

## **SOBRE SI LA SOCIEDAD COMERCIAL PUEDE SER CONSIDERADA “CONSUMIDOR”**

POR RUBÉN R. MORCECIAN

### ***I. Introducción***

A poco de que se comience a analizar el tema de esta comunicación, puede surgir como primera impresión una suerte de tensión entre los conceptos, o por lo menos una falta de conexión que los tornaría incompatibles. Parecería que la “sociedad comercial” en modo alguno puede ser considerada “consumidor”, precisamente porque ésta como medio técnico que permite el agrupamiento de personas bajo una forma determinada, que el derecho trata unitariamente y que en virtud de dicha forma la ley la hace centro de imputación de relaciones jurídicas, resulta más un “proveedor” que un consumidor.

Y ello así por cuanto caracterizada la sociedad como sujeto de derecho en el cual los socios se obligan a realizar aportes para aplicarlos a la producción o intercambio de bienes o servicios participando de los beneficios y soportando las pérdidas (artículo 1º Ley 19.550) se asemeja en mucho al perfil de la figura del proveedor (la “contraparte” del consumidor) conforme lo regula la Ley 24.240 en su artículo 2.

Además de ello es claro que la sociedad considerada como una organización es la figura que adopta “la empresa” para “subjektivarse” y desarrollarse como tal. La sociedad resulta en definitiva un sujeto que explota una actividad económica con fin de lucro, a su vez el fenómeno de la empresa como organización profesional, también se caracteriza o es de su noción, por la explotación de una actividad económica, siempre con fines de lucro. En la mayoría de los casos “el proveedor” es una empresa que actúa en el comercio bajo la forma de una sociedad comercial.

Es por esa dualidad que se da en el fenómeno empresa-sociedad y su identificación con el proveedor, que se aprecia a

priori la tensión a la que aludíamos al principio, siendo el propósito de este trabajo evaluar si la sociedad comercial puede ser o no considerada consumidor y en su caso que le sea aplicable en determinadas situaciones jurídicas el estatuto del consumidor.

## **II. El Derecho del Consumo-Nociones previas**

El nacimiento de lo que denominamos derecho del consumidor se remonta a los últimos 50 años como reacción al importante desarrollo de nuevas tecnologías aplicadas a los procesos de productivos que intensificaron la producción de bienes y los servicios, dando paso a su vez a un mercado hiper abastecido o, dicho de otro modo, "inundado de bienes" que excedía la demanda de esos bienes, lo que llevó a las empresas a agudizar su ingenio en la búsqueda de la colocación de esos productos, desarrollándose así el marketing como respuesta a esa búsqueda empresarial.

Así y en poco tiempo, el fenómeno antes referido generó el advenimiento de una sociedad consumista, en donde el consumo de bienes y servicios de a poco se fue transformando en un valor en sí mismo.

En nuestro país el desarrollo del derecho del consumidor se dio en los últimos 20 años y si bien la sanción de la Ley 24.240 marcó un hito importante, es a partir de su consagración y reconocimiento constitucional (artículo 42 Constitución Nacional) que la disciplina ha comenzado a ser estudiada ampliamente, al punto que en el año 2008, por la Ley 26.361, se introdujeron numerosos cambios frutos de esos estudios.

El derecho del consumidor como reacción al desarrollo industrial y la masificación de consumo, surge también como necesidad de limitar la clásica formulación de la teoría liberal del derecho que concebía a las partes de un contrato en igualdad de condiciones al momento de contratar y presumiendo además la misma capacidad negocial de las partes al amparo de su autonomía de la voluntad (artículo 1197 del Código Civil).

Contrariamente a lo sostenido por la teoría clásica, en el nuevo escenario del mercado de la sociedad de consumo, era evidente que el consumidor en modo alguno se encontraba en igualdad de condiciones respecto del proveedor al momento de consumir un bien. No se trata solo de que el proveedor explota una determinada necesidad de consumir cierto bien o servicio por parte del sujeto consumidor, sino que además el proveedor,

fabricante o vendedor, tiene ciertas ventajas como el conocimiento del producto, la exclusividad en ciertos casos, y le asisten deberes y obligaciones relativos a la garantía, los repuestos y el servicio posventa, por lo que es evidente que en realidad no hay una equivalencia en la capacidad negocial.

Así, el derecho del consumidor se erige como un sistema protectorio de la persona que consume un bien o un servicio, que se encuentra en una condición de cierta inferioridad respecto del proveedor o fabricante del bien. Este sistema de protección tiende también a restablecer el desequilibrio que se evidencia en la relación. Además de ello, el derecho del consumidor importa un mecanismo tendiente no solo a la protección del consumidor, sino además a lograr la transparencia del mercado y la responsabilidad de la empresa, la cual –dada su organización profesional– ostenta también cierta posición dominante sobre el consumidor.

### ***III. Ámbito de Aplicación del Derecho del Consumidor***

En nuestro país la Ley 24.240 reformada por la Ley 26.361 establece que se considera “consumidor” a toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicio en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social (artículo 1°).

Surge claramente de la norma que para la ley argentina el ámbito subjetivo está claramente definido: puede ser consumidor la persona física o una persona jurídica, siempre que las mismas resulten adquirentes o usuarias de un bien o servicio con destino a su consumo final.

Las legislaciones latinoamericanas adoptan igual criterio: Brasil en la Ley 8.078, artículo 2°; Paraguay con la Ley 1.334, artículo 4; y Uruguay, Ley 17.250, artículo 2°.

La ley argentina agrega además en su artículo 1° al grupo familiar (consumidor no adquirentè del bien).

En cuanto a la consideración de la persona física como consumidor no se advierte inconveniente, su encuadre resulta fácil y por demás evidente desde que es una realidad que el ser humano consume para satisfacer necesidades propias y que el consumo de bienes en la actualidad resulta inherente a su condición.

En cambio, si se advierte cierto inconveniente con la consideración de la persona jurídica como consumidor.

¿A qué persona jurídica se refiere la ley? ¿Asociaciones civiles, fundaciones, mutuales, sociedades civiles, o sociedades comerciales? Esta cuestión no ha sido aclarada por la norma, por lo que en principio parecería que toda persona jurídica puede, si es sujeto de una relación de consumo, ser considerada consumidor.

La cuestión no resulta baladí: en el caso de este trabajo, de cómo se considere a la sociedad comercial, si es consumidor o no, dependerá de que ésta pueda prevalerse de todo el sistema de protección, en el caso por ejemplo de si no es considerada consumidor, no podrá prevalerse de los plazos de prescripción especial, de la garantía, de las exigencias de información, de la integración del contrato, de la nulidad de cláusulas abusivas, de las cláusulas sobre jurisdicción, de la posibilidad de ser acreedor de daños punitivos, es decir, de un cúmulo de beneficios que la legislación consumerista reservó para el consumidor de modo de encontrar el equilibrio ausente entre las partes del contrato.

La única pauta que la ley contiene como para aclarar la cuestión es que la persona -física o jurídica- **adquiera o use el bien como destinatario final del mismo y en beneficio propio o de su grupo familiar o social**, esto es que esa persona y su grupo familiar o social consume el bien hasta su extinción, por lo que se excluye las personas que adquieren bienes para revenderlos o para aplicarlos a un proceso productivo o de comercialización, noción esta última aplicada al proveedor.

Entonces podrá ser "consumidor" la persona jurídica que adquiera o use bienes o servicios como destinatario final, entendiéndose éste cuando el bien es adquirido en beneficio propio o de su grupo familiar.

Se aprecia así que a priori el factor a tomar en cuenta a la hora de determinar quién es consumidor no es la personalidad del adquirente, sino que éste haya adquirido el bien como destinatario final, es decir para consumir dicho bien. Pero insistimos, tanto la sociedad comercial como una fundación son personas jurídicas que pueden adquirir bienes para su uso final.

Veamos un ejemplo, en el caso de una sociedad comercial que fabrica y vende sillas, decide la compra de nuevos sistemas informáticos con destino a sus oficinas para acompañar los adelantos tecnológicos y mantenerse actualizada en cuanto a tecnologías de la información.

La compra de los sistemas informáticos, ¿es una compra con destino a un uso final o, por el contrario, lo es a los fines de aplicarlos al proceso de producción y comercialización de

la sociedad? Si bien es cierto que, estrictamente hablando, el proceso de fabricación no requiere de las computadoras, como sí puede requerir otro tipo de máquinas como garlopas o sierras, no es menos cierto que en la moderna gestión industrial la computadora puede ser utilizada en el diseño y hasta en el ordenamiento de las funciones de otras máquinas. Además, todo el sistema de facturación y cuentas corrientes será pasado por el sistema informático: en este esquema no se aprecia entonces como válido afirmar que el equipo informático adquirido no lo sea para aplicarlo al proceso industrial o de comercialización, pero a la vez es una realidad que la sociedad no venderá ni transformará dicho sistema informático por lo que desde ese prisma podría ser considerada como un consumidor dado que adquirió el bien para su uso personal y como destinatario final.

El Decreto reglamentario de la Ley 24.240, Decreto 1798/94, en su artículo 2 establece que los bienes o servicios son integrados en procesos de producción cuando se relacionan con dichos procesos sea de forma *genérica o específica*. Y en relación con el ejemplo que dimos *supra* se aprecia que los bienes comprados efectivamente se relacionan con el proceso productivo de la sociedad, al menos genéricamente, dado que lo "genérico" nos remite a la noción de universal, global y colectivo, y en ese sentido es claro que dichos bienes se integran a los procesos referidos.

Es que siendo de la naturaleza de la sociedad comercial el fin de lucro con la producción o intercambio de bienes o servicios destinados al comercio y en muchos casos al consumo, resulta dudoso que cada adquisición que haga la sociedad de bienes o servicios no lo sea con el destino anunciado, esto es destinarlo a la finalidad lucrativa.

Es claro que también la sociedad adquiere bienes para su uso, para su consumo y los consume hasta su extinción, pero el problema está dado porque estas adquisiciones de una manera u otra resultan relacionadas o en conexión con la actividad productiva o comercializadora de la sociedad y su organización empresaria, siendo que por mínima que sea la conexión, siempre la adquisición del bien estará destinada en mayor o menor medida a integrarse, aunque sea "*genéricamente*", a la finalidad lucrativa de la sociedad y a formar parte de la organización empresaria.

Así como primera conclusión, podríamos arriesgar que solo las personas jurídicas sin fines de lucro podrían ser consideradas consumidores, dado que en modo alguno las mismas tienen

procesos de producción o comercialización de bienes o servicios con destino al consumidor.

Es necesario aclarar que el hecho de no considerar a las sociedades comerciales como consumidoras, en modo alguno importa negarles protección jurídica en el acto de compra. Solamente se trata de decir que a dicho acto jurídico de adquisición no se le podrá aplicar el sistema de la Ley del Consumidor, pero sí será regido por las normas del Código de Comercio o el Civil en su caso.

Pero el problema se plantea cuando advertimos que la sociedad comercial puede adquirir bienes, no ya para integrarlos a su proceso industrial o comercial o para su consumo, sino por ejemplo, para destinarlos a mejorar las condiciones de labor de sus trabajadores, por ejemplo alimentos, aparatos de calefacción y refrigeración, aparatos de TV o musicales; en este caso, ¿la sociedad comercial es un consumidor?

Adviértase que a primera vista tales bienes no se integran al proceso industrial ni comercial, pero a poco que afinemos el análisis vemos que existe la antes mencionada "conexión" con dichos procesos y ella está dada por el beneficio indirecto que la sociedad puede tener del mejoramiento de las condiciones del trabajador, éste rendirá mejor y la producción se verá favorecida.

¿Qué sucede si la sociedad decide regalar a sus empleados a fin de año, por ejemplo, un aparato de línea blanca? En estos casos es claro que lo adquirido no lo es con destino al proceso comercial ni industrial, pero tampoco lo es como destinatario final ni para uso personal, por lo que en este caso la sociedad comercial tampoco sería considerada consumidor. Quien sí se vería beneficiado por el sistema consumerista es el trabajador destinatario, atento que la propia ley lo considera consumidor, ya que este trabajador adquiere el bien en ocasión de una relación de consumo y como destinatario final (artículo 1º segundo párrafo Ley 24.240).

Igual solución se afirma para el caso de que la sociedad decida en virtud de una actitud solidaria la compra de una prótesis para donársela a un trabajador o, por ejemplo, cuando dona bienes a una escuela u hospital de su zona de influencia.

Son situaciones en que la sociedad comercial, aunque no adquiere el bien para integrarlo al proceso productivo o de comercialización, tampoco lo adquiere como destinatario final ni para su utilización como la norma lo exige, sino que lo hace en ejercicio de su responsabilidad social empresaria, siendo que

por ello tampoco en estos casos la sociedad comercial puede ser considerada consumidor.

No se nos escapa que pueden darse situaciones de real injusticia, piénsese en una pequeña sociedad de dos socios que tiene como objeto la producción de elementos para herrería, y que sin ningún tipo de conocimiento decide la compra de un equipo informático para buscar oportunidades de negocios vía web sólo con fundamento en la confianza de su proveedor, es decir con un marcado desequilibrio en la relación, esta compra no será una relación de consumo y por tanto queda excluida del sistema de protección. En cambio, si un ingeniero en sistemas adquiere un equipo y aún cuando en líneas generales no existe desequilibrio en las condiciones de los contratantes (o al menos es mínimo), esta adquisición sí será una relación de consumo y quedará alcanzada por el sistema de protección.

De lo dicho hasta ahora surge que no hay duda alguna que la persona jurídica que no tenga finalidad de lucro podrá ser considerada consumidora.

Respecto de la sociedad comercial dijimos que no se advierte en qué modo podrá ser considerada consumidor cuando todas sus adquisiciones de una manera u otra quedan relacionadas o en conexión con su actividad comercial, empresaria y de organización con destino a actividades lucrativas.

Claro que a partir de los ejemplos dados pueden surgir casos en que sea dable y hasta necesaria la aplicación de la normativa protectoria, pero estimamos que no es posible en el marco de la legislación actual encuadrar a la sociedad comercial como consumidor.

El eje de la cuestión pasa a nuestro entender no por la personalidad del sujeto, sino por el destino del bien o servicio adquirido. La ley argentina es clara en cuanto admite como consumidor a la persona física o jurídica que adquiera bienes o servicios en el marco de una relación de consumo, pero siempre como destinatario final en beneficio propio o de su grupo familiar o social, por ello lo que prima no es el contrato del caso, sino el acto o el hecho de consumir el bien y lo consume quien es destinatario final para su uso o el de su familia o grupo social y esta solución es la que mejor concilia con el espíritu humanista de toda legislación de protección al consumidor. El destinatario final no pretende el bien para utilizarlo en actividad de lucro o para con él obtener otros bienes, sólo pretende su **uso y disfrute**, a contrario de la sociedad que de ordinario adquiere el bien

para integrarlo de una forma u otra aunque sea tangencialmente a un proceso de producción o comercialización.

Como vimos no se aprecian en general situaciones en que una sociedad comercial pueda ser destinataria final de bienes para su uso o disfrute personal, familiar o de su grupo social, lo que obviamente no excluye la posibilidad que en algún caso puntual así pueda ser.

A nuestro modo de ver, se trata de una decisión de política legislativa. Para evitar situaciones disvaliosas sería necesaria una reforma legislativa que contemple los casos en que pudiera existir una real desprotección de la persona jurídica, en el caso sociedad comercial, a la hora de contratar. Siguiendo con el ejemplo anterior, sería el supuesto de las pequeñas sociedades que explotan pequeñas empresas. Como ejemplo podemos citar el caso de la ley mexicana del consumidor que en sus artículos 2, 99 y 117 contempla a las microindustrias y las microempresas como posibles consumidores siempre que el monto de la operación no supere determinada suma.

Como corolario podemos afirmar entonces que la sociedad comercial en tanto persona jurídica que se caracteriza por la consecución de un fin de lucro en su actividad no es posible considerarla como consumidor en tanto no se advierten situaciones en que dicha sociedad pueda constituirse como destinataria final del bien para su uso o disfrute sin conexión alguna con su proceso industrial o comercial.