

## **TU DEFENSA COMO CONSUMIDOR**

**Título:** Consumidor o no consumidor, esa no tiene que ser la cuestión: Hacia una adecuada protección de todos los débiles negociales

**Autor:** Rossi, Jorge O. -

**Fecha:** 4-may-2018

### **Sumario:**

*I. Introducción. II. El caso y la solución de primera instancia. III. La solución de segunda instancia. IV. Los argumentos de la Alzada para confirmar el carácter de consumidor de la actora. V. El empresario / consumidor. VI. Un cambio de eje: «No es para qué se usa, sino en qué condiciones se adquiere». VII. Reflexiones finales.*

### **Doctrina:**

Por Jorge O. Rossi (\*)

#### **I. INTRODUCCIÓN**

La evidente situación de desigualdad y vulnerabilidad en la que se encuentran muchas personas humanas o jurídicas a la hora de efectuar contratos comunes y cotidianos, combinada con los obstáculos que plantean ciertas normas supuestamente protectoras de estas personas, desemboca en algunas soluciones jurídicas probablemente bienintencionadas, pero contrarias a la seguridad jurídica y regresivas en cuanto a la protección del débil jurídico ne gocial.

Es el caso que comentaremos en esta ocasión, donde se vuelve a tratar el -a esta altura- remanido tema del consumidor - empresario / persona jurídica.

Se trata del fallo de autos «Angio Salud S. A. c/Volkswagen Argentina S. A. y otro s/ Ordinario» (1).

## II. EL CASO Y LA SOLUCIÓN DE PRIMERA INSTANCIA

En el caso, Angio Salud S. A. promovió demanda contra Wagen S. A. y Volkswagen Argentina S. A., a los fines de que se las condene a la inmediata entrega de un vehículo de las características del adquirido oportunamente o su valor en pesos, más la suma de \$ 92.900 en concepto de daños y perjuicios, con más sus intereses y costas del juicio.

La actora relató que el 15 de noviembre de 2005 compró en la concesionaria demandada un automóvil 0 km marca Volkswagen Passat versión 2.0 TDI, por el monto de \$ 122.000. Denunció que el rodado presentó inconvenientes en su funcionamiento desde el momento de su adquisición.

Indicó que el día 9 de junio de 2009 el vehículo se detuvo imprevistamente y que, a raíz de ello, fue remolcado al taller mecánico de Wagen S. A., en donde le manifestaron que debía ser trasladado a los talleres de la firma Russon iello, lugar en que se le diagnosticó una falla en los inyectores.

Refirió que, el 12 de junio de 2009, trasladó nuevamente el automóvil a los talleres de la accionada. Denunció que personal de la concesionaria le aconsejó el cambio de los cuatro inyectores, por lo que se presupuestó un costo de \$ 18.000.

Señaló que se negó a abonar dicho importe sobre la base de que había tomado conocimiento, a través de comentarios de terceros, que el problema mecánico de su rodado se originaba en el hecho de no haber podido desde la fecha de su compra cargar el gasoil especificado por el fabricante, ello por no existir ese combustible en el mercado argentino.

Explicó que el combustible idóneo era Eurodiésel. Dijo que jamás fue informado por el vendedor, quien se encontraba obligado a conocer esa especificación técnica.

Continuó diciendo que, transcurridos unos días, procedió la concesionaria codemandada a cambiar un solo inyector, sin costo alguno y facturando solo el 50% de la mano de obra.

No obstante ello, arguyó que el desperfecto mecánico se continuó manifestando, tanto es así que, el 22 de noviembre de 2009, el rodado se volvió a detener imprevistamente.

Debido a ello, alegó que llevó nuevamente el vehículo a la concesionaria defendida en donde permaneció 45 días en reparación habiéndosele devuelto el automóvil con los cuatro inyectores cambiados por «cortesía», lo cual, a su entender, implicó un reconocimiento de su responsabilidad.

Señaló que, el 1 de marzo de 2010, a raíz de un nuevo episodio, el auto ingresó nuevamente en los talleres de Wage n, en donde se le reemplazó uno de los inyectores.

Denunció que los problemas no cesaron, y que el 18 de junio de ese mismo año debió llevarlo al taller.

Manifestó que, en esta nueva oportunidad, la firma accionada argumentó que el desperfecto se había producido por cargar gasolina defectuosa.

Afirmó que el diagnóstico dado por la concesionaria defendida era falso en la medida en que, según las facturas que adjuntó, hasta esa fecha el combustible requerido se encontraba disponible en el mercado argentino y su parte lo venía utilizando.

Expuso que para el momento en el que pudo cargar el gasoil idóneo, el motor yase encontraba dañado, pues transcurrió un período mayor a dos años durante el cual no contó con dicho combustible.

Indicó que dejó el automóvil en los talleres de la concesionaria demandada hasta que procedieran a hacerse cargo de las reparaciones suficientes y necesarias para ponerlo en óptimas condiciones de uso y recuperar el valor de mercado, lo cual no ha sucedido.

Destacó que las demandadas comercializaron un vehículo que no podía circular en nuestro país por no contar con el combustible adecuado, hecho que de haberlo sabido, nunca lo habría adquirido.

Imputó la responsabilidad a las accionadas por los hechos reseñados, debiendo resarcirla por los daños causados.

Por todo ello, reclamó en concepto de daño material \$ 40.500; desvaloración venal \$ 32.400; y privación de uso \$ 20.000.

Volkswagen Argentina S. A. contestó la acción incoada en su contra y señaló, entre otras defensas, que resulta inaplicable al caso la Ley 24.240; ello en tanto la accionante jamás podría ser considerada consumidora en los términos de la misma, ya que el rodado en cuestión fue integrado directamente a la actividad comercial.

A su turno, el juez de primera instancia resolvió desestimar la defensa de prescripción interpuesta por la codemandada Wagen S. A., encuadró el caso como una relación de consumo (esto sobre la base de los dichos de un testigo, en relación con el destino del rodado) y decidió hacer parcialmente lugar a la demanda promovida contra Volkswagen Argentina S. A. y Wagen S. A. y condenar a estas últimas a hacer íntegro pago a la actora de las siguientes sumas: a. \$ 1.916,03 con más sus intereses calculados a la tasa activa aplicada por el BNA para sus operaciones de descuento a treinta días el 1/11/09 y hasta su efectivo pago; b. el importe que resulte de la estimación que deberá efectuar el perito ingeniero mecánico, dentro de los diez días de quedar firme el pronunciamiento, sobre el valor actual de reparación del rodado; y c. \$ 52.400 con más los réditos calculados a la tasa aplicada por el BNA para sus operaciones de descuento a treinta días, desde la fecha de la interposición de la demanda, con costas a las demandadas.

Además, dispuso hacer lugar a la reconvención formulada por Wagen S. A. contra Angio Salud S. A. y condenar a esta última a abonar a aquella la suma de \$ 36.000 con más intereses calculados de acuerdo con la tasa activa aplicada por el BNA para sus operaciones de descuento a treinta días desde la fecha de la reconvención y hasta su efectivo pago, con costas.



Para así decidir, concluyó que no existió justificación alguna por parte de la actora reconvenida para dejar el vehículo en el local de la reconveniente.

Agregó que se encuentra acreditada en la causa que Wagen S. A. le remitió una carta documento en el mes de diciembre de 2010 intimándola al retiro del rodado y que, a pesar de ello, la propietaria del mismo no lo hizo. En función de ello, juzgó que Angio Salud S. A. debe responder frente Wagen S. A. por haber obrado inadecuadamente.

La accionante y Volkswagen Argentina S. A. se alzaron contra la sentencia definitiva.

### III. LA SOLUCIÓN DE SEGUNDA INSTANCIA

En segunda instancia, el fallo fue todavía más favorable para la actora - consumidora: Además de confirmar en lo


principal la sentencia apelada, se condenó a las demandadas a sustituir el rodado (en lugar de pagar su reparación) por otro de similares características, libre de gastos o su valor en pesos, por aplicación del art. 17, inc. A , de la Ley 24.240; y se rechazó la reconvención formulada por Wagen S. A. contra Angio Salud S. A., con base en el incumplimiento de Wagen de su deber de prestar un servicio técnico adecuado (art.12  de la Ley 24.240).

Ante este resultado, el lector puede preguntarse por qué consideramos a la sentencia de Alzada como contraria a la seguridad jurídica y desde que aspecto es «regresiva» en cuanto a la protección del débil jurídico negocial.

Esperamos que, en el ítem siguiente, se responda la pregunta. A manera de síntesis, antes de pasar a los fundamentos del vocal preopinante, nos permitimos puntualizar lo siguiente: estamos ante un contrato de compraventa de un automotor nuevo, donde el comprador reclama al vendedor y al fabricante por los desperfectos sufridos por dicho vehículo.

El punto que analizaremos es si dicho contrato es un contrato de consumo. En la Cámara, la demandada Volkswagen Argentina S. A. reiteró que no puede calificarse como consumidor a la empresa demandante, por el uso que el comprador hizo del rodado, dado que lo integró a su actividad comercial.

#### IV. LOS ARGUMENTOS DE LA ALZADA PARA CONFIRMAR EL CARÁCTER DE CONSUMIDOR DE LA ACTORA

En la Alzada, el vocal preopinante, Dr. Barreiro, comenzó por destacar que «ha de tenerse en cuenta que el art.2  de la Ley 26.361 "suprimió la exigencia" que contenía -con discutible técnica legislativa- el precepto de idéntica numeración de la Ley 24.240, "concerniente a la exclusión de la noción de consumidor a quienes consumían bienes y servicios para integrarlos a procesos productivos". La significación de esta modificación legislativa es de suma trascendencia, pues cabe estimar que la norma amplió, de esta manera, el concepto del sujeto merecedor de la tutela legal». (El entrecomillado interno es nuestro).

«En esta línea argumental se sostuvo que la desaparición de ese texto del artículo 2, y por consiguiente de su decreto reglamentario, nos lleva a interpretar el espíritu del legislador por contraposición, "entendiendo que la derogación citada implica un cambio de concepto de manera tal que aquellos que adquieran un bien o servicio en su carácter de comerciantes o empresarios, quedarán igualmente protegidos por esta ley siempre que el bien o servicio no sea incorporado de manera directa en la cadena de producción". De tal manera, "las personas jurídicas y los comerciantes ven ahora ampliado el campo de supuestos en el que podrán revestir el carácter de consumidores y, en consecuencia, bregar por la protección de la ley"» (ÁLVAREZ LARRONDO, Federico M.: «El impacto procesal y de fondo de la nueva Ley 26.361 en el Derecho del Consumo», en Sup. Esp. Reforma de la ley de defensa del consumidor, La Ley 1/1/08, p. 25, y sus citas).

Ello permite sostener que, en el nuevo sistema, la tutela se diseña de otro modo: a. se mantiene la noción de consumo final como directiva prioritaria para circunscribir la figura del consumidor; b. se extiende la categoría también al destinatario o usuario no contratante, y c. se suprime un criterio de exclusión que contenía la versión anterior del art. 2 en cuanto que no eran consumidores quienes integren los bienes y servicios a procesos productivos». (ARIZA, Ariel: «Más que una reforma.Desplazamientos del Derecho del Consumidor en el Derecho Privado», en Sup. Esp. Reforma de la Ley de Defensa del Consumidor, La Ley 1/1/08, p. 49).

Por ello, para el magistrado, «la LDC en su actual redacción aprecia la posición del consumidor o usuario como aquella persona que agota, en sentido material o económico, el bien o servicio contratado (la consunción final,


material, económica o jurídica). En síntesis, si bien se reconoce que la ley no abandonó terminantemente el criterio finalista en punto a la calificación del consumidor, quien sigue siendo el destinatario final, la eliminación antedicha en el texto del art. 2 permite examinar en cada caso si el acto de consumo origina, facilita o se integra en un proceso de producción de bienes o

servicios, en cuya virtud el sujeto no sería consumidor en términos estrictos».

Al respecto, yendo al caso concreto, el camarista puntualiza que «en el libelo inaugural de demanda, como fundamento del resarcimiento pretendido por el rubro privación de uso, adujo la demandante que «utilizaba el rodado habitualmente para diferentes funciones de trabajo de la empresa» (véase fs. ... )». (El entrecomillado interno es nuestro).

Sin embargo, continúa el juez así: «.debo señalar que abierta la causa a prueba, el testigo Martín Alberto Swistun manifestó que el automóvil "era de uso personal del doctor Micheli"...».

»Tal afirmación por parte del testigo mencionado (que no fue impugnada por las demandadas en los términos 456 del Cpr.), me permite concluir, luego de efectuar un análisis objetivo de la cuestión sometida a estudio, que "en este particularísimo caso» el automóvil en cuestión «no se encontraba directamente integrado" a la actividad comercial de la accionante y, por lo tanto, resultan aplicables al caso las disposiciones contempladas en la ley 24.240». (El entrecomillado interno es nuestro).

El juez reconoce que al votar «en los autos caratulados: "González Lorena Teresa c/ ESPASA S. A. y Otro s/ Ordinario" 

(Exp:N.º Com 13.024/2012) del 12/5/16, juzgué que el automotor adquirido por la actora fue utilizado para ejercer su actividad profesional y, por consecuencia, su adquisición podía entenderse como un acto que excede el marco de la relación de consumo en razón de haberse entablado una relación entre sujetos que actúan profesionalmente».

Sin embargo, el magistrado señala que «las circunstancias fácticas del caso bajo estudio no se condicen con las del fallo reseñado.




Véase al respecto que en precedente señalado, la accionante, en el escrito inicial, explicó que la adquisición del rodado tenía por objeto afectarlo a la empresa que tenía con su esposo y que uno de los perjuicios causados derivó de la imposibilidad de trabajar con el automotor» (v. fs. 73). Al hacer referencia al lucro cesante, textualmente se dijo en la demanda: «. que resulta procedente analizar todo el dinero que se vio frustrado de obtener mediante el uso del rodado para el negocio de mi esposo por no hacer entrega del "automóvil" a tiempo».

Se comprobó además que «la demandante usó el automotor para procurarse recursos transportando distintos implementos relacionados con el ejercicio de una actividad profesional (...). Así las cosas, al haber señalado el testigo Swistun que el automóvil era utilizado en forma particular por el Sr. Miceli, la doctrina sentada en el fallo "González Lorena Teresa c/ Espasa S. A. y Otro s/ Ordinario" (...) no resulta aplicable al caso».

Por otro lado, «bueno es recordar que el Dr. Lorenzetti ha dicho que aun desde una postura finalista clásica tampoco hará falta necesariamente que el consumidor acredite en un caso concreto su carácter de destinatario final, sino que, precisamente en virtud del principio de cargas probatorias dinámicas, "será el proveedor el que deberá aportar elementos que permitan advertir que el sujeto que pide la tutela de la LDC está excluido de ella"» (autor citado, consumidores., op. cit., p.108). (El entrecomillado interno es nuestro).

Nos permitimos transcribir estos párrafos porque nos interesa puntualizar ciertas cuestiones, referidas al razonamiento del magistrado preopinante:

1. Comienza por destacar la supresión, por Ley 26.361, de la parte del art. 2  de la LDC que establecía lo siguiente:

«No tendrán el carácter de consumidores o usuarios, quienes adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros».

2. De lo anterior, parece deducir, con cita de Álvarez Larrondo, que «la derogación citada implica un cambio de concepto de manera tal que aquellos que adquieran un bien o servicio en su carácter de comerciantes o empresarios, quedarán igualmente protegidos por esta ley siempre que el bien o servicio no sea incorporado de manera directa en la cadena de producción».

3. No obstante, un par de párrafos después, diluye esa aseveración, al expresar que «si bien se reconoce que la ley no abandonó terminantemente el criterio finalista en punto a la calificación del consumidor, quien sigue siendo "el destinatario final", la eliminación antedicha en el texto del art. 2 permite examinar en cada caso si el acto de consumo origina, facilita o se integra en un proceso de producción de bienes o servicios, en cuya virtud el sujeto no sería consumidor en términos estrictos». Ahora bien, en su texto original, el art. 2 de la LDC también permitía (rectius: exigía) al magistrado "examinar en cada caso si el acto de consumo origina, facilita o se integra en un proceso de producción de bienes o servicios, en cuya virtud el sujeto no sería consumidor en términos estrictos". Interpretada así la supresión, en rigor, nada cambia».

4. Y parece que nada cambia, porque en este caso concreto, la actora es considerada consumidor porque, a pesar de que en la demanda adujo que «utilizaba el rodado habitualmente para diferentes funciones de trabajo de la empresa», un testigo declaró que el automóvil era de uso personal del doctor Micheli y, por ello, según el camarista, «en este particularismo (rectius: particularísimo) caso el automóvil en cuestión "no se encontraba directamente integrado" a la actividad comercial de la accionante y por lo tanto resultan aplicables al caso las disposiciones contempladas en la Ley 24.240».

5. De lo anterior se desprende que el presente es un caso especial, casi una curiosidad, casi una excepción. Es más, uno podría pensar que el uso que se le daba al rodado estaba afirmado en la demanda y, por lo tanto, no resultaba sujeto a prueba. En otras palabras, si en la demanda se afirmó que el vehículo se utilizaba habitualmente

para diferentes funciones de trabajo de la empresa, que es lo que plantea la demandada para negarle a la actora calidad de consumidora, cabe pensar que se trata de un hecho no controvertido y, por tanto, no sujeto a prueba. La declaración del testigo no tendría que modificar lo afirmado en la demanda, porque el uso del rodado no estaba controvertido, desde que la propia actora lo declara.

El preopinante parece dar a entender que es la declaración del testigo la que lo hace calificar al actor como consumidor y que si hubiera utilizado el vehículo para funciones de trabajo en la empresa, entonces le habría negado tal condición, con lo cual, a nuestro entender, llega a una solución adecuada del caso concreto, pero por un razonamiento equivocado.

En nuestra opinión, lo controvertido no es el hecho, sino el encuadre jurídico. La actora afirmaba que entre las partes se había celebrado un contrato de consumo, y la demandada argüía que, por el uso que la actora daba al rodado, no podía considerársela consumidora. Por las razones que expondremos a continuación, nosotros sostenemos que existía contrato y relación de consumo, «a pesar» del uso que la actora daba al rodado según su demanda, es decir, aun cuando el vehículo se utilizara habitualmente para diferentes funciones de trabajo de la empresa.

## V. EL EMPRESARIO / CONSUMIDOR (2)


A menudo se piensa en las categorías «consumidor» y «empresario» como estáticas y excluyentes.


Estáticas en el sentido de que alguien «sea» o, mejor dicho, «se comporte» «permanentemente» como consumidor o como empresario.

Excluyente, en el sentido de que se tiene que ser una cosa o la otra.

Por su parte, el art. 1



de la LDC, luego de las modificaciones realizadas por las leyes 26.361 y 26.994 , 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».

En igual sentido se expide, el art. 1092  del Código Civil y Comercial (CCivCom), con redacción prácticamente idéntica:

«Se considera consumidor a la persona humana o jurídica que adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa, bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social».

Comparado con la redacción original de la LDC, estos textos -y la supresión, por parte de la Ley 26.361, de un párrafo en el art. 2 LDC (3)-, amplían notablemente el concepto de consumidor, incluyendo, por ejemplo, el caso de quien adquiere un vehículo y luego lo usa para fletes o servicio de remis. Lo importante es que adquirió el rodado como destinatario final, es decir, como un bien de uso (no para revenderlo).

Así, al «nuevo» art. 1 de la LDC es más aplicable aún el comentario de Farina, cuando se refería al art. 1 en su versión original: «El art.1, al describir qué entiende por consumidor o usuario, tiene en cuenta el destino final de los bienes o servicios adquiridos, pero no exige de ningún modo que este destino final sea servir como alimento, vestimenta, medicina o cualquier efecto para ser utilizado en forma personal exclusivamente» (4).

Obviamente, esa misma persona que en la compraventa dada como ejemplo tuvo carácter de consumidor, puede ser proveedor en los

contratos que haga con las personas que transporte (caso del remís) o cuyas cosas transporte (caso del flete). En esos casos será proveedor si desarrolla esas actividades de manera profesional (conf. art. 2 de la LDC). Es decir, el carácter de proveedor o consumidor dependerá de la existencia de una relación de consumo y «del lugar que ocupe en esa relación» (5).

El carácter de consumidor es un rol jurídico, que se predica frente a determinados sujetos. Igual que alguien puede ser simultáneamente padre e hijo, respecto de distintas personas, alguien puede ser consumidor y proveedor, también respecto de distintas personas.

Cabe destacar que la anterior opinión dista de ser pacífica, pues pueden observarse dos posturas bien diferenciadas en la doctrina y la jurisprudencia (6). La reforma de la LDC en el año 2008 podría haber acabado con la discusión, pero ya veremos que eso no ocurrió.

Una postura se basa en la aplicación de un párrafo del viejo art. 2 de la LDC, es decir, el texto anterior a su reforma por la Ley 26.361:

«No tendrán el carácter de consumidores o usuarios, quienes adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros». (El entrecomillado interno es nuestro).

Tómese como ejemplo una sociedad anónima, que tiene por objeto social realizar construcciones civiles, y que compra un automóvil para utilizarlo en su proceso de producción. Lo usa para supervisar las obras y visitar a proveedores. No es que lo utilice como materia prima, sino que lo utiliza como «bien de capital», como una máquina más de las que usa. Pero usar el auto para «supervisar las obras y visitar a proveedores» sería parte de su actividad empresarial. Por tanto, no sería consumidor (7).

En cambio, los que sostienen la postura contraria, parten de la base de que el art. 1 de la LDC dice que pueden ser consumidores las personas jurídicas (lo que incluye una sociedad) que contraten para su beneficio propio.

Ahora bien, ¿qué ejemplos de contratos para beneficio propio de una sociedad se pueden dar? Dicho de otra manera ¿cuál es el «beneficio propio» de una persona jurídica? Una persona física puede comprar un auto para pasear y / o usarlo con su familia y sus amigos, puede comprar fideos para comerlos y alquilar un video para entretenerse, puede alquilar una bicicleta para hacer deporte, etc. En cambio, nada de eso es imaginable en una persona jurídica.

Las personas jurídicas existen para cumplir el objeto para el que fueron creadas.

En el caso de las sociedades, existen para cumplir con el objeto social. En el ejemplo de la sociedad anónima antes citado, parece que su objeto social es la construcción de inmuebles. Los bienes que adquiera, los adquiere para poder cumplir ese objeto social. Todas esas adquisiciones, para esta postura, son en beneficio propio. Si no se lo entiende así, en la práctica, las personas jurídicas no serían consumidores, salvo que contraten para beneficio o consumo final de su grupo social (arg. art. 1 de la LDC, entendiendo por grupo social a sus socios y empleados. Aquí el automóvil no se compró para regalarlo a sus empleados ni para prestárselo para que vayan de paseo, lo que sería un beneficio de los empleados, sino que se compró para que los empleados trabajen con él).

Para esta segunda postura, el art. 2 en su texto original se interpretaba en sentido restrictivo: la persona jurídica no sería consumidora solo si utiliza el bien adquirido como materia prima (lo transforma), o, sin transformarlo, lo revende o lo alquila. Dicho en otras palabras, no sería consumidora si adquirió el bien para intercambio. Si adquirió el bien para uso, sería consumidora. Es decir, si es bien de uso, hay destino final y es acto de consumo, si es bien de cambio, no hay destino final y no hay acto de consumo (8).

Siguiendo esta postura, (aunque con poca fundamentación) es que en el caso «Artemis Construcciones S. A. v. Diyón S. A. y otro» (9), dice la vocal preopinante, Dra. Miguez, que «La ley 24.240 de Defensa del Consumidor es aplicable respecto de la persona jurídica que adquirió a título oneroso un automotor para satisfacer las necesidades de su empresa comercial -en el caso, traslado de sus miembros y empleados-, pues reviste el carácter de consumidor o destinatario final del bien.».

Dicho de otra manera, lo considera un «bien de uso», una adquisición para consumo final o beneficio propio de la

persona jurídica.

Por eso, en otra parte del fallo, señala lo siguiente: «Resulta en cambio relevante, como ha quedado expresado, que el propósito final no lo constituya disponer del bien o del servicio con carácter profesional, o sea, comercializarlo, tal como lo obtuvo o transformado».

Por nuestra parte, sostenemos esta segunda postura.

Es más, «de lege ferenda», pensamos que el destino del bien o servicio es secundario y que, en cambio, la existencia de desigualdad comercial es lo que amerita protección para una de las partes, y no el uso que le va a dar al bien o servicio. Recíprocamente, la inexistencia de desigualdad comercial es lo que debe generar que ninguna parte requiera especial protección, más allá del uso que una de ellas le va a dar al bien o servicio.

#### VI. UN CAMBIO DE EJE:«NO ES PARA QUÉ SE USA, SINO EN QUÉ CONDICIONES SE ADQUIERE»

Con la actual redacción, la LDC se enfoca más en el problema de fondo de esta cuestión, que no es para qué usa el bien o servicio el adquirente, sino el hecho de que en esta contratación una parte (el proveedor) es un especialista en la materia y la otra (el consumidor) no lo es, lo que genera una presunción de desigualdad a la hora de negociar y celebrar el contrato, desigualdad que acarrea el peligro de cláusulas y / o prácticas abusivas por parte de la «parte fuerte» del contrato (o, en un sentido más abarcativo, de la relación de consumo).

Siguiendo con el tema, debemos diferenciar dos situaciones que, si bien pueden superponerse, son distintas:

1. La persona jurídica consumidora

2. El empresario (persona humana o jurídica) consumidor.

El primer caso está expresamente previsto en la LDC, si bien, como vimos, la doctrina discrepa intensamente sobre sus alcances.

El segundo caso no está expresamente previsto en la LDC y la doctrina discute la existencia de esta categoría.

En otras palabras, como vimos, nadie duda de que la persona jurídica puede ser consumidor, lo que se debate es en qué casos.

En cambio, no hay acuerdo acerca de si un empresario (10), persona humana o jurídica, pueda ser considerado consumidor (11).

Podría decirse, a riesgo de simplificar demasiado la cuestión, que para algunos la persona jurídica solo puede ser consumidora, en tanto no sea empresario. Va de suyo que, para esta posición, el empresario no puede ser consumidor.

En cambio, otros entienden, a veces implícitamente, que el empresario, persona humana o jurídica, puede realizar dos tipos de actos, que podríamos denominar:

1. actos de consumo

2. actos de empresa

En el primer caso (empresario que realiza un «acto de consumo») sería consumidor, en el segundo (empresario que realiza un «acto de empresa»), no.



Ahora bien, tomando como ejemplo un caso resuelto por la jurisprudencia nacional (12), el propietario de la fábrica y distribuidora de helados, al adquirir de Edenor el servicio de energía eléctrica, ¿estaría haciendo un acto de consumo o un acto de empresa?

Si entendemos que el propietario de la fábrica y distribuidora de helados adquiere energía eléctrica para usarla, es decir, «como destino final» y sin intención de «lucrar con su enajenación», se trataría de un acto de consumo.

Si, en cambio, entendemos que el propietario de la fábrica y distribuidora de helados adquiere energía eléctrica para integrarla en su «procesos de producción», transformación, comercialización o prestación a terceros (13) (la usa para hacer y conservar los helados), diríamos que se trata de un acto de empresa.

Por nuestra parte, no dudamos en enrolarnos en la postura que considera que se trata de un acto de consumo y, por ende, coincidimos plenamente con la solución del caso en análisis.

Sin embargo, pensamos que el enfoque «finalista» (es decir, por el destino del bien o servicio) es insatisfactorio y no dejará de suscitar debates inacabables.

Insistimos, el problema no es «para qué» se usa el bien y, mucho menos, si el consumidor es persona humana, jurídica, empresario o no empresario.

Permítasenos un juego de palabras: El consumidor no merece protección especial porque «sea» consumidor (es decir, porque se limita a usar la energía eléctrica para iluminar su casa o porque compra un automotor para pasear con su familia). Merece protección especial porque, frente a Edenor o frente a Wagen S. A. y Volkswagen Argentina S.A., está en absoluta desigualdad comercial.

Y, a la inversa, el empresario no es un «fuerte jurídico» (14) porque «sea» empresario (o sea, porque usa la energía eléctrica en el contexto de una organización de bienes y servicios destinada a producir bienes o servicios, por ejemplo, helados o porque use el automotor en el contexto de una organización de bienes y servicios destinada a

producir «servicios de prestaciones médicas»). Será «fuerte jurídico» cuando frente a Edenor o a Wagen S. A. y Volkswagen Argentina S. A., esté en absoluta igualdad negocial (o en superioridad).

En cambio, merece protección especial cuando, frente a Wagen S. A. y Volkswagen Argentina S. A., esté en absoluta desigualdad negocial, como es en el caso de autos.

Y no importa que sea persona jurídica o humana. Dicho de otra manera, ser persona jurídica o humana no confiere, «per se», mayor fuerza o debilidad a la hora de negociar y de hacer valer los derechos.

La LDC (y ahora también el Código Civil y Comercial) parten de una presunción: quienes adquieren o utilizan, en forma gratuita u onerosa, bienes o servicios como destinatarios finales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social son «vulnerables».

¿Por qué son vulnerables?: Porque la experiencia indica que, por lo general, estas personas no son especialistas en la materia de los bienes o servicios que adquieren para consumir o usar (15) y, además, que no tienen tiempo y / o medios para hacerse asesorar adecuadamente por terceros y, como si fuera poco, porque generalmente, tampoco tienen mucha libertad de elección a la hora de adquirir esos bienes o servicios (16).

Podría argüirse que la concepción de empresario / consumidor posibilita que una persona, humana o jurídica, adopte el rol de consumidor o empresario según lo que le convenga: consumidor para la aplicación de la LDC y empresario a la hora de reclamar una indemnización en concepto de pérdidas de materias primas, pérdidas de productos intermedios y pérdidas por mayores costos laborales (17).

Sin embargo, pensamos que no hay tal dicotomía: la actora es consumidor y empresario, como se puede ser consumidor y persona humana o consumidor y persona jurídica o consumidor y millonario (18). El automotor que se utilice, por ejemplo, para «servicios de prestaciones médicas» no hace perder el carácter de consumidor, pues dicho automotor fue adquirido por un no profesional (19) y se usaba como destinatario final, en beneficio propio.

En este caso, el adquirente del automotor es un «vulnerable», en el sentido de «débil jurídico negocial», porque, como se dijo «ut supra», no es especialista respecto del bien adquirido ni tuvo libertad plena de contratación a la hora de adquirir dicho bien, dada la modalidad de contratación, al no haber podido negociar cláusulas contractuales.

Para finalizar, pensamos que, si bien en forma confusa, el Código Civil y Comercial constituye un importante avance a la hora de proteger a los débiles jurídicos negociales, es decir, a aquellos sujetos que se encuentran en inferioridad de condiciones a la hora de negociar y ejecutar un contrato.

En forma confusa, porque no se nos escapa que, mientras que según el art. 1092 del CCivCom, el consumidor «adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa, bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social», por otra parte, al definir el «contrato de consumo», el art. 1093 prescribe que el consumidor adquiere los bienes o servicios «para su "uso privado", familiar o social».

Nos preguntamos lo siguiente: Adquirir o utilizar bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio (conf. art. 1092), ¿es lo mismo que hacerlo «para su uso privado»? (conf. art. 1093



).

Suponemos que sí, porque no cabe pensar que el legislador establezca dos definiciones distintas de consumidor en dos artículos sucesivos. En ese caso, ¿qué significa «uso privado»?

Cabe pensar que, con esta expresión, el Código Civil y Comercial busca afirmar el concepto restrictivo de consumidor, limitándolo a los casos donde se adquiera el bien o servicio sin finalidad de posterior explotación comercial, o como también se dice, sin «reingresarlo al mercado». Entonces, «uso privado» sería equivalente a «uso no comercial».


Sin embargo, para el caso de duda, como ya vimos, el propio Código Civil y Comercial establece un criterio específico de interpretación en el art. 1094

, que se puede desglosar en dos supuestos:

- a. En caso de duda sobre la interpretación de este Código, prevalece la más favorable al consumidor.
- b. En caso de duda sobre la interpretación de las leyes especiales, prevalece la más favorable al consumidor.

La interpretación más favorable es la que otorgue un mayor campo protectorio; es decir, la que amplíe el concepto de consumidor, por lo que cabe interpretar que la expresión «uso privado, familiar o social», del art. 1093 no es más restrictiva, sino por lo menos equivalente a «como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social», del art. 1092, expresión que, dicho sea de paso, es idéntica a la del art. 1 de la LDC, norma especial de orden público que debe prevalecer sobre el Código Civil y Comercial, en caso de ser más favorable (arg. conf. art. 963, inc. A , y art. 1094 del CCivCom).

Por otro lado, donde el Código Civil y Comercial decididamente constituye un importante avance a la hora de proteger a los débiles jurídicos negociales, es al regular los contratos celebrados por adhesión a cláusulas generales predispuestas (arts. 984-989) (20).

Son aquellos «mediante el cual uno de los contratantes adhiere a cláusulas generales predispuestas unilateralmente, por la otra parte o por un tercero, sin que el adherente haya participado en su redacción» (conf. art.984  del CCivCom).

En esta categoría de contratos, la autonomía de la voluntad está limitada por normas de orden público, que tienen la finalidad de evitar abusos por parte del predisponente.

En los contratos celebrados por adhesión a cláusulas generales predispuestas, se protege al adherente, «sea o no sea consumidor». Lo que importa es la forma de contratación.

Es la «modalidad» de contratación la que pone al adherente (que, por ejemplo, puede ser un pequeño empresario) en situación de debilidad.

Tenemos pues que el Código Civil y Comercial busca proteger dos categorías de débiles jurídicos negociales: el consumidor y el adherente. Pensamos que la tendencia es que ambos sujetos protegidos terminen teniendo el mismo marco jurídico (21).

Logrado ello, tal vez, terminemos el, a nuestro juicio, inconducente debate relativo a «para qué» se adquieren los bienes y servicios en un supuesto caso y nos centremos en analizar la existencia o no de desequilibrio negocial en dicho caso. Con esto, enfocaremos nuestro análisis en un «parámetro objetivo de vulnerabilidad», si se nos permite la expresión y, más que proteger «consumidores», nos ocuparemos de la regulación del consumo masivo de bienes y servicios (22).


## VII. REFLEXIONES FINALES

1. Parece obvio, pero el carácter de proveedor y de consumidor es una cuestión de hecho, sujeta a eventual prueba. Esta puede ser más o menos compleja, pero no puede exigirse la prueba de un hecho negativo, como sería que el actor deba acreditar que no es profesional para que se lo considere consumidor.

2. Por el contrario, debe presumirse la no profesionalidad en materia de evaluación de automotores por parte de una persona jurídica que se dedica a prestar servicios de salud. En otras palabras, dicha persona no se especializa en automotores ni en compraventa de automotores.

También debe presumirse que esta persona compró el automotor con la misma modalidad que cualquiera que se acerca a un concesionario oficial: esto es, mediante un contrato sujeto a condiciones generales.

3. Por otro lado, en la contratación por adhesión, el adherente suele padecer el mismo déficit informativo que el consumidor, por lo que el deber de información y de garantía del predisponente debiera tener similar contenido que el del proveedor.

4. La contratación de un servicio con la modalidad de adhesión a condiciones generales implica relación de consumo masivo, desde un punto de vista socioeconómico y, además, debilidad negocial por parte del adherente, sea persona humana o jurídica. Cuando el adherente no lucra con la enajenación del servicio o bien adquirido, sino que lo usa para sí, se refuerza la presunción de «no profesionalidad», de profano, respecto de dicho servicio o bien, lo que termina de encuadrar lo que podríamos denominar «relación de consumo socioeconómica» en la «relación de consumo jurídica», esto es, la contemplada en el art. 3  LDC y art. 1092 del CCivCom.

5. En el caso de autos, existen dos hechos no controvertidos:

a. La modalidad de contratación.

b. El objeto social de la actora.

Salvo prueba en contrario de la demandada, con esto basta para tener configurada la relación de consumo.

6. La desigualdad negocial no está relacionada con el destino para el que se adquiere el bien o servicio. Ese destino, a lo sumo, hace presumir tal desigualdad si la contraparte es un profesional.

Es la presión social, la inferioridad económica, la falta de conocimiento especializado, la falta de tiempo y la escasa o nula libertad de elección o todo eso junto lo que ocasiona la desigualdad negocial de una parte respecto de la otra.

7. Decíamos en la introducción que el fallo en análisis termina siendo contrario a la seguridad jurídica y regresivo en cuanto a la protección del débil jurídico negocial. Es cierto que nuestro derecho positivo impone al juez la revisión del destino del bien o servicio adquirido, pero asombran los vaivenes interpretativos. Se prefiere aceptar la declaración de un testigo, contraria a lo expresado en la propia demanda, cuando se podría interpretar que el rodado es un bien de uso de la persona jurídica y, por tanto, que esta lo utiliza como destinatario final, para beneficio propio.

El fallo es contrario a la seguridad jurídica porque convierte el tema de la calificación del consumidor en un hecho azaroso y es regresivo porque, si bien en los considerandos se expresa que la reforma del art. 2 de la LDC amplió «el concepto del sujeto merecedor de la tutela legal» y que «de tal manera, las personas jurídicas y los comerciantes ven ahora ampliado el campo de supuestos en el que podrán revestir el carácter de consumidores», termina fundamentando el encuadre consumeril con un criterio netamente finalista, basado en que un testigo declaró que el automóvil era de uso personal de uno de los directivos de la actora.

8. A pesar de las falencias de redacción ut supra apuntadas, el Código Civil y Comercial abre un camino que permite ampliar la protección de los débiles negociales, al incorporar la categoría del «adherente». Hacemos votos para que posteriores desarrollos normativos establezcan una regulación homogénea del consumo masivo de bienes y servicios, que proteja a la parte estructuralmente débil (llámese «consumidor», «adherente»,

«vulnerable» o como mejor parezca), sin que sea determinante la finalidad para la cual adquirió dichos bienes o servicios, sino las condiciones en que lo hizo.

-----

(1) CNCOM, Sala F, 19/9/2017.

(2) Desarrollamos estos conceptos en nuestra tesis doctoral, titulada «Regulación del endeudamiento y sobreendeudamiento del consumidor en la República Argentina», que fue defendida en la Universidad de Morón el 28 de abril de 2017. En papel, un ejemplar se encuentra depositado en la Biblioteca «Mariano Moreno» de la Universidad de Morón y otro en la Biblioteca de la Fundación Cijuso. En formato digital, se encuentra disponible aquí: <http://www.blogcijuso.org.ar/wp-content/uploads/2017/11/TESIS-JORGE-OSCAR-ROSSI.pdf>.


(3) Dicho párrafo establecía lo siguiente: «No tendrán el carácter de consumidores o usuarios, quienes adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros».

(4) FARINA, Juan M.: Defensa del consumidor y del usuario, 3.a ed. Buenos Aires, Astrea, 2004, p. 55.



(5) En el fallo de autos «Frávega S. A. C. I. e I. en J.º 144.304/8749 Sellanes, Elian c/ Frávega S. A. C. I. E. I. p/ Ord. s/ Inc. Cas.» (CSJ de Mendoza, Sala I, 12/10/2006), se pueden observar los planteos que generaba la anterior redacción de los arts. 1 y 2 de la LDC, así como las distintas posturas doctrinales y jurisprudenciales al respecto, y la situación en el Derecho Comparado.

(6) Una reseña del estado actual de la cuestión en la doctrina y jurisprudencia nacional puede encontrarse en PERAL, Santiago J.: «La controvertida aplicación de la noción de consumidor a las sociedades comerciales», en Revista Argentina de Derecho Societario, Número 10 - Febrero 2015, Fecha: 23/2/2015, Cita online: IJ-LXXVI-631.

(7) Como ejemplo de esta postura, en autos «Las Lunitas S. R. L. c/ La Mercantil Andina S. A. s/ Ord.» (Cámara Nacional en lo Comercial, Sala C, 12/9/2008), se desestimó la pretensión del actor de aplicar en la especie el plazo prescriptivo establecido en el art. 50 de la Ley de Defensa del Consumidor. Para los jueces, «en el sub lite se encuentra acreditado que la actora daba "uso comercial" al vehículo asegurado..., en tanto se hallaba destinado al transporte, y así se consignó en la póliza respectiva». Es decir que, en el caso, no se consideró que el contrato de seguro fuera un contrato de consumo, por lo que se rechazó la demanda por cobro de un contrato de seguro que cubría el riesgo de destrucción total sobre el automotor de la actora, puesto que desde el acaecimiento del siniestro hasta la promoción de la demanda transcurrió el plazo estipulado en el art. 58  de la Ley 17.418.


(8) Este concepto de «si es bien de uso, hay destino final y es acto de consumo, si es bien de cambio, no hay destino final y no hay acto de consumo», que adoptamos, no nos pertenece, sino que nos lo proporcionó nuestro amigo y destacado jurista, el Dr. Eduardo Barreira Delfino, en un intercambio de mails referido a este tema.

(9) «Artemis Construcciones S. A. v. Diyón S. A. y otro» (C. Nac. Com., sala A, 21/11/2000). El caso presenta similitudes con el ahora en estudio y tiene como aditamento que fue resuelto mientras estaba vigente el texto original del art. 2 de la LDC.



(10) Usamos la expresión «empresario» en el sentido de «titular de la empresa», entendiendo a la empresa como aquella organización de bienes y servicios para la producción de bienes o servicios (Ya Isaac Halperin, en su Curso de Derecho Comercial. Depalma, vol. 1, p. 76, 6.a reimpr., 1982, daba esta definición de «empresa mercantil»,

agregando que ella tiene un «fin económico». Este autor seguía los lineamientos de la doctrina italiana surgida en torno al Código Civil de 1942).

(11) Dante Rusconi proporciona varios ejemplos jurisprudenciales donde, en casos similares, nuestros tribunales aceptaron y rechazaron la calificación de consumidores a personas humanas o jurídicas que realizaban actividad empresarial (v.gr., empresa de venta de computadoras que contrató un servicio de alarmas para su local comercial, o persona humana que adquirió un vehículo que usa como taxi). Ver RUSCONI, Dante: «Consumidores y proveedores alcanzados por la legislación de defensa del consumidor», en Revista de Derecho Privado y Comunitario, 2012-1, Eficacia de los derechos de los consumidores y usuarios, ALEGRÍA, Héctor, y MOSSET ITURRASPE, Jorge (dir.es). Santa Fe, Rubinzal Culzoni, 2012, pp. 331 y ss.

(12) «Achilli Diego Roberto y otro c/ Edenor S. A. s/ Daños y Perjuicios»  , Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal, Sala III, 21/9/2015. En el mismo, el Tribunal, confirmó la sentencia que condenó a Edenor a indemnizar a los actores, por sí y en calidad de socios de una sociedad de hecho propietaria de una fábrica y distribuidora de helados, por los perjuicios sufridos con ocasión de un corte de suministro que duró 48 horas.

El Tribunal, aplicando la ley de Defensa del Consumidor y el Código Civil y Comercial, destacó que la obligación a cargo de la empresa prestadora de un servicio público es «de resultado», por lo que, para eximirse de responsabilidad, era Edenor quien debía haber acreditado caso fortuito, hecho de un tercero ajeno o hecho del damnificado. El caso fue comentado por el suscripto en ROSSI, Jorge Oscar: «El consumidor / empresario frente al prestador de servicios públicos», en Temas de Derecho Comercial, Empresarial y del Consumidor. S. I., Erreius, agosto de 2016.

(13) Un concepto que, como expresamos, antes estaba explicitado en el segundo párrafo del art. 2  de la LDC y desapareció con la reforma de la Ley 26.361  , pero que, sin embargo, subsiste en la doctrina y jurisprudencia.

(14) Por oposición a la noción de débil jurídico.

(15) En este caso, la comercialización de automotores nuevos.

(16) En Brasil, el tema está en pleno debate. Júlio Moraes Oliveira explica que allí se habla de una postura «maximalista», que apunta a una noción «objetiva» de consumidor, donde lo que importa es que el adquirente del bien o servicio lo haya retirado de la cadena de comercialización, sin importar el uso que le dé y, por otro lado, de una postura «finalista», donde el consumidor es quien adquiere el producto o servicio para el consumo personal o familiar sin reutilizarla en la cadena de producción u organización profesional. Es pues, un sujeto no profesional que, valga la redundancia, no va a utilizar el bien o servicio para un uso profesional.

También existe una tendencia intermedia, que puede denominarse como «finalista mitigada o moderada», que admite excepcionalmente la aplicación de la normativa de defensa de los consumidores a las personas jurídicas.

Por ejemplo, El Tribunal Supremo de Brasil ha admitido la mitigación de la teoría finalista para permitir la aplicación de la normativa de defensa de los consumidores en casos donde la parte (persona humana o jurídica) a pesar de no ser destinataria final del producto o servicio, presenta una situación de vulnerabilidad. MORAES OLIVEIRA, Júlio: «A visão do STJ sobre a vulnerabilidade da pessoa jurídica consumidora». Disponible, en portugués, en el siguiente enlace web: <http://www.atualizaocdc.com/2016/04/a-visao-do-stj-sobre-vulnerabilidade-da.html>.

(Consultado el 25/5/2016).


(17) Como sucedió, con decisión favorable del Tribunal, en el caso «Achilli Diego Roberto y otro c/ Edenor S. A.s/ Daños Y Perjuicios», ut supra mencionado.

(18) El prejuicio de asociar «consumidor» con «persona humana de clase media que compra cosas» está fuertemente arraigado en nuestra cultura, aunque carece de base normativa, dado que la definición legal es mucho más amplia, como estuvimos viendo.


(19) Es decir, por alguien que no es profesional en la comercialización de automotores nuevos.

(20) Tratamos este tema en nuestro artículo «La protección del débil "sistémico" o "estructural" en el Código Civil y Comercial de la República Argentina», publicado en la Revista de la Facultad de Derecho de México, tomo LXVII, Número 269, septiembre-diciembre de 2017.


(21) Por ejemplo, esto se observa ahora, en forma parcial, en materia de cláusulas abusivas, dado que los arts. 985

, 986 


, 987 

y 988 

son aplicables a los contratos celebrados por adhesión y, por remisión efectuada por el art.

1117 

, a los contratos de consumo.

(22) Como ejemplo de «parámetro objetivo de vulnerabilidad»; y sin entrar en el análisis particularizado de las virtudes y defectos del reciente Reglamento de Clientes de los Servicios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Res. 733/2017 

del Ministerio de Modernización, publicado en el Boletín Oficial del 4/1/2018);

merece especial mención su definición de «cliente», la que comprende tanto a las personas humanas, como por personas jurídicas, salvo, en este último caso, que se «haya acordado expresamente que este reglamento no resulta de aplicación» y siempre que «hayan contratado planes corporativos o empresariales, entendiendo por estos a los contratos en que las características del servicio y de la red y la totalidad de las condiciones técnicas, económicas y jurídicas hayan sido negociadas y pactadas de común acuerdo entre las partes» (conf. art.2 Anexo I).

Lo anterior, unido al derecho del cliente de presentar su reclamo ante «la Autoridad de Aplicación» (Ente Nacional de las Comunicaciones) o «ante el organismo competente para la defensa del consumidor en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en las jurisdicciones locales» (conf. art. 52, inc. b, Anexo I), agrega un interesante argumento para evitar el rechazo «automático» de muchos reclamos presentados ante autoridades locales de defensa del consumidor por «usuarios - personas jurídicas», con el extraño fundamento de que «no son consumidores», cuando la LDC expresamente establece que las personas jurídicas pueden entrar en esa categoría. Lo importante no es que el cliente - consumidor sea persona humana o jurídica, sino la vulnerabilidad generada por la forma de contratación del servicio y su no «profesionalidad» respecto de él.

(\*) Doctor en Ciencias Jurídicas (Universidad de Morón). Abogado, egresado en la Universidad de Buenos Aires (UBA). Profesor Titular de «Régimen Jurídico de los Consumidores y Usuarios», Adjunto Regular de Contratos Civiles y Comerciales y Adjunto de Obligaciones Civiles y Comerciales en la Universidad Abierta Interamericana. Director de Capacitación y docente de la Fundación de Ciencias Jurídicas y Sociales del Colegio de Abogados de la Provincia de Buenos Aires. Autor. Publicista.

**Voces:** CONSUMIDOR - DEFENSA DEL CONSUMIDOR - RELACION DE CONSUMO - PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR - CONTRATO DE ADHESIÓN - COMPRAVENTA - AUTOMOTOR - COMPRAVENTA DE AUTOMOTORES - FABRICANTE - RESPONSABILIDAD DEL FABRICANTE