



## **Influencia del nuevo código civil y comercial en materia asegurativa**

**Por María Fabiana Compiani**

Recientemente, fue promulgada la Ley 26.994 que pondrá en vigencia el nuevo Código Civil y Comercial de la República Argentina. Si bien la Ley de Seguros no ha sido modificada, la normativa sancionada generará un nuevo escenario de decisiva influencia en el seguro.<sup>1</sup>

En materia contractual, el nuevo Código prevé tres tipos de contratos y los regula de forma diversa (contratos discrecionales, celebrados por adhesión y de consumo), lo que generará indefectiblemente impacto en el contrato de seguro.

En principio, el contrato de seguro será alcanzado por la normativa de los contratos de adhesión y, en ciertos supuestos, será alcanzado también por el régimen de los contratos de consumo. Ello ocurrirá cuando el contrato de seguro se celebre a título oneroso, entre un consumidor final y una persona jurídica, que actuando profesionalmente, se obligue mediante el pago de una prima, a prestar un servicio cual es la asunción del riesgo previsto en la cobertura asegurativa. En consecuencia, resultará aplicable al contrato de seguro celebrado con destino final de consumo, en cuanto resulte pertinente, las disposiciones de la ley de protección al consumidor.

Quedarán excluidos, en cambio, de la aplicación de las normas de defensa del consumidor, aquellos contratos de seguro en los que el asegurado no resulte consumidor, no lo celebre como “destinatario final”, se contraten con relación a un interés asegurable sobre bienes que integren el proceso de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros.

Sin perjuicio de ello, el asegurado en este caso no quedará desprotegido ya que contará con la tutela propia de las normas que rigen el contrato de seguro y la actividad aseguradora, así como aquellas que rigen los contratos por adhesión.

Si bien no se descarta la aplicación de la normativa de los contratos paritarios, ello sólo tendría lugar en caso de seguros sobre grandes riesgos donde el asegurado y la aseguradora participaran, negociadamente, de la expresión del contenido contractual.

En los contratos de adhesión, el nuevo Código establece que las cláusulas generales predisuestas deben ser comprensibles y autosuficientes, así como su redacción debe ser clara, completa y fácilmente legible. Se agrega que se tienen por no convenidas aquéllas que efectúen un reenvío a textos o documentos que no se faciliten a la contraparte del predisponente, previa o simultáneamente a la conclusión del contrato. En materia interpretativa, las cláusulas particulares prevalecen sobre las condiciones generales del contrato y las cláusulas ambiguas se interpretan en sentido contrario a la parte predisponente.

En cuanto a los contratos de consumo, la regulación implicará un paso adelante en la armonización de las relaciones entre la Ley de Defensa de los Consumidores y Usuarios y el contrato de seguro. Se incluyen los principios generales de defensa del consumidor que actúan como una “protección mínima”, lo que implica que no existe impedimento para que una ley especial establezca condiciones superiores y ninguna ley especial –como la de seguros- en aspectos similares puede derogarlos.

---

<sup>1</sup>Para un examen más detallado de la cuestión vid COMPIANI, María Fabiana, “El contrato de seguro en el Código Civil y Comercial”, La Ley, ejemplar del 22.10.14, pág. 1.

Se adecua el concepto de consumidor de acuerdo con las críticas que ha merecido en la doctrina la incorporación de la noción del bystander en forma general y se limita su actuación a la lucha contra las prácticas abusivas.

Se define la cláusula abusiva conforme a un criterio general: es abusiva la cláusula que, aun habiendo sido negociada individualmente, tiene por objeto o por efecto provocar un desequilibrio significativo entre los derechos y las obligaciones de las partes, en perjuicio del consumidor. El límite consiste en que no pueden ser declaradas abusivas las cláusulas relativas a la relación entre el precio y el bien o el servicio procurado y las que reflejen disposiciones vigentes en tratados internacionales o en normas legales imperativas.

Se consagra una obligación general de información, que hace a la transparencia informativa en los contratos de consumo. Preceptúa la norma que los proveedores deben poner en conocimiento del consumidor, en la medida de sus conocimientos, las características esenciales del bien o del servicio y toda otra circunstancia relevante para la celebración del contrato.

Se amplía y sistematiza la regulación de la publicidad dirigida a los consumidores. Se define la publicidad ilícita, incluyendo las categorías de publicidad engañosa, comparativa, inductiva, discriminatoria en situaciones especiales y se especifican las acciones que disponen los consumidores y los legitimados según las leyes especiales y procesales. Al igual que la norma citada, se establece que la publicidad integra el contrato.

También se regulan modalidades especiales que constituyen prácticas muy extendidas en la contratación de seguros de consumo: contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales, a distancia y por medios electrónicos. Se los define, se fijan las reglas generales y específicas aplicables.

En materia del deber de información, enfocado en la vulnerabilidad técnica derivada del medio utilizado, se establece que la oferta que se expone en estos medios estará vigente durante el tiempo en que permanezca accesible, y el oferente debe comunicar la recepción de la aceptación.

Se prevé el derecho a la revocación y se fija el plazo de su ejercicio en 10 días.

Si bien el plazo de prescripción genérico del nuevo Código será el de 5 años, éste solo será aplicable si no existe un plazo especial (art. 2532), como en el caso, el de la Ley de Seguros, es el de un año previsto en el art. 58 de la Ley de Seguros.

Asimismo, se abrirán nuevas oportunidades de negocios en materia asegurativa, ya que se crea el seguro obligatorio para el fiduciario por los daños causados por las cosas objeto del fideicomiso y el de pre horizontalidad a favor del adquirente para el riesgo del fracaso de la operación, los que se sumarán al actualmente existente seguro obligatorio para titulares de establecimientos educativos, que se mantiene aunque disponiendo que su contenido deberá ser establecido por la autoridad en materia asegurativa.

El balance que puede hacerse de la influencia del nuevo Código Civil y Comercial de la Nación en materia asegurativa es auspicioso.