

Partes: Spampinato Cecilia Laura c/ Federación Patronal Seguros S.A. s/ ordinario

Tribunal: Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial

Sala/Juzgado: C

Fecha: 19-feb-2015

Cita: MJ-JU-M-91975-AR | MJJ91975 | MJJ91975

La contratación del seguro contra los robos que pudiera sufrir la mercadería transportada por la demandante es un servicio vinculado con el área de su actividad específica -transporte y reparto-, lo cual descarta la aplicación al caso del plazo de prescripción establecido en el art. 50 de la Ley de Defensa al Consumidor.

Sumario:

1.-Ante lo dispuesto por el art. 1 de la Ley 24.240 en cuanto prescribe que – la presente ley tiene por objeto la defensa del consumidor o usuario, entendiéndose por tal a toda persona física o jurídica que adquiera o utiliza bienes o servicios- como destinatario final en beneficio propio o de su grupo familiar o social- , ello ha llevado a esta Sala a considerar que, a los efectos de determinar si una relación debe o no ser calificada como de consumo, la calidad de las partes es en principio irrelevante, dado que, como se desprende de la citada norma, lo que a estos efectos interesa, es determinar cuál ha sido el destino final recibido por el bien adquirido.

2.-Para determinar cuál es la hipótesis fáctica protegida por el ordenamiento consumerista, la ley ha acudido a la idea de consumo final , que es un típico parámetro objetivo que ha importado desechar las connotaciones subjetivas susceptibles de concurrir a delinear la figura de quien debe ser tenido por consumidor .

3.-Los criterios que habían informado la noción de consumidor se habían distinguido en subjetivos u objetivos -según que atendieran a las características del sujeto, o a los datos de las operaciones económicas involucradas-, fueron los elementos objetivos los que terminaron prevaleciendo, como ocurrió también hace más de un siglo con los criterios para la calificación del acto de comercio (autor y obra recién citados). Si, entonces, la noción central es la de consumo final de los bienes o servicios a ser adquiridos, parece obvio que la clave discurre por delinear este último concepto.

4.-El hecho de que el adquirente de un servicio lo destine a su gestión empresaria no importa automáticamente que la operación respectiva deba ser excluida del ámbito de la Ley 24240, y la validez de tal conclusión se extrae a la luz del razonamiento que se habilita a partir del hecho de que la ley haya incluido como consumidores posibles a las personas jurídicas.

5.-El art. 1 de la Ley 24240 en su actual redacción, no establece ninguna restricción en cuanto a cuáles son las personas de esa índole susceptibles de ser consideradas consumidoras . En tal marco, y siguiendo al efecto el tradicional criterio hermenéutico según el cual no corresponde que el intérprete introduzca distinciones allí donde no las ha establecido el legislador, forzoso es concluir que todas esas personas deben considerarse comprendidas, incluyendo, por supuesto, a las sociedades comerciales.

6.-El legislador ha implícitamente admitido la categoría del consumidor empresario y, con ella, también la posibilidad de que haya acto de consumo en la adquisición de un bien o servicio a ser

destinado a la gestión empresarial y esto por algo obvio: si las sociedades comerciales pueden ser consumidoras, y si ellas no pueden ex lege -so pena de inimputabilidad- actuar fuera de su objeto social (art. 58 LS) que es esencialmente empresarial (art. 1 misma ley), forzoso es concluir que no existe la posibilidad jurídica de que una sociedad de ese tipo realice un acto de consumo -habilitado en los términos del citado art. 1 de la LDC.- sin actuar, a la vez, dentro del ámbito descripto por la actividad empresarial inherente a su objeto social.

7.-¿Cuál es, entonces, el criterio para detectar en esas sociedades -o como en el caso, en un comerciante individual- la realización de un acto de consumo?, y la respuesta a tal interrogante es: cuando procuren la adquisición de bienes o servicios para su consumo final, lo cual sucederá en todo aquel supuesto en el que no haya reventa de lo adquirido, supuesto en el cual el adquirente aparece -desde esta óptica- siendo destinatario final del bien al no ponerlo nuevamente dentro del circuito de comercialización que le es propio.

8.-Tanto el consumo final como la noción de actuar en beneficio propio tienen al mercado como punto de referencia: el adquirente será considerado destinatario final de los bienes o servicios si éstos no son susceptibles de ser reintroducidos en tal mercado y tal concepción de las cosas ha permitido sostener que la ley es aplicable respecto de una sociedad anónima que adquirió a título oneroso un automotor para satisfacer las necesidades de la empresa comercial, pues reviste el carácter de consumidora o destinataria final de tal bien.

9.-El sujeto activo de la relación de consumo previsto en el art. 42 de la CN. ha quedado así definitivamente definido, ampliado tanto en el elemento personal como en el elemento material, como se infiere del hecho de que el nuevo ordenamiento mantiene el criterio de considerar como consumidores tanto a las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, con fines de lucro o sin él, -contradiendo felizmente el predominante en el derecho europeo, circunscripto en líneas generales a la protección exclusiva de las personas físicas.

10.-Dado el basamento constitucional de los derechos involucrados (art. 42 de la CN.) es imperioso que la regulación del consumidor abarque a todas las situaciones que exhiben la existencia de un poder asimétrico o minusvalía social o económica en sus actores, por lo cual son inadmisibles las distinciones que dejen sin protección a ciertas personas o grupos sociales sobre la base de fundamentos ficticios.

11.-La categoría conceptual de consumidor se estructura de manera unitaria, lo cual debe mantenerse a fin de evitar fragmentaciones susceptibles de menguar los niveles de tutela so pretexto de alegadas especificidades propias de la concreta operación económica involucrada en la relación de consumo.

12.-La condición de orden público de los derechos de consumidores y usuarios obedece a la necesidad de fijar directrices para el mercado desde una perspectiva realista, lo que impone una interpretación amplia, extensiva y sistemática del dispositivo legal

13.-El plazo de prescripción es de tres años, en virtud de lo dispuesto por el art. 50 de la Ley 24.240, en las hipótesis de contratos de seguros, que, además, sean de consumo.

14.-No todos los sujetos que contratan de la forma en que lo hizo el actor son consumidores o usuarios según la Ley 24.240 y, por lo tanto, resultan amparados por dicho cuerpo normativo. En tal sentido, la Ley 26.361 introdujo importantes modificaciones al art. 1º de la Ley 24.240 y extendió su aplicación a numerosos actores que anteriormente no eran considerados consumidores o usuarios, y también asimiló la situación de éstos 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 (del voto en disidencia del Dr. Juan R. Garibotto).

15.-La finalidad de la Ley 24.240 consiste en proteger al consumidor o usuario frente a los posibles abusos en los que pudieren incurrir los comerciantes y las grandes empresas en general, principio protectorio éste que encuentra fundamento en una presunción de desigualdad de fuerzas implícita en ciertas relaciones de consumo, razón por la cual no rige en todos aquellos casos en que no se vislumbra la existencia de tal desigualdad (del voto en disidencia del Dr. Juan R. Garibotto).

16.-El art. 1º de la Ley de Defensa del Consumidor aprehende a las personas físicas y jurídicas, siempre y cuando el bien o servicio hubiere sido adquirido para su consumo final, debiendo recordarse que los empresarios han sido tradicionalmente excluidos de la noción de consumidor, porque no usan los bienes para consumo final sino para aplicarlos al proceso productivo. Si bien la cuestión ha provocado no pocas discusiones pues existen supuestos dudosos, tras analizar distintos casos de integración parcial en los que un empresario adquiere un bien que ingresa al proceso productivo y que también es usado para otras finalidades, concluye que un criterio utilizado para dirimir el tema es el del criterio objetivo, referido al uso que se le da a la cosa (del voto en disidencia del Dr. Juan R. Garibotto).

17.-El art. 2º de la Ley 26.361 suprimió la exigencia que, con discutible técnica legislativa, contenía la norma de idéntica numeración de la ley 24.240, atinente a la exclusión de la noción de consumidor a quienes consumían bienes y servicios para integrarlos a procesos productivos; modificación ésta de trascendente importancia pues ha de verse que la norma amplió el concepto del sujeto merecedor de la tutela legal. Esa modificación introducida por la Ley 26.361 al art. 2º de la Ley 24.240 me lleva a interpretar, entonces, el espíritu del legislador por contraposición, de manera que aquéllos 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 a 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 (del voto en disidencia del Dr. Juan R. Garibotto).

18.-La inteligencia de la norma del art. 2º de la Ley 24240 permite sostener (i) que se mantiene la noción de consumo final como directiva prioritaria para circunscribir la figura del consumidor, (ii) que se extiende la categoría también al destinatario o usuario no contratante , y (iii) que se suprime un criterio de exclusión que contenía la versión anterior del art. 2º en cuanto que no eran consumidores quienes integren bienes y servicios a procesos productivos, de forma tal que en su

actual redacción, la Ley de Defensa del Consumidor 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) (del voto en disidencia del Dr. Juan R. Garibotto).

19.-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 objetivamente a la confrontación del destino del bien o servicio adquirido también objetivamente considerado conforme su utilidad reconocida, con el área de actividad del pretendido consumidor; de modo tal que si el bien o servicio adquirido se encuentra fuera de dicha área de actividad, debe presumirse que se trata de un acto de consumo, lo que no ocurre si se advierte que se está dentro de dicha área, por quedar excedida -en este último supuesto- la noción de destinatario final (del voto en disidencia del Dr. Juan R. Garibotto).

20.-La contratación del seguro contra los robos que pudiera sufrir la mercadería transportada por la demandante es un servicio que se presenta, a mi juicio, como directamente vinculado con el área de su actividad específica, en tanto que, precisamente, el transporte de mercaderías hace al giro normal y habitual de su negocio, lo cual descarta la aplicación al caso de la ley de defensa al consumidor. N.R.: Sumarios elaborados por Ricardo A. Nissen.

Fallo:

Buenos Aires, 19 de febrero de 2015.

Y VISTOS:

Viene apelada la resolución de fs. 132/134, por medio de la cual la Sra. juez de primera instancia hizo lugar a la excepción de prescripción interpuesta por el defendido.

A fs. 135 apeló la parte actora y sostuvo su recurso con el memorial de fs. 138/141, el cual fue contestado por la demandada mediante la presentación de fs. 143/145.

Se adelanta que el recurso será admitido.

La primer sentenciante consideró que no resultaba aplicable al caso el plazo de prescripción previsto por el art. 50 del estatuto del consumidor, por entender que entre las partes no se verificaba una relación de consumo dado que la actora explotaba una empresa de transporte y reparto.

No se comparte esa interpretación.

En lo que aquí interesa, del art. 1 de la Ley 24.240 resulta que “- la presente ley tiene por objeto la defensa del consumidor o usuario, entendiéndose por tal a toda persona física o jurídica que adquiera o utiliza bienes o servicios- como destinatario final en beneficio propio o de su grupo familiar o social-” (el subrayado no está en el texto).

Ello ha llevado a esta Sala a considerar que, a los efectos de determinar si una relación debe o no ser calificada como de consumo, la calidad de las partes es en principio irrelevante, dado que, como se desprende de la citada norma, lo que a estos efectos interesa, es determinar cuál ha sido el destino final recibido por el bien adquirido (conf. esta Sala, “Toyota Cía. Financiera de Argentina S.A. c/ Labonatur S.R.L. y otro s/ejecutivo”, del 5.6.12; “Fábrica Austral de Productos Eléctricos S.A. c/ Márquez S.A. y otro s/ ejecutivo” del 8.03.12).

Así, para determinar cuál es la hipótesis fáctica protegida por el ordenamiento consumerista, la ley ha acudido a la idea de “consumo final”, que es un típico parámetro objetivo que ha importado desechar las connotaciones subjetivas susceptibles de concurrir a delinear la figura de quien debe ser tenido por “consumidor” (Santarelli Fulvio Germán, Hacia el fin de un concepto único de consumidor, L.L. 2009-E, 1055).

De tal modo, y si bien los criterios que habían informado esta última noción se habían distinguido en subjetivos u objetivos -según que atendieran a las características del sujeto, o a los datos de las operaciones económicas involucradas-, fueron los elementos objetivos los que terminaron prevaleciendo, como ocurrió también hace más de un siglo con los criterios para la calificación del acto de comercio (autor y obra recién citados).

Si, entonces, la noción central es la de “consumo final” de los bienes o servicios a ser adquiridos, parece obvio que la clave discurre por delinear este último concepto.

En lo puntualmente debatido en la especie, parece claro que el hecho de que el adquirente de un servicio lo destine a su gestión empresaria no importa automáticamente que la operación respectiva deba ser excluida del ámbito de la ley.

La validez de tal conclusión se extrae a la luz del razonamiento que se habilita a partir del hecho de que la ley haya incluido como consumidores posibles a las personas jurídicas.

En efecto: el art.1 no establece ninguna restricción en cuanto a cuáles son las personas de esa índole susceptibles de ser consideradas “consumidoras”.

En tal marco, y siguiendo al efecto el tradicional criterio hermenéutico según el cual no corresponde que el intérprete introduzca distinciones allí donde no las ha establecido el legislador, forzoso es concluir que todas esas personas deben considerarse comprendidas, incluyendo, por supuesto, a las sociedades comerciales.

Es claro entonces, que el legislador ha implícitamente admitido la categoría del “consumidor empresario” y, con ella, también la posibilidad de que haya acto de consumo en la adquisición de un bien o servicio a ser destinado a la gestión empresarial.

Y esto, por algo obvio: si las sociedades comerciales pueden ser consumidoras, y si ellas no pueden ex lege -so pena de inimputabilidad- actuar fuera de su objeto social (art. 58 LS) que es esencialmente empresarial (art. 1 misma ley), forzoso es concluir que no existe la posibilidad jurídica de que una sociedad de ese tipo realice un acto de consumo -habilitado en los términos del citado art. 1 de la LDC- sin actuar, a la vez, dentro del ámbito descripto por la actividad empresarial inherente a su objeto social.

¿Cuál es, entonces, el criterio para detectar en esas sociedades -o como en el caso, en un comerciante individual- la realización de un acto de consumo?

Y la respuesta a tal interrogante es: cuando procuren la adquisición de bienes o servicios para su “consumo final”.

Y ello sucederá en todo aquel supuesto en el que no haya reventa de lo adquirido, supuesto en el cual el adquirente aparece -desde esta óptica- siendo destinatario final del bien al no ponerlo nuevamente dentro del circuito de comercialización que le es propio (Grossi Jorge, “Derecho del

consumidor: ámbito de aplicación, documento de venta y garantía legal a la luz de la reforma de la ley 26.361, en “La reforma del régimen de defensa del consumidor por la ley 26.261”, obra coordinada por Ariel Ariza).

En ese contexto es claro que el servicio aquí contratado no ha de volver a la cadena de comercialización de la que salió al ser adquirido.

Lo que importa es que el sujeto adquiera los bienes o servicios, no para renegociarlos, sino para quedarse con ellos (Farina Juan M., Defensa del consumidor y del usuario, pág. 48, Ed. Astrea, año 2004).

En tal caso, la sociedad o cualquier otro sujeto del mercado, será considerado consumidor.

Y lo contrario sucederá si la adquisición de esos bienes tiene por fin lucrar con su enajenación, bien sea en el mismo estado que fueron adquiridos o después de darle otra forma de mayor o menor valor (arg. art. 8 inc 1 del código de comercio).

Esto, por razones no menos obvias: esa adquisición en tales casos tiene por finalidad intermediar en el mercado, esto es, reinsertar esos bienes – en su misma especie, o tras haberlos transformado- en la cadena de comercialización que les sea inherente, lo cual descarta que quepa predicar en el original adquirente su condición de destinatario final.

Infiérese de ello que tanto el consumo final como la noción de actuar en beneficio propio tienen al mercado como punto de referencia: el adquirente será considerado destinatario final de los bienes o servicios si éstos no son susceptibles de ser reintroducidos en tal mercado (Farina, op. cit. pág. 49).

Tal concepción de las cosas ha permitido sostener que la ley es aplicable respecto de una sociedad anónima que adquirió a título oneroso un automotor para satisfacer las necesidades de la empresa comercial, pues reviste el carácter de consumidora o destinataria final de tal bien (CNCom., Sala A, “Artemis Construcciones SA c/ Dyon SA y otro s/ ordinario”, del 21.11.2000, L.L.2001-B, 839; CCivCom y Familia y Trabajo Río Tercero, “Maldonado Jorge c/ Abeledo Perrot”; Farina Juan, Defensa del Consumidor y del Usuario, tercera edición, Astrea, Bs. As., 2004, p. 55).

Tal interpretación fue, no obstante, objeto de serias divergencias con anterioridad a la entrada en vigencia de la ley 26.361.

Esas divergencias se fundaban en el hecho principal de que el art. 2 de la versión original de la ley 24.240 establecía que no tenían el carácter de consumidores o usuarios quienes adquirieran bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros.

Ese párrafo fue eliminado por la ley 26.361, según modificación que no puede exhibir con mayor nitidez la intención legislativa de terciar en la discusión y dirimir las dudas.

Que esa fue la intención legislativa surge, además, del hecho de que en los antecedentes parlamentarios de esa ley expresamente se consideró viable la incorporación de las PIMES como consumidoras dignas de protección.

Eliminado ese párrafo, entonces, claro resulta hoy que quien adquiere un bien o servicio para aplicarlo a su gestión empresarial -no para revenderlo o comercializar en los términos más arriba expuestos- se halla amparado por la ley de defensa del consumidor.

De tal modo, y si esa supresión implicó aclarar que la ley no excluye de su ámbito a quienes adquieren bienes para integrarlos en procesos de producción, forzoso es concluir que no es posible fundar en tal elemento una exclusión que ha sido legalmente desechada.

El sujeto activo de la relación de consumo previsto en el art.42 de la Constitución Nacional ha quedado así definitivamente definido, ampliado tanto en el elemento personal como en el elemento material, como se infiere del hecho de que el nuevo ordenamiento mantiene el criterio de considerar como consumidores tanto a las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, con fines de lucro o sin él, “-contradiendo felizmente el predominante en el derecho europeo, circunscripto en líneas generales a la protección exclusiva de las personas físicas-” (Tinti Guillermo y Calderón Maximiliano R., Derecho del consumidor, pág. 26, 3ra. Edición, Alberoni, 2009).

Dado el basamento constitucional de los derechos involucrados (art. 42 de la CN) es imperioso que la regulación abarque a todas las situaciones que exhiben la existencia de un poder asimétrico o minusvalía social o económica en sus actores, por lo cual son inadmisibles las distinciones que dejen sin protección a ciertas personas o grupos sociales sobre la base de fundamentos ficticios.

Eso es lo que ocurre con la fragmentación de la noción de consumidor sobre esa base, dado que la pretensión de que el “empresario” debe quedar fuera de la protección legal porque él es alguien experto, conocedor profesional de los bienes que aplica a su gestión y dotado de una experticia que torna injustificado otorgarle un amparo adicional al que ya le otorgan las normas del derecho común, son declamaciones que, en la enorme mayoría de los casos, no se corresponden con la realidad de los hechos.

Nótese que el universo de su jetos -sean o no personas jurídicas- susceptibles de ser abarcados bajo la aludida noción de “empresario” es de tal variedad y magnitud que no sólo incluye en su seno a la “macro” empresa, sino también a los miles y miles de titulares de pequeños emprendimientos -lo que ocurre en este caso concreto-, que son tan vulnerables como el consumidor doméstico o tal vez más, desde que lo que suelen tener en juego son sus herramientas de trabajo.

Estos últimos buscan también mediante el desarrollo de sus actividades lograr beneficios; beneficios que, en rigor, representan los ingresos necesarios para su vida y la de su grupo familiar, siendo trabajadores independientes, pero no por eso menos vulnerables ni débiles que el “consumidor” en su acepción original.

De todo lo expuesto se deduce que, suprimido el párrafo más arriba referido, no hay en toda la ley 24.240 -según su texto actual- elemento alguno que permita desconocer al actor el carácter de consumidor.

La ley sólo exige, se reitera, que el bien o servicio adquirido tenga al adquirente por destinatario final y que él lo adquiera para su beneficio personal (o de su grupo familiar o social).

Ese concepto -el de beneficio personal- es amplio, y no puede ser equiparado a uso doméstico o similar.

Esa es, por lo demás, la corriente imperante en los países integrantes del Mercosur; corriente que, precisamente, llevó a nuestro legislador a introducir la reforma más arriba aludida a fin de coordinar nuestras normas con las que rigen en los vecinos países.

Ello, de modo tal que la categoría conceptual de consumidor se estructura de manera unitaria, lo cual debe mantenerse a fin de evitar fragmentaciones susceptibles de menguar los niveles de tutela so pretexto de alegadas especificidades propias de la concreta operación económica involucrada en la relación de consumo (Frustagli, Sandra y Hernández Calos, El concepto de consumidor. Proyecciones actuales en el derecho argentino; L.L.2001-992).

Ese mismo orden de ideas ha sido destacado por esta Cámara, que ha considerado que la condición de orden público de los derechos de consumidores y usuarios obedece a la necesidad de fijar directrices para el mercado desde una perspectiva realista, lo que impone una interpretación amplia, extensiva y sistemática del dispositivo legal (Sala F, "Unión de Usuarios y Consumidores c/ Banco de Santiago del Estero SA s/ ordinario", 15.05.11; Sala B, "Derderian Carlos c/ Citibank NA s/ sumario", 12.09.02)

Por tales razones, las normas del estatuto consumerista deben ser aplicadas al caso.

En ese contexto, resultan operativas aquí las consideraciones que este Tribunal tuvo ocasión de precisar en recientes ocasiones (v. resoluciones del 25.10.12 en "Céspedes, Cresencio Héctor c/Nación Seguros de Vida S.A. s/ordinario"; y 22.8.12, en "Álvarez, Carlos Luis c/Aseguradora Federal Argentina S.A. s/ordinario").

En tales precedentes, fue destacado que el plazo de prescripción es de tres años, en virtud de lo dispuesto por el art. 50 de la ley 24.240, en las hipótesis de contratos de seguros, que, además, sean de consumo, como en el caso.

A fin de lograr economía expositiva, se remite el Tribunal a los fundamentos desarrollados en el citado caso "Álvarez c/Aseguradora Federal" (se adjunta a la presente copia del referido pronunciamiento).

Establecido en la especie que el plazo prescriptivo es de tres años, resulta claro entonces que, de acuerdo a las constancias del expediente, él no se hallaba consumido al momento en que la acción fue promovida.

En efecto: no controvertido el punto de partida del cálculo del plazo que fuera tenido en cuenta por la primer sentenciante (01.10.10), en tanto la demanda lleva fecha 04.04.13 (v. fs. 60/vta.), se muestra obvio que la acción no había prescrito a la fecha de ser intentada.

Por tales razones, corresponde decidir la cuestión en el sentido adelantado.

Por ello se RESUELVE:a) hacer lugar al recurso de apelación interpuesto y revocar el pronunciamiento recurrido; b) las costas de ambas instancias se distribuyen por su orden en atención a que existe sobre este asunto criterios disímiles.

Notifíquese por Secretaría.

Devueltas que sean las cédulas debidamente notificadas, vuelva el expediente a la Sala a fin de dar cumplimiento a la comunicación ordenada por el art. 4° de la Acordada de la Excma. Corte Suprema de Justicia de la Nación 15/13, del 21.5.2013.

Oportunamente, devuélvase al Juzgado de primera instancia.

JULIA VILLANUEVA

EDUARDO R. MACHIN (POR SUS FUNDAMENTOS)

JUAN R. GARIBOTTO (EN DISIDENCIA)

RAFAEL F. BRUNO

SECRETARIO DE CÁMARA

POR SUS FUNDAMENTOS:

Y VISTOS:

1. A los efectos de merituar sobre la viabilidad del recurso, y por ende, sobre la procedencia de la pretensión de la demandante, resulta necesario determinar si la relación que habría unido a los litigantes puede ser calificada, o no, como una relación de consumo.

A ese fin, es necesario responder si en el caso de autos, la contratación del seguro por parte de la demandante lo ha sido en carácter de destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social. Y, para tal respuesta, resulta a mi criterio definitorio la naturaleza de su reclamo en relación a la incidencia de la aludida contratación con la actividad que ella dijo desarrollar.

En ese contexto, no se advierte que exista una relación directa entre el seguro que se dijo tomado, y la actividad de transporte y reparto que bajo la forma de empresa unipersonal dijo explotar la demandante.

No se soslaya que, en principio, la finalidad del seguro es conceder resguardo económico ante la eventualidad del acaecimiento del riesgo asegurado, no obstante, de ello no se infiere per se que tal contratación hubiera tenido como destino su integración a la cadena de comercialización de la emplazante.

Por el contrario, la contratación del servicio de marras por la emplazada, se presenta en el caso como realizada en exclusivo beneficio propio, y en calidad de destinatario final de ella.

Por tal razón, cabe concluir que la acción de marras se encuentra alcanzada por las disposiciones de la ley 24.240.

2. Aclarado ello entonces, corresponde revocar la resolución recurrida en cuanto declaró prescripta la acción intentada en autos.

Esto último, por los fundamentos desarrollados por este Tribunal en los autos "Álvarez c/Aseguradora Federal" -que en copia se adjunta a la presente-, a los cuales cabe remitir por economía en la exposición.

Por ello se RESUELVE: a) hacer lugar al recurso de apelación interpuesto y revocar el pronunciamiento recurrido; b) las costas de ambas instancias se imponen por su orden atento las discrepancias de criterio en relación al tópico tratado.

EDUARDO R. MACHIN

RAFAEL F. BRUNO

SECRETARIO DE CÁMARA

EN DISIDENCIA:

Y VISTOS:

A mi juicio, no todos los sujetos que contratan de la forma en que lo hizo el actor son consumidores o usuarios según la ley 24.240 y, por lo tanto, resultan amparados por dicho cuerpo normativo.

En tal sentido, la ley 26.361 introdujo importantes modificaciones al art.1º de la ley 24.240 y extendió su aplicación a numerosos actores que anteriormente no eran considerados consumidores o usuarios, y también asimiló la situación de éstos 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” (cfr. Santarelli, en “Hacia el fin de un concepto único de consumidor”, LL. 2009-E-1055; y Gregorini Clusellas, en “La responsabilidad en el régimen de protección al consumidor”, LL. 2008-D- 1007, quien denomina a ese sujeto como bystander o tercero no consumidor equiparado).

Tal es el contexto donde encuentra sentido la finalidad de la ley 24.240 que es proteger al consumidor o usuario frente a los posibles abusos en los que pudieren incurrir los comerciantes y las grandes empresas en general, principio protectorio éste que encuentra fundamento en una presunción de desigualdad de fuerzas implícita en ciertas relaciones de consumo, razón por la cual no rige en todos aquellos casos en que no se vislumbra la existencia de tal desigualdad (CNCom Sala A, “Campagna, Carlos Daniel c/ Banco de Galicia y Buenos Aires S.A.”, 16.12.08).

De otro lado, necesario es también mencionar que el art. 1º de la Ley de Defensa del Consumidor aprehende a las personas físicas y jurídicas, siempre y cuando el bien o servicio hubiere sido adquirido para su consumo final.

Al respecto, señala Lorenzetti (en “Consumidores”, pág. 90 y sig., ed. Rubinzal-Culzoni, Santa Fe, 2003), que los empresarios han sido tradicionalmente excluidos de la noción de consumidor, porque no usan los bienes para consumo final sino para aplicarlos al proceso productivo. Indica ese autor que si bien la cuestión ha provocado no pocas discusiones pues existen supuestos dudosos, tras analizar distintos casos de “integración parcial” en los que un empresario adquiere un bien que ingresa al proceso productivo y que también es usado para otras finalidades, concluye que un criterio utilizado para dirimir el tema es el del criterio objetivo, referido al uso que se le da a la cosa. Corresponde también señalar que el art. 2º de la ley 26.361 suprimió la exigencia que, con discutible técnica legislativa, contenía la norma de idéntica numeración de la ley 24.240, atinente a la exclusión de la noción de consumidor a quienes consumían bienes y servicios para integrarlos a procesos productivos; modificación ésta de trascendente importancia pues ha de verse que la norma amplió el concepto del sujeto merecedor de la tutela legal.

Esa modificación introducida por la ley 26.361 al art. 2º de la ley 24.240 me lleva a interpretar, entonces, el espíritu del legislador por contraposición, de manera que aquéllos 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 a 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 (CNCom, Sala F, "Tassone, Sergio Ricardo c/ Agroservicios Chacabuco S.A.", 24.2.11; v. Alvarez Larrondo, en "El impacto procesal y de fondo de la nueva ley 26.361 en el Derecho del Consumo"; también Ariza, en "Más que una reforma. Desplazamientos del Derecho del Consumidor en el Derecho Privado", ambos en "Suplemento Especial Reforma de la ley de defensa del consumidor", LL., 1.1.08, págs.25 y 49, respectivamente).

Fue juzgado en el precedente recién cit., y lo comparto, que tal inteligencia de la norma de mención permite sostener (i) que se mantiene la noción de consumo final como directiva prioritaria para circunscribir la figura del consumidor, (ii) que se extiende la categoría también al "destinatario o usuario no contratante", y (iii) que se suprime un criterio de exclusión que contenía la versión anterior del art. 2º en cuanto que no eran consumidores quienes integren bienes y servicios a procesos productivos, de forma tal que en su actual redacción, la Ley de Defensa del Consumidor "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. 2º permite examinar en cada caso si el acto de consumo se origina, facilita o integra en un proceso de producción de bienes o servicios, en cuya virtud el sujeto no sería consumidor en términos estrictos." (textual del fallo de la Sala F, in re:"Tassone, Sergio Ricardo c/ Agroservicios Chacabuco S.A.", cit.).

En otros términos, 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 objetivamente a la confrontación del destino del bien o servicio adquirido también objetivamente considerado conforme su utilidad reconocida, con el área de actividad del pretendido consumidor; de modo tal que si el bien o servicio adquirido se encuentra fuera de dicha área de actividad, debe presumirse que se trata de un acto de consumo, lo que no ocurre si se advierte que se está dentro de dicha área, por quedar excedida -en este último supuesto- la noción de destinatario final.

En el marco descripto, la contratación del seguro de marras contra los robos que pudiera sufrir la mercadería transportada por la demandante es un servicio que se presenta, a mi juicio, como directamente vinculado con el área de su actividad específica, en tanto que, precisamente, el transporte de mercaderías hace al giro normal y habitual de su negocio.

Por tales razones, y descartada la aplicación al caso de la ley de defensa al consumidor, no cabe sino concluir del mismo modo en que lo hizo la primer sentenciante, y declarar prescripta la acción intentada.

Por ello se RESUELVE: a) rechazar el recurso de apelación interpuesto y confirmar el pronunciamiento recurrido; b) las costas de Alzada se imponen a la apelante vencida atento el criterio objetivo de la derrota (art. 68 del código procesal).

JUAN R. GARIBOTTO

RAFAEL F. BRUNO
SECRETARIO DE CÁMARA