

La controvertida aplicación de la noción de consumidor a las Sociedades Comerciales

Santiago José Peral

I. Introducción [arriba] -

El presente ensayo se abordará una cuestión que resulta muy controvertida en nuestra doctrina y jurisprudencia, cuestión relativa a la posibilidad de considerar a los entes societarios como sujetos abarcados por el régimen tuitivo de la Ley de Defensa del Consumidor.

En estas breves reflexiones trataremos de sintetizar las posturas contrapuestas que existen respecto de este tema; por un lado, la de quienes sostienen la posibilidad de un “acto de consumo empresarial”, y por otro lado, la posición contraria de aquellos que consideran que la realización de actos de consumo por parte de un ente societario, implica un rebasamiento de la capacidad jurídica del mismo.

El análisis de esta problemática se verá ilustrado a su vez por un precedente jurisprudencial que corresponde traer a consideración, en el que, a nuestro entender, se realiza una interpretación demasiado amplia de la noción de consumidor consagrada en el art. 1 de la Ley de Defensa del Consumidor, al punto tal que se llega a desnaturalizar la protección que la mencionada ley pretende brindar.

Al epílogo de este trabajo dejaremos sentada nuestra posición respecto a esta temática generadora de un amplio debate entre los juristas de nuestro medio.-

II. El alcance de la noción de Consumidor [arriba] -

Como punto de partida en aras a analizar la cuestionable posibilidad de que las sociedades comerciales sean consideradas consumidoras, corresponde, en primer lugar, dilucidar qué debe entenderse cuando se alude a la noción de consumidor.

El art. 1 de la ley de defensa del consumidor[1], modificado por la Ley N° 26.361, establece que debe considerarse consumidor a toda persona física o jurídica, sin efectuar distinción alguna respecto de estas últimas, bastando, aparentemente, tan sólo con que el adquirente del bien o el servicio sea destinatario final del mismo para ser sujeto amparado por la régimen tuitivo de defensa del consumidor.

A su vez el segundo párrafo del artículo referenciado ut supra, amplía aún más la protección que brinda el estatuto consumeril al denominado “consumidor no contratante”[2] y al “bystander”[3] o sujeto expuesto a la relación de consumo.-

Al respecto de la noción de consumo final que surge de la definición del art. 1 de la Ley N° 24.240, la doctrina ha considerado que; en definitiva, el “consumo final” alude a una transacción que se da fuera del marco de la actividad profesional de la persona, ya que no va a involucrar el bien o servicio adquirido en otra actividad con fines de lucro, o en otro proceso productivo. De esta forma, todas las operaciones jurídicas realizadas sin motivos profesionales están alcanzadas por la normativa tutelar[4].

Los criterios que han informado las definiciones de consumidor se han ordenado entre subjetivos y objetivos, de conformidad a si atendían a elementos que denotaban características del sujeto a ser nominado como consumidor -en el primer caso-, o si rescataban datos de la operación económica se los agrupaba entre los elementos objetivos de la definición[5].

En el análisis de estos elementos subjetivos y objetivos que determinan el carácter de consumidor, la doctrina parece inclinarse por los últimos. Así lo entiende Santarelli, quien sostiene que el carácter de consumidor final, que se define por el destino de la adquisición, no atiende al elemento subjetivo del motivo personal que movió al individuo a consumir, sino que surge objetivamente por la confrontación del destino del bien o servicio adquirido con el área de profesionalidad del pretendido consumidor, si está fuera de ella, es pues, un acto de consumo[6].-

La Ley N° 26.361 introdujo una importante modificación en el art. 1 de la Ley N° 24.240, dicha reforma generó un gran debate en nuestra doctrina e hizo posible que algunos consideren que la normativa tutelar pueda ser aplicable a las sociedades comerciales.-

El texto original de la Ley N° 24.240, contenía una valiosa regla interpretativa, la cual, de existir hoy en día, evitaría las grandes discusiones en torno a si los entes societarios pueden ser considerados o no como sujetos destinatarios de la protección del régimen de consumo. La regla a la que aludimos es aquella que sostenía: “no tendrán carácter de consumidores...quienes adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros”.

Nuestra normativa de consumo actual, desprovista de la valiosa regla de interpretación a la que aludimos en el párrafo precedente, ha dado lugar a diversas y contrapuestas interpretaciones acerca de si corresponde considerar como consumidores a los entes societarios. Algunas de las conclusiones a las que han abordado la doctrina y jurisprudencia de nuestro medio generan, a nuestro humilde entender, una verdadera desnaturalización de la protección que pretende brindar el régimen protectorio del consumidor.-

A continuación nos abocaremos al análisis de las posiciones, tanto a favor como en contra, que existen en nuestra doctrina y jurisprudencia respecto de la temática en estudio.

III. Voces a favor de la aplicación del Régimen protectorio del consumidor a los entes societarios [arriba] - *La noción de acto de consumo empresarial*

A la luz del texto actual de nuestra ley de defensa del consumidor, se puede observar que las personas jurídicas están comprendidas en la noción de consumidor, sin embargo la ley no efectúa ningún tipo de distinción acerca de si también se incluye en la protección a los entes societarios, o si sólo se refiere a entes ideales sin fines de lucro.

La cuestión no es menor si nos detenemos en el hecho de que la normativa tuitiva del consumidor, tiene como principal finalidad amparar a la parte débil en el marco de una relación de consumo, es decir, al profano frente al profesional.

Es sabido que el objetivo primordial del régimen de defensa del consumidor es el de equilibrar la asimetría contractual que tiene lugar en las contrataciones de consumo, donde se vinculan, una parte fuerte y otra débil, viendo esta última seriamente restringidos sus derechos y libertades en la contratación, al verse reducido su consentimiento, en la mayoría de los casos, a la mera conformidad para con cláusulas predispuestas por el proveedor de bienes o servicios.

En este contexto encontramos opiniones que tratan de armonizar el texto legal con la posibilidad de considerar en algunos casos a las sociedades comerciales como abarcadas en la noción de consumidor.

Entre los supuestos que mayor debate ha generado en la doctrina, encontramos el caso de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), en torno a las cuales se han encontrado opiniones que consideran que frente a las “Megaempresas” se hallan en igual situación de debilidad o asimetría de poder que cualquier consumidor, y por ende, correspondería que se les brinde la protección de la ley, haciéndose un análisis circunstanciado del destino final de los bienes o servicios adquiridos, a fin de determinar si estos son utilizados o no para ser incorporados a un nuevo proceso productivo[7].

En la misma línea de pensamiento cabe traer a consideración lo sostenido por Frustagli y Hernández, para quienes en el ámbito de las personas jurídicas, en particular aquellas donde el fin de lucro se presenta como inherente a su estructura típica, debe entenderse que el acto será de consumo en la medida que la adquisición de bienes o servicios, no guarde relación directa con el ciclo productivo constitutivo de su objeto, es decir, cuando el acto se sitúe fuera de su competencia profesional específica[8].

Las posiciones referenciadas en los párrafos precedentes demuestran que no obstante la modificación introducida por la Ley N° 26.361, la regla de no introducir el bien o servicio adquirido a nuevo proceso de producción o comercialización, continúa siendo una regla de interpretación implícita, a la que la doctrina y jurisprudencia recurren a los fines de determinar si corresponde atribuir, al adquirente de un bien o servicio determinado, el carácter de consumidor.

Entre algunas posturas a favor del carácter de consumidor de las sociedades comerciales, encontramos la de Barreira Delfino, quien a la hora de analizar la aplicabilidad del régimen tuitivo del consumidor a las operaciones bancarias, llega incluso a sostener, -en forma extrema a nuestro humilde entender-, la posibilidad de un “acto de consumo empresarial”.

En la concepción del autor citado ut supra los créditos que reciben tanto las personas físicas como jurídicas, pueden ser calificados como créditos para el consumo, y por lo tanto, quedan comprendidos dentro de la protección legal del régimen de consumo, considerando que el cliente bancario resulta ser el destinatario final de la asistencia otorgada, porque es un beneficio propio, de su grupo familiar, o de su grupo social, a tenor de lo ahora prescripto por el art. 1 de la Ley N° 24.240, sustituido por la Ley N° 26.361[9].

Cabe preguntarse continuando con el supuesto en análisis: ¿Qué sucede si el crédito bancario se concede para financiar la actividad productiva o de comercialización de bienes y servicios a que se dedica el cliente bancario?

En respuesta al interrogante planteado en el párrafo anterior, Barreira Delfino sostiene que la situación del cliente que adquiere un crédito para financiar su actividad productiva, antes de la reforma introducida por la Ley N° 26.361, quedaba marginada por lo establecido en el texto originario de la Ley N° 24.240, que disponía que no eran considerados consumidores aquellos que “adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros”.

Sin embargo, habiendo quedado suprimida dicha regla interpretativa por la última reforma, las asistencias crediticias con ese destino, -según Barreira Delfino-, quedan amparadas por la normativa tuitiva del consumidor, ya que deben entenderse que tales asistencias obtenidas para los fines mencionados, quedan subsumidas en el concepto de “beneficio del grupo social” que configura toda empresa, con o sin fines de lucro[10].

El autor citado ut supra sostiene la posibilidad de un “acto de consumo empresarial”, ejemplificando al mismo con el crédito adquirido por una empresa para comprar insumos imprescindibles para la continuidad de la producción de la misma[11].

Como podemos observar, algunos autores se han basado en la supresión de la regla interpretativa del art. 2 segundo párrafo de la Ley N° 24.240, -a la que hicimos referencia en el punto anterior de este ensayo-, para llevar a cabo lo que a nuestro entender, es una desmedida extensión de la protección que brinda el estatuto consumeril, al punto de desnaturalizar la finalidad intrínseca de la ley, ampliando excesivamente los destinatarios de la protección que la misma brinda.

En nuestra opinión resulta muy difícil tratar de armonizar la protección del sistema de defensa del consumidor con la finalidad inherente a todo ente societario, ya que los mismos, como regla general, traen ínsito una finalidad lucrativa.

Las sociedades comerciales, como es sabido, han sido concebidas por nuestro ordenamiento jurídico para servir de instrumento o medio técnico idóneo para la organización de la actividad empresarial. Precisamente por esta razón, nos cuesta imaginar la posibilidad de un “acto de consumo empresarial”, ya que desde un criterio económico contable, todo acto realizado por una empresa forma parte de su giro comercial, por ende resulta difícil sostener que una empresa pueda realizar actos de consumo, que se encuentren fuera de su ámbito de competencia profesional.

Toda empresa implica una organización de diferentes recursos para obtener un fin específico, vinculado a la prestación de un servicio o a la producción de ciertos bienes. Constituye un presupuesto de la empresa llevar a cabo una actividad rentable, sin perjuicio de que las ganancias de la actividad estén destinadas a distribuirse entre socios, sea en el corto, mediano o largo plazo, o reinvertirse en proyectos corporativos[12].-

Tal como lo señalamos en los párrafos precedentes, la empresa utiliza a la estructura societaria, la cual le permite el desarrollo y funcionamiento de la actividad empresarial, al servir de vehículo de financiamiento, brindar mecanismos para la toma de decisiones, garantizar los derechos esenciales de sus integrantes y abaratar los costos de contratación y organización[13].

En virtud de los argumentos expuestos hasta aquí, podemos sostener, desde nuestra perspectiva, que resulta difícil armonizar el régimen protectorio del consumidor con los entes societarios. Ello en razón de que estos entes se encuentran familiarizados con el tráfico mercantil y las contrataciones que tienen lugar en el mismo, por ello difícilmente se pueda alegar que una sociedad comercial es profana en el ámbito de los contratos de consumo.

Más complejo aún resulta tratar de demostrar que el bien o el servicio adquirido por una sociedad comercial es para consumo final del ente, es decir, que no ha sido adquirido para incorporarlo a un nuevo proceso de producción o comercialización. Nos cuesta concebir como legalmente posible una actividad realizada por un ente societario que se encuentre desvinculada de su giro comercial o finalidad lucrativa. Volveremos sobre este tema más adelante, al analizar las opiniones doctrinarias que se oponen a la posibilidad de considerar como sujetos amparados por el régimen tuitivo del consumidor a los entes societarios.-

No obstante las críticas que puedan merecer, en nuestra jurisprudencia podemos encontrar algunos precedentes en los cuales se ha considerado a sociedades comerciales como consumidoras.

Entre los precedentes jurisprudenciales elegimos citar el fallo “Artemis Construcciones S.A c. Diyón S.A. y otro”, en el cual se consideró que la Ley N° 24.240 de defensa del consumidor resultaba aplicable respecto de una persona jurídica (sociedad anónima) que había adquirido a título oneroso un automóvil para el traslado de sus miembros y empleados, considerando que en el caso concreto la sociedad comercial era destinataria final de dicho bien[14].

Nuestra opinión respecto del fallo “Artemis” es muy crítica, debido a que consideramos que en el mismo se ha realizado una interpretación extensiva de la noción de consumidor, provocando una total desnaturalización de la protección que el plexo normativo pretende brindar.

En primer lugar cabe resaltar que el fallo fue publicado en el año 2001, es decir que aún no había tenido lugar la modificación de la Ley N° 26.361 (año 2008), por la cual se suprimió la valiosa regla interpretativa a la que aludimos en el punto anterior. Por lo tanto no podría haber argumentado su postura en el hecho de que la mencionada regla interpretativa fue suprimida, y por ende, el acto realizado por Artemis es un “acto de consumo empresarial”.-

Si bien Artemis Construcciones S.A era una empresa que se dedicaba a la construcción de inmuebles, consideramos que la adquisición de un automóvil para el traslado de sus empleados y miembros de la empresa, es un bien que ha sido adquirido para ser incorporado al proceso de producción y redundar en un beneficio para la actividad principal de la empresa.-

En nuestra opinión, el bien adquirido por la empresa si bien no se encuentra, en forma directa, vinculado con la actividad principal de la misma, si lo está indirectamente, por lo cual no correspondía ampararla con el régimen protectorio del consumidor.

IV. Voces en contra de la aplicación del Régimen protectorio del consumidor a los entes societarios [arriba] - El rebasamiento de la capacidad jurídica del ente

Luego de haberse expuesto brevemente algunas opiniones a favor de la aplicación del régimen protectorio del consumidor a los entes societarios, corresponde hacer lo propio con las posturas que niegan dicha posibilidad, las cuales son a nuestro entender más consistentes.

Autorizada doctrina sostiene, en una visión que consideramos absolutamente compartible, que el espíritu del derecho del consumidor, está ligado a la defensa de las personas físicas. Si bien desde el punto de vista conceptual, también son consumidores las personas jurídicas, ello resulta cuestionable por el hecho de que la protección acentuada que se otorga al consumidor, se encuentra basada en la carencia por parte de este de suficiente discernimiento y perspicacia en cuestiones económicas y jurídicas, lo cual no tiene lugar como regla en las personas jurídicas, ya que en ellas se presuponen el conocimiento y experiencia en el mercado, asistencia técnica, etc.[15].

Siguiendo a Farina podemos decir que se ha interpretado la mención de las personas jurídicas (en la redacción original de la Ley N° 24.240) como restringida a las personas jurídicas que son destinatarias finales de los bienes o servicios adquiridos, por ello será necesario, -según el autor citado-, que se trate de una persona jurídica que no tenga por objeto o que no realice de hecho una actividad de producción o comercialización. En razón

de ello el autor cuya opinión referenciamos ejemplifica como supuestos comprendidos en la protección de la ley, a las fundaciones y asociaciones civiles que adquieran bienes y servicios para ser utilizados por los miembros de la entidad[16].

Indagando un poco más en las posturas negativas respecto de la atribución del carácter de consumidor a las sociedades comerciales, consideramos ineludible parafrasear a Moro, quien en primer término distingue que; mientras el “empresario persona física” puede adquirir bienes o servicios para destino final pero también para ser reinsertados en el proceso productivo, el “empresario persona jurídica” (sociedad comercial) sólo puede hacerlo en este último sentido, es decir, adquiriendo bienes o servicios para incorporarlos nuevamente a un proceso de producción o comercialización[17].

Luego de la distinción efectuada, Moro llega a la conclusión de que no se puede predicar respecto de una sociedad comercial la existencia de una relación de consumo en la cual la misma revista la calidad de consumidora. Para efectuar tan categórica afirmación, el mismo se basa en el hecho de que la persona de existencia ideal-societaria, detenta una capacidad jurídica que se encuentra circunscripta a la realización de operaciones vinculadas al intercambio de bienes y servicios en el mercado; por lo tanto, escrutar en cada caso concreto si la adquisición del aire acondicionado, el alarma o el automóvil fue realizada o no para destino final -poniendo la lupa sobre el costado objetivo del supuesto acto de consumo-, carece a su entender de sentido[18].

Tal como lo venimos afirmando, uno de los argumentos que consideramos más sólidos para considerar inviable, desde el punto de vista jurídico, la concepción de una sociedad comercial consumidora lo encontramos en el hecho de que uno de los elementos específicos de estos entes es el “fin económico” o “vocación de titularidad de una hacienda mercantil” como se lo ha denominado también en nuestra doctrina[19].

En la misma línea de pensamiento, señala Nissen que: “la actividad económica que supone la dedicación por la sociedad a la ‘producción e intercambio de bienes y servicios’ es, asimismo, presupuesto imprescindible para que aquella pueda gozar pacíficamente de su personalidad jurídica, en la medida que el desarrollo de dicha actividad contribuye a la existencia del fin societario a que alude, a contrario, el art. 54 in fine LSC, como presupuesto para que la sociedad conserve el carácter de sujeto de derecho”[20].

Los argumentos esgrimidos hasta aquí, consideramos que son lo suficientemente sólidos para demostrar la imposibilidad jurídica de concebir a los entes societarios como sujetos merecedores de la tutela que brinda la ley de defensa del consumidor, ya que la idea de que la sociedad realice actos que se encuentren fuera de su giro comercial o ajenos a su objeto, resulta vedada por lo prescripto por el art. 54 in fine de la ley de sociedades comerciales[21] el cual impide la realización de actos con fines extra-societarios.

Pensamos que a la hora de analizarse la posibilidad de aplicación del régimen de defensa del consumidor, no debería el intérprete olvidar que el objeto social delimita la capacidad jurídica de la sociedad comercial[22], es por ello que compartimos el argumento de la

doctrina que sostiene que un ente societario, al realizar un supuesto “acto de consumo”, estaría rebasando su objeto y todo ello se encontraría fuera de su capacidad jurídica[23].

El único supuesto que podría configurar una excepción a lo postura que sostenemos, y en el que podría concebirse una sociedad comercial consumidora, es en el caso de las asociaciones civiles que adoptan la forma de sociedad comercial, supuesto permitido por el art. 3 de la Ley de Sociedades Comerciales[24]. Si bien adentrar en el análisis de esta figura prevista en la Ley N° 19.550 excede al objetivo del presente ensayo, cabe aclarar que dicha norma es considerada por buena parte de la doctrina como asistemática[25].

Corresponde aclarar al lector que somos conscientes de los numerosos otros argumentos existentes en nuestra doctrina y jurisprudencia, tanto a favor como en contra de la posibilidad de concebir a las sociedades comerciales como entes amparados por el régimen de consumo; sin embargo, esta vez limitaremos nuestro análisis a los que expusimos en forma sintética en este ensayo, para tratar de concluir a continuación con una opinión personal respecto a la temática abordada.

V. A modo de conclusión [arriba] -

Respecto de la interrogante acerca de si corresponde incluir a los entes societarios dentro de la noción de consumidor, nos inclinamos por una respuesta negativa, ello en virtud de que consideramos que en caso contrario, estaríamos desnaturalizando el objetivo del microsistema de defensa del consumidor, el cual se encuentra íntimamente vinculado a la protección del más débil en el marco de una relación del consumo, de aquella persona que se halla desprovista de la información adecuada a la hora de contratar, ello sumado a su total falta de experiencia respecto de los contratos que se celebran en el mercado.

Consideramos que las circunstancias señaladas ut supra no se verifican en el caso de una sociedad comercial, la cual se encuentra, -si se me permite el término-, familiarizada con las contrataciones de consumo, ya que ella cotidianamente los celebra, pero desde su lugar como proveedor de bienes o servicios en el mercado. Esto nos inclina a considerar que la ley de defensa del consumidor, en el caso de una sociedad comercial que contrata con otra, un bien o servicio en particular, no debe acudir a subsanar una asimetría contractual, debido a que la misma, a nuestro entender, no existe en dichos casos.

Tampoco consideramos que sostener esta postura suponga dejar desprotegidas a las sociedades comerciales en el ámbito de una de las contrataciones más cotidianas de la vida en sociedad, sino todo lo contrario; las mismas ya se encuentran protegidas y beneficiadas por la personalidad jurídica diferenciada que el ordenamiento jurídico les reconoce para actuar en el tráfico mercantil, encontrando como principal beneficio de ello la limitación de la responsabilidad frente a terceros, cuestión de la que se ve privado el comerciante persona física, quien, como contrapartida, debe afrontar sus obligaciones con todo su patrimonio.

Otra de las cuestiones que consideramos importantes a fin de fundamentar nuestra visión respecto de esta temática, se vincula con la imposibilidad jurídica de que una entidad

societaria adquiera un bien o un servicio, que sea ajeno a su giro comercial o actividad específica.

Lo sostenido por nosotros se funda en el hecho de que todo accionar desplegado por la sociedad debe estar orientado a la consecución del objeto social, es decir a la realización de aquellas actividades que motivaron su constitución y otorgamiento por parte del ordenamiento de una personalidad jurídica diferenciada. Siendo importante resaltar que el beneficio de la personalidad jurídica se otorga, y mantiene, siempre y cuando la sociedad no se utilice para encubrir fines ajenos a la misma, o no se constituya para violar la ley, el orden público o la buena fe, o para perjudicar a terceros; todo ello conforme surge del art. 54 in fine de la Ley N° 19.550.

En virtud de lo expuesto compartimos la postura de la doctrina, citada en el presente trabajo, que considera que la realización de actos de consumo por parte de un ente societario, constituye un verdadero “rebasamiento de la capacidad jurídica” de estos entes, la cual como ya lo expusimos, entendemos se encuentra delimitada por el objeto social.

En nuestra opinión la incertidumbre que arroja el texto legal de la ley de defensa del consumidor, el cual hace referencia a las personas jurídicas como posibles consumidoras, sin efectuar ninguna distinción respecto de las sociedades comerciales, deberá ser subsanada por una futura modificación que ponga punto final a la discusión doctrinaria en torno a este tema.-

Al respecto cabe hacer una breve referencia al Proyecto de Cód. Civ. y Comercial Unificado, recientemente sancionado para entrar en vigencia en el año 2016, el cual regula en su articulado a los ‘contratos de consumo’ [26].

El art. 1092 del nuevo digesto, lamentablemente continúa dejando abierta la posibilidad, para que cierta doctrina considere que las personas físicas o jurídicas que realicen alguna actividad económico-empresarial, no puedan ser excluidas a priori régimen de protección que brinda el microsistema del consumidor.

Desde nuestra postura, la noción de consumidor plasmada en el nuevo Cód. Civ. y Comercial Unificado, desnaturaliza el sentido mismo de la defensa del consumidor, orientada al más débil y al profano en el ámbito de las contrataciones de bienes o servicios indispensables para la satisfacción de las necesidades básicas del ser humano; condición en la que, como sostuvimos a lo largo de este ensayo, no se encuentra una sociedad comercial.

[1] Art. 1 Ley 24.240 modificado por Ley 26.361: “Objeto. Consumidor. Equiparación. La presente ley tiene por objeto la defensa del consumidor o usuario, entendiéndose por tal a toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social. Queda comprendida la adquisición de derechos en tiempos compartidos, clubes de campo, cementerios privados y figuras afines.

Se considera asimismo consumidor o usuario a quien, sin ser parte de una relación de consumo, como consecuencia o en ocasión de ella adquiere o utiliza bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, y a quien de cualquier manera está expuesto a una relación de consumo”.

[2] Sobre la noción de consumidor o usuario no contratante ver: “Wajntraub, Javier, en “Ley de defensa del consumidor. Ley 24.240 (modif. Por leyes 24.568, 24.787, 24.999 y 26.361” Mosset Iturraspe, Wajntraub, Gozaíni, Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2008, pág 39”.-

[3] Sobre la noción de “bystander” o sujeto expuesto a una relación de consumo ver: fallo “Mosca, Hugo c/Prov. de Buenos Aires” del 6 de marzo de 2007 en donde se reconoció legitimación al actor, que sin ser parte en una relación de consumo (espectáculo deportivo) se vio expuesto a ella, sufriendo lesiones por las cuales se responsabilizaron a los organizadores del evento.

[4] Picasso-Vázquez Ferreyra, Ley de Defensa del Consumidor Comentada y Anotada, Comentario de Fulvio G. Santarelli, La Ley, Buenos Aires, 2009, Tomo I, pág. 30.

[5] Stiglitz, Rubén. Stiglitz, Gabriel, Derechos y defensa del consumidor; p. 113 y sgtes. La Rocca. Buenos Aires. 1994.-

[6] Picasso-Vázquez Ferreyra, Op. Cit., Comentario Fulvio G. Santarelli, Tomo I, pág. 31.-

[7] Tambussi, Carlos E. El consumo como derecho humano. Editorial Universidad. Buenos Aires, 2009. Pág 172.-

[8] Cfr. Frustagli, Sandra A. - Hernández, Carlos A., "Primeras consideraciones sobre los alcances de la reforma a la Ley de Defensa del Consumidor, con especial referencia a la materia contractual", JA T. 2008-II-. Pág. 1213.-

[9] Picasso-Vázquez Ferreyra, Op. Cit, Comentario de Barreira Delfino E., Tomo II. Pág 332.-

[10] Picasso-Vázquez Ferreyra, Op. Cit, Comentario de Barreira Delfino E., Tomo II. Pág 333.-

[11] Picasso-Vázquez Ferreyra, Ibidem.-

[12] La sociedad, según el art. 1 LSC, requiere como uno de sus requisitos esenciales que los socios destinen sus aportes al desarrollo de una actividad empresarial. El estado actual del derecho de sociedades no toma en cuenta el lucro como elemento causal del contrato social al poner énfasis en el elemento estructural (Paz-Ares, Candido - Bercovitz, Rodrigo - Díez-Picazo, Luis - Salvador Coderch, Pablo [dirs.], Comentario al Código Civil, t. II, Madrid, 1991, p. 1302).

[13] Cfr. Duprat, Diego A.J en Tratado de los conflictos Societarios, Abeledo Perrot, Buenos Aires, 2013, Capítulo I. Pág. 11.-

[14] “CNCom. Sala A; “Artemis Construcciones S.A. c. Diyón S.A. y otro”, LA LEY, 2001-B, 839; y en DJ, 2001-2, 345.-

[15] Cfr. Stiglitz, Gabriel, Interpretación del contrato de adhesión entre empresas. La Ley, 1995-C, Pág. 18.-

[16] Cfr. Farina Juan M., Defensa del consumidor y del usuario, Astrea, Buenos Aires, 1995. Págs. 56-57.-

[17] Cfr. Moro, Emilio F., “Un ensanchamiento conceptual tan indetenible como desacertado: la sociedad comercial 'consumidora' (reflexiones conclusivas sobre un tema candente)”, ED, [245] - (28/12/2011, Nro. 12.905. Pág. 32.-

[18] Cfr. Moro, Emilio F., Op. Cit., Pág. 33.-

[19] Cfr. Butty, Enrique, “Inoponibilidad”, en Derecho Societario y de la Empresa, t. II, Córdoba, 1992, pág. 643.-

[20] Nissen, Ricardo A., Ley de sociedades comerciales, t. 2, Ábaco, Buenos Aires, 1997, pág.

[21] Art. 54 tercer párrafo Ley 19.550: "...La actuación de la sociedad que encubra la consecución de fines extrasocietarios, constituya un mero recurso para violar la ley, el orden público, o la buena fe, o para frustrar derechos de terceros, se imputará directamente a los socios o a los controlantes que la hicieron posible, quienes responderán solidaria e ilimitadamente por los perjuicios causados".-

[22] Compartimos la opinión de la doctrina que concibe la delimitación de la capacidad del ente en función del objeto social (Cfr. Villegas, Carlos G., Derecho de las sociedades comerciales, Abeledo-Perrot, Buenos Aires, 1985, pág. 71).-

[23] Moro, Emilio F., Op. Cit., Pág. 36.-

[24] Art. 3 ley 19.550: "Las asociaciones, cualquiera fuere su objeto, que adopten la forma de sociedad bajo alguno de los tipos previstos, quedan sujetas a sus disposiciones".-

[25] La calificación de norma asistemática al art. 3 LSC la formuló por primera vez Enrique M. Butty en su voto en los autos "Arce, Hugo v. Los Lagartos Country Club S.A." (C.Com., Sala B, 4/5/1995, JA 1996-II-57, con nota de Dante Cracogna). Sin perjuicio de esta crítica, se ha sostenido que "en el régimen de la LSC el objeto no hace a la comercialidad de las sociedades; su naturaleza de tales se determina por la adopción de uno cualquiera de los tipos legislados, conforme el art. 3º" (Halperin, Isaac, Curso de Derecho Comercial, Abeledo Perrot, Buenos Aires, 2010. Pág. 280).-

[26] Artículo 1.092 "Relación de consumo. Consumidor. Relación de consumo es el vínculo jurídico entre un proveedor y un consumidor. 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, siempre que no tenga vínculo con su actividad comercial, industrial, artesanal o profesional. 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, siempre que no tenga vínculo con su actividad comercial, industrial, artesanal o profesional".-

Autor: Peral, Santiago J.

Publicación: Revista Argentina de Derecho Societario

Fecha: 23-02-2015