

# El ámbito de aplicación del Derecho de Consumidores. Transformaciones y desafíos a treinta años de la ley 24.240.

por SERGIO SEBASTIÁN BAROCELLI(\*)

**Sumario:** I. INTRODUCCIÓN. – II. ESCENARIO INICIAL: LA LEY 24.240 DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR DE 1993. – III. PRIMER CAMBIO: EL DECRETO 1798/94. – IV. NUEVO ESCENARIO: LA REFORMA CONSTITUCIONAL DE 1994. – V. LA GRAN TRANSFORMACIÓN: LA REFORMA DE LA LEY 26.361. – VI. CONSOLIDACIONES Y FORTALECIMIENTOS: EL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL DE LA NACIÓN. – VII. HIPERVULNERABILIDAD Y EL CONTEXTO DE PANDEMIA: LAS RES. SCI 139/2020 Y 11/GMC/2021. – VIII. LOS DESAFÍOS DEL DERECHO PROYECTADO. – IX. A MODO DE CONCLUSIÓN. – X. BIBLIOGRAFÍA.

## I. Introducción

Hacer una retrospectiva y pensar en los desafíos de la agenda del Derecho de Consumidores no puede hacerse sin recordar en quienes dejaron su huella en la materia, como el querido Gabriel Stiglitz, verdadero mentor, maestro y hacedor de ayer y de hoy del Derecho de Consumidores en Argentina y en tantos que dejaron su legado, como Atilio Alterini, Roberto López Cabana, Rubén Stiglitz, Jorge Mosset Iturraspe, Carlos Ghersi, Antonio Rinesi, entre otros.

En el presente trabajo haremos foco en las transformaciones ocurridas en el ámbito de aplicación del Derecho de Consumidores en Argentina a lo largo del tiempo y de los principales desafíos en la materia.

## II. Escenario inicial: la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor de 1993

En la redacción original, la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor (LDC) tenía un alcance acotado del ámbito de aplicación del Derecho de Consumidores.

1) En cuanto al criterio delimitador del concepto de consumidor, hacía referencia expresamente al “consumidor final, en beneficio propio o del grupo familiar o social” (art. 1). El artículo 2, en tanto, señalaba que “no tendrán el carácter de consumidores o usuarios, quienes adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o ser-

vicios para integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros”. Se trataba de una definición finalista compuesta, determinada por los criterios positivos de “consumo final, en beneficio propio, familiar o social” y negativo de “no profesionalidad”.

2) El concepto de consumidor se asociaba casi exclusivamente al rol de parte contractual. Tutelaba, sin embargo, el llamado *iter precontractual*, al reconocer como alcanzados por la protección del artículo 7 a los consumidores potenciales indeterminados.

3) Además de las personas humanas, siguiendo la tendencia iberoamericana, reconocía también la posibilidad de calificar como consumidores a las personas jurídicas.

4) Desde el punto de vista del proveedor, el artículo 2 incluía a quienes produjeran, importaran, distribuyeran o comercializaran cosas o prestaran servicios.

El universo de operaciones comprendidas era también restringido.

1) Solo estaban comprendidos los contratos a título oneroso.

2) Solo un elenco limitado de vínculos contractuales estaban comprendidos: a) la adquisición o locación de cosas muebles; b) la prestación de servicios; c) la adquisición de inmuebles nuevos destinados a vivienda, incluso los lotes de terreno adquiridos con el mismo fin, cuando la oferta sea pública y dirigida a personas indeterminadas.

3) Quedaban excluidos los bienes inmateriales, los llamados “contratos realizados entre consumidores cuyo objeto sean cosas usadas” y la contratación inmobiliaria poseía muchas limitaciones. La lectura de la ley en su versión original nos da un panorama de una problemática de consumo centrada principalmente en las cosas muebles. Ver, por ejemplo, en lo relativo a la seguridad de productos, documento de venta, garantías, venta domiciliaria, por correspondencia y otras o venta de crédito.

4) En materia de prestación de servicios el campo aquí era más amplio, estando comprendidas una serie ilimitada de prestaciones de hacer o no hacer, más allá de la frontera del contrato de “locación de servicios” del Código Civil de Vélez Sarsfield. Las limitaciones en la materia estaban:

a) en los servicios de profesionales liberales;

b) en los servicios públicos domiciliarios con legislación específica y cuya actuación sea controlada por los organismos que ella contempla, que se regían por esas normas, aplicándose la LDC supletoriamente. Se nota la preocupación por esta problemática en el contexto de privatizaciones de la época.

c) en el contrato de transporte aéreo, a los que se aplicarían las normas del Código Aeronáutico, los tratados internacionales y, supletoriamente, la LDC.

5) Desde la sanción de la LDC hasta la actualidad, algunas opiniones doctrinarias y jurisprudenciales, con mayor o menor adhesión, han resistido el encuadramiento de muchos servicios como objeto de las relaciones de consumo. Los argumentos giran, en general, en torno a su aplicación solamente de manera supletoria, subsidiaria o analógica, a no encontrarse comprendidas dichas actividades dentro de la noción de servicios, y a la existencia de legislación especial o autoridad de contralor propia. Podemos mencionar aquí algunas opiniones respecto a los seguros, los servicios turísticos, los servicios financieros, la navegación por agua o las inversiones.

## III. Primer cambio: el decreto 1798/94

El decreto 1798/94 aprobó la reglamentación de la LDC y con ella vinieron algunas ampliaciones y aclaraciones del ámbito de aplicación.

1) Consideró asimismo consumidores o usuarios a quienes, en función de una eventual contratación a título oneroso, recibieran a título gratuito cosas o servicios (por ejemplo: muestras gratis).

2) Aclaró en relación al elemento negativo del concepto de consumidor que “se entiende que los bienes o servicios son integrados en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros cuando

NOTA DE REDACCIÓN: Sobre el tema ver, además, los siguientes trabajos publicados en *EL DERECHO: La responsabilidad del proveedor por producto elaborado en el marco de la relación de consumo*, por ADRIÁN O. MOREA, ED, 252-766; *Particularidades del régimen de tutela a los consumidores y usuarios*, por MARCELO C. QUAGLIA, ED, 258-60; *Las vías de resolución de los conflictos en las relaciones de consumo*, por IGNACIO M. BRAVO D'ANDRÉ y SANTIAGO P. IRIBARNE, ED, 260-452; *Los derechos del consumidor a la luz de la unificación civil y comercial... ¿ficción, realidad o repetición innecesaria de principios? Algunos apuntes de los derechos de incidencia colectiva*, por NÉSTOR S. PARISI, ED, 263-745; *La relevancia de la tutela del consumidor*, por FRANCISCO JUNYENT BAS, ED, 266-866; *Contradicciones jurisprudenciales. Aplicaciones de las presunciones en el derecho del consumo*, por CELIA WEINGARTEN, ED, 268-670; *El orden público en las normas de protección al consumidor incorporadas al Código Civil y Comercial*, por NOEMÍ NICOLAOU, ED, 269-699; *La competencia del juez del domicilio del consumidor demandado es relativamente prorrogable*, por TORIBIO ENRIQUE SOSA, ED, 274-537; *El defensor del cliente y la protección de los consumidores*, por SERGIO SEBASTIÁN BAROCELLI, ED, 278-800; *Los principios que articulan el Estatuto del Consumidor. A propósito del diálogo de fuentes y el Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor*, por FRANCISCO JUNYENT BAS y PATRICIA M. JUNYENT DE DUTARI, ED, 282-643; *La tutela al usuario de servicios en el ámbito de las relaciones de consumo: un interesante precedente. Comentario al fallo “T., G. E. y otros c. Cablevisión S.A. s/ordinario”*, por GABRIEL ABAD y MARCELO C. QUAGLIA, ED, 287-190; *El régimen administrativo sancionador en las relaciones de consumo*, por SERGIO SEBASTIÁN BAROCELLI, ED, 288-918; *La protección de los consumidores en el contexto de la pandemia de COVID-19*, por SERGIO SEBASTIÁN BAROCELLI, ED, 288-1211; *El reconocimiento de los consumidores y las consumidoras hipervulnerables en el ordenamiento jurídico argentino*, por CAREN KALAFATICH y EZEQUIEL N. MENDIETA, ED, 288-1372; *El Código Procesal de la Justicia en las Relaciones de Consumo en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: un paso hacia el fuero especial*, por WALTER F. KRIEGER, ED, 290; *La codificación del Derecho del Consumidor en Argentina*, por CARLOS A. HERNÁNDEZ, ED, 292. Todos los artículos citados pueden consultarse en [www.elderechodigital.com.ar](http://www.elderechodigital.com.ar).

(\*) Doctor en Derecho (UBA). Prof. regular adjunto Contratos Civiles y Comerciales y Elementos de Derecho Civil (UBA). Prof. titular ordinario Contratos Civiles y Comerciales y de Derecho Regulatorio del Mercado (USAL). Prof. UNDAV. Prof. permanente de posgrado UBA-USAL-UCA-UNLaPam. Investigador adscripto Instituto “Ambrosio L. Gioja” (UBA). Miembro Mesa Directiva IACL. Secretario Académico IADC. Ex Director Nacional de Defensa del Consumidor de Argentina. A cargo del Departamento de Estudios en Derecho del Consumo MPD-CABA.

se relacionan con dichos procesos, sea de manera genérica o específica”.

3) Incluyó expresamente a las viviendas prefabricadas, y respecto de los inmuebles, aclaró que se entendían por nuevos los inmuebles a construirse, en construcción o que nunca hubieran sido ocupados.

#### IV. Nuevos escenario: la reforma constitucional de 1994

La reforma constitucional de 1994 trajo el reconocimiento de los derechos de las y los consumidores como derechos fundamentales

La Constitución Nacional, en su artículo 42, establece expresamente como sujetos de las relaciones de consumo a los consumidores y usuarios, y también amplió significativamente el universo de relaciones y situaciones jurídicas comprendidas al establecer la relación de consumo como categoría delimitadora del ámbito de aplicación del Derecho de Consumidores.

Esto llevó a sostener a parte de la doctrina que al consagrar como ámbito de aplicación a la “relación de consumo”, las limitaciones de la LDC original devenían inconstitucionales.

Haciéndose eco de esta perspectiva la jurisprudencia entendió que resultaban comprendidas dentro del objeto de las relaciones de consumo, por ejemplo, servicios en los que resultaba controvertida si había vínculo contractual, como en el caso de las concesiones viales o frente a prácticas que vulneren los derechos de los consumidores, como por ejemplo la obligación de seguridad frente a sujetos expuestos a la relación de consumo.

#### V. La gran transformación: la reforma de la ley 26.361

Los primeros años del nuevo siglo trajeron nuevos escenarios que aumentaron significativamente la conflictividad en el consumo: el auge de la telefonía móvil e internet, la creciente “bancaización obligatoria” de muchas operaciones cotidianas y el incipiente comercio electrónico.

Esos nuevos escenarios, sumado al nuevo estándar constitucional antes referido, reforzado también por la adopción de criterios amplios en la materia en el ámbito del MERCOSUR, fueron inspiración de la reforma que la ley 26.361 del año 2008 hizo a la LDC, produciendo una profunda transformación de los escenarios comprendidos en el ámbito de aplicación del Derecho de Consumidores.

Podemos sintetizarlos así:

1) Al incardinar a la relación de consumo como la categoría delimitadora del ámbito de aplicación del marco jurídico protectorio de las y los consumidores, algo que se consolidaría como una tendencia y nota distintiva de la perspectiva iberoamericana y de los países de lengua portuguesa del Derecho de Consumidores. Esto permitirá darle al ámbito de aplicación una dimensión vertical, horizontal, espacial, individual y colectiva más rica y diversa.

2) En esa misma tendencia iberoamericana, al establecer el destino final como concepto clave perfilador del concepto de consumidor. El destinatario final posee un doble alcance: destino final en sentido fáctico, esto es, retiro de la cadena de producción, no adquirirlo para la reventa, como económico, es decir, utilizarlo para uso privado, para la satisfacción de necesidades domésticas, en beneficio personal, de su familia o grupo de relación y no para un uso profesional, como insumo de una actividad económica, comercial, industrial, agropecuaria o de servicios. A nuestro modo de ver, el Derecho de Consumidores argentino ha pasado, por tanto, de tener una definición de consumidor finalista compuesta en su redacción original a una definición finalista positiva, determinada por el criterio de destino final tanto en su faz fáctica como económica.

3) La ampliación del concepto de consumidor, incluyendo expresamente como sujetos equiparados al consumidor a los consumidores indirectos y a los sujetos expuestos a la relación de consumo.

4) En cuanto al concepto de proveedor, el nuevo artículo 2 realizó una enumeración más exhaustiva de las actividades comprendidas dentro del concepto de proveedor.

5) La eliminación de muchas limitaciones objetivas: ya no se trataba de un *numerus clausus* de relaciones contractuales, sino que las relaciones de consumo podrían tener como causa fuente a otras vicisitudes de las relaciones contractuales (precontractuales, por efecto del contrato,

poscontractuales), como a relaciones jurídicas de derecho público y privado de naturaleza no contractual o inscriptas tradicionalmente en la esfera extracontractual. También la ley estableció como objeto de las relaciones de consumo toda adquisición o utilización de bienes o servicios en forma gratuita u onerosa, por lo que reemplazó el elenco restrictivo de cosas al universo genérico de bienes, comprendiendo a los bienes inmateriales y los bienes inmuebles y muebles sin limitación; incluso incluyendo expresamente operaciones inmobiliarias como las de tiempos compartidos, clubes de campo, cementerios privados y figuras afines.

6) Incorporó en el texto legal a los supuestos de relaciones de consumo gratuitas.

7) Respecto de los servicios públicos domiciliarios, eliminó la aplicación subsidiaria de la ley bajo el prisma de la regla de la norma más favorable.

8) Eliminó también la restricción de los llamados “contratos entre consumidores de cosas usadas” del campo de las relaciones de consumo. Esto tendrá su impacto fundamentalmente en el campo de los entornos digitales.

9) Reemplazó el término “prestación de servicios” por el más inequívoco de “servicios”, constituyendo un nuevo argumento para quienes combatían, como dijimos anteriormente, su aplicación a las materias de seguros, financiera, turística o de transporte.

10) Si bien se preveía la eliminación de la restricción en materia de servicios profesionales, ella fue motivo de modificación en su paso por el Senado, criterio que ratificó en su sanción definitiva la Cámara de Diputados. Respecto del transporte aéreo, la ley 26.361 preveía la derogación del artículo 63, pero se vetó el artículo que lo proponía.

Estos nuevos escenarios tuvieron un impacto significativo en el Derecho de Consumidores, que le dieron un mayor impulso a partir del ensanchamiento de su ámbito de aplicación.

Sin embargo, también fue motivo para que se produzcan ciertos desvíos en su aplicación. Esto se produjo fundamentalmente por el impulso de posiciones doctrinarias y jurisprudenciales que enarbolaban la existencia de un supuesto *consumidor-empresario*, a partir de la eliminación del apartado del artículo 2 que afirmaba que no tenían el carácter de consumidores o usuarios, “quienes adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros”. Estas posturas, si bien ya contaban con algunos precedentes antes de la reforma, aunque acotado a actividades económicas de subsistencia en situaciones de vulnerabilidad o con carácter restrictivo, tras la reforma encontraron mayor predicamento.

Así, por ejemplo, emergieron minoritariamente posiciones como el maximalismo, que ponen el foco en el concepto “destino final” del bien o servicio bajo un criterio objetivo, siendo el consumidor simplemente el último eslabón de la cadena de comercialización. Para los maximalistas el destinatario fáctico del producto es aquel que lo retira del mercado y lo utiliza, no teniendo importancia la finalidad o utilidad a ser conferida al destino final. Así, el concepto de consumidor se ve asimilado al de cliente. Para esta posición, por lo tanto, los profesionales liberales: las empresas, sean a título de empresario individual o constituido como persona jurídica, públicas o privadas, con fin de lucro o sin él, podrán revestir, por consiguiente, la calidad de consumidores. Este argumento ha sido acogido por alguna jurisprudencia. Algún autor, siguiendo esta perspectiva, incluso ha planteado que el carácter de consumidor también lo podría revestir el Estado, cuando adquiere bienes o servicios para el desarrollo de sus actividades.

En una visión menos radical, las posiciones que proponen un finalismo “mitigado” o “relacional” consideran como eje central de la determinación del concepto de consumidor la “vulnerabilidad” del sujeto protegido y que es producto de las circunstancias del caso. Afirman los adherentes a esta posición que en el caso de las personas humanas y de las personas jurídicas sin ánimo de lucro, por constituir uso privado, el carácter de consumidor se presume siempre, en tanto que esa presunción no opera respecto de comerciantes, profesionales o empresas. Se considera en estos casos que considerarlos consumidores es la excepción, no la regla. Sostienen los adherentes a esta postura que hay que bucear, en el caso concreto, anali-

zando si la empresa acredita la vulnerabilidad en la actuación empresarial, para ser considerada como consumidor. Teniendo en cuenta como criterio, por ejemplo, el carácter monopólico del proveedor, en particular, en supuestos de servicios públicos domiciliarios en supuestos de abuso de posición dominante, distinguiendo entre la integración directa o indirecta del bien o servicio a una actividad productiva: operaciones realizadas “fuera del giro del negocio o ámbito de su actividad profesional habitual o relevante” según el tipo de la empresa, pregonando la inclusión de los emprendimiento o autónomos “parasubordinados” o las pequeñas y hasta medianas empresas, la desigualdad comercial o por la imposición de contratos de adhesión y condiciones generales de contratación: situaciones de vulnerabilidad material o criterios combinados.

No compartimos estas visiones, por adherir a la posición finalista antes referida en cuanto al alcance de la noción de destino final, tanto en su dimensión fáctica como económica. A esto podría agregarse que, en el caso de las sociedades, nunca podría darse a ninguna operación realizada por dichos entes un “fin extrasocietario” o contrario al desarrollo de las actividades por las que fueron constituidas sin caer en fraude o ilicitud.

## VI. Consolidaciones y fortalecimientos: el Código Civil y Comercial de la Nación

El nuevo rumbo abierto por la ley 26.361 vino a ser consolidado y fortalecido por la sanción del Código Civil y Comercial de la Nación (CCCN) en el año 2014 por la ley 26.994.

*Servicialización* del consumo, entornos digitales cada vez más vibrantes, el auge de las redes sociales, la novedad incipiente de las plataformas de *economía colaborativa* y la profundización de la incidencia de los servicios financieros en la agenda de consumo marcaron aquellos contextos.

El CCCN fortaleció la protección de las y los consumidores al integrar no solamente el contrato de consumo como una de las tipologías de la teoría contractual, perfilar el concepto de consumidor e insertar también a la relación de consumo en su articulado, sino también al regular reglas, principios e instituciones diferenciadas de manera transversal en su articulado, desde el título preliminar con los efectos de la ley en el tiempo hasta el derecho internacional privado, pasando por el derecho de las obligaciones, contratos y derechos reales.

En cuanto al ámbito de aplicación, el CCCN trajo las siguientes novedades:

1) Introdujo en definición del contrato de consumo el criterio de “uso privado, familiar o social”, lo cual, a nuestro juicio, fortalece el criterio finalista positivo para la calificación del concepto de consumidor. Creemos que la posición finalista es la que responde más adecuadamente a una interpretación sistémica del Derecho de Consumidores, teniendo en cuenta sus fundamentos sociológicos y axiológicos, en su perspectiva de función económica y social.

2) La reforma, lejos de cercenar o limitar los conceptos de consumidor y proveedor como alguna voz alzó, los consolidó y amplió, readecuando algunas cuestiones terminológicas y metodológicas.

3) La sustitución del concepto de “expuesto a una relación de consumo” por la de “expuestos a una práctica comercial” perfila una definición más adecuada e incluso más amplia del término, al comprender a sujetos que, sin haber adquirido o utilizado directamente un bien o servicio introducido en el mercado por los proveedores, sufre o está en peligro de sufrir un daño, como consecuencia de una acción u omisión originada en un acto de mercado. Esto puede configurarse bajo la forma de un “consumidor potencial” (destinatario de las prácticas comerciales en la etapa precontractual), de un “consumidor pasivo” (potencial o víctima efectiva, sin vínculo directo o indirecto con el proveedor, que sufre o está en peligro de sufrir un daño por una acción u omisión antijurídica imputable a uno o más proveedores, sin intenciones de contratar con el proveedor, resulta damnificado en su persona o su patrimonio por un acto de mercado) o de un “damnificado indirecto” (tercero sobre quien repercute el daño que sufre otra persona).

4) El concepto de proveedor también se ve consolidado y fortalecido, al prever como polo opuesto al consumidor en el artículo 1093 no solo a las personas humanas y jurídicas, sino también a la “empresa” y al equiparar

el desarrollo de actividades de manera profesional como ocasional. A ello se suma que el CCCN elimina de nuestro Derecho los conceptos de comerciante y acto de comercio. Por tanto, dicha noción se perfila, entonces, por el desarrollo de los “actos de mercado”, por distintos tipos de entes (persona humana, persona jurídica, de derecho privado o público u organizaciones empresarias sin personalidad jurídica, como contratos asociativos, fideicomisos, uniones transitorias de empresas, acuerdos de colaboración, consorcios de cooperación, contratos de participación público-privada u otros contratos atípicos) y niveles de desempeño en el mercado (proveedor profesional u ocasional), de manera real, presunta o aparente. Esto asimismo facilita la aplicación al concepto de proveedor de los supuestos de apariencia y su vinculación con los institutos de la marca, la representación aparente, el “corrimiento del velo societario” y la responsabilidad de los administradores societarios.

5) Al regularse el contrato de adhesión en general, pudiendo perfilarse entonces también en el ámbito interempresario, desalienta los desvíos que generaron la emergencia de las posiciones que enarbolaban la existencia de un supuesto “consumidor empresario”.

## VII. Hipervulnerabilidad y el contexto de pandemia: las resoluciones SCI 139/2020 y 11/GMC/2021

El contexto de la pandemia de la COVID-19 puso de relieve también las desigualdades y vulnerabilidades preexistentes, acentuándolas aún más, por lo que fue el tiempo propicio para el reconocimiento normativo a nivel nacional y regional de la categoría de “consumidores hipervulnerables”, categoría que alentaba nuestra doctrina e incipientemente ya reconocía la jurisprudencia.

Cuando hablamos de consumidores hipervulnerables, hablamos de consumidores que a la vulnerabilidad estructural de ser consumidores se le adiciona otra vulnerabilidad en función de la edad, género, etnia, situación socioeconómica o cultural, entre otras, que acentúa su vulnerabilidad y le provoca mayores dificultades en el acceso a la justicia.

A través de resolución SCI 139/2020 se institucionaliza una política diferenciada y preferente de protección de los consumidores hipervulnerables en la autoridad de aplicación nacional de la LDC.

La resolución no adopta un criterio cerrado en cuanto a los colectivos alcanzados. El artículo 1 establece que se consideran consumidores hipervulnerables a aquellos consumidores que sean personas humanas y que se encuentren en otras situaciones de vulnerabilidad en razón de su edad, género, estado físico o mental, o por circunstancias sociales, económicas, étnicas y/o culturales, que provoquen especiales dificultades para ejercer con plenitud sus derechos como consumidores. La categoría por tanto se torna dinámica, flexible y relacional, que parte de la concepción de la vulnerabilidad estructural de todos los consumidores, pero que reconoce que la vulnerabilidad de ser consumidor puede interseccionarse con otras vulnerabilidades, complejizando la cuestión, acentuando las diferencias y visibilizando la necesidad de medidas focalizadas. Esto debe analizarse en cada relación de consumo en particular. La norma menciona algunas situaciones que pueden configurar hipervulnerabilidad, sin que dicha enunciación constituya un *numerus clausus*, ni una situación que puede configurar la hipervulnerabilidad *per se*.

La hipervulnerabilidad como principio ha sido reconocido también expresamente por la resolución 36/GCM/19. La norma sigue la experiencia argentina y ha sido internalizada por Argentina y tiene jerarquía suprallegal. También la resolución 11/GMC/2021, siguiendo el ejemplo de la reglamentación argentina, ha replicado su contenido en el ámbito del MERCOSUR.

En el supuesto particular de niñas, niños y adolescentes, la resolución SCI 236/2021 dio mayores precisiones sobre este colectivo, reglamentando el derecho a reclamar de las y los adolescentes, y el derecho a ser oído y participar en los procedimientos de resolución de conflictos.

## VIII. Los desafíos del derecho proyectado

En la actualidad en el Derecho del Consumidor argentino soplan vientos de reforma.

En el ámbito académico, profesional, del movimiento de consumidores y en los ámbitos político-institucionales

se fue construyendo el consenso sobre la necesidad de la renovación y actualización de la legislación en materia de protección de consumidores, yendo a una codificación de la materia.

Los proyectos presentados en el Congreso Nacional<sup>(1)</sup>, en lo que refiere al ámbito de aplicación, señalan:

1) Los proyectos mantienen, a nuestro entender, el criterio finalista como elemento delimitador del concepto de consumidor el carácter de “destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social”.

2) Los proyectos perfilan el concepto de consumidor en el artículo 2, con más los artículos 19 y 108, manteniendo los mencionados supuestos de consumidor directo, indirecto y expuesto, despejando definitivamente las hipótesis regresivas en la materia.

3) El concepto de proveedor mantiene los mismos verbos típicos que emplazan los actos de mercado, en tanto, agrega a la prestación de servicios y al transporte y detalla que la creación puede ser material o intelectual.

4) Se incluye también la categoría de consumidores hipervulnerables, en consonancia con la normativa reglamentaria e internacional antes referida.

## IX. A modo de conclusión

Podemos observar que, a 30 años de la sanción de la LDC, el ámbito de aplicación del Derecho de Consumidores se ha ampliado y consolidado de manera progresiva, respondiendo a las demandas de las problemáticas de las y los consumidores.

Argentina se ha nutrido y ha contribuido a construir una perspectiva iberoamericana del Derecho de Consumidores, que se fundamenta en la vulnerabilidad estructural de las y los consumidores, el reconocimiento de sus derechos como derechos humanos fundamentales, a la relación de consumo como categoría delimitadora de su ámbito de aplicación, al destino final como el criterio delimitador de la noción de consumidor y la protección acentuada de las hipervulnerabilidades.

Las resistencias que en algún tiempo tuvo y quizá todavía tienen la plena aplicación de sus normas, principios e instituciones, responden a visiones restrictivas ancladas en las limitaciones que en algún momento estuvieron vigentes o a visiones que responden a intereses sectoriales. No obstante ello, aun en las actividades que antes referíamos como de las más renuentes, las autoridades de aplicación específicas han dictado normas reconociendo la aplicación del sistema de protección de las y los consumidores.

(1) Nos referimos a los proyectos 2576-S-19, 3143-D-2020, 5156-D-2020, 1745-S-2021, 0841-D-2022, 3607-D-2022, 7236-D-2022 y 0337-S-2023. En otra perspectiva los proyectos 1898-D-2021 y 3357-S-2022.

El Derecho de Consumidores se ve, por tanto, fortalecido, vigoroso y con ansias de seguir creciendo y consolidándose.

## X. Bibliografía

ÁLVAREZ LARRONDO, Federico M. (director) - RODRÍGUEZ, Gonzalo M. (coordinador), *Manual de Derecho del Consumo*, Erreius, Bs. As., 2017.

BAROCELLI, Sergio Sebastián, *Teoría General de las Relaciones de Consumo*, IJ Editores, Bs. As., 2021.

CHAMATROPULOS, Demetrio Alejandro, *Estatuto del consumidor comentado*, La Ley, Bs. As., 2016.

FARINA, Juan M., *Defensa del consumidor y del usuario*, 4ª edición, Astrea, Bs. As., 2008.

GHERSI, Carlos A., “Anteproyecto de Código Único 2012. ¿Los derechos de los consumidores o de las empresas?”, MJ-DOC-5755-AR.

HERNÁNDEZ, Carlos A. - FRUSTAGLI, Sandra A. “A diez años de la ley de defensa del consumidor. Panorama jurisprudencial”, JA 2.003-IV-1541.

JUNYENT BAS, Francisco - GARZINO, María Constanza - RODRÍGUEZ JUNYENT, Santiago, *Cuestiones claves del Derecho del Consumidor a la luz del Código Civil y Comercial*, Advocatus, Córdoba, 2016.

KEMELMAJER DE CARLUCCI, Aída - TAVANO DE ARETES, María J., “La Protección al Consumidor en el Derecho Comparado”, Revista de Derecho del Consumidor, N° 1, Editorial Juris, Rosario.

LORENZETTI, Ricardo L., *Consumidores*, Rubinzal-Culzoni, Santa Fe, 2009.

MARQUES, Claudia Lima, *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, 6ª edición, Revista dos Tribunais, San Pablo, 2011.

MOSSET ITURRASPE, Jorge - WAINTRAUB, Javier H., *Ley de Defensa del Consumidor*, Rubinzal-Culzoni, Santa Fe, 2010.

STIGLITZ, Rubén S. y STIGLITZ, Gabriel A., *Comentarios a la Ley de Defensa del Consumidor*, Juris, Rosario, 1993.

ZENTNER, Diego H., *Contrato de consumo*, La Ley, Bs As, 2.010.

**VOCES: DERECHOS DEL CONSUMIDOR - DEFENSA DEL CONSUMIDOR - OBLIGACIONES - CONTRATOS - CONSTITUCIÓN NACIONAL - COMERCIO E INDUSTRIA - PODER JUDICIAL - DAÑOS Y PERJUICIOS - CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL - DAÑO - DERECHO CIVIL - ORGANISMOS ADMINISTRATIVOS - ECONOMÍA - RESPONSABILIDAD CIVIL - RESPONSABILIDAD SUBJETIVA - RELACIÓN DE CONSUMO - CONSUMIDOR - RESPONSABILIDAD CONTRACTUAL - OBLIGACIÓN DE SEGURIDAD - JURISPRUDENCIA - SALUD PUBLICA - NORMAS DE EMERGENCIA**