

UNIVERSIDAD AUSTRAL

Facultad de Derecho



“La sociedad comercial como legitimada activa en la Ley de Defensa del Consumidor. Admisión y alcance del beneficio de gratuidad del art. 53”.

Autor: Marcelo Nicolás Piccardi

Director: Estanislao José Ortiz

Trabajo final para optar al título de Magíster en Derecho Empresario en la Facultad de Derecho de la Universidad Austral

Buenos Aires, 2019

INDICE

RESUMEN	4
I – INTRODUCCIÓN	6
<u>I.I.- Hipótesis</u>	6
II – DESARROLLO	10
EVOLUCIÓN DEL DERECHO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR.....	10
<u>II.I.- Ley 24.240, su reglamentación y el Decreto 2089/93.</u>	10
<u>II.II.- Ley 26.361</u>	14
<u>II.III.- Constitución Nacional</u>	17
<u>II.IV.- Código Civil y Comercial de la Nación</u>	19
<u>II.V.- Leyes provinciales</u>	21
<u>II.VI.- Normas internacionales</u>	22
<u>II.VII.- Beneficio de gratuidad vs. Beneficio de litigar sin gastos.</u>	24
<u>II.VIII.- Doctrina</u>	28
<u>II.IX.- Jurisprudencia</u>	33
EVALUACIÓN TRIALISTA DEL DERECHO.....	40
<u>II.X.- Evaluación normológica</u>	40
<u>II.XI.- Evaluación sociológica</u>	41
<u>II.XII.- Evaluación dikelógica</u>	43
III – CONCLUSIONES	45
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	47
ANEXO.....	50

RESUMEN

Las sociedades comerciales, a pesar de ser admitidas como consumidoras en los términos de la ley 24.240, encuentran serias dificultades para que se les otorgue el beneficio de justicia gratuita que establece el art. 53, pese a que no existen argumentos admisibles para que no les sea otorgado automáticamente en toda su extensión.

En este trabajo he analizado todas las fuentes del derecho aplicables a los consumidores en Argentina: la legislación específica (y los debates parlamentarios de las principales leyes), doctrina especializada, normas interpretativas internacionales. También analicé el instituto análogo del derecho ordinario (el beneficio de litigar sin gastos) y sus fundamentos.

La investigación realizada permite confirmar la hipótesis del presente trabajo: las sociedades comerciales resultan legitimadas para el beneficio de justicia gratuita del art. 53, el cual debe ser otorgado de manera automática y sin condiciones.

ABSTRACT

Commercial companies, despite being admitted as consumers under the terms of Law 24.240, find it difficult to obtain the benefit of legal aid established by art. 53, although there are no admissible arguments so that they are not automatically granted to the full extent.

In this paper I have analyzed all the sources of law applicable to consumers in Argentina: the specific legislation (and the parliamentary debates of the main laws), specialized doctrine, international interpretive norms. I also analyzed the analogous institute of ordinary law (the benefit of litigating without expenses) and its foundations.

The research carried out confirms the hypothesis of the present work. The commercial companies are legitimized for the benefit of legal aid of art. 53, which must be granted automatically and without conditions.

I – INTRODUCCIÓN

I.I.- Hipótesis

El objetivo del trabajo es demostrar que corresponde otorgar automáticamente el beneficio de justicia gratuita del art. 53 de la Ley de Defensa del Consumidor a las sociedades comerciales, de forma automática y con alcance amplio.

No existe un solo fallo de segunda instancia en la Justicia Nacional en lo Comercial que haya admitido esta postura. La enorme mayoría de las causas judiciales donde una sociedad comercial solicitó el beneficio de justicia gratuita no llegó a esta instancia, puesto que no suelen apelarse los decisorios del juez de primera instancia que lo deniegan. Este punto se desarrollará en extenso en el segundo capítulo.

Si bien el texto normativo parece ser suficiente para responder afirmativamente la hipótesis, las sociedades deben atravesar numerosos filtros previo a poder acogerse al beneficio: deben ser consumidoras finales (y esto debe ser suficientemente claro, ya que la operación de consumo no debe estar integrada a la producción de la sociedad); ésto deberá ser reconocido por el juez; será necesario que se haya solicitado el beneficio de gratuidad, toda vez que ningún juez lo concede de manera automática y menos a una sociedad comercial; por último, deben enfrentarse a los prejuicios de los magistrados respecto al alcance del beneficio.

Luego de atravesar con éxito todos estos filtros, deberán enfrentarse a la pregunta final, respecto a si corresponde otorgar el beneficio de gratuidad a las personas jurídicas con igual alcance que a las físicas. Por ello estos casos llegan a la justicia en muy pocas ocasiones.

Como la admisión del beneficio se resuelve en el primer proveído del juez al recibir la causa, y que apelarlo impone una demora promedio de uno a tres meses con carácter previo al traslado de la demanda, el costo de oportunidad lleva a que no se recurran decisiones de este tipo en favor de acortar plazos judiciales.

La hipótesis es relevante tanto para las personas jurídicas como para la comunidad en general, ya que afectará indirectamente al funcionamiento del mercado, generando cambios en los costos y riesgos de participar de él y cambiando sus reglas. Desarrollaré esta idea en el punto II.VIII.-

La importancia se da tanto tanto para las sociedades comerciales cuando actúen como consumidoras demandantes como cuando resulten demandadas por una sociedad bajo la ley 24.240.

Una respuesta afirmativa a la hipótesis de trabajo se traducirá en un aumento de la litigiosidad (al eliminarse los costos de iniciar acciones); las medidas cautelares que se soliciten podrán ser admitidas simplemente bajo caución juratoria, y los procesos resultarán aún más expeditivos que si la actora debiera interponer pedido de beneficio de litigar sin gastos.

Para poner a prueba mi hipótesis haré una investigación de la evolución del derecho aplicable respecto a la defensa del consumidor, desde la ley 24.240 (con sus debates legislativos, reglamentación y modificaciones), la inclusión de la materia en la Constitución Nacional, hasta la totalidad de las leyes provinciales.

Realizaré una comparación con el beneficio de litigar sin gastos del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación, instituto que reviste mayor similitud con el beneficio de gratuidad en análisis. Además analizaré la jurisprudencia relacionada y la doctrina especializada. Finalizaré con un análisis trialista del derecho previo a desarrollar mis conclusiones.

No analizaré dos cuestiones vinculadas a la hipótesis, que consideraré resueltas conforme su reconocimiento jurisprudencial:

- Las sociedades comerciales pueden ser consumidoras.

La ley 24.240 establece que será consumidora toda persona física o jurídica que participe de cierto tipo de actos jurídicos. La ley no distingue respecto a personas con y sin finalidad de lucro. Sí existe distinción en tanto el acto de consumo sea realizado en carácter de consumidor final y no para integrar la prestación al circuito productivo.

Existen debates sobre cuándo una relación de consumo se integra o no a la producción de una empresa. Hay casos que no requieren mayor interpretación (como la compra de materia prima o de cajas navideñas para los empleados, como ejemplos claros donde existe y donde no hay integración).

También existen casos menos claros (como la provisión de internet a las oficinas de una fábrica). Corresponderá oportunamente analizar si existe integración o no, pero no obsta que sí existen casos donde la sociedad comercial es sujeto activo de una relación de consumo.

- El alcance del beneficio de gratuidad es equiparable al del beneficio de litigar sin gastos del art. 78 del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación.

El beneficio de la ley 24.240 tiene un alcance integral: cubre tasas, gastos y costas del proceso.

La postura que considera que abarca únicamente tasas y gastos resulta *contra legem*, y por ende no es admisible. La ley 24.240 fue dictada por el Congreso de la Nación, que en caso de legislar sobre la aplicación de la tasa de justicia en toda la nación afectaría la autonomía de las provincias, soberanas en materia tributaria¹.

El Congreso Nacional no tiene dicha facultad porque no le fue atribuida conforme al artículo 121 de la Constitución Nacional. Por ello no puede interpretarse que el beneficio de justicia gratuita ha sido creado por el legislador para beneficiar al consumidor con una eximición que no puede otorgar.

La única interpretación válida del art. 53 de la ley es que el beneficio comprenderá todos los gastos y costas del proceso. La salvedad será la tasa de justicia, dependiente del criterio de cada provincia, que tienen la potestad de adherir al beneficio o crear sus propias reglas. Esto significa que el alcance primario del beneficio es exactamente inverso al que se otorga habitualmente.

Igualmente la mayoría de las provincias adhiere a la ley nacional o contempla el beneficio. Sólo una pequeña fracción de ellas no hace mención al respecto, por lo que en cada caso deberá evaluarse el alcance respecto a la tasa de justicia.

¹ “Marisi, Lucas C/ Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A. S/ Beneficio de litigar sin gastos”, CNCom, Sala F, 11/07/17.

En el Anexo se encuentra disponible la postura de cada provincia, tratada también en el punto II.V.-

II – DESARROLLO

EVOLUCIÓN DEL DERECHO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

II.I.- Ley 24.240, su reglamentación y el Decreto 2089/93.

Previo a la sanción de la normativa específica protectoria del consumidor, las transacciones pertenecientes a las relaciones de consumo se regían por el antiguo Código de Comercio, en virtud de sus artículos 7º y 8º².

A su vez, ciertos actos jurídicos que hoy están abarcados por la normativa específica eran cubiertos por el Código Civil (verbigracia la utilización de bienes o servicios en forma gratuita en consecuencia u ocasión de una relación de consumo).

Con el proceso de globalización de finales del siglo XX y el exponencial desarrollo del comercio internacional, las relaciones de consumo adquirieron cada vez más relevancia, generando nuevos desafíos y necesidades de cambio en los ordenamientos jurídicos de los distintos países.

Los primeros antecedentes legislativos de nuestro país surgieron recién a mediados de los '80s, si bien en otros países había comenzado a legislarse la materia a principios de la década del 70.

En 1986 y 1988 fueron votados en el Senado dos proyectos de ley de defensa del consumidor que perdieron estado parlamentario debido a que la Cámara de Diputados no los trató.

² El artículo 7º del Código de Comercio determinaba que cuando un acto sea comercial para una sola de las partes, todos los contrayentes quedaban sujetos a la ley mercantil. En el artículo 8º se detallaban los actos considerados como de comercio, lista que abarcaba por ejemplo la transmisión de mercaderías con fin de lucro.

Recién en 1993 se logró sancionar la ley 24.240 (inspirada en aquellos fallidos proyectos), luego de su tratamiento en comisión y posterior aprobación en ambas cámaras, con cambios sobre el texto original.

Durante su tratamiento en la Comisión de Comercio, el 17/12/1991, el senador Luis A. León (uno de los redactores del proyecto) se manifestó sobre los fundamentos de la ley con términos que no resultan casuales, y que serán un hilo conductor durante el resto de la investigación: *“En la medida que exista un verdadero sistema de contrapesos ético-jurídicos destinados a hacer transparente al mercado resultará beneficiada la actividad económica en general, por vía de mejores niveles de calidad, precios y servicios, requisitos indispensables para insertar nuestra producción en el mercado mundial y permitir un mejoramiento del nivel y calidad de vida de todos los habitantes de nuestra Nación”*³.

En el mismo sentido, durante el tratamiento de la ley en la Cámara de Senadores, el 24/09/1992, el senador abrió el debate expresando al resto de la cámara que el proyecto no sólo era importante, sino que se complementaría con la ley sobre defensa de la competencia que seguramente se aprobaría en el futuro (la cual efectivamente fue sancionada poco tiempo después), y que ello contribuiría a una sociedad más justa, impulsando un equilibrio donde ya no exista una parte que se enriquezca abusándose de su posición por sobre la parte más débil del mercado.

En definitiva, surge del propio redactor de la ley que los fundamentos de ésta trascienden la defensa del consumidor particular frente a un perjuicio puntual. El interés real estuvo en generar una serie de medidas tendientes a mejorar y transparentar el mercado. No es casual que en la actualidad la propia ley de defensa del consumidor hace mención a las leyes 25.156 de Defensa de la Competencia y 22.802 de Lealtad Comercial.

De acuerdo a la línea de pensamiento del redactor de la ley, ésta debe ser interpretada como una herramienta de control del Estado sobre los distintos jugadores del mercado. No sólo dota a los consumidores con derechos y herramientas procesales para reclamar ante situaciones que pudieran perjudicarlos, de acuerdo a sus nuevos derechos, sino que además incorpora un sistema de denuncias, actuaciones de oficio y sanciones

³ https://www.diputados.gov.ar/export/hcdn/secparl/dgral_info_parlamentaria/dip/archivos/Debate_Ley_24240.zip

para que el Estado, mediante la autoridad de aplicación, pueda directamente fiscalizar el cumplimiento de la ley.

El razonamiento detrás de esta ley es coherente con los fines que busca cumplir, toda vez que no resulta novedoso que las medidas que promueven la transparencia, la competencia, las buenas prácticas comerciales, etc., permiten el desarrollo y el fortalecimiento de los mercados, y por ende contribuye al desarrollo económico de las naciones.

El senador León no fue el único en expedirse en este sentido. Podemos encontrar también el testimonio del Senador Lafferri⁴ o el Diputado Becerra⁵ quienes abonan esta postura.

Si bien no hubo mayores menciones al beneficio de gratuidad durante la discusión del proyecto, fue incluido en el artículo 53 con la siguiente redacción:

“Art. 53: Normas del Proceso. (...) Las actuaciones judiciales que se inicien de conformidad con la presente ley gozarán del beneficio de justicia gratuita.”

Sin embargo, el beneficio de justicia gratuita incorporado originariamente fue eliminado de la ley ese mismo año mediante el artículo 8º del decreto 2089/93, el cual observó este párrafo de la ley original. Se mantuvo, sin embargo, el texto sobre la aplicación del proceso más expeditivo disponible y la forma de acreditar la personería en las acciones de consumo.

Esto fue fundado en el considerando del decreto, bajo la previsión de que “se encuentra regulado en forma específica por las leyes provinciales locales” y que “podría alentar la proliferación de acciones judiciales injustificadas.” Este argumento de que brindar facilidades al consumidor para litigar podría generar una inusitada carga judicial

⁴ “La realidad es que Argentina va reedificando su funcionamiento económico, se va integrando al mundo, va buscando caminos para hacer más eficientes sus empresas, va modernizando su comportamiento cotidiano. Y en todo esto el capital tiene un rol, si se quiere, hasta ajeno a la propia actividad política. Y nuestro rol (...) consiste en compensar aquella tendencia natural que tiene el capital para concentrar riqueza, aquella tendencia natural que tiene el mercado –y es legítimo y lícito que así sea- de jerarquizar el lucro como motivo fundamental o motor trascendental de su accionar”.

⁵ “Una reconocida jurista mendocina –la doctora Kemelmajer de Carlucci- ha señalado que como lo afirma la doctrina italiana, la protección al consumidor no es sino una forma de control social de las empresas, razón por la cual esa problemática, supera las normas del derecho civil, comercial, administrativo y penal: las comprende e integra sistemáticamente.”

ha sido reproducido por casi sino todos los detractores de la ampliación de los derechos de los consumidores, siendo éste su primer antecedente.

El texto de la ley 24.240 incorporó también dos artículos que analizaré a continuación. El art. 1º equiparó a las personas físicas y jurídicas en su situación frente a la ley: *“Objeto. La presente ley tiene por objeto la defensa de los consumidores o usuarios. Se consideran consumidores o usuarios, las personas físicas o jurídicas que contratan a título oneroso para su consumo final o beneficio propio o de su grupo familiar o social (...)”*;

Adicionalmente, el art. 3º incorporó un criterio interpretativo que no deja lugar a discusión sobre su alcance: *“Interpretación. Las disposiciones de esta ley se integran con las normas generales y especiales aplicables a las relaciones jurídicas antes definidas, en particular las de defensa de la competencia y de lealtad comercial. En caso de duda, se estará siempre a la interpretación más favorable para el consumidor.”*

Los artículos 1º y 3º no fueron limitados por el citado Decreto 2089/93.

En cuanto al decreto reglamentario⁶, no se incorporaron en él cuestiones de relevancia para este trabajo: respecto al art. 1º de la ley se equiparó como consumidor a quien adquiera bienes o servicios a título gratuito con miras de una eventual operación onerosa, y sobre el art. 53 se reglamentó la forma de brindar el mandato específico a la materia.

Por ello, la Ley de Defensa del Consumidor no contempló en su texto el beneficio de gratuidad durante años (pese a que el legislador tuvo intención de incluirlo), hasta que fue reincorporado en la reforma instrumentada mediante la ley 26.361, en el año 2008.

Si bien el texto originario de la ley 24.240 modificado por el decreto 2089/93 no contempló el beneficio de gratuidad, encuentro aquí los primeros antecedentes de una cuestión que se mantendrá presente a lo largo de toda la investigación: el derecho del consumidor se originó con vistas de lograr objetivos que exceden la protección de la persona que participa de una relación de consumo.

⁶ Decreto 1798/1994.

En este orden de ideas, brindar distintos derechos al consumidor no sólo responde a acortar la brecha que existe entre el proveedor profesional de bienes y servicios y el inexperto y poco poderoso consumidor, sino que es una forma de prevenir el fomento de prácticas comerciales abusivas.

II.II.- Ley 26.361

Quince años después de la creación de la ley originaria, el Congreso de la Nación sancionó la mayor modificación a la Ley de Defensa del Consumidor mediante la ley 26.361. Dos artículos de dicha ley resultan relevantes a los fines de esta investigación:

Mediante su primer artículo se modificó el art. 1º de la Ley de Defensa del Consumidor, reemplazando el texto original de la ley por el siguiente:

“Artículo 1º —Objeto. Consumidor. Equiparación. La presente ley tiene por objeto la defensa del consumidor o usuario. Se considera consumidor a la persona física o jurídica que adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa, bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social.

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

A su vez, el art. 26 de la Ley 26.361 modificó el art. 53 de la Ley 24.240, e incorporó al texto del artículo lo siguiente:

“Artículo 53: (...) Las actuaciones judiciales que se inicien de conformidad con la presente ley en razón de un derecho o interés individual gozarán del beneficio de justicia gratuita. La parte demandada podrá acreditar la solvencia del consumidor mediante incidente, en cuyo caso cesará el beneficio.”

La Ley 26.361 confirmó el sentido de la ley originaria: en primer lugar, pese a realizar modificaciones en el art. 1º, confirmó que tanto las personas físicas como

jurídicas pueden ser consumidoras, siempre y cuando la finalidad del consumo sea para beneficio propio o del entorno, sin distinción o limitación alguna en su equiparación.

Recapitulando: la persona jurídica fue admitida como consumidora en la ley de 1993; ello no fue limitado por el Decreto 2089/93; luego de más de una década de debates doctrinarios y jurisprudencia favorable en este sentido no se restringió la admisión de la persona jurídica (en la mayor reforma realizada sobre la ley 24.240). Definitivamente no es la intención del legislador limitar de alguna manera la posición de las sociedades comerciales consumidoras en comparación a la de las personas físicas.

Hubo un sector minoritario (que votó en contra de la sanción de la ley) que en el debate parlamentario se expresó sobre este punto, manifestando su preocupación acerca de que las grandes empresas puedan ser consideradas consumidoras.

El Diputado Pinedo, en el debate parlamentario en la Cámara de Diputados, se manifestó en contra del alcance del artículo 1º. De acuerdo a la interpretación de su bloque (que votó en contra de la reforma) la ley extendía en demasía su ámbito de aplicación, quedando comprendidos en ella no sólo consumidores residenciales o familiares (quienes, de acuerdo a su interpretación, deberían ser los únicos sujetos activos reconocidos por la ley), sino que también las personas jurídicas (incluyendo aquellas que consumen para incorporar bienes y servicios a su proceso productivo).

También manifestó su preocupación sobre que las grandes empresas (aún cuando consumieran bienes o servicios únicamente en carácter de consumidoras finales) pudieran resultar beneficiadas por los derechos otorgados por la ley, lo que consideró impropio en virtud de que éstas cuentan con recursos para defenderse y que su posición de negociación no sería desventajosa⁷.

Toda vez que la cuestión ha sido abiertamente debatida, resulta evidente que el Congreso sesionó teniendo en cuenta que tanto el texto originario como el texto propuesto por la nueva ley admitían la inclusión de las sociedades comerciales dentro de la figura de “consumidor”, y que si hubiera querido modificar dicho status hubieran tomado en consideración la oposición de la minoría.

⁷ https://www.diputados.gov.ar/export/hcdn/secparl/dgral_info_parlamentaria/dip/archivos/Debate_Ley_26361.zip

El hecho de que la posición minoritaria que intentó limitar el alcance del art. 1º respecto de las personas jurídicas haya sido ignorada es un hecho que habla por sí solo.

La insistencia en incluir el beneficio de justicia gratuita en la ley, con una redacción casi idéntica a la original, es una demostración de voluntad del legislador respecto de la importancia y la necesidad de este instituto. La única diferencia entre el texto original (eliminado por el Decreto 2089/93) y la redacción vigente es la referencia a *“en razón de un derecho o interés individual”*, que fue dejada de lado.

La primera conclusión que obtengo de esta incorporación es que el legislador entendió que la existencia del beneficio de gratuidad automático que incorporó a la ley ofrece al consumidor una herramienta que supera al beneficio de litigar sin gastos del código procesal.

Ahora bien, si el único objetivo de ambos beneficios es la protección del actor de pocos recursos, la creación del beneficio de justicia gratuita no tendría sentido. Profundizaré el análisis sobre las diferencias entre ambos institutos en el acápite dedicado a esta comparación.

Nuevamente me remito al testimonio del Diputado Pinedo, quien manifestó su preocupación respecto a que el beneficio de justicia gratuito reincorporado al art. 53 de la ley aumentaría innecesariamente la carga de la Justicia (idéntico argumento que fue utilizado por el decreto que había eliminado este instituto).

Expresamente se manifestó preocupado porque *“una pequeña y mediana empresa al ser considerada consumidor, gozará del beneficio de litigar sin gastos, eventualmente aun contra sus proveedores, obligando a éstos a acreditar la solvencia de la compañía.”*

En la (desestimada) posición de esta minoría, otorgar el beneficio de gratuidad a las sociedades comerciales generaría un perjuicio y un desequilibrio entre las partes que hubiera debido ser evitado. Por ello, el diputado se expresó abiertamente en cuanto a la conveniencia de limitar no sólo el beneficio, sino que también el carácter de consumidor definido por el art. 1º ya analizado.

El legislador no pudo haber desconocido las implicancias de los textos que incorporó a la ley (respecto a los arts. 1 y 53) y los efectos que tendrían. No sólo porque se debatió respecto a ellos, sino porque ambas cuestiones fueron motivo de debates

durante más de una década, y a pesar de ello se decidió, expresamente, reincorporar el beneficio de gratuidad a favor del consumidor.

Además, el límite al beneficio se incorporó de forma tal que primero se debe estar ante la procedencia de la gratuidad, y únicamente puede limitarse ante pedido de la parte contraria (siempre y cuando el actor sea admisible como consumidor).

Si la intención del legislador fue la de generar un beneficio de litigar sin gastos más expeditivo, utilizable únicamente por la persona física consumidora de bajos recursos, hubiera tomado la sugerencia de la minoría, incorporando limitaciones al instituto en discusión. Los hechos demuestran que tanto en la ley 26.361 como en los siguientes más de diez años desde su sanción el instituto no ha sido recortado.

El objetivo de la reforma de la ley fue expandir su alcance, fomentando y facilitando el acceso a la justicia a los consumidores, y siempre bajo el espíritu de *in dubio pro consumidor*.

Del análisis de la norma específica aplicable no surgen, entonces, motivos que permitan inferir distinciones en la aplicación del beneficio de justicia gratuita entre las personas físicas y jurídicas.

En todo caso, surge lo contrario: el legislador los equiparó de manera absoluta, sin condicionamientos, desestimando incorporar límites a esta igualdad que fue objeto de discusiones durante la sanción de la ley que reincorporó el beneficio de gratuidad.

Siquiera puede hacerse un esfuerzo interpretativo en pos de buscar una veta que debilite la hipótesis de trabajo, ya que todo intento se verá neutralizado por la interpretación a favor del consumidor.

II.III.- Constitución Nacional

Con la reforma constitucional de 1994, sancionada poco tiempo después de la primera Ley de Defensa del Consumidor, se incorporó un artículo inédito que elevó al estatus de derecho constitucionalmente protegido a la materia.

El artículo 42, además de reconocer el derecho de los consumidores y usuarios, incluyó también la protección de sus intereses económicos, así como libertad de elección, información adecuada y veraz y protección a la seguridad.

A continuación de la consagración de estos derechos, refiere directamente al Estado, al señalar que serán sus autoridades quienes proveerán la protección de estos derechos, además de fomentar la defensa de la competencia, evitar la distorsión de los mercados, evitar monopolios, entre otras cuestiones.

Si bien el artículo no brinda luz sobre la situación de la sociedad comercial consumidora ni tampoco respecto del beneficio de gratuidad, sí resulta útil en cuanto que encuentro nuevamente lo que he identificado en otras normas: los derechos del consumidor vinculados al control del mercado para su desarrollo.

Como señalé anteriormente, la relevancia de la materia no alcanza únicamente la protección del derecho individual de los consumidores. No es casual que todos estos conceptos hayan sido incorporados en un único artículo, siendo que el Congreso General Constituyente no tuvo reparos en modificar la numeración anterior de la Constitución.

La protección del consumidor, nuevamente, es parte de un paquete integral de medidas tendientes al fortalecimiento y desarrollo de los mercados en búsqueda del beneficio de todos los sectores de la sociedad.

No es casual que podemos encontrar en los debates del Congreso General Constituyente referencias a esta cuestión. Surge (entre otros numerosos ejemplos) de la inserción solicitada por el Constituyente De la Rúa, quien en los fundamentos de su pedido hizo referencia explícita a que para asegurar la regulación de los mercados (y la defensa de la libre competencia), ésto debía instaurarse en conjunto con la protección específica de los consumidores y usuarios⁸.

La protección de la salud, información adecuada, libertad de elección, y condiciones de trato equitativo y digno fueron parte de este artículo, derechos que son de protección del individuo pero que en definitiva apuntan al beneficio colectivo de manera indirecta.

⁸ <http://www1.hcdn.gov.ar/dependencias/dip/Debate-constituyente.htm#Art.%2042>.

No sólo el Constituyente de la Rúa se refirió a la protección del mercado dentro de la discusión de los derechos del consumidor, ello fue materia habitual entre otros expositores que se refirieron al mismo artículo.

Del extenso debate de la Comisión Constituyente surge que no fue ajeno a sus miembros la relevancia del derecho de los consumidores para el control y regulación del mercado. Esto no quita que simultáneamente fue una prioridad también el otorgar derechos protectorios específicos a las personas que participan del mercado como consumidores.

Como referí al inicio de este acápite, el texto consagrado en nuestra Constitución no trata específicamente la cuestión del beneficio de gratuidad. No puede utilizarse el artículo 42 para extraer conclusiones a favor o en contra de la hipótesis.

Sin embargo, el hilo conductor al que hice referencia al examinar los debates parlamentarios de la ley 24.240 continúa presente aquí: la referencia al mercado durante el debate de normas aplicables a los consumidores. La única explicación razonable es que el derecho relativo al consumidor no tiene que ver únicamente con el consumidor y su protección como persona débil en una relación jurídica.

La relación entre proteger al consumidor y el desarrollo del mercado se encuentra en cada paso de este trabajo, y es relevante para el análisis de la hipótesis.

II.IV.- Código Civil y Comercial de la Nación

A finales de 2014 se promulgó el Código Civil y Comercial de la Nación, que entró en vigencia en 2015. El título III del libro tercero está dedicado exclusivamente a los contratos de consumo.

Si bien el título abarca únicamente los contratos en particular, define la relación de consumo y la figura del consumidor (artículo 1092) en términos similares a la ley 24.240.

En concordancia con la Ley de Defensa del Consumidor, la definición de relación de consumo del código reconoce expresamente la posibilidad de que la persona jurídica actúe en carácter de consumidor, adquiriendo o utilizando bienes o servicios tanto de manera onerosa como gratuita. Se mantiene la condición de que ello debe ser en calidad de destinatario final.

El Código Civil y Comercial de la Nación también recoge el principio de interpretación pro consumidor en su art. 1095 en caso de duda sobre el sentido de algún precepto. Resulta sobreabundante toda vez que es de aplicación el art. 3° de la Ley de Defensa del Consumidor, pero es destacable que se haya incorporado aquí también.

Aún si el código hubiera intentado limitar la Ley de Defensa del Consumidor, el art. 1094 señala con total claridad que sucede respecto al orden de prelación de las normas: en caso de discordancia entre la ley especial y el código, habrá de estarse a favor de la que resulte más beneficiosa al consumidor. Se evidencia que el legislador no tuvo intención alguna de limitar el alcance de las protecciones brindadas por la ley especial.

Tras la sanción de la ley originaria en 1993 y su reforma en 2008, el siguiente gran hito normativo ha sido la sanción del nuevo Código Civil y Comercial. Siendo que fue presentado como una oportunidad de unificar y modernizar los distintos institutos del derecho civil y comercial, numerosas leyes complementarias han sido actualizadas durante su sanción.

Nuevamente no surgen vetas en la ley que permitan atacar la hipótesis de trabajo. El código refuerza la postura tomada por la ley específica: la persona jurídica es admisible como consumidora, y la interpretación de las normas debe realizarse bajo el principio de *in dubio pro consumidor*.

Si bien durante la sanción del código y la actualización de leyes vinculadas no se modificó el beneficio de justicia gratuita, la falta de modificaciones a los arts. 1° y 53 de la Ley de Defensa del Consumidor deben interpretarse como una ratificación a las modificaciones implementadas mediante la ley 26.361.

El beneficio de gratuidad llevaba casi 10 años de existencia y aplicación en los tribunales al momento de la sanción del código unificado, plazo más que razonable para

que el legislador haya podido evaluar las consecuencias de su incorporación a la ley 24.240.

En un contexto de revisión integral normativa donde el derecho del consumo fue revisado (conforme su incorporación al código) la única conclusión razonable es que el legislador consideró que el beneficio de justicia gratuita (en los términos en que fue incorporado por la ley 26.361) no mereció modificaciones ni limitaciones.

II.V.- Leyes provinciales

Con posterioridad a la sanción de la ley 24.240, de alcance nacional, la gran mayoría de las provincias sancionaron normas adhiriendo a sus principios. A la fecha, únicamente las provincias de La Pampa, Santa Fe y San Luis no lo han hecho.

Las normas provinciales pueden complementar, expandir y contribuir a la interpretación de la Ley de Defensa del Consumidor dentro de cada territorio provincial.

El beneficio de gratuidad y su alcance ha sido tratado de manera dispar en las distintas normativas provinciales. Sin embargo, en todos los casos se trató de manera equivalente a las personas físicas y jurídicas, sin distinción ni limitación alguna.

La mayoría de las leyes no hacen menciones específicas a la situación de las sociedades comerciales, pero adhieren en todo a la ley 24.240. Existen situaciones particulares en la ley 757 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (donde la mención del art. 8º bis habla únicamente de “personas”, sin aclaración de físicas o jurídicas), la ley 8973 de Entre Ríos (que en su art. 5º inc. “C” se refiere específicamente a personas físicas y jurídicas), la ley 8416 de La Rioja (donde la referencia del art. 2º alcanza a “toda la población” y la ley 5547 de Mendoza (donde se admite expresamente a la persona jurídica).

Ninguna provincia reduce la admisión de las personas jurídicas como consumidoras o brindó algún criterio interpretativo especial.

Respecto al beneficio de gratuidad y su alcance, la mayoría de las provincias no realizaron mayor mención que su adhesión a la ley 24.240, mientras que otras realizaron sus propias aclaraciones respecto al alcance dado al beneficio de gratuidad.

Entre los casos específicos podemos encontrar a la ley 13.133 de la Provincia de Buenos Aires (que establece la gratuidad para tasas y similares, pero que las costas judiciales se impondrán de acuerdo a la capacidad de las partes), la ley VII 22 de Chubut (que brinda el beneficio de litigar sin gastos con alcance de todo gasto causídico, sin mención de posibilidad de disputarlo mediante el inicio de un incidente de solvencia), la ley 6181 de Corrientes (que en un alcance similar al de la Provincia de Buenos Aires brinda el beneficio y aclara que las costas se impondrán de acuerdo a la capacidad de las partes) o la ley 5992/2016 de Jujuy (que brinda el beneficio con alcance total de tasas, gastos y costas).

Se acompaña en el Anexo el detalle de las normas dictadas por las provincias, su postura respecto a la inclusión de las personas jurídicas como consumidoras y su postura respecto a la gratuidad de las acciones iniciadas en conformidad con los derechos del consumidor.

A su vez, resultan de interés para este trabajo las posturas de algunas provincias que (en concordancia con lo analizado anteriormente) revelan que en adición a la protección del consumidor también buscan proteger intereses ulteriores (el consumo sustentable y la competencia leal en el caso de la Provincia de Buenos Aires; la prevención y sanción de malas prácticas comerciales de las empresas e implementación de políticas de consumo sustentable en Córdoba; la competencia leal y efectiva, la protección del abastecimiento, la protección de la salud y la seguridad y la calidad, prácticas comerciales y veracidad de la información en La Rioja; la seguridad, la salud y el consumo sustentable en Santiago del Estero y el consumo sustentable en Tierra del Fuego).

II.VI.- Normas internacionales

Argentina no cuenta con normas supranacionales que traten cuestiones propias del derecho del consumidor y resulten de interés para la hipótesis de trabajo. Sin embargo, existen dos antecedentes aplicables específicos de esta materia que revisten cierto interés.

Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo):

Estas directrices, como su nombre permite dilucidar, resultan simplemente una “sugerencia” del organismo de las Naciones Unidas respecto a cuestiones relacionadas con el derecho de defensa del consumidor. Resultan de interés únicamente porque reflejan el consenso de representantes de las distintas naciones respecto a los fundamentos detrás de los principios básicos que todos los países deberían respetar internamente.

En las “Directrices (...)” surge (al igual que en distintas normas aplicables al derecho de defensa de los consumidores) que el objetivo del texto no es únicamente la protección del consumidor en cuanto a individuo cuyos derechos son vulnerados.

Según el primer artículo de las directrices, son objetivos: *“c) Alentar a quienes se ocupan de la producción de bienes y servicios y de su distribución a los consumidores a que adopten estrictas normas éticas de conducta; (...) d) Ayudar a los países a poner freno a las prácticas comerciales abusivas de todas las empresas, a nivel nacional e internacional, que perjudiquen a los consumidores; (...) h) Promover un consumo sostenible.”*

Por supuesto no hay mención alguna a cuestiones relacionadas directamente al beneficio de gratuidad objeto de estudio de este trabajo, pero sí determina en el artículo 3º sobre quiénes serán objeto de la protección de estas directrices: las personas físicas que consuman con fines personales, familiares o domésticos.

Podría identificar al artículo tercero como el primer antecedente normativo contrario a la hipótesis. Sin embargo, ello sería erróneo. Las directrices, como señalé al inicio del acápite, son criterios interpretativos cuya función es la de sugerir a los Estados puntos de acuerdo para homogeneizar las normas internacionales.

Además de no ser obligatorias para los Estados (ya que no se establecen sanciones por su incumplimiento), las directrices se limitan a establecer criterios mínimos que podrán ser ampliados mediante normas locales. Es por ello que si bien estas directrices señalan como posible consumidor únicamente a las personas físicas, ello no obsta que Argentina también permita abarcar bajo la misma figura a las sociedades comerciales.

Resolución Nro. 34 Grupo Mercado Común (Mercosur):

Dentro del universo de normas internacionales más ligadas a nuestra región, entre las pertenecientes al Mercosur, contamos con la Resolución N° 34 del Grupo Mercado Común, resolución que se encuentra vigente (y que se dictó en reemplazo de una resolución anterior, menos específica).

Si bien las resoluciones del Grupo Mercado Común deben ser respetadas por los países del Mercosur y no resultan ser “sugerencias”, en este caso se trata únicamente de una norma interpretativa.

En concordancia con nuestro derecho local, la resolución admite expresamente a la persona jurídica como consumidor, con una redacción muy similar a la del art. 1° de nuestra ley 24.240. En igual sentido se admiten bajo la condición de adquirir los bienes o servicios objeto del consumo no para la producción de bienes o servicios, sino para consumo final.

Al igual que las directrices de las Naciones Unidas, tampoco hace mención respecto a posibles beneficios de gratuidad, toda vez que una especificidad tal excede los objetivos de la resolución, que busca generar criterios unificados en los países de la región respecto a la definición de distintos conceptos (consumidor, proveedor, relación de consumo, oferta, deber de información, etc.).

Si bien estos dos antecedentes no son relevantes en cuanto a la interpretación del beneficio de gratuidad de la ley 24.240, resultan de interés en cuanto se encuentran alineados con los objetivos y criterios de las normas analizadas hasta este punto.

II.VII.- Beneficio de gratuidad vs. Beneficio de litigar sin gastos

El beneficio de litigar sin gastos del Código Procesal Civil y Comercial es un instituto que permite a las personas (físicas o jurídicas) litigar en situaciones en las que no cuenten con recursos económicos para afrontar los gastos de un proceso judicial.

En la jurisprudencia y la doctrina se sostuvo que dicho beneficio es aplicable a ambos tipos de personas, si bien el criterio aplicado respecto a las sociedades comerciales ha contado con un mayor grado de rigurosidad en su análisis.

Pese a que fue reconocido que el beneficio del código contempla a las personas físicas, sin importancia de sus características particulares, el criterio jurisprudencial para aplicarlo ha sido restrictivo, y ha llevado a que muchas veces únicamente se les otorgue con un alcance del 50%, en situaciones donde a una persona física se le otorgaría un beneficio total⁹.

El origen de esta dualidad en la aplicación del beneficio responde a que la persona jurídica (cuando es una sociedad comercial) tiene una indiscutible finalidad de lucro, lo que permite presumir la existencia de recursos para afrontar un proceso judicial.

Si bien es cierto que muchas veces las personas jurídicas realmente no cuentan con recursos para cubrir los gastos judiciales, no es menos cierto que en la práctica son escasísimos los casos donde se les otorga el beneficio con una cobertura total del 100% de los gastos, lo que responde principalmente a la íntima valoración de los jueces sobre el instituto más que al texto de la ley, que no hace distinciones entre personas físicas y jurídicas.

La diferencia radica en que la persona jurídica deberá demostrar además que su actividad le impide conseguir los recursos necesarios, ya que la actividad de la empresa permite presuponer posibilidad de generación de recursos. Esto no ha obstado a que la doctrina y la jurisprudencia hayan considerado que por su condición no alcanzará con

⁹ FALCON, Enrique M., "Código Procesal Civil y Comercial de la Nación. Comentado, Concordado, Anotado", 2ª edición, Lexis Nexis - Abeledo-Perrot, Buenos Aires, Argentina, 2006, págs. 722-723.

probar la carencia de medios, sino que además la actividad que realiza le impedirá obtenerlos en el futuro¹⁰.

El Código Procesal Civil y Comercial de la Nación exige a quienes solicitan el beneficio los siguientes requisitos, conforme su artículo 79:

“1) La mención de los hechos en que se fundare, de la necesidad de reclamar o defender judicialmente derechos propios (...) así como la indicación del proceso que se ha de iniciar o en el que se deba intervenir.

2) El ofrecimiento de la prueba tendiente a demostrar la imposibilidad de obtener recurso. Deberá acompañarse el interrogatorio de los testigos y su declaración en los términos de los artículos 440 primera parte, 441 y 443, firmada por ellos.”

Del pedido del beneficio se correrá traslado a la contraria (art. 81). Si se demostrase la falsedad de los hechos alegados, el peticionario será pasible de la aplicación de sanciones económicas.

Lo expuesto, respecto de lo previsto por la Ley de Defensa del Consumidor en su artículo 53, contiene múltiples y notorias diferencias: el beneficio de gratuidad (según la interpretación literal de la ley) ni siquiera debería ser pedido por la parte, sino que la acción gozará del beneficio con razón de su objeto; en vez de existir un incidente de beneficio de litigar sin gastos a ser iniciado por la actora, existe el incidente de solvencia que deberá ser iniciado por la demandada, donde en vez de demostrar la falta de recursos de la parte deberá demostrarse lo contrario: que cuenta con recursos suficientes; no se establece sanción alguna para el caso de un hipotético “abuso” (si es que pudiera existir tal abuso) del beneficio de gratuidad; no hay mención alguna sobre traslado que deba conferirse al demandado, toda vez que el beneficio debe otorgarse automáticamente.

No existe un caso en la jurisprudencia donde surja el otorgamiento automático sin pedido de parte del beneficio de gratuidad a favor de personas físicas o sociedades comerciales. Sin embargo, considero que ello es procedente en virtud de los artículos 52 y 65 de la Ley de Defensa del Consumidor.

¹⁰ ARAZI, Roland y ROJAS, Jorge A. “Código Procesal Civil y Comercial de la Nación. Comentado, anotado y concordado con los códigos provinciales” 2ª edición, actualizada, Tomo I, RUBINZAL - CULZONI Editores, Santa Fe, Argentina, 2007, pág. 377.

El artículo 65 establece que la ley es de orden público (por lo que ninguna decisión de las partes puede modificar su aplicación). Además, el artículo 52 brinda competencia al Ministerio Público Fiscal, que actuará como fiscal de la ley en los procesos donde no intervenga como parte.

El artículo 53 de la ley 24.240 contiene las normas del proceso obligatorias para las causas judiciales cuyo objeto sea la protección de los consumidores. Una de las cuestiones procedimentales reguladas es el beneficio de justicia gratuita (cuya aplicabilidad se establece de manera imperativa) y que únicamente cesará en caso de incidente de solvencia (que *podrá* ser iniciado por la demandada).

El beneficio, además, goza del carácter de orden público y deberá ser aplicado aún sin pedido de parte por el juez (quien está obligado a fallar utilizando el derecho aplicable al caso, conforme el principio de *iura novit curia*), o en su defecto deberá ser solicitado por el representante del Ministerio Público Fiscal, en su condición de fiscal de la ley.

Si bien el beneficio de litigar sin gastos y el de justicia gratuita brindan la misma protección al beneficiario (no deber afrontar las tasas, gastos y costas relacionados con el trámite de una causa judicial), son motivados por distintas cuestiones.

Por un lado, el beneficio de litigar sin gastos ordinario está fundado en el principio de igualdad ante la ley y en el derecho a la defensa en juicio, entre otros principios, buscando que todas las personas que se vean obligadas a presentarse ante los estrados judiciales para reclamar la protección de un derecho (o defenderse ante una demanda iniciada en su contra) no se vean limitadas en su defensa por su situación económica.

Mientras que, el beneficio de justicia gratuita, además de tener un vínculo directo con la situación patrimonial del actor (sino no existiría la posibilidad de que la demandada inicie el incidente de solvencia), tiene un componente adicional. Este componente debe existir, ya que si el instituto fuera idéntico al beneficio de litigar sin gastos, no habría sido incluido expresamente por el legislador en la ley 24.240 en dos oportunidades.

Este componente debe guardar relación con los objetivos de la ley en la que ha sido incluida. Y el objetivo no puede ser meramente la protección de los derechos del consumidor, pues existen derechos personales más importantes para el individuo en el

Código Civil y Comercial para los cuales el legislador previó únicamente la aplicación del beneficio ordinario.

La consecuencia lógica es que este componente adicional del beneficio de justicia gratuita está vinculado a un interés superior al del individuo particular. Y el interés superior al individuo que ha estado presente en todos los fundamentos de las distintas normas de defensa del consumidor ha sido la búsqueda de controlar, proteger y fortalecer al mercado.

La relación directa entre permitir el beneficio de justicia gratuita automático y el fin de proteger el mercado es que a menor costo de oportunidad por iniciar una demanda judicial, habrá mayor cantidad de demandas. Si existen mayor cantidad de demandas relacionadas con las normas de consumo, los proveedores de bienes y servicios deberán elevar sus estándares de producción para evitar costos adicionales.

Si los proveedores elevan sus estándares, el mercado se vuelve más transparente, más desarrollado y más competitivo.

La mayor parte de la doctrina considera que la aplicación automática del beneficio de gratuidad a favor del usuario o consumidor encuentra su justificación en que de esta manera se evitarán impugnaciones, pruebas y trámites que puedan ralentizar el proceso, eliminando la vía expedita que contempló la ley. Especialmente cuando, por lo general, las causas basadas en el derecho del consumidor cuentan con pretensiones de montos exiguos¹¹.

Mi conclusión de la comparación de ambos institutos es que el beneficio de justicia gratuita de aplicación automática existe porque el legislador ha querido fomentar el inicio de acciones basadas en la normativa del consumidor como forma de control del mercado.

II.VIII.- Doctrina

¹¹ COLOMBO, Carlos y KIPER, Claudio M. “Código Procesal Civil y Comercial de la Nación. Comentado y anotado.” 3ª edición, actualizada y ampliada, Tomo I, La Ley, Buenos Aires, Argentina, 2011, págs. 520-521.

Previo a desarrollar este punto de la investigación, vale hacer una aclaración. Si bien cada vez es más amplio el material disponible sobre el derecho del consumidor, lo cierto es que no hay material que desarrolle en profundidad suficiente el art. 53 de la ley para responder la hipótesis de este trabajo. Por este motivo, es fundamental evaluar la opinión de los distintos autores respecto a etapas anteriores del análisis (en otras palabras, las posturas respecto a la admisión de la sociedad comercial como consumidora y también sobre el alcance del beneficio del art. 53) para luego extrapolar los fundamentos y llegar a una conclusión propia y novedosa.

Adelanto que la mayoría de los autores consultados que emitieron opiniones al respecto, se encuentran a favor de la equiparación total entre la persona física y la sociedad comercial como consumidores.

En una obra posterior al decreto 2089/93 pero previo a la reincorporación del beneficio de gratuidad por la ley 26.361, se postuló respecto a la conveniencia y suma importancia de contemplar la gratuidad para todas las acciones promovidas con base en la Ley de Defensa del Consumidor, puesto que facilitaría el acceso de los consumidores a la justicia, removiendo obstáculos a la hora de decidir presentar una demanda y fomentando la cultura del reclamo ante incumplimientos por parte de los proveedores.

Expresamente manifestó la autora que ello redundaría en la evolución cultural de la sociedad (tanto para los consumidores como para las empresas demandadas) y favorecería al desarrollo del mercado¹². Todo esto, sin embargo, fue una expresión de deseos de la autora y no un análisis de la ley vigente, toda vez que (como se aclaró) a la fecha de publicación de su trabajo no se encontraba vigente el beneficio de gratuidad.

Existen autores también que abonaron la teoría de que todos los consumidores deben recibir idéntico manto de protección, ya que hacer distinciones atentaría contra el sentido de la ley.

Llegaron al extremo de aclarar que ante la gran diversidad de consumidores, con el amplio rango de conocimientos y virtudes de cada uno de ellos a la hora de participar de relaciones de consumo (habiéndolos desde los muy listos hasta los muy incautos y

¹² PEREZ BUSTAMANTE, Laura, “Derechos del Consumidor”, Astrea, Buenos Aires, Argentina, 2004, pág. 211.

vulnerables), lo conveniente es brindarle a la totalidad exactamente el mismo nivel de protección, lo que se condice con el espíritu de la norma. “*La presunción de debilidad es irrefragable*”¹³. El tener en cuenta las condiciones de cada consumidor en particular no sólo incrementaría la dificultad y los tiempos procesales de las causas basadas en el derecho consumeril, sino que restaría eficacia a su manto protectorio.

Esta expresión cobra especial sentido considerando que en la obra citada los autores equipararon expresamente la situación de la persona física y la persona jurídica consumidoras, sin mayores distinciones¹⁴.

A su vez, se expresaron de *lege ferenda* no sólo a favor de la gratuidad de las acciones, sino también a favor de suprimir las exigencias fiscales que impiden el acceso a los consumidores a la justicia. Esto, basado tanto en los beneficios que significarían para los grupos humanos económicamente más débiles como también bajo la consideración de que trasladar al Estado la carga económica de asistirlos reforzaría la función pública de la abogacía¹⁵.

También se manifestó a favor de la equiparación entre personas físicas y jurídicas consumidoras otro especialista en derecho del consumidor. Al respecto, en una de sus principales publicaciones incorporó el criterio de que la figura de consumidor no debe limitarse a la utilización o adquisición de bienes consumibles, sino que debe realizarse el análisis desde una visión que considere el consumo económico, más que el jurídico¹⁶.

De acuerdo a esto, la caracterización como consumidor responde a una visión teleológica, por lo que a la ley le es indistinto que quien consuma sea un particular o una empresa, sino que (como analicé a lo largo de este trabajo) la prioridad es el fin ulterior¹⁷.

Los doctrinarios limitaron la equiparación entre la persona física y jurídica como consumidores, reconociendo que la ley no implica que cualquier sociedad comercial pueda beneficiarse por los principios de la ley 24.240, sino que para ello será necesario

¹³ STIGLITZ, Ruben S. y STIGLITZ, Gabriel A., “Contratos por adhesión, cláusulas abusivas y protección al consumidor”, La Ley, Buenos Aires, Argentina, 2012, pág. 209.

¹⁴ STIGLITZ, Roben S. y STIGLITZ, Gabriel A., págs. 187-188.

¹⁵ STIGLITZ, Roben S. y STIGLITZ, Gabriel A., págs. 546-547.

¹⁶ CHAMATROPULOS, Demetrio A., “Estatuto del Consumidor Comentado”, Tomo I, La Ley, Buenos Aires, Argentina, 2016, pág. 40.

¹⁷ CHAMATROPULOS, Demetrio A., pág. 52.

el destino final del consumo y la actuación fuera del ámbito de la actividad profesional de la persona.

Sólo de esta manera, cuando el objeto de la relación de consumo no se incorpore de manera directa a la actividad comercial, se podrá proteger la empresa bajo el régimen específico en la materia¹⁸.

Otros autores han hecho hincapié en la presunción de debilidad para justificar que el “*paternalismo exagerado*” de la ley (que violenta el principio de igualdad formal ante la ley consagrado en la Constitución Nacional y el Código Civil y Comercial) se encuentra justificado toda vez que los consumidores realizan actos de consumo no por mera voluntad, sino por la necesidad de realizarlos. Es cierto que existen bienes prescindibles de consumo, pero ello no desvirtuaría esta característica¹⁹.

No todas las posturas han sido favorables hacia la sociedad consumidora y la aplicación del beneficio de justicia gratuita. Por ejemplo, hay quien señaló que existen empresas con determinadas condiciones de profesionalidad o de poderío económico que las excluirían de la calidad de consumidores (independientemente de la ya analizada situación de aplicación de los bienes o servicios adquiridos para la producción).

Entre las posturas más netamente restrictivas podemos encontrar al Dr. Lorenzetti, quien trazó una línea rígida en contra de la equiparación libre: “*La aplicación de la ley de defensa del consumidor se discute en casos de pequeñas empresas, en las que hay vulnerabilidad especial. Este es un criterio muy utilizado, toda vez que si en el caso hay empresas que consumen y no existe ninguna situación de inferioridad, no hay ninguna razón para plantearse la duda*”²⁰.

Él adhiere a la teoría restrictiva del derecho del consumidor, la cual ha justificado desde la búsqueda de evitar el “abuso” que existiría si se diera a las grandes empresas la misma protección especial que se le da al resto de los consumidores.

¹⁸ CROVI, Luis D., “La protección al empresario consumidor en el contrato de leasing”, Jurisprudencia Argentina, 2009-III, pág. 192.

¹⁹ GOZAINI, Osvaldo A., “Protección procesal del usuario y consumidor”, Rubinzal- Culzoni, Santa Fe, Argentina, 2005, pág. 20.

²⁰ LORENZETTI, Ricardo L., “Consumidores”, Rubinzal- Culzoni, Santa Fe, Argentina, 2003, pág. 95.

En la justificación de su postura recurrió al derecho comparado. Indicó que en el Código brasileño de protección del consumidor no se admiten a las empresas como consumidoras, lo que fue comentado favorablemente por los doctrinarios de ese país, quienes entendieron que la generalización perjudicaría a los más débiles.

No explica en su obra de qué manera perjudicaría a los más débiles el hecho de que se brinde al gran consumidor la misma protección que se le da al pequeño. Tampoco funda su razonamiento en derecho positivo argentino.

Hubo también posturas a favor de la restricción del criterio amplio vigente en la ley, considerando que se debió prever qué circunstancias debe reunir una persona jurídica para ser consumidora y evitar así la aplicación indiscriminada de esta figura²¹.

Sin embargo, pese a que se resaltó que la pequeña empresa no se encuentra en una situación comparable frente a la de la gran empresa (que poseería mejor posición de negociación en comparación con la primera), la legislación vigente no permite establecer esa distinción²².

La mayor parte de la doctrina se encuentra a favor de las posturas amplias de aplicación de los institutos de la ley del consumo, independientemente de no haberse expedido en detalle sobre el tema de este trabajo.

Existe una finalidad ulterior de la protección del consumidor como figura débil en la relación de consumo. Todas las fuentes analizadas han coincidido en que la prioridad es el fortalecimiento del mercado, lo que alimentó a su vez la protección de los consumidores en su totalidad.

Al Estado no le interesa demasiado que una gran empresa utilice el régimen de la ley 24.240 para lograr que la carga probatoria pese principalmente sobre la empresa demandada, o si iniciará acciones libres de gastos, pero sí ve el beneficio en que todos (personas físicas, pequeñas empresas, grandes empresas) inicien acciones judiciales basadas en esta ley que lleven a los proveedores de bienes y servicios a mejorar su comportamiento en el mercado.

²¹ FERNÁNDEZ, Raymundo L., GÓMEZ LEO, Osvaldo R, AICEGA, María Valentina, “Tratado teórico-práctico de derecho comercial”, Abeledo-Perrot, Tomo II b, Buenos Aires, Argentina, 2009, pág. 797.

²² FERNÁNDEZ, Raymundo L., GÓMEZ LEO, Osvaldo R, AICEGA, María Valentina, pág. 800.

Es posible trazar cierto paralelismo con las normas de derecho administrativo relacionadas con las infracciones de tránsito (después de todo, un componente de la ley 24.240 también es de derecho administrativo y contempla la posibilidad de sancionar a los proveedores): mediante estas normas el Estado no tiene tanto interés en castigar el comportamiento de un sujeto en particular, sino en el poder disuasorio de la norma para con las acciones reprochadas, y la consecuente mejora del estado del tránsito, brindando mayor seguridad para los ciudadanos.

No resulta casual que la Ley de Defensa del Consumidor (en su art. 47), la Ley de Defensa de la Competencia (en su art. 46) y la Ley de Lealtad Comercial (art. 18) contemplan sistemas de aplicación de multas económicas y de medidas tendientes a detener las conductas nocivas para el mercado. Nuevamente, el Estado coordina estas distintas normas como herramientas de intervención en el comercio privado.

Es dable asumir que el legislador, al poner en la balanza la posibilidad de que alguna gran empresa solvente pudiere llegar a sacar provecho del beneficio de gratuidad y que haya una mayor cantidad de personas en la Justicia realizando presentaciones que beneficien la evolución del mercado, hubiera meritado de manera más favorable la segunda opción.

II.IX.- Jurisprudencia

Beneficio de litigar sin gastos del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación

Respecto al otorgamiento del beneficio de litigar sin gastos a las sociedades comerciales, es abundante la jurisprudencia que otorga el beneficio por el 50% de los gastos teniendo en cuenta su finalidad de lucro.

Los argumentos, sin embargo, no son igualmente abundantes. Verbigracia, en uno de tantos casos que existen en tal sentido, se ha concedido el beneficio por un 50% del

total en coincidencia con lo sugerido con el fiscal de cámara, pese a que el fiscal fue contundente en cuanto a la mala situación económica de la sociedad²³.

Citaré a continuación el voto del Dr. Di Tella (en su totalidad) que otorga el beneficio y los fundamentos del fiscal en los que se basa su decisorio, para que el lector comprenda el grado de dificultad que implica para una sociedad comercial obtener un beneficio de litigar sin gastos con exención del 100%.

Voto del Dr. Di Tella: *“Considerando: Por los fundamentos y conclusiones del dictamen del fiscal de Cámara, que se dan por reproducidos por razón de brevedad, revócase la resolución de fs. 65/7 y acuérdate parcialmente el beneficio de litigar sin gastos, estableciéndose en el 50% la exención solicitada.”*

Fundamentos del fiscal: *“(…) Surge de las declaraciones testimoniales producidas a fs. 28/31, que la mala situación económica de la sociedad había determinado que la sede social funcionara en el domicilio particular del gerente y que sus hijos, que también lo eran, debido a la disminución de trabajo debieron emplearse en relación de dependencia en otras empresas para poder afrontar sus gastos de mantenimiento (…)”*.

Los jueces son tan restrictivos como resulta posible a la hora de conceder el beneficio a las personas jurídicas con fines comerciales. Podemos encontrar un patrón en tal sentido desde el dictado del fallo *“Vacomer S.A. c. Bodegas y Viñedos Santa Ana S.A.”*²⁴, el cual es citado recurrentemente por los jueces de las distintas salas.

Fuera del ámbito comercial, en el Fuero Contencioso Administrativo Federal, tienen establecido las distintas salas que el beneficio de litigar sin gastos debe analizarse “con la mayor prudencia” a la hora de ser merituada su aplicación a las sociedades comerciales²⁵.

La situación de extrema rigurosidad no varía en las distintas salas de los fueros de la Justicia Nacional o Federal.

²³ “Urso, Eduardo e Hijos S. R. L. c. Red Hotelera Ibero Americana S. A.”, CNCom, Sala C, 28/04/00.

²⁴ “Vacomer S.A. c. Bodegas y Viñedos Santa Ana S.A.” CNCom, Sala B, 03/10/94.

²⁵ “Eurosat S.A. y otro C/ Comfer (Resols. 275, 293 y 306/97) S/ Beneficio de litigar sin gastos”, CNCAF, Sala II, 28/12/00; “Castroil S.A. S.A.C.I.F.E.I. C/ D.G.I. S/ Beneficio de litigar sin gastos”, CNCAF, Sala V, 05/05/97.

La persona jurídica es pasible de ser eximida del pago de tasas, gastos y costas judiciales, de acuerdo a los principios que rigen el instituto en particular. Atento la naturaleza similar del beneficio de litigar sin gastos con la del beneficio de gratuidad, el análisis deberá centrarse en si este último instituto ha sido establecido con la finalidad de alcanzar a todo tipo de consumidores o si existe alguna limitación que restrinja su aplicación.

De todas las normas analizadas, no he encontrado ninguna que habilite la limitación del otorgamiento del beneficio a las sociedades comerciales. Por ello cabe evaluar si los argumentos planteados por los jueces en la aplicación del beneficio de litigar sin gastos resultan aplicables al beneficio de justicia gratuita.

De la ley 24.240 y del Código Civil y Comercial surge que la interpretación de la ley debe realizarse (en caso de duda) a favor del consumidor, siempre utilizando la normativa específica del derecho del consumo. La sociedad comercial, de acuerdo a todas las normas aplicables en nuestro país, resulta ser consumidora cuando adquiere bienes o servicios como consumidor final, y no para el uso en su circuito productivo. La ley 24.240 es de orden público, y la sociedad (como consumidora) cuenta con el tutelaje del Ministerio Público Fiscal, que debe velar por la aplicación adecuada de la ley.

Los argumentos utilizados por los jueces para limitar el alcance del beneficio de litigar sin gastos no surgen de la ley, sino que son el resultado de un análisis integral del derecho y de sus principios generales. A su vez, la solicitud del beneficio ordinario es una herramienta que brinda el legislador a las personas que litigan, mientras que el beneficio de justicia gratuita es un instituto de uso obligatorio que surge de la ley específica únicamente en defensa del actor.

Por la existencia de todas estas diferencias es que considero que no puede ser interpretado de la misma forma el beneficio ordinario que el beneficio contemplado por la Ley de Defensa del Consumidor.

El beneficio de justicia gratuita proviene de una ley especial y debe ser interpretado mediante sus propias normas, ya que contiene sus propios criterios interpretativos distintos de los aplicables al resto del derecho. Y no existe interpretación que permita ignorar este hecho, toda vez que la ley 24.240 es de orden público.

Beneficio de gratuidad de la Ley de Defensa del Consumidor

Si bien es constante y abundante la jurisprudencia que limita el beneficio de litigar sin gastos ante los pedidos de las sociedades comerciales, los antecedentes referidos a personas de este tipo que buscan acogerse al beneficio de gratuidad de la Ley de Defensa del Consumidor son muy escasos.

En la Justicia Nacional en lo Comercial han existido (desde la sanción de la ley 26.361 en 2008) únicamente tres casos que llegaron a ser revisados en segunda instancia.

En el primero de ellos²⁶, en 2014, se dejó sin efecto la intimación al pago de tasa de justicia cursada a la sociedad comercial actora en autos, luego de que el juez de grado le negase el beneficio de justicia gratuita. La alzada revocó la intimación, pero no concedió el beneficio de justicia gratuito con alcance completo.

En el segundo²⁷ y el tercer²⁸ caso, ambos de la Sala A y compartiendo argumentos entre sí, se rechazó la pretensión de las sociedades comerciales consumidoras utilizando una serie de argumentos de discutible rigor científico, esgrimiendo la existencia de diferencias entre el beneficio de litigar sin gastos y el beneficio de justicia gratuita.

En primer lugar se señaló que “*indudablemente*” el término “*justicia gratuita*” se refiere “*al acceso a la justicia, que no debe ser conculcado por imposiciones económicas*”, a diferencia del beneficio de litigar sin gastos que abarca todo el proceso. Según los magistrados, la diferencia en los términos genera esta “indudable” interpretación.

Me permito disentir con los magistrados, toda vez que no surge de absolutamente ninguna norma la interpretación que se da al término “*justicia gratuita*”, así como tampoco se invoca el artículo de ninguna ley que sostenga este criterio.

²⁶ “El Cardal del Monte S.C.A. C/ Wagen S.A. S/ Ordinario”, CNCom, Sala B, 14/11/14

²⁷ “Portsure S.A. C/ Prosegur Activa Argentina S.A. S/ Sumarísimo”, CNCom, Sala A, 30/12/2016.

²⁸ “Geosistemas S.R.L. C/ Aeropuertos Argentina 2000 S.A. y Otro S/ Incidente Art. 250 CPCCN”, CNCom, Sala A, 17/03/15.

A lo que sí hacen referencia los magistrados, como argumentos que sostienen la postura elegida por ellos, es que la existencia de proyectos de Ley de Defensa del Consumidor anteriores habían contemplado la inclusión del “beneficio de litigar sin gastos”, por lo que al no ser aprobados estos proyectos significaría que el legislador decidió no incorporar los beneficios con este alcance.

A continuación hacen un paralelismo con el **derecho laboral** para explicar que el alcance de la gratuidad en los procesos relativos a dicha rama del derecho tiene un alcance reducido, por lo que el beneficio de la ley 24.240 no podrá ser superior. Complementan el argumento citando las normativas laborales provinciales.

Recapitulando: los magistrados basaron su decisorio en una interpretación semántica basada en lo que ellos consideran que significa “justicia gratuita”, proyectos de ley no aprobados y el derecho laboral y las normas laborales provinciales para justificar limitaciones al beneficio de la ley 24.240.

Respecto a la interpretación semántica, siquiera es posible encarar tal análisis, ya que resulta imposible juzgar el significado de las palabras elegido arbitrariamente por los magistrados. En lo que a mí y a esta investigación respecta, la diferencia de los nombres de ambos institutos se debe a las diferencias que presentan que he analizado aquí.

Respecto a la analogía con el derecho laboral y las normas provinciales, su utilización resulta netamente descabellada. Su utilización implica olvidar que el derecho del consumidor es un microsistema con reglas propias, que no existe vínculo alguno entre la Ley de Defensa del Consumidor y la Ley de Contrato de Trabajo, y omitir lo establecido tanto por el Código Civil y Comercial y la ley 24.240 respecto a las normas que deberán utilizarse para interpretar el beneficio de justicia gratuita.

Respecto a la utilización de proyectos de ley no aprobados, no hay coherencia alguna en dar valor a leyes que no fueron aprobadas por encima de los debates parlamentarios para interpretar la voluntad del legislador. Si los magistrados pretendieron interpretar qué fundamentos tuvieron los senadores y diputados que incorporaron el beneficio de justicia gratuita, la mejor opción era recurrir a los argumentos que he recogido en esta investigación que obran en la discusión de las propias leyes 24.240 y 26.361.

Respecto al orden de prelación de las normas para analizar los institutos de la ley 24.240, el derecho del consumidor es un microsistema legal de protección que se encuentra dentro del derecho privado, y que es de raigambre constitucional.

Las soluciones interpretativas únicamente pueden llegar a partir del análisis de las propias normas consumeriles, y no por recurrencia a analogía u otras técnicas afines. Ésto es consecuencia de la existencia de un microsistema en el derecho su carácter autónomo y derogatorio de normas generales.

De esta forma, la única interpretación que respete la hermenéutica constitucional y el criterio previsto por el legislador, será la que surja a partir de la interpretación de la norma específica aplicable²⁹.

En otras palabras, las respuestas a las incógnitas que arroje el análisis de los institutos propios del derecho consumeril deben surgir de la propia interpretación de éste ámbito de normas, debiendo evitar recurrir a analogías provenientes de otras ramas del derecho que poca relación guardan con el área que nos interesa.

Es por esto que semejantes omisiones en los fallos analizados únicamente pueden tener lugar si los magistrados decidieron previamente el veredicto para luego proceder a fundarlo. No existe otra explicación lógica para comprender cómo un fallo, en una causa que versa sobre derecho del consumidor en una cuestión donde la ley es autosuficiente, fue resuelto mediante la aplicación análoga de derecho laboral provincial.

Este excesivo rigor de los jueces a la hora de conceder el beneficio de justicia gratuita, es lo que explica la escasa cantidad de casos que en diez años han llegado a la alzada ante la negativa de los magistrados en otorgar el beneficio de justicia gratuita en todo su alcance, si bien sí existen casos de personas físicas consumidoras³⁰.

Si bien existe una numerosa cantidad de filtros que limita la cantidad de casos existentes (y del que he hablado en la introducción de esta tesina), lo cierto es que existen numerosos casos en los juzgados de primera instancia donde los jueces rechazan no sólo

²⁹ BERSTEN, Horacio L., “¿Concluye la polémica sobre el alcance del beneficio de justicia gratuita?”, Suplemento de Jurisprudencia Argentina, 21/12/2016, pág. 35.

³⁰ “Piccardi, María Florencia C/ Automotores Russoniello S.A. S/ Ordinario”, CNCom, Sala F, 09/11/17; “Moscatelli, Tomás Agustín C/ Francisco Osvaldo Diaz S.A. S/ Ordinario”, CNCom, Sala F, 23/11/17”.

el beneficio de justicia gratuito completo, sino que hasta la eximición del pago de tasa de justicia.

Para evaluar la situación en los juzgados de primera instancia tomé una numerosa muestra de causas de los últimos tres años, donde sociedades comerciales litigan contra automotrices y sus principales concesionarios. Elegí este caso particular porque la adquisición de automotores (por su naturaleza) suele brindarse con mayor facilidad a la existencia de relaciones de consumo entre personas jurídicas, haciendo que la muestra elegida resulte más representativa.

Revisando la totalidad de las causas iniciadas en el período, verifiqué la situación descripta anteriormente: ha habido casos donde se ha intimado a la sociedad consumidora a abonar la tasa de justicia (e inclusive, agravado por la multa por su pago tardío)³¹, casos donde la actora invocó la ley protectora del consumidor pero debió abonar tasa de justicia y tramitar el beneficio de litigar sin gastos³², e inclusive casos donde ha sido directamente abonada la tasa de justicia y simplemente abandonada la posibilidad de acogerse al beneficio³³.

Sin embargo, en la amplia muestra evaluada, no existió un solo caso donde a la sociedad consumidora se le brindase el beneficio de justicia gratuita con todo su alcance, como sí he encontrado repitiendo la búsqueda pero consultando las demandas iniciadas por personas físicas.

Los tribunales no receptaron favorablemente el beneficio de gratuidad a favor de las sociedades comerciales. Es la única explicación lógica sobre por qué las sociedades comerciales no solicitan el beneficio y apelan los decisorios donde les es negado.

Es que las sociedades comerciales, movilizadas principalmente por la finalidad de lucro, no encuentran motivo para pagar tasas, gastos y costas judiciales pudiendo acogerse a un beneficio que las exceptúe de ello.

³¹ “Redumax S.R.L. C/ Renault Argentina S.A. y Otro S/ Ordinario”, Juz. Nac. Com. N° 8 Sec. N° 15, 08/03/18.

³² “Altrak S.R.L. C/ Ford Argentina S.C.A. y otro S/ Ordinario” y “Altrak S.R.L. C/ Ford Argentina S.C.A. y otro S/ Beneficio de litigar sin gastos”, Juz. Nac. Com. N° 31 Sec. N° 62.

³³ “Circam S.R.L. C/ Volkswagen S.A. de Ahorro P/F Determinados y otro S/ Ordinario”, Juz. Nac. Com. N° 26 Sec. N° 51.

En conclusión, si bien la jurisprudencia de la Cámara Nacional en lo Comercial es unánimemente contraria a la hipótesis de este trabajo, considero por los motivos expuestos que los decisorios fueron fundados en cuestiones ajenas al derecho aplicable, inconducentes para argumentar en sentido contrario al objeto de este trabajo.

EVALUACIÓN TRIALISTA DEL DERECHO

II.X.- Evaluación normológica

Dentro del análisis puramente normativo, y en coincidencia con la postura de los Dres. Lorenzetti y Bersten, consideraré principalmente las conclusiones del análisis de la ley específica aplicable al caso. En el caso, la 24.240 y sus modificatorias.

Los artículos 1° (equiparación de la persona física consumidora con la persona jurídica consumidora), 3° (interpretación pro consumidor) y 53° (beneficio de gratuidad irrestricto) resultan suficiente para expedirse a favor de la hipótesis de trabajo.

Del análisis literal de la ley surge con claridad que la persona jurídica es equiparable a la persona física consumidora. No existe ningún artículo que trate de manera diferente a ambas personas. El Código Civil y Comercial de la Nación adhirió a esta postura. La normativa específica del Mercosur (norma interpretativa) equipara a ambas personas en su posibilidad de ser consumidoras.

Al ser la persona jurídica consumidora, cualquier duda en la interpretación de la ley deberá ser interpretada a favor de ella, por mandato expreso de la ley.

Por último, el beneficio de gratuidad del art. 53 resulta aplicable a las acciones basadas en la Ley de Defensa del Consumidor en virtud de su objeto, no del sujeto. A consideración de la demandada, ésta podrá iniciar el incidente de solvencia para terminar con el beneficio (única situación optativa contemplada dentro del artículo).

Esto significa que el beneficio debería ser otorgado automáticamente en virtud de los artículos 52 y 65 de la ley 24.240, debido a su carácter de disposición de orden público.

No existe en la ley específica una previsión similar a la del art. 81 del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación que castiga el intento de abuso en el pedido de beneficio de litigar sin gastos. La única sanción en caso de no proceder el beneficio será el pago de las tasas, gastos y costas.

Como surge de la transcripción de los debates parlamentarios, el legislador tuvo presente que existiría esta equiparación en su ley y que la reincorporación del beneficio de gratuidad (eliminado por decreto de la ley original pero reincorporado en una reforma posterior) podría ser aplicable a las sociedades comerciales. Esto elimina también la consideración de que pudiera existir una *laguna legal* que deba ser suplida mediante la interpretación integral del derecho. Por último, las leyes provinciales adhirieron a la Ley 24.240.

En conclusión, del análisis literal de la ley específica aplicable, surge con claridad que el beneficio deberá ser otorgado de manera automática a las sociedades comerciales y con el mismo alcance que se les debe brindar a las personas físicas: por la totalidad de las tasas, gastos y costas del proceso. Siempre siendo pasibles de perder el beneficio ante la tramitación por la parte contraria del incidente de solvencia.

No existe nada en la ley que permita suponer lo contrario.

II.XI.- Evaluación sociológica

Para la evaluación sociológica debemos partir de que desde la jurisprudencia es unánime el rechazo en los tribunales al otorgamiento absoluto del beneficio de justicia gratuita a las sociedades comerciales.

Esta unanimidad debe ser analizada dentro de determinado contexto para un entendimiento integral de la situación: los únicos tres fallos de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial corresponden a dos salas: un primer antecedente de la Sala

B (previo a su cambio de criterio en materia de alcance del beneficio de justicia gratuita) y dos de la Sala A, que mantiene un criterio restrictivo.

No contamos con antecedentes de las salas que actualmente admiten el criterio amplio respecto a las personas físicas, ya que nunca han llegado a expedirse sobre las personas jurídicas. La Sala F³⁴, la Sala C³⁵ y la Sala B³⁶ son, en la actualidad las principales impulsoras de la teoría amplia.

Sí he podido corroborar que los juzgados de primera instancia no otorgan el beneficio de gratuidad con alcance absoluto a las sociedades comerciales. Especialmente, jamás ha sido otorgado de manera automática sin pedido de parte (siquiera a personas físicas). También resulta cierto que no hay un criterio uniforme respecto a los fundamentos de la no aplicación del instituto.

A diferencia del análisis normológico, donde las distintas leyes, sus fundamentos y su interpretación resultan armoniosos, conducentes y sólidos desde el punto de vista lógico, el análisis sociológico se presenta como un atolladero de *excusas* para limitar el alcance del instituto objeto de este trabajo.

Los jueces utilizaron interpretaciones semánticas (siquiera de corte jurídico) que no se basan en ningún criterio verificable, analogías a microsistemas normativos incompatibles con el de la defensa del consumidor, interpretaciones de leyes que no han sido aprobadas y análisis del orden jurídico integral desestimando la interpretación de la normativa específica y existente aplicable manifiestamente a la interpretación del alcance del beneficio de justicia gratuita.

En otras palabras, es cierto: el análisis sociológico no aporta a la verificación de la hipótesis. Pero también resulta cierto que la jurisprudencia existente ha hecho hincapié en fundamentos poco sólidos para fundar decisorios contrarios a lo que el derecho claramente ordena.

³⁴ “Piccardi, María Florencia C/ Automotores Russoniello S.A. S/ Ordinario”, CNCom., Sala F, 09/11/17.

³⁵ “Procosumer C/ Farmaplus S.A. S/ beneficio de litigar sin gastos” CNCom., Sala C, 26/08/16.

³⁶ “Zoli, Sergio C/ Caja de Seguros S.A. S/ Beneficio de Litigar sin Gastos”, CNCom., Sala B, 24/08/16.

Por ello, la relevancia de este análisis (especialmente frente a la contundencia de los análisis normológico y dikelógico) debe ser merituada acorde a la inconsistencia de los argumentos que sostienen los fallos en que se funda.

II.XII.- Evaluación dikelógica

En este último punto analizaré cómo contribuye en cuanto al subjetivo valor “justicia” la aplicación o no del beneficio de gratuidad a las sociedades comerciales.

Uno de los pilares del derecho del consumidor es la protección del consumidor entendido como parte débil de un acto jurídico donde las partes se encuentran en desigualdad respecto del poder negocial que detentan.

Esto no es una conclusión personal, sino que es el fundamento mismo del instituto del daño punitivo (exclusivo del derecho del consumo), creado por la justicia de California, Estados Unidos de América, en el caso “*Grimshaw v. Ford Motor Company*”.

En términos claros, la ley protectoria del consumidor existe porque el mercado puede desvirtuarse a tal extremo que a las empresas pudiera resultarles económicamente viable dejar morir a los consumidores desconocedores de los riesgos que corren y pagar luego los costos, antes que operar de manera leal y transparente.

Este *leading case* es una muestra concreta que el marco protectorio del consumidor existe para equilibrar la balanza de la justicia entre consumidores o usuarios y proveedores, pero que no es su único objetivo.

Si bien la familia Grimshaw se benefició con una suma de dinero desproporcionada en relación al daño sufrido, y Ford Motor Company afrontó un costo monetario mayor al que hubiera debido tolerar en caso de evitar la situación de peligro a la que expuso a sus clientes, estas dos partes del proceso no fueron los principales afectados por el decisorio.

Desde la resolución definitiva del caso a comienzos de la década de los ‘80s las compañías automotrices tomaron medidas especiales para evitar que vehículos

defectuosos en circulación signifiquen peligro alguno para sus conductores, asumiendo costos millonarios. Los consumidores que adquirieron vehículos se beneficiaron por una protección adicional inexistente previa a la creación del instituto del daño punitivo.

Pese a que el daño punitivo no llegó automáticamente al resto de los países, las automotrices de distintos puntos del planeta adoptaron medidas de *recall* de unidades defectuosas para evitar contingencias.

Toda esta revisión histórica me lleva al punto principal: en este caso el mercado se volvió más transparente, ofreció mejores productos y mejores condiciones para los usuarios y consumidores. Todo gracias a una decisión vinculada al derecho de los consumidores de un país en particular, que generó un gran impacto positivo a nivel internacional en múltiples ámbitos.

El campo de la *dikelogía* tiene como fin manifiesto que el derecho sirva al hombre y a su desarrollo. Los resultados indirectos a largo plazo de desarrollar el mercado no sólo favorecerán a sus condiciones de vida, sino que lo expondrán a una menor cantidad de situaciones donde se vean vulnerados sus derechos, además de mejorar la economía.

Como recurrentemente encontré en los fundamentos de las distintas normas de protección al consumidor, estos han sido explícitamente los objetivos del legislador: desarrollar el mercado y llevar mejores condiciones de vida a la población, no únicamente al consumidor como sujeto particular cuyos derechos fueron vulnerados.

El legislador evaluó de manera positiva facilitar el acceso a la justicia de los consumidores cuyos derechos son vulnerados, brindando niveles de protección altísimos e institutos jurídicos poderosos sin considerar el caso particular de cada posible litigio. En cambio, se tuvo en miras el beneficio global de que mayor cantidad de incumplimientos existentes sean denunciados. La inclusión en la ley de sanciones y multas complementa esta interpretación.

Es por ello que me inclino por la afirmación de la hipótesis desde el análisis *dikelógico* del derecho, pues no sólo es la que beneficia a los consumidores, sino indirectamente también a los proveedores, al Estado, al mercado, y al desarrollo de la Nación. También es lo que explícitamente contempló el legislador durante el dictado de cada norma vinculada al universo de la defensa del consumidor.

III – CONCLUSIONES

Dos de tres dimensiones del análisis trialógico del derecho resultan a favor de la hipótesis. La disidencia de la dimensión sociológica no es suficiente por sí misma para admitirla o rechazarla de forma absoluta.

De todos modos debo destacar que el análisis normológico demostró ser más consistente y coherente jurídicamente en cuanto a las conclusiones que permite extraer. La interpretación literal de las normas, los fundamentos del legislador y los objetivos buscados se alinean coherentemente en pos de la tesis afirmativa de la hipótesis de este trabajo.

El análisis sociológico, único que no permite corroborar la hipótesis, demostró ser insuficientemente contundente ante la inexistencia de una mayor cantidad de fallos de tribunales de segunda instancia y la inconsistencia jurídica de los argumentos expuestos por los magistrados.

La balanza se inclina en favor de afirmar la hipótesis al sumar el análisis dialógico, si bien por su naturaleza es el aspecto más subjetivo de los tres. No por ello deja de ser un elemento de relevancia para resolver la incógnita planteada.

Respecto al análisis del texto legal, las sociedades comerciales son consumidores con el mismo alcance que las personas físicas, no existe norma específica alguna que lo limite. Toda duda debe ser interpretada a favor de estas.

Sobre el alcance, no sólo el beneficio debe comprender tasas y gastos judiciales, sino que abarcará también las costas del proceso, por los motivos ya desarrollados en la introducción de este trabajo. La contundencia de la ley 24.240 es tal, que el beneficio debería ser otorgado más allá de haber sido solicitado o no por las partes.

Adicionalmente existen suficientes argumentos para considerar que los efectos de la admisión del beneficio irrestricto es beneficioso para toda la sociedad. Como he señalado a lo largo de estas páginas, y en concordancia con parte de la doctrina y los legisladores que han participado en la creación de la ley 24.240 y sus modificatorias, no me caben dudas que la expansión de las normas protectoras del consumidor ayudarán a

que nuestro país evolucione gracias a la mejora de las condiciones del mercado, el que aún dista muchísimo de los estándares esperables de un país desarrollado que busca integrarse en el comercio internacional.

BIBLIOGRAFÍA

Doctrina:

ARAZI, Roland y ROJAS, Jorge A. “Código Procesal Civil y Comercial de la Nación. Comentado, anotado y concordado con los códigos provinciales” 2ª edición, actualizada, Tomo I, RUBINZAL - CULZONI Editores, Santa Fe, Argentina, 2007.

BERSTEN, Horacio L., “¿Concluye la polémica sobre el alcance del beneficio de justicia gratuita?”, Suplemento de Jurisprudencia Argentina, 21/12/2016.

CHAMATROPULOS, Demetrio A., “Estatuto del Consumidor Comentado”, Tomo I, La Ley, Buenos Aires, Argentina, 2016.

COLOMBO, Carlos y KIPER, Claudio M. “Código Procesal Civil y Comercial de la Nación. Comentado y anotado.” 3ª edición, actualizada y ampliada, Tomo I, La Ley, Buenos Aires, Argentina, 2011.

CROVI, Luis D., “La protección al empresario consumidor en el contrato de leasing”, Jurisprudencia Argentina, 2009-III.

FALCON, Enrique M., “Código Procesal Civil y Comercial de la Nación. Comentado, Concordado, Anotado”, 2ª edición, Lexis Nexis - Abeledo-Perrot, Buenos Aires, Argentina, 2006.

FERNÁNDEZ, Raymundo L., GÓMEZ LEO, Osvaldo R, AICEGA, María Valentina, “Tratado teórico-práctico de derecho comercial”, Abeledo-Perrot, Tomo II b, Buenos Aires, Argentina, 2009.

FERNÁNDEZ, Raymundo L., GÓMEZ LEO, Osvaldo R, AICEGA, María Valentina.

GOZAINI, Osvaldo A., “Protección procesal del usuario y consumidor”, Rubinzal-Culzoni, Santa Fe, Argentina, 2005.

LORENZETTI, Ricardo L., “Consumidores”, Rubinzal- Culzoni, Santa Fe, Argentina, 2003.

PEREZ BUSTAMANTE, Laura, “Derechos del Consumidor”, Astrea, Buenos Aires, Argentina, 2004.

RUSCONI, Dante D., “La noción de consumidor”, Jurisprudencia Argentina, 2008-II.

STIGLITZ, Ruben S. y STIGLITZ, Gabriel A., “Contratos por adhesión, cláusulas abusivas y protección al consumidor”, La Ley, Buenos Aires, Argentina, 2012.

Jurisprudencia:³⁷

“Altrak S.R.L. C/ Ford Argentina S.C.A. y otro S/ Ordinario”, Juz. Nac. Com. N° 31 Sec. N° 62.

“Altrak S.R.L. C/ Ford Argentina S.C.A. y otro S/ Beneficio de litigar sin gastos”, Juz. Nac. Com. N° 31 Sec. N° 62.

“Castroil S.A. S.A.C.I.F.E.I. C/ D.G.I. S/ Beneficio de litigar sin gastos”, CNCAF, Sala V, 05/05/97.

“Circam S.R.L. C/ Volkswagen S.A. de Ahorro P/F Determinados y otro S/ Ordinario”, Juz. Nac. Com. N° 26 Sec. N° 51.

“Eurosat S.A. y otro C/ Comfer (Resols. 275, 293 y 306/97) S/ Beneficio de litigar sin gastos”, CNCAF, Sala II, 28/12/00.

“Marisi, Lucas C/ Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A. S/ Beneficio de litigar sin gastos”, CNCom, Sala F, 11/07/17.

“Moscatelli, Tomás Agustín C/ Francisco Osvaldo Diaz S.A. S/ Ordinario”, CNCom, Sala F, 23/11/17”.

“Piccardi, María Florencia C/ Automotores Russoniello S.A. S/ Ordinario”, CNCom, Sala F, 09/11/17.

³⁷ Toda la jurisprudencia se encuentra disponible en el Centro de Información Judicial de la Corte Suprema de Justicia de la Nación: <https://www.cij.gov.ar/buscador-de-fallos.html>.

“Procosumer c/ Farmaplus S.A. s/ beneficio de litigar sin gastos”, CNCOM., Sala C, 26/08/16.

"Redumax S.R.L. C/ Renault Argentina S.A. y Otro S/ Ordinario", Juz. Nac. Com. N° 8 Sec. N° 15, 08/03/18.

“Urso, Eduardo e Hijos S. R. L. c. Red Hotelera Ibero Americana S. A.”, CNCom, Sala C, 28/04/00.

“Vacomer S.A. c. Bodegas y Viñedos Santa Ana S.A.” CNCom, Sala B, 03/10/94.

“Zoli, Sergio C/ Caja de Seguros S.A. S/ Beneficio de Litigar sin Gastos”, CNCom, Sala B, 24/08/16.

Portales web:

<https://www.cij.gov.ar/buscador-de-fallos>

https://www.diputados.gov.ar/export/hcdn/secparl/dgral_info_parlamentaria/dip/archivos/Debate_Ley_24240.zip

https://www.diputados.gov.ar/export/hcdn/secparl/dgral_info_parlamentaria/dip/archivos/Debate_Ley_26361.zip

<http://www1.hcdn.gov.ar/dependencias/dip/Debate-constituyente.htm#Art.%2042>

ANEXO

Comparativo de legislaciones provinciales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

JURISDICCIÓN	LEY	¿CONTEMPLA PERSONA JURÍDICA?	¿CONTEMPLA GRATUIDAD?
BUENOS AIRES	13.133	Art. 2º menciona "Todos los sectores de la población".	Sí (art. 25º, sobre tasas y similares, pero costas de acuerdo a capacidad de las partes. En acciones judiciales).
CABA	757	Art. 8º Bis habla de "toda persona".	Para notificaciones.
CATAMARCA	5069	No lo dice, pero adhiere a ley 24.240.	Sí (art. 15º, beneficio justicia gratuita para acciones judiciales).
CHACO	5161	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.
CHUBUT	VII 22	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.	Sí (art. 11º, sobre tasas, gastos y costas judiciales).
CÓRDOBA	10.247	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.	Art. 19º, para reclamo administrativo.
CORRIENTES	6181	No lo dice, pero adhiere a ley 24.240.	Sí (art. 17º, sobre tasas y similares, pero costas de acuerdo a capacidad de las partes. En acciones judiciales).
ENTRE RÍOS	8973	Sí (art. 5º inc. C).	No aclara. Adhiere a la 24.240.
FORMOSA	1480	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.	Sí (art. 18º, beneficio de gratuidad para acciones judiciales).
JUJUY	5992/2016	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.	Sí (art. 32º, sobre tasas, gastos y costas judiciales).
LA PAMPA	NO TIENE	-	-
LA RIOJA	8416	Art. 2º (Alcanza a toda la población)	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.
MENDOZA	5547	Art. 2º los admite expresamente.	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.
MISIONES	Ley III - 2	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.	Sí (art. 12º, beneficio de gratuidad para acciones judiciales).
NACIÓN	24.240	Sí (art. 1º).	Sí (art. 53º + 55º).
NEUQUEN	2268	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.	Sí (art. 12º, beneficio de gratuidad para acciones judiciales).
RÍO NEGRO	4139	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.
SALTA	7402	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.
SAN JUAN	7087	No lo dice, pero adhiere a ley 24.240.	No lo dice, pero adhiere a ley 24.240.
SAN LUIS	NO TIENE	-	-
SANTA CRUZ	2465/2744	No lo dice, pero adhiere a ley 24.240.	No lo dice, pero adhiere a ley 24.240.
SANTA FE	NO TIENE	-	-
SANTIAGO DEL ESTERO	Decreto 373/14	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.	Administrativo, libre de tributos
TIERRA DEL FUEGO	962	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.
TUCUMAN	8365	No lo dice, pero refiere a ley 24.240.	Sí (art. 4º, beneficio de gratuidad para acciones administrativas).