo crédito hubiera sido desestimado total o parcialmente, podrá petitionar la revisión de la homologación administrativa, remitiéndose las actuaciones al juez competente, a tal efecto.

Instrumentado el acuerdo de liquidación de bienes con fines extintivos del pasivo y resueltas las eventuales impugnaciones, la Autoridad de Aplicación remitirá las actuaciones al juez competente para su homologación.

Artículo 229. Otros mecanismos de saneamiento ante la imposibilidad de acuerdos de pago o de liquidación de bienes. Homologación judicial. Si la renegociación del pasivo y la elaboración de un plan de pagos no fueran alternativas posibles, como tampoco la liquidación de bienes del consumidor, se evaluará la implementación de un mecanismo de saneamiento ajustado a la situación personal y familiar de aquel, a los recursos disponibles y a la naturaleza y cuantía del pasivo. De igual modo se procederá en caso de fracasar la convocatoria a los acreedores o los acuerdos promovidos en la instancia. Las medidas de saneamiento propuestas por el funcionario a cargo, en cualquiera de estos supuestos, deberán ser remitidas al juez competente para su homologación.

Capítulo 3 - Procedimiento Judicial

Artículo 230. Apertura. A solicitud del consumidor sobreendeudado, y concurriendo los requisitos legalmente exigibles, el juez competente ordenará la apertura de un proceso judicial preventivo y/o de saneamiento que ofrezca una instancia de conciliación con los acreedores, en la que se promueva la renegociación del pasivo y la celebración de un acuerdo de pago y/o de liquidación de bienes, cuyo objetivo final es la rehabilitación del consumidor endeudado en exceso.

Artículo 231. Trámite. La instancia de renegociación estará a cargo de un funcionario judicial designado al efecto.

Lo previsto en el Capítulo 2 respecto de los requisitos de la presentación inicial y su implicancia, los efectos de la resolución de apertura, la citación de los acreedores, la convocatoria a la instancia conciliadora, el rol y las facultades reconocidas a quien conduzca el trámite en todas sus etapas, los acuerdos de pago y/o de liquidación, la propuesta de saneamiento alternativa frente al fracaso de la convocatoria a los acreedores o de los acuerdos o ante la inviabilidad de la renegociación de la deuda o liquidación de bienes y la homologación de esos acuerdos o propuestas, resulta aplicable en lo pertinente, al proceso judicial regulado en este apartado.

Artículo 232. Acuerdos y otros efectos. Una vez firme el acuerdo de pago y/o de liquidación de bienes, el juez interviniente dispondrá lo necesario para controlar su regular ejecución y la satisfacción de los acreedores en los términos acordados.

Cumplido el acuerdo de pago y aún en caso de cumplimiento relativo justificado, el juez podrá decidir la liberación del pasivo pendiente y la rehabilitación del consumidor sobreendeudado, con clausura del trámite. De igual modo, podrá proceder, en caso de que los bienes liquidados resulten insuficientes para cubrir la totalidad de las deudas existentes.

Título VII - Prescripción liberatoria

Artículo 233. Acciones judiciales. Las acciones judiciales para el ejercicio de los derechos de consumidores prescriben en el término de 3 (tres) años, salvo que otras leyes fijen un plazo superior, caso en el cual se aplica este último.

Cuando por otras leyes generales o especiales se fijen plazos de prescripción menores, rige el plazo trienal establecido en este artículo.

El curso de la prescripción se interrumpe por la iniciación de actuaciones administrativas, efecto que se mantiene hasta la terminación de esta instancia.

Las acciones judiciales promovidas por proveedores en contra de consumidores prescriben en los plazos establecidos en las leyes generales o especiales, excepto que estos sean superiores a 3 (tres) años, caso en el cual se aplica el plazo trienal.

Artículo 234. Acciones administrativas. Las acciones administrativas emergentes de este código prescriben en el plazo de 3 (tres) años. La prescripción se interrumpe por la comisión de nuevas infracciones de similar naturaleza, o por el inicio de las actuaciones administrativas; en este último caso, el efecto interruptivo del curso de la prescripción permanece hasta que deviene firme la resolución que pone fin a la cuestión. La acción para la ejecución de las multas administrativas derivadas de este código prescribe a los 5 (cinco) años.

ANEXO II

FUNDAMENTOS

I. La decisión institucional de redactar un Código de Defensa del Consumidor

1. La Resolución N.º 80/2024 de la Secretaría de Comercio de la Nación institucionalizó en el ámbito de la autoridad de aplicación de la ley N.º 24.240 a la “Comisión Reformadora de la Ley de Defensa del Consumidor”, cuyos orígenes se remontan al 14 de junio de 2017.

Se recuerda que la referida Comisión sesionó durante un año y medio, y concluyó su labor en una reunión realizada en la sede del Colegio de Abogados de la ciudad de La Plata, cumplida el 6 de diciembre de 2018. En la nota de elevación del “Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor”¹, la Comisión Reformadora tuvo ocasión de efectuar una extensa fundamentación sobre el sentido y alcance de las modificaciones que se proponían, la que fue ampliada en la obra colectiva que se publicara sobre el mismo².

La presentación formal del “Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor” se concretó ante al Consejo Federal del Consumo, en el ámbito de la Cámara de Diputados de la Provincia de Buenos Aires. Posteriormente fue sometido a diferentes instancias de democratización y debate, metodología que había sido recomendada a las autoridades nacionales por la propia Comisión Reformadora. En tal sentido se cumplieron audiencias públicas y múltiples eventos de difusión en toda la geografía nacional, contando con la colaboración de Universidades, Colegios Profesionales, Editoriales y poderes público³. Allí se convocó a académicos, profesores universitarios, magistrados, abogados, funcionarios

¹ V. Suplemento Especial del diario La Ley del 17 de diciembre de 2018, Cita Online: AR/DOC/677/2019.

² *Comentarios al Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor. Homenaje a Rubén STIGLITZ*, dirigida por Fulvio G. SANTARELLI y Demetrio Alejandro CHAMATRÓPULOS, Thomson Reuters-La Ley, Buenos Aires, 2019.

³ Seguidamente se indican las fechas y lugares de realización de diferentes eventos cumplidos, consistentes en presentaciones, encuentros académicos, o audiencias públicas: 20 de diciembre de 2018, Universidad Católica Argentina; 14 de marzo de 2019, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional del Litoral; 5 de abril de 2019, Colegio de Abogados de Paraná, Provincia de Entre Ríos; 6 de mayo de 2019, 1ª Asamblea del Consejo Asesor de la EAEC, Salón Federal, Ministerio de Producción y Trabajo; 7 de mayo de 2019, 45º Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, editorial “El Derecho”; 9 de mayo de 2019, Centro de Perfeccionamiento “Ricardo C. Núñez”, ciudad de Córdoba; 10 de mayo de 2019, Colegio de Abogados de San Martín; 15 de mayo de 2019, Fundación CIJUSO, Colegio de Abogados Departamento Judicial Dolores; 16 de mayo de 2019, Comisión de Derechos del usuario y consumidor AABA; 23 de mayo de 2019, Universidad de la Marina Mercante; 27 de mayo de 2019, Departamento de Derecho, Universidad Nacional del Sur; 7 de junio de 2019, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales UNT, provincia de Tucumán; entre otras.

de autoridades de aplicación, representantes de las asociaciones de consumidores, y de la sociedad civil en general, a fin de que expresaran sus opiniones.

A resultas de estos encuentros se recibieron significativos aportes, junto a otros provenientes de Asociaciones de Defensa del consumidor, Cámaras Empresarias, Colegios Profesionales y distintos actores sociales, lo que se cristalizó en un Proyecto de Ley de Defensa del Consumidor, que ingresó al Honorable Senado de la Nación mediante expediente S- 2576/19. En dicha ocasión se recibieron valiosas expresiones de apoyo, académico e institucional, nacionales y extranjeras⁴.

El tránsito parlamentario de estos años ha sido sumamente valioso, haciendo que la original iniciativa fuera consolidada en lo sustancial, ampliada y canalizada en diversos Proyectos de Código de Defensa del Consumidor, que suponen metodológicamente una respuesta de sistematización más eficaz del régimen de consumo —en sintonía con múltiples experiencias comparadas a las que se referirá más adelante—. Muchos de los criterios que trasuntan sus normas son aplicadas con frecuencia por la jurisprudencia.

De las múltiples iniciativas —muchas de ellas con grandes coincidencias—⁵, se destaca al Proyecto de Código del Defensa del Consumidor presentado ante el Honorable Senado de la Nación, bajo el número S-337-23, que ha sido tomado como punto de partida para esta nueva etapa de trabajo.

2. La convocatoria a los integrantes de la originaria Comisión de Reformas a la Ley de Defensa del Consumidor, que apuntó a capitalizar la experiencia habida⁶, se ha visto profundamente enriquecida con la creación de un Consejo Consultivo de expertos⁷.

⁴ Entre ellas, notas de adhesión de: la Profesora Doctora Claudia LIMA MARQUES —catedrática de la Universidad de Río Grande do Sul de Brasil y experta mundial de la disciplina—, y de otros prestigiosos juristas extranjeros; la Dra. Aída KEMELMAJER DE CARLUCCI, emitida junto a setenta y cuatro Profesores de Derecho del Consumidor y disciplinas vinculadas; del Dr. Alberto BUERES, Decano de la Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires, como también del Sr. Decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de Litoral, Dr. Javier Francisco AGA; del Dr. Ignacio SEGURA, Presidente del Colegio de Abogados de Córdoba. También hizo pública su adhesión en diferentes eventos académicos el Dr. Ricardo L. LORENZETTI.

⁵ Sobre la cuestión, puede verse a HERNÁNDEZ, Carlos A. - JAPAZE, María Belén - OSSOLA, Federico A. - SOZZO, Cósimo Gonzalo - STIGLITZ, Gabriel A., “Antecedentes y estado actual del proyecto de código de defensa del consumidor”, La Ley, 2020-A-939; FRUSTAGLI, SANDRA A. - VALLESPINOS, Carlos G., “El proyecto de código de defensa del consumidor, en pleno debate parlamentario. Una obra de la comunidad académica nacional, con apoyo institucional y profesional”, La Ley, diario del 18/09/2020, pág. 1; FRUSTAGLI, SANDRA A. - VALLESPINOS, Carlos G., “El proyecto de código de defensa del consumidor, en pleno debate parlamentario. Una obra de la comunidad académica nacional, con apoyo institucional y profesional”, La Ley, diario del 18/09/2020, pág. 1; STIGLITZ, Gabriel A., “Código de defensa del consumidor. Novedades parlamentarias”, La Ley, diario del 06/10/2020, pág. 1; HERNÁNDEZ, Carlos A. - JAPAZE, María Belén - OSSOLA, Federico A. - SOZZO, Gonzalo - STIGLITZ, Gabriel A., “Hacia el código de defensa del consumidor”, La Ley, diario del 15/03/2021, pág. 1 y ss, entre otros.

⁶ El artículo 3º de la Resolución N.º 80/2024 designó como miembros a Gabriel Alejandro STIGLITZ, Fernando BLANCO MUIÑO, María Eugenia D'ARCHIVIO, Carlos Alfredo HERNÁNDEZ, María Belén JAPAZE, Leonardo LEPÍSCOPO, Federico Alejandro OSSOLA, Sebastián PICASSO, Cósimo Gonzalo SOZZO, Carlos Eduardo TAMBUSSI, Roberto VÁZQUEZ FERREYRA y Javier Hernán WAJNTRAUB. También dispuso que

El 12 de abril pasado se concretó la primera reunión de trabajo, de la que participaron ambos grupos, quienes posteriormente siguieron su labor mediante una planificación diseñada al efecto, a través de múltiples reuniones y encuentros, que concluyeron el 23 de agosto con la presentación del texto final que aquí se fundamenta, consensuado por la Comisión Reformadora. Expresa un producto colectivo, que no compromete ni condiciona la opinión personal de sus integrantes en cada uno de los temas abordados.

3. El Código de Defensa del Consumidor que se propone ha sido pensado como un instrumento de gran coherencia con los postulados de libre mercado, que debe compatibilizarse con el resguardo de las personas vulnerables. La actualización normativa debe garantizar la transparencia de los mercados, la competencia y el despliegue de las innovaciones tecnológicas, cuyas disrupciones profundas obligan a diseñar soluciones flexibles. Entre sus ejes estratégicos, apunta a un régimen eficaz, centrado en facilitar los trámites administrativos y judiciales, favoreciendo a la dimensión colectiva, como un modo de prevenir y reducir los costos. En definitiva, que demuestre que una política de mercado es perfectamente compatible con la protección de la persona y de los consumidores.

4. Asimismo, atiende a los modelos internacionales de gran valía, como las “Directrices para la Protección del Consumidor de Naciones Unidas”, las normas desarrolladas en los sistemas de integración —como el de la UNIÓN EUROPEA—, y las diferentes recomendaciones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), entre otras, lo que resulta coherente con la proyección internacional que tuvo el “Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor”, que fue presentado en Ginebra —Suiza— el 9 de Julio de 2019, mediante un *side event* en el marco de la reunión anual del Grupo Intergubernamental de Expertos en Derecho del Consumidor de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Recibió además, dictamen favorable de las Naciones Unidas y de la Organización de Estados Americanos, siendo fuente de inspiración de reformas habidas en el ámbito del MERCOSUR, como la Resolución N.º 36/2019 del Grupo Mercado Común, sobre “Principios fundamentales”.

II. Las razones metodológicas y la actualización del sistema de protección del consumidor a través de un código

1. La más autorizada doctrina a nivel universal reconoce que “[e]videntes e importantes son las ventajas de la codificación. Un código, que reúna en un mismo instrumento el conjunto de normas dedicadas a la protección de los consumidores,

Carlos Alfredo HERNÁNDEZ actuara como coordinador de la citada Comisión, y Federico Alejandro OSSOLA, como relator.

⁷ El “Consejo Consultivo” de la “Comisión Reformadora de la Ley de Defensa del Consumidor fue coordinada por Ramón Daniel PIZARRO, quien además lo integra, junto con Esteban Javier ARIAS CAU, Lorena BIANCHI, Mauricio BORETTO, Ricardo Sebastián DANUZZO, Sandra FRUSTAGLI, María Constanza GARZINO, Walter KRIEGER, Paula Andrea CASTRO, Fernando MUMARE, Roberto PAGÉS, Leticia PELLE, José SAHIÁN, Fulvio SANTARELLI, Pamela TOLOSA, CELIA WEINGARTEN, Diego ZENTNER. José SAHIÁN actuó como relator.

contribuye, por su carácter sistemático, a facilitar el conocimiento y la comprensión de tales normas. Desde este punto de vista, la codificación permite una mayor efectividad del derecho de consumo. En efecto, una norma de derecho no puede aplicarse cuando es ignorada. Gracias al código, los consumidores no pueden en adelante ignorar la existencia de un conjunto de leyes, de fácil acceso, que les otorga numerosos derechos. Además, mejor que una ley, aun de carácter general, un código de consumo expresa una verdadera consagración del derecho de consumo: un código, un derecho”⁸.

En la Unión Europea siguieron este camino, Francia, Rumanía, Italia y Luxemburgo. En Latinoamérica, lo han hecho Brasil y Perú.

En nuestro país tal criterio se justifica, puesto que es coherente con la regulación de la categoría de la relación de consumo en el Código Civil y Comercial (Libro Tercero, Título III), logrando por esa vía una mayor coherencia y sistematicidad.

2. La Codificación que se propone contiene una importante mejora respecto de los proyectos nacionales precedentes, puesto que principia con un “Título Preliminar”, que continúa en tres Libros relativos a “Relaciones de consumo en general”; “Relaciones de consumo en particular”; e “Implementación de los derechos del consumidor”. Por esta vía se ha perseguido reconocer una teoría general de la relaciones de consumo, para tratar luego a las diferentes fuentes de las relaciones de consumo, y concluir con la agenda relativa a la eficacia del régimen, que se explicita en políticas públicas, el rol de las asociaciones de los consumidores, la jerarquización de la autoridad de aplicación, y la tutela administrativa y procesal, entre otros aspectos relevantes.

En concreto, el Título Preliminar, refiere al sistema y a los principios que constituyen el eje para su articulación, los cuales se desgranán en generales y particulares de la disciplina, y en aquellos que actúan en el marco de los entornos digitales.

Los Libros se fraccionan en Títulos y Secciones.

Así, el Libro Primero sobre “Relaciones de consumo en general” se organiza del siguiente modo: Título I - Disposiciones generales; Título II - Derechos; Título III - Deberes; Título IV - Armonización de las fuentes.

El Libro Segundo relativo a “Relaciones de consumo en particular”, se fracciona en: Título I - Prácticas comerciales, Capítulo 1 - Prácticas abusivas, Capítulo 2 - Período ante contractual, Capítulo 3 - Oferta, Capítulo 4 - Publicidad; Título II - Contratos de consumo, Capítulo 1 - Disposiciones generales, Capítulo 2 - Control de cláusulas contractuales, Capítulo 3 - Incumplimiento del contrato, Capítulo 4 - Garantía por vicios de calidad por inadecuación, Sección 1ª - Aspectos generales, Sección 2ª - Garantías relativas a las cosas muebles durables, servicios defectuosos y provisión de repuestos, Sección 3ª - Garantía de servicio técnico, Sección 4ª -, Garantía por vicios ocultos y ruina en el ámbito inmobiliario, Capítulo 5 - Servicios al consumidor, Sección 1ª - Aspectos generales, Sección 2ª - Servicios de reparación, Capítulo 6 - Contratos conexos, Capítulo 7 - Modalidades de contratación especial, Capítulo 8 - Crédito para el consumo, Sección 1ª. Reglas generales, Sección 2ª.

⁸ PAISANT, Gilles, “¿Código europeo de consumo o códigos nacionales?”, Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo”, Vol. III, n. 11, Setembro 2013, pág. 107.

Conexidad contractual en el crédito para el consumo, Sección 3ª. Pagaré de consumo, Capítulo 9 - La tutela frente al sobreendeudamiento; Título III - Usuarios de servicios públicos; Título IV - Daños al consumidor. Prevención del daño, responsabilidad y sanción punitiva, Capítulo 1 - Prevención del daño, Capítulo 2 - Daños causados por productos o servicios defectuosos, Capítulo 3 - Daños causados dentro del ámbito físico de incumbencia del proveedor, Capítulo 4 - Sanción punitiva.

Y finalmente, el Libro Tercero sobre “Implementación de los derechos del consumidor”, se estructura en seis partes: Título I - Política de protección del consumidor; Título II - Asociaciones de Consumidores; Título III - Diseño institucional, Capítulo 1 - Autoridad de Aplicación, Capítulo 2 - Consejo Federal del Consumo; Título IV - Protección administrativa del Consumidor; Título V - Protección judicial del Consumidor, Capítulo 1 - Principios de los procesos de consumo, Capítulo 2 - Procesos individuales, Capítulo 3 - Procesos colectivos de consumo; Título VI - Saneamiento del sobreendeudamiento del consumidor, Capítulo 1 - Vías procesales y Principios, Capítulo 2 - Procedimiento Administrativo, Capítulo 2 - Procedimiento Judicial; Título VII - Prescripción liberatoria.

Las normas jurídicas son captaciones de la realidad social que expresan valores, razón por la cual la construcción de una norma legislativa debe atender a esa complejidad, y es imprescindible que sea el reflejo de un estado de cosas que se pretende consolidar o mejorar, a partir de decisiones axiológicas esclarecidas.

Por ello, la estructura y los textos que se fundamentan responden a los desafíos de la realidad actual, imposible de encauzar a través de un régimen rígido, lo que explica que se valga de un sistema simplificado y dúctil, estructurado sobre principios generales, que resulta pertinente para conjugar la velocidad de los cambios de estas primeras décadas del siglo XXI.

En esa dirección delimita con precisión el modo en el cual debe concretarse la armonización de las fuentes, evitando incertezas. Brinda respuestas que hacen a la seguridad jurídica, en temas de alto impacto como la información de los consumidores, mejorando el acceso a la misma y su calidad; reglas mínimas sobre las relaciones digitales; el crédito al consumo y el sobreendeudamiento de los consumidores; el régimen de garantías y de responsabilidad, incentivando a la prevención y a la cobertura de riesgos; entre otros. Se atiende de modo diferenciado a las vulnerabilidades agravadas, como también al rol que en el mercado tienen las pequeñas y medianas empresas. En muchos de estos tópicos se perfecciona el régimen vigente, para lo cual se sigue a la doctrina más destacada o a la jurisprudencia consolidada, y se integran áreas de vacancia de la actual Ley de Defensa del Consumidor.

El Anteproyecto refuerza a la autoridad de aplicación nacional de Defensa del Consumidor, no solo para sancionar, sino principalmente para desplegar políticas públicas encaminadas a favorecer cambios culturales de los principales actores del mercado. La misma se articula con las autoridades locales, haciendo realidad el régimen federal que supone compartir responsabilidades. De modo especial, institucionaliza la participación de la Provincias a través del Consejo Federal del Consumo, y de las ONG mediante el Consejo Consultivo de los Consumidores. Afirma a la educación como política pública transformadora, y se hace cargo del reclamo de la Corte Suprema de Justicia de la Nación en orden a regular de modo exhaustivo a los procesos colectivos. Y se aprovecha la

oportunidad para introducir reglas mínimas —en clave constitucional— para todos los procesos judiciales de consumo, en miras de favorecer el acceso a la justicia y lograr la tutela judicial efectiva.

III. El contexto de la codificación: el estado actual del Derecho del Consumidor

El Derecho del Consumidor asiste a profundas transformaciones que se verifican en el plano universal, regional y nacional, que la globalización del mercado —por imperio de la tecnología— torna comunes o con elevados puntos de contacto.

No se duda que se trata de una disciplina autónoma, lo cual se manifiesta en el plano científico —en gran medida desarrollada a partir de las elaboraciones de nuestra doctrina—, didáctico, y normativo.

En este último ámbito, al hito que significó la sanción de la Ley de Defensa del Consumidor —cuyos treinta años de vigencia se cumplieron el año pasado—, hay que adicionar los aportes del Código Civil y Comercial, puesto que junto a la contribución directa de regular importantes innovaciones a las relaciones de consumo en ocasión del tratamiento de los contratos de consumo (art. 1092 y ss), ha recibido o modernizado instituciones que presentan una marcada incidencia para la protección de los consumidores, tales como, las disposiciones que conciernen a la distinción entre derechos individuales y de incidencia colectiva, la recepción de principios propios de la disciplina, la conexidad contractual, y la acción preventiva⁹.

Por tanto, existen condiciones inmejorables para una sistematización del régimen de consumo, en miras de lograr una plena articulación con las normas fundamentales, los sistemas generales —v. gr. Derecho Privado—, y los particulares —como el ambiental—, más aún cuando se constata la necesidad de modernización de algunas áreas o el reconocimiento de otras hoy vacantes, al influjo de la profundidad de los cambios sociales, económicos, culturales y tecnológicos.

La fortaleza actual proviene además, de una mayor conciencia y compromiso individual y colectivo de nuestra sociedad en la defensa de sus derechos como consumidores, lo que se exterioriza en reclamos de eficacia de las normas legales, que a su vez exigen implementaciones más cuidadas.

La eficacia de las normas del sistema de protección del consumidor viene siendo un tema de especial interés por parte de nuestra doctrina desde hace más de una década¹⁰.

⁹ LORENZETTI, Ricardo Luis, *Fundamentos de Derecho Privado. Código Civil y Comercial de la Nación Argentina*, La Ley, Buenos Aires, 2016.

¹⁰ ALTERINI, Atilio Aníbal, “Las reformas a la ley de defensa del consumidor. Primera lectura, 20 años después”, *La Ley* 2008-B-1239; STIGLITZ, Gabriel, *La defensa del consumidor en Argentina (30 años de Derecho sin políticas)*, Rubinzal-Culzoni Editores, Santa Fe, T. I, 2012. Puede consultarse también con provecho al tomo “Eficacia de los derechos de los consumidores” de la Revista de Derecho Privado y Comunitario N.º 2012-1, en donde sobresalen, entre otros, los trabajos de los maestros Jorge MOSSET ITURRASPE, Aída KEMELMAJER DE CARLUCCI y Noemí L. NICOLAU.

Para su consideración resulta imperioso auscultar, no solo la racionalidad del régimen normativo, sino también la ejecución política del mismo, y la convicción social de su vigencia —lo que posibilita medir el efectivo grado de cumplimiento—.

En estos tópicos, se verifican avances objetivos.

La sociedad civil multiplica sus legítimas pretensiones de tutela, a través de reclamos administrativos y judiciales crecientes. Existen estadísticas que permiten objetivar esta conclusión. Así, por ejemplo, en informes publicados por la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, es posible reconocer un incremento sostenido de las peticiones de los consumidores. Aunque en el plano judicial estas mediciones son más complejas de obtener por la ausencia histórica de fueros especiales —que tiende a revertirse—, no se puede dudar del importante número de acciones colectivas, en buena medida iniciadas a instancia de las asociaciones de consumidores, que llevó a la Corte Suprema de Justicia de la Nación a crear un Registro Público de Procesos Colectivos, mediante la Acordada N.º 32/2014,

Editores, Santa Fe, T. I, 2012. Puede consultarse también con provecho al tomo “Eficacia de los derechos de los consumidores” de la Revista de Derecho Privado y Comunitario N.º 2012-1, en donde sobresalen, entre otros, los trabajos de los maestros Jorge MOSSET ITURRASPE, Aída KEMELMAJER DE CARLUCCI y Noemí L. NICOLAU. en miras de evitar el escándalo jurídico de la existencia de sentencias contradictorias de distintos estrados¹¹.

También, en la última década la autoridad nacional de aplicación de la Ley de Defensa del Consumidor ha visibilizado estrategias tendientes a cumplir con la manda constitucional, y con las recomendaciones que resultan de las “Directrices para la Protección del Consumidor” de las Naciones Unidas.

Incluso las jurisdicciones locales comenzaron un nuevo ciclo en lo que concierne a la implementación de los derechos de los consumidores. Hoy constituye una premisa entendida, que la eficacia importa un mandato explícito de implementación, y se aprecia en la multiplicidad de valiosas experiencias, como las sucesivas reformas —en algunos casos cercanas— al “Código de Implementación de los Derechos de los Consumidores y Usuarios” de la Provincia de Buenos Aires, el dictado del “Código Procesal de la Justicia en las Relaciones de Consumo” de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, o el reciente “Proyecto de Código Provincial de Implementación de los Derechos de las consumidoras y los consumidores” de la Provincia de Santa Fe.

En este contexto, la codificación que aquí se fundamenta, resulta una consecuencia lógica y sencilla de entender.

¹¹ En el Considerando 1º) de la referida acordada expresamente se afirma: “Que en la sentencia dictada el pasado 23 de septiembre en la causa M. 1145. XLIX. ‘Municipalidad de Berazategui c/ Cablevisión S.A. s/ amparo’, esta Corte puso de manifiesto que ha verificado un incremento de causas colectivas con idénticos o similares objetos que provienen de diferentes tribunales del país”.

IV. Sobre algunos ejes que avanza o innova sobre las iniciativas precedentes

IV.1. Introducción

De manera introductoria se precisa que al ser la Comisión Reformadora la misma que elaboró el “Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor”, que sirvió de base a los proyectos de código presentados con posterioridad y sobre cuyos principios, reglas e instituciones existen altísimos consensos, se ha decidido remitir a las explicaciones oportunamente publicadas, referidas de modo expreso en el punto I de estos Fundamentos.

Sin perjuicio de lo dicho, es relevante destacar que este anteproyecto contiene pluralidad de intervenciones relevantes en temas muy variados, a saber: precisión de la categoría de consumidor (art. 5°); avances en la articulación con la agenda ambiental (v. gr. art. 2°, inc. g y art. 33, inc. l); apertura a las formas en soportes electrónicos o digitales (arts. 47 y 57) y de modo consecuente, a las notificaciones (art. 188); regulación de las garantías extendidas (art. 58); alcance del beneficio de justicia gratuita (art. 202), etc.

Además, y más allá de lo indicado y de las explicaciones dadas en orden a las decisiones metodológicas adoptadas, se considera pertinente ahondar en las fuentes, antecedentes y razones que acompañan a las principales innovaciones en esta instancia.

IV.2. Relaciones jurídicas digitales

A) Consideraciones generales

A los fines de una adecuada precisión terminológica, en materia de las relaciones digitales y las nuevas tecnologías, se efectuaron consultas a la IALab de la Universidad de Buenos Aires.

Se estimó conveniente agregar un principio general de protección de los datos personales del consumidor. La referencia para su redacción fue, entre otras, la definición incluida en los Principios Actualizados del Comité Jurídico Interamericano sobre la Privacidad y la Protección de Datos Personales citada por la CIDH.

También se añadieron los principios de trazabilidad, explicabilidad, transparencia e intermediación humana de los sistemas de Inteligencia Artificial (IA) que utilice el proveedor en el marco de la relación de consumo. En cuanto a estos principios se tuvo en consideración al Reglamento de Inteligencia Artificial del Parlamento Europeo especialmente en los Considerandos 27, y artículos 1 punto 2 inciso d, 13 punto 1, 13 punto 2, 50 punto 1, 50 punto 2, 50 punto 3, 50 punto 4, 86 punto 1.

También se recurrió a la Recomendación sobre la IA de la OCDE¹².

¹² Se tuvieron en cuenta las siguientes consideraciones. En primer lugar, que “[l]os actores de la IA deberían comprometerse con la transparencia y una divulgación responsable en relación con los sistemas de IA. Para ello, deben proporcionar información significativa que sea adecuada para la situación específica y se ajuste al estado actual de la tecnología: i. para fomentar una comprensión general de los sistemas de IA, incluidas sus capacidades y limitaciones, ii. para poner en conocimiento de las partes interesadas sus interacciones con los sistemas de IA, también en el lugar de trabajo, iii.

Sirvió de referencia el art. 10 del Proyecto de ley de Chile sobre Robótica, Inteligencia Artificial y Tecnologías Conexas.

Se ponderó el Proyecto de ley AB331 sobre Herramientas de Decisión Automatizada de California, especialmente su ítem 22756.2. (a).

Se tuvo en cuenta de la UNESCO, la “Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial”, sobre todo en relación al “Principio de transparencia y la explicabilidad”. También se estimaron las declaraciones sobre “Gobernanza y Administración Éticas”.

Las regulaciones propuestas contemplan el Proyecto de Brasil ley 21/20 (año 2020), los principios de la IA del grupo de investigación de la Conferencia de Asilomar sobre IA beneficiosa, la Iniciativa Global para la Ética de los Sistemas Autónomos e Inteligentes del IEEE sobre transparencia y responsabilidad, los Principios Éticos para la IA de Google sobre ser responsables ante las personas, IA responsable de Microsoft sobre transparencia, Directrices Éticas del Grupo de Expertos de la Comisión Europea.

Sobre transparencia también se tuvieron especialmente en cuenta los siguientes documentos: Estrategia de Inteligencia Artificial para el Gobierno Digital de Uruguay, el Marco Ético para la Inteligencia Artificial de Colombia, Memorándum para los responsables de departamentos y agencias ejecutivas de la Presidencia de los EE.UU, Principios sociales de la IA centrada en el ser humano de Japón, Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial aprobada por España (Eje estratégico 6), art. 12 de las Normas Éticas para una Nueva Generación de Inteligencia Artificial del Ministerio de Ciencia y Tecnología de la República Popular China.

En relación al principio de intermediación humana, las principales referencias apreciadas fueron: el Reglamento de Inteligencia Artificial del Parlamento Europeo (Considerando 61 y artículo 5° punto 3), Recomendación sobre la IA de OCDE, el ítem 22756.2. (b) del Proyecto de ley AB331 sobre Herramientas de Decisión Automatizada de California, y la “Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial” de la UNESCO sobre principio de Supervisión y decisión humanas.

B) Trato digno en tecnologías disruptivas

cuando resulte viable y útil, para suministrar información transparente y comprensible sobre las fuentes de datos/entradas, los factores, los procesos y/o el razonamiento que subyace a las predicciones, contenidos, recomendaciones y decisiones, para permitir a los afectados por un sistema de IA comprender los resultados, y iv. para suministrar información que permita a los afectados negativamente por un sistema de IA cuestionar sus resultados”. También se valoró lo referido en dicho documento, en orden a que “Los actores de la IA deben ser responsables del correcto funcionamiento de los sistemas de IA y del respeto de los principios anteriores, de acuerdo con sus funciones, el contexto y el estado de la tecnología. Para ello, los actores de la IA deben garantizar la trazabilidad, entre otros elementos, de los conjuntos de datos, los procesos y las decisiones tomadas durante el ciclo de vida del sistema de IA con el fin de permitir el análisis de los resultados del sistema de IA y garantizar que las respuestas sean adecuadas al contexto específico y coherentes con el estado de la tecnología”.

Anteproyecto de Código de Defensa del Consumidor

En relación al derecho a trato digno frente a las tecnologías disruptivas, en el artículo 27 que se incluyó el derecho a la intermediación humana cuando se utilicen sistemas de IA. Asimismo, que en los casos en que intervengan sistemas de IA, el proveedor deberá ofrecer los procedimientos de información y consulta tanto a través de medios digitales como no digitales.

C) Tratamientos automatizados de datos personales

Sobre los tratamientos automatizados de datos personales, han sido diversas las fuentes consultadas en este tema.

Entre otras se reseñan a las siguientes:

- Proyecto de Ley de Protección de Datos Personales —febrero de 2023—: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2018/10/proyecto_leydpd2023.pdf;

- Ley N.º 27.483 de aprobación del Convenio 108 del Consejo de Europa para la protección de las personas con respecto al tratamiento automatizado de datos de carácter personal: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/318245/texto>;

- Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, disponible en: <https://www.boe.es/doue/2016/119/L00001-00088.pdf>;

- Estándares de Protección de Datos Personales de la Red Iberoamericana de Protección de Datos Personales, disponible en: https://www.redipd.org/sites/default/files/inline-files/Estandares_Esp_Con_logo_RIPD.pdf;

- Principios Actualizados sobre la Privacidad y la Protección de Datos Personales, año 2021, disponible en: https://www.oas.org/es/sla/cji/docs/Publicacion_Proteccion_Datos_Personales_Principios_Actualizados_2021.pdf;

- Recomendación sobre la Ética de la Inteligencia Artificial, UNESCO, año 2021, disponible en: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137_spa.

Se ha entendido relevante incorporar referencias a la protección del consumidor frente a los tratamientos automatizados de datos personales que se realicen durante la relación de consumo (art. 3º, inc. d; art. 15, inc. a; art. 33, inc. j). Tal como se explica en los Principios Actualizados sobre la Privacidad y la Protección de Datos Personales de la OEA, se requiere la cooperación de autoridades e instituciones para lidiar con esta problemática, entre las que se incluyen, expresamente, las relacionadas al ámbito del consumidor.

Por tal motivo, conviene introducir el derecho a no ser objeto de decisiones basadas única o parcialmente en el tratamiento automatizado de datos personales, incluyendo la elaboración de perfiles e inferencias, que le produzca efectos jurídicos perniciosos, lo afecte significativamente o tengan efectos discriminatorios. Este derecho también comprende el de solicitar la revisión por una persona humana de las decisiones tomadas sobre la base del tratamiento automatizado o semiautomatizado que afecten a sus

intereses vinculados al consumo y/o impliquen decisiones encaminadas a definir sus aspectos de consumo, para que el consumidor tiene derecho a expresar su punto de vista e impugnar la decisión.

De hecho, el Proyecto de Ley de Protección de Datos Personales incluye la referencia a “que le produzca efectos jurídicos perniciosos, lo afecte significativamente o tengan efectos discriminatorios”.

D) Publicidad en entornos digitales

Sobre la publicidad en entornos digitales que realizan las plataformas en línea a través de sus interfaces debe adecuarse a pautas mínimas de transparencia que posibiliten a los consumidores y usuarios identificar los contenidos presentados como publicidad, como así también tomar conocimiento de las pautas utilizadas por la plataforma para segmentar y direccionar la publicidad, y el consiguiente derecho de modificar tales parámetros (art. 41).

Se ha tomado como fuente de la regulación propuesta en este punto: el Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre Servicios Digitales. Además, a fin de preservar derechos fundamentales de niñas, niños y adolescentes, se prohíbe el direccionamiento de publicidad a este colectivo basado en perfiles digitales, de conformidad con los señalamientos del apartado J de la Observación general núm. 25 (2021) Relativa a los Derechos de los Niños en relación con el Entorno Digital, del Comité de Derechos del Niño de Naciones Unidas (ONU).

E) Influenciadores

En esta materia se avanza en la protección del consumidor frente a las prácticas publicitarias de los denominados influenciadores (o *influencers*) en redes sociales digitales (art. 42). Por tratarse de un fenómeno en pleno desarrollo y presumiblemente objeto de una regulación más amplia en un futuro cercano, la norma aquí proyectada se limita a establecer los deberes básicos de identificación publicitaria del mensaje y del proveedor que se vale de dicha publicidad.

F) Plataformas Digitales

En materia de plataformas Digitales, se regulan las plataformas de intermediación (art. 77), proporcionando reglas mínimas relativas a la responsabilidad de los titulares de plataformas de intermediación en línea frente a consumidores y usuarios, y en el entendimiento que escapa a los fines de este código regular de manera integral el multifacético campo de la economía de plataformas. Así, se explicitan los deberes específicos que pesan sobre los titulares de estas plataformas en orden a garantizar un entorno en línea seguro y confiable, y la trazabilidad de los proveedores que ofrezcan bienes o servicios a través de su sitio.

La responsabilidad de estas plataformas en caso de incumplimientos del proveedor de los servicios subyacentes podrá resultar de diferentes circunstancias, a saber: el desempeño de un rol activo en la operatoria, la especial generación de confianza en el

consumidor, o, en caso de que hayan tenido conocimiento efectivo de la ilicitud de los contenidos y no hubiesen actuado diligentemente.

Los criterios adoptados toman como fuente las previsiones de la normativa regional, Resolución 37/2019 del Mercosur sobre “Defensa de los consumidores. Protección al consumidor en el comercio electrónico”¹³, como así también el Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre servicios digitales y la Declaración Europea sobre los Derechos y Principios Digitales para la Década Digital, del 26 de enero de 2022, entre otros.

G) Contratos inteligentes

Acerca de los *smart contracts*, sin perjuicio de los requerimientos digitales de los tiempos modernos y la necesidad de compatibilizar el uso de las nuevas tecnologías que implican la ejecución automática de las prestaciones a cargo del consumidor —como ocurre por ejemplo en este tema—, se destaca la importancia que presentan los principios generales para administrar las tensiones que producen (art. 3º, inc. b), y se prevé la ineficacia del negocio jurídico contractual cuando el uso o aplicación de esas mismas tecnologías impida el ejercicio de sus derechos; especialmente el derecho de arrepentimiento (art. 78, párrafo final).

IV.3. Prácticas abusivas: armonización

Con el objetivo de acentuar la armonización de normas del mercado ya insinuadas en el artículo 3º de la ley 24.240, se visibiliza que la protección de la competencia y de los consumidores forman parte de un mismo fenómeno que es indispensable reciban un tratamiento conjunto.

Con ese objetivo se agregaron algunas prácticas ilícitas en el artículo 33, entre las que se destacan a las siguientes: “Realizar alguna de las prácticas restrictivas de la competencia de los arts. 2º y 3º de la ley 27.442 o la que en el futuro la reemplace, o abuso de posición dominante, en la medida que implique transgresión actual o potencialmente de intereses de consumidores, previstos en este código”; “Efectuar alguno de los actos de competencia desleal, violar el régimen de publicidad y promociones, identificación de productos y denominación de origen de los arts. 11 a 23 del decreto 274/2019 o el que en el futuro lo reemplace, en la medida que implique transgresión actual o potencialmente de intereses de consumidores, previstos en este código”; “Verificar alguno de los actos punibles de artículo 31 de la Ley Marcas 22.362 o la que en el futuro la reemplace, en la medida que implique transgresión actual o potencialmente de intereses de consumidores, previstos en este código”.

IV.4. Cumplimiento normativo (Compliance)

La promoción de una cultura de cumplimiento normativo constituye una herramienta apta para elevar la efectividad del régimen de protección del consumidor. De

¹³ Esta Resolución fue aprobada el 15 de Julio de 2019 por el Grupo Mercado Común del MERCOSUR, recibida internamente el 8 de septiembre de 2020 a través de la Resolución 270/2020 de la Secretaría de Comercio Interior.

ahí que se ha considerado conveniente incluir provisiones relativas a la adopción de programas o planes de “*compliance*”.

En el derecho latinoamericano, las legislaciones, chilena, peruana y colombiana han avanzado en esa dirección.

Así, por ejemplo, en Chile, los artículos 24 (inciso cuarto letra c) y 54 de la ley 19.496 (texto modificado por ley 21.320, de 20 de abril de 2021) regulan el tema.

En Perú, el decreto supremo N.º 185-2019 de la Presidencia del Consejo de Ministros, aprueba el Reglamento que promueve y regula la implementación voluntaria de programas de cumplimiento normativo en materia de protección al consumidor y publicidad comercial.

Se considera que su introducción en el régimen nacional puede operar en dos planos.

A nivel del procedimiento administrativo, para lo cual se prevé que la autoridad de aplicación (art. 192 segundo párrafo) tome en cuenta si el proveedor ha implementado voluntariamente —antes de la infracción— planes o programas de *compliance* como elemento para decidir la aplicación o graduación de sanciones.

Por otro lado, con perfiles preventivos, se considera conveniente facultar al juez (art. 204) para que en la sentencia imponga al proveedor la adopción de un plan de cumplimiento normativo, tendiente a obligarlo a adoptar medidas preventivas o correctivas de aquellos comportamientos violatorios de derechos de los consumidores); la norma fija también los requisitos mínimos que aquel deberá contener para garantizar su eficacia.

IV.5. PyME

Se ha considerado que las pequeñas y medianas empresas (PyME) debían tener, en razón de la necesidad de proteger su función en la economía, un tratamiento diferenciado respecto de las grandes empresas frente a sus relaciones con los consumidores. Va de suyo que dicho tratamiento diferenciado en modo alguno puede importar una disminución del principio protectorio que debe regir en la materia; sino que se procura un ajuste de la protección a la realidad económica y técnica de las mismas.

En este sentido, cabe destacar que los tratamientos diferenciados a desiguales proveedores existen en el derecho comparado, tanto en el derecho brasileiro con el tratamiento diferenciado al “pequeño comerciante” como en el derecho europeo con el reconocimiento de la disminución de la responsabilidad frente a los daños causados por actividades que los legisladores consideren económicamente relevantes.

A su vez, cabe recordar que en el texto original del Anteproyecto de Código de Defensa del Consumidor ya contemplaba una atenuación a favor de las PyMES a la hora de ponderar su citación como tercero a los procesos judiciales.

Se ha debatido qué concepto de PyME adoptar. Podrían tomarse las consideraciones de las leyes tributarias o el concepto de PyME con los mismos requisitos que la Ley de

Concursos y Quiebras exige para la extensión de la quiebra a terceros. Cada alternativa presenta beneficios y desventajas, por lo que se ha considerado apropiado estar a la ley 24.467 o la que en el futuro la reemplace (art. 7º, *in fine*), a los efectos de mantener consistencia con todo el sistema, sin descartarse definitivamente otras posibilidades que el legislador decida adoptar.

A su vez, se ha señalado como beneficio a las PyMEs los siguientes: a) cuando su responsabilidad fuere solidaria con un proveedor grande, la sentencia se ejecutará primero contra el proveedor grande y luego contra la PyME (art. 205); ello sin perjuicio de las acciones de repetición posteriores; b) el tamaño de la empresa debe ser una pauta de consideración del magistrado a la hora de imponer una sanción punitiva (art. 132 inc. c), y de las sanciones impuestas por la autoridad de aplicación (art. 192); c) la citación como tercero a un proceso de una PyME debe ser con carácter restrictivo (art. 200).

Estas propuestas permiten que las PyME no deban incluir en sus balances contingencias que distorsionen los mismos y limiten su acceso al crédito; sin importar en modo alguno una reducción de la protección de los consumidores y usuarios planteada en este anteproyecto.

IV.6. Daño punitivo

Uno de los elementos más potentes para robustecer el sistema de protección del consumidor, viene dado por los “daños punitivos”.

No puede caber duda respecto a la necesidad de una regulación más precisa que la actual.

Basta rememorar que los requisitos de los daños punitivos en la escasa redacción actual no han sido uniformemente interpretados por la jurisprudencia y la doctrina. Un examen del tópico nos permita visualizar al menos 4 líneas de hermenéutica diferentes. Para un pensamiento amplio no se requiere la existencia de factores subjetivos como dolo o culpa, bastando la verificación de incumplimientos formales de obligaciones legales o contractuales, lo que encuentra sustento en la interpretación literal del art. 52 *bis* de la Ley de Defensa del Consumidor (LDC). Para una postura restrictiva, que ha logrado consenso mayoritario, los daños punitivos solo proceden en supuestos de particular gravedad. Ahora bien, dentro de este pensamiento restringido se bifurcan distintos lineamientos. En primer lugar, un sector extenso pone el acento en la calificación de dolo o culpa grave que debe revestir la conducta del proveedor, sin la cual no hay sanción. En cambio, en general, también se suele añadir, como alternativas al factor de atribución subjetivo agravado, determinadas condiciones: la obtención de “enriquecimientos indebidos” derivados del ilícito o daños lucrativos, evidencia de un “menosprecio grave por derechos individuales o de incidencia colectiva”, fórmulas más laxas como “indiferencia hacia el prójimo”, o el “abuso de una posición de privilegio o de posición dominante”. Ahora bien, dentro de los que admiten tales locuciones, una fracción solo valora a las recién citadas circunstancias como manifestaciones del factor subjetivo agravado. Por el contrario, otros lo hacen como una verdadera disyuntiva. Esto es, la idea de “gravedad” puede ser atinente a la magnitud tanto de la falta como del daño. Finalmente una postura ultra restrictiva demanda la comprobación de ambos extremos: el subjetivo (dolo o culpa grave) y la circunstancia objetiva (v. gr. enriquecimiento indebido).

Lo dicho demuestra sobradamente que se requiere una urgente precisión en la ordenación del instituto.

El artículo 132 de la propuesta que se fundamenta, regula diversos aspectos que constituyen avances respecto del actual estado de cosas. Así, define la discusión recién descripta “grave menosprecio, dolo o culpa grave hacia los derechos del consumidor”, habilita el daño punitivo en las acciones colectivas¹⁴, fija los criterios para determinar el monto, establece un mínimo y un máximo, regula el destino diferenciado cuando sea solicitada por los consumidores, en acciones individuales o colectivas o los restantes legitimados activos, donde se destinará a un fondo especial que será administrado por la Autoridad de Aplicación Nacional si la acción se sustancia en el Fuero Federal, o la Autoridad de Aplicación Provincial correspondiente si la acción se sustancia ante los Tribunales Provinciales.

Sobre este último tópico, ciertamente, se viene debatiendo el destino de los daños punitivos individuales. Primero con el Cód. Civil y Comercial y luego distintos Proyectos de Código de Defensa del Consumidor, abrieron la posibilidad de que el destino de los fondos establecidos en concepto de daños punitivos no sea necesariamente el propio consumidor.

Esta posibilidad cobra mayor razonabilidad, cuando se la piensa en clave de acciones que pueden ser incoadas por los legitimados extraordinarios. Y así se recogió en el Anteproyecto. En síntesis, las fórmulas proyectadas son superadoras del texto actual.

Además regla otros aspectos como la responsabilidad es solidaria y que la obligación de pagar la sanción punitiva no es asegurable.

IV.7. Implementación de los derechos de los consumidores

En el sector administrativo de implementación hay que enfatizar algunos pilares para asegurar procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos. Entre algunos ejes a tomar en cuenta, es dable mencionar los siguientes:

A) Se ha ratificado y robustecido la decisión de crear un organismo autárquico y descentralizado (ANCON), dotado de la suficiente autonomía y con los recursos necesarios para desarrollar sus misiones y funciones a cabalidad, pero con el necesario relacionamiento con el Poder Ejecutivo Nacional, en atención a la impronta política e institucional que debe revestir el organismo.

B) Empoderamiento de la autoridad local por fundamentos cuantitativos

¹⁴ El diseño del originario Anteproyecto de Código Civil y Comercial hacía prevalecer los daños punitivos en el marco de las acciones colectivas, que se regulaban autónomamente. El suprimido —del originario proyecto— art. 1713 disponía que el juez tenía atribuciones para aplicar, a petición de parte, con fines disuasivos, una sanción pecuniaria a quien actúa con grave menosprecio hacia los derechos de incidencia colectiva. Y en los fundamentos se explicaba esto diciendo: “En los derechos de incidencia colectiva, surge con claridad que la prevención es prioritaria y precede a la reparación, sobre todo cuando se trata de bienes que no se pueden recomponer fácilmente. En estos casos se observa además la ‘tragedia de los bienes comunes’, ya que, los incentivos para cuidarlos son mínimos, y por eso es un ámbito en el que se reconoce la facultad judicial de aplicar daños punitivos”.

Se la juzga como una política imprescindible reforzar el rol de las autoridades locales. Entre muchos registros objetivos que lo imponen, se constató el caso testigo el Departamento Judicial de Mar del Plata (con 1.000.000 habitantes), del que resulta que recibe alrededor de 2.000 demandas anuales correspondientes al fuero civil y comercial por temas vinculados al Derecho del Consumidor; mientras que en las oficinas administrativas de defensa del consumidor correspondientes al mismo ámbito territorial se receptan, en promedio, cerca de 5.000 denuncias anuales.

C) Profesionalización

Se observa que donde no hay desdoblamiento entre la autoridad que imputa (intenta la conciliación y realiza el sumario) y quien resuelve, la resolución queda en manos de un solo funcionario de carácter político que se ve impedido de aplicar daño directo por no alcanzar los estándares mínimos constitucionales (conf. doct. CSJN, “Ángel Estrada y Cia S.A c/resol 71/96 secretaria de Energía y Puertos”) para fijar indemnizaciones (art. 179).

D) Tutela administrativa

Se plantea un sistema acusatorio que permite al Poder ejecutivo avanzar en los temas que considera relevantes, pero en el que la decisión final respecto de la sanción queda en manos de un órgano técnico con formación jurídica adecuada, independencia e imparcialidad, de forma que permita la aplicación del daño directo y evite retrocesos al ser revisado por el poder judicial provincial.

E) Visibilidad del rol de los municipios

En la Argentina hay cerca de 2.000 municipios, en la mayoría de los cuales no hay previstas oficinas de defensa del consumidor. El proyecto visibiliza —en pluralidad de normas— a los municipios y de ese modo expande en forma exponencial la prevención de conflictos, incluso en orden a los reclamos colectivos.

F) Aplicación supletoria del Código Procesal Civil

Se instaure la aplicación supletoria de los códigos procesales civiles y comerciales por fundamentos propios de la materia de fondo y la especificidad de la temática (art. 181). Como antecedente relevante cabe destacar que la Provincia de Córdoba instauró como órgano de revisión judicial respecto de lo actuado por la autoridad administrativa, a la Cámara Civil. En la Provincia de Buenos Aires, por su parte, el art. 77 del Código Contencioso Administrativo dispone la aplicación del Código Procesal Civil y Comercial en cuanto no sean incompatibles con las prescripciones del propio código, ratificado por la Suprema Corte de la Provincia de Buenos Aires en la causa A. 72.324, “Oleaginosa Moreno Hnos.” (sent. de 26-X-2016), y siendo conteste la normativa administrativa a nivel nacional.

IV.8. Implementación judicial

A) Competencia

Es transcendental buscar una función uniformadora en las reglas adjetivas, teniendo como límite las distribuciones competenciales de la Constitución Nacional.

Una de las mayores bondades del Proyecto es lograr que sus reglas y principios procesales sean de aplicación a los procesos de consumo que tramiten en el fuero federal, nacional o locales. Por ello se regula con modelo de “mínimos”. Es decir, como acontece con la regulación en materia de familia en el Código Civil y Comercial o con la Regulación de Concursos y Quiebras este código, comprende ciertas normas de implementación que tendrían aplicación en las jurisdicciones ordinarias de las provincias. Desde luego, no se han legislado aspectos procesales que hacen a la prerrogativa de la reglamentación adjetiva local, sino principios generales y reglas mínimas que permiten un encastre apropiado con la legislación procesal provincial pertinente.

Y, desde luego, se aplicarán las normas procesales —individuales o colectivas— de cada jurisdicción, en todo lo que aquí no se disponga, a través de la armonización de las fuentes. En caso de concurrencia normativa, se aplicará la norma más favorable al consumidor, en aplicación del principio pro-consumidor. De esta forma se logra, tender a una unificación de implementación, sin violentar fronteras constitucionales e integrar las disposiciones nacionales con las locales mediante métodos deferentes con el Microsistema de Defensa de los Consumidores.

Una de las problemáticas más urgentes de resolver viene dada por la problemática de competencia. En la actualidad procesos de consumo demoran años dirimiendo entre la competencia federal u ordinaria, sobre todo en determinados ámbitos: ciertos servicios públicos como telefonía, medicina prepaga y obras sociales, transporte aéreo, servicios financieros, entre otros. La demora que ello conlleva se hace insostenible y deviene altamente atentatoria con el principio de tutela efectiva. Por lo que resulta impostergable dirimir legislativamente todos los conflictos de competencia. Para ello, se decidió la competencia ordinaria para los procesos individuales, en razón de la materia (art 198). Ello solo conlleva evitar desgastes jurisdiccionales en conflicto de competencia que resultan absolutamente refractarios del principio de eficacia que manda el art. 42 de la Constitución Nacional. Solo la aprobación de esta norma tendrá un impacto de reducción “en años” de los procesos de consumo.

Además, se adoptaron diversas medidas que procuran dar cumplimiento con la exigencia de eficacia del artículo 42 inciso 3 de la Carta Magna Nacional.

B) Procesos colectivos

Uno de los ítems más trascendentales del presente Anteproyecto es la regulación de los procesos colectivos. Este tipo de procesos se diferencian de la *litis* singular, por el efecto expansivo que pueden tener sus decisiones, a todas las personas o miembros de un grupo que se vean afectados en los mismos intereses y en virtud de un mismo hecho. Cuando la cuestión es de interés de muchas personas, o cuando las partes son tan numerosas que resulte impracticable llevarlas a todas a juicio, una —o más— pueden demandar en beneficio de todos¹⁵.

La importancia de este tipo de procesos es incuestionable, ya que sirve para brindar respuesta a una gama de intereses que no tenían cabida legal en nuestro sistema; pone un límite a afectaciones hasta ahora impunes afianzando una mejor competencia en el

¹⁵ Cfr. concepto de acciones de clase del “California Code of Civil Procedure”.

mercado; implica nuevos carriles de participación de la sociedad; es determinante también para llevar adelante un fortalecimiento del *enforcement privado* de un modo semejante a como acontece en los países más desarrollados, como Estados Unidos.

Ciertamente, los procesos colectivos cumplen diversas finalidades, tales como mejorar el acceso a la justicia de grupos de personas especialmente de aquellos estructuralmente vulnerables, genera eficiencia y efectividad en la resolución de conflictos de gran escala por parte del sistema de justicia (macroeconomía procesal), consigue la modificación de conductas que afectan derechos de grupos de personas tanto por acción como por omisión, disuade conductas ilícitas y permite la obtención de conductas deseadas, deviene indispensable para la obtención de soluciones igualitarias para conflictos repetitivos o estructurales, permite mayor transparencia de la discusión.

La gran bondad de las reglas que se proyectan, en sintonía con los antecedentes propuestos, es intentar paliar un déficit legislativo que viene siendo denunciado por la propia Corte Suprema en diversos antecedentes: “Halabi”, “Padec”, “Berazategui”, entre muchos otros. Incluso, tal laguna ha impuesto que dicho Máximo Tribunal deba ejercer una función legisferante a través de acordadas, que la presente reglamentación persigue paliar.

La regulación también tiene como antecedente de tutela colectiva contenida en regulaciones sustantivas sectoriales, al conocido Código de Defensa del Consumidor de Brasil¹⁶.

El Anteproyecto diagrama un estatuto muy minimalista de la temática, habida cuenta que se constituye como una ordenación sustantiva sectorial, sin pretensión de imperar los procesos colectivos en general; sino, tan solo, integrarse con la eventual legislación procesal, nacional o provincial, que —sobre procesos colectivos— eventualmente se dicte. De allí, que se presente como un reglamento de “presupuestos mínimos”. La legitimación activa se construyó sobre las categorías de intereses consensuadas por la doctrina y jurisprudencia; pero con la particular técnica de diferenciar los sujetos legitimados según el tipo de proceso. Los presupuestos de admisibilidad también se sistematizan partidamente. Generales, por un lado, y específicos para la acción de clase por daños por el otro. Esto se explica en tanto los procesos colectivos en los que se reclama la reparación de daños a derechos individuales homogéneos pueden resultar más comprometedores y, por ende, se exige mayor precaución en su concesión.

Nótese que en Estados Unidos, las acciones de clase, con objeto de daños resarcitorios, no encuentran ningún obstáculo jurisprudencial, a diferencia de lo que acontece en Europa, donde se verifican ciertas resistencias. En Estados Unidos, a diferencia de Europa, las acciones de clase privadas superan largamente a la actividad punitiva

¹⁶ El proceso colectivo de defensa de los consumidores se encuentra pormenorizadamente detallado entre los arts. 81 a 104 de la señora ley N.º 8078; donde se regulan: tipos de intereses protegidos (81); legitimación activa (82); beneficio de litigar sin gastos (87); regulación específica de la acción de clases: legitimación (91), actuación del Ministerio Público (92), competencia local (93), publicidad (94), alcance de la condena (95), ejecución de sentencia (97 a 100); y en los arts. 103 y 104 el efecto expansivo de la cosa juzgada.

realizada por las autoridades públicas¹⁷. Por lo que, nuestro modelo se encuentra más próximo a aquel, que al del viejo continente.

Lo dicho justifica el tratamiento discriminado y ecléctico del Anteproyecto.

En los juicios en los que se reclaman daños dentro de un proceso de clase, se añaden dos requisitos más, para asignar mayor rigurosidad: superioridad y predominio de las cuestiones colectivas, que encuentran antecedente en la Regla federal 23 punto 3 de la sección b, y donde se especifica que el tribunal debe determinar si las cuestiones de hecho o de derecho comunes a los miembros de la clase “predominan” sobre cualquier cuestión que afecte únicamente a miembros individuales, y si la acción de clase es “superior” a otros métodos disponibles para resolver la controversia de manera justa y eficiente¹⁸.

La Superioridad se traduce en que el proceso de clase sea mejor que otro medio procesal, para el eficiente tratamiento de la controversia. Es que en las acciones de clase, el requisito *numerosity* o *impracticability* merece mayor exhaustividad. Aquí se debe demostrar que el proceso colectivo es más eficiente que el individual y la “grave” dificultad de litisconsorcio. El segundo requisito es el “predominio” de las cuestiones comunes de origen fáctico o jurídico, por sobre las individuales. Se deja el criterio de juzgamiento al magistrado, siguiendo a Richard Posner quien —como juez— explicó que se debe realizar un análisis “cualitativo” de las cuestiones individuales y comunes, y no solo cuantitativo¹⁹.

Seguidamente, se dedica una norma específica a la certificación de la clase (art. 209), en la cual se adoptan los parámetros para evaluar la existencia de “representación adecuada”, intentándose —como es usual en este tipo de disposiciones— equilibrar, por un lado, la necesidad de evitar restringir la legitimación activa de manera excesiva y, por otro, la suficiente conciencia de que, al otorgar la representación adecuada, se está invistiendo al legitimado de una función “semi pública”, con la enorme responsabilidad de defender los intereses generales.

El Anteproyecto regula la certificación de la representación adecuada de todos los “legitimados activos de derecho privado”, esto es, afectados y asociaciones. Se exige escrutinio de representación adecuada, a los organismos “públicos” como el Defensor del Pueblo.

Luego se distinguen los múltiples objetivos posibles del proceso colectivo (arts. 210).

¹⁷ BERRISCH, Georg, JORDAN, Eve y ROLDAN, Rocio, “EU Competition and Private Actions for Damages”, Nw. J. Int’l L. & Bus., 24, 2003. p. 585. También HALABI, Ernesto y DÍAZ CISNEROS, Adriano P., “Daños punitivos, daños triples (“treble damages”): Acciones colectivas y participación de la sociedad civil”, RDCO 287, 1619.

¹⁸ Regla 32.b.(3): “...the court finds that the questions of law or fact common to class members predominate over any questions affecting only individual members, and that a class action is superior to other available methods for fairly and efficiently adjudicating the controversy”.

¹⁹ Corte del 7 Distrito (Columbia), “Butler v. Sears, Roebuck & Co.”, nros. 11-8029, 12-8030, 2012 U.S. App. Lexis 23284 (7th Cir.).

Se señala cuál es el trámite que debe seguirse. Pero por tratarse de una legislación no particularmente consignada a la ordenación de procesos colectivos, no se ha elaborado una excesivamente pormenorizada reglamentación de tinte procedimental, sino que tan solo se ha perfilado una remisión a otros modelos de estatuto procesal, con delineación de ciertas aristas concretas. Bajo esa lógica, se decidió privilegiar, por ejemplo, la modalidad del “amparo colectivo”, para las hipótesis de prevención.

De todos modos, tal previsión se perfecciona con la potestad otorgada al magistrado de que aproveche cualquier otra senda procesal que sea más proporcionada a la consecución de los intereses de los consumidores, y ecualiza con una regla de cierre, por la que se recurre a la ley ritual civil de la jurisdicción que corresponda o a la ley que regule el amparo o los procesos colectivos, mediante la armonización de las fuentes, consiguiéndose con las actuales o potenciales normas que se dicten.

Los efectos generales de la sentencia se instauraron bajo el modelo *secundum eventum litis* al estilo brasileño, con régimen *opt out*. Se sigue, con mayor precisión, el método adoptado por el art. 54 de la Ley de Defensa del Consumidor actual.

En cuanto al destino, el criterio rector utilizado es que la indemnización se asignará a las víctimas cuando el daño lo sea a intereses individuales homogéneos, salvo que corresponda atender al aspecto común del interés afectado o a la existencia de un daño progresivo, en cuyo caso el juez podrá promover la creación de un fondo de reparación en cuya administración y gestión establecerá que intervengan todos o alguno de los legitimados activos. Si el proceso colectivo se basa en intereses colectivos o difusos las indemnizaciones serán destinadas a la constitución de un fondo especial que tendrá por objeto directo la protección de los consumidores. En el párrafo final se sistematiza el instituto del *fluid recovery*, que se encuentra tratado en el *Código de Defesa do Consumidor* de Brasil y que también es empleado por la jurisprudencia norteamericana. En este caso, el remanente de las sumas de dinero que no hayan sido objeto de pedido de liquidación por parte de los afectados individuales —en el plazo de 2 años—, se destinará a un fondo público destinado a promover los procesos sobre bienes colectivos, administrado por el Defensor del Pueblo o la Autoridad Nacional de Aplicación.

Sobre el particular, hay distintas variantes de la recién descripta herramienta. El *price rollback* que implica reducción del precio del producto que causó el daño, lo que redundaría en beneficio de sus consumidores habituales. El *cy pres* por el que los fondos no distribuidos individualmente son destinados al uso más beneficioso posible para compensar a los consumidores que formaron parte de la clase agredida por la conducta ilícita del demandado. El tercer modelo es el *escheat*, en virtud del que se le entrega al Estado los fondos no reclamados. Este mecanismo presenta dos variantes, sea que los fondos no reclamados se destinen a una organización estatal para ser invertidos en proyectos que beneficien a los miembros de la clase que no han cobrado su indemnización (*earmarked escheat*), o que simplemente sean consignados a cualquier repartición gubernamental (*general escheat*). Otro de los métodos de distribución indirecta de las indemnizaciones no reclamadas individualmente consiste en la distribución de la totalidad de dichos fondos a *pro rata* entre los damnificados que hayan podido ser identificados.

El art. 54 de la ley N.º 24.240 optó por el sistema del *cy pres*. En el caso del anteproyecto se empleó una variante del subsistema, de *fluid recovery*, *earmarked escheat*.

Los arts. 218 y 219 ordenan la difícil temática de la transacción del litigio colectivo; con vista al Ministerio Público, necesidad de homologación judicial fundada y opción *opt out*.

Todo el modelo descansa en una suficiente posibilidad de ejercitar la “opción de salir”; siguiendo exigencias de nuestra Corte²⁰, y de la Corte de Estados Unidos²¹, que han estimado su debida garantía como requisito de admisibilidad del sistema.

Finalmente, en nuestro ámbito, las acciones colectivas son una forma de satisfacción del mandato constitucional de proveer mecanismos eficaces de protección (tercer párrafo del art. 42 y 43 de la Constitución Nacional, CN) y del imperativo convencional de tutela efectiva (arts. 8° y 25 Convención Americana de Derechos Humanos, CADH).

IV.9. Sobreendeudamiento de los consumidores

Al abordaje de los aspectos sustanciales contenidos en el Libro Segundo, Título II, Capítulo 9, sobre “La tutela frente al sobreendeudamiento”, se propone la regulación de mecanismos de implementación concretos, de contenido mínimo, que por razones metodológicas, se incluyen en el Libro Tercero, Título VI dedicado al “Saneamiento del sobreendeudamiento del consumidor”, con la necesaria previsión de escenarios de actuación alternativa (Capítulo 1 sobre “Vías procesales y Principios”) y el diseño del “Procedimiento Administrativo” (Capítulo 2) y del “Procedimiento Judicial” (Capítulo 3), con una regulación particular de requisitos de la presentación inicial del trámite y su implicancia, los efectos de la resolución de apertura, la citación de los acreedores, la convocatoria a la instancia conciliadora, el rol y las facultades reconocidas a quien conduzca el trámite en todas sus etapas, los acuerdos de pago y/o de liquidación, la propuesta de saneamiento alternativa frente al fracaso de la convocatoria a los acreedores o de los acuerdos o ante la inviabilidad de la renegociación de la deuda o liquidación de bienes y la homologación de esos acuerdos o propuestas.

V. Colofón del proceso cumplido

A modo de conclusión se destaca que el proceso cumplido hasta la fecha demuestra la convicción de nuestra sociedad por la afirmación de los derechos de los consumidores.

La comunidad jurídica ha sabido canalizar ese mandato, mediante la ley N.º 24.240, la cláusula de protección de los consumidores incorporada por la reforma constitucional de 1994 —artículo 42—, y la recepción de la categoría de la relación de consumo en el Código Civil y Comercial (artículo 1092 y siguientes).

Ahora lo hace mediante el Anteproyecto que aquí se presenta y fundamenta —el cual viene a cerrar el proceso iniciado en el bienio 2017/2018—, y que persigue, concretar la agenda que reclama el siglo XXI, y hacer plenamente eficaz el sistema de defensa del consumidor argentino. El Anteproyecto, coloca a nuestro Derecho del Consumidor en la vanguardia del Derecho Comparado, en línea con los estándares exigidos a nivel global y regional.

²⁰ CSJN, 24/02/2009, “Halabi, Ernesto c. PEN - ley 25.873, dec. 1563/2004”, Fallos 332:111.

²¹ CSJ Estados Unidos, “*Phillips Petroleum Co. v. Shutts*”, 472 US 797 (1985).

