

CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE EL ARTICULO 1 DE LOS PROYECTOS DE REGLAMENTACIÓN INTERAMERICANA EN MATERIA DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES PRESENTADOS POR BRASIL Y URUGUAY

Paula M. Ali*
Adriana Dreyzin de Klor*

I. CONSIDERACIONES PRELIMINARES

Siguiendo el cronograma propuesto para la discusión en el Foro de los arts. 1-4 del PLM, enviamos nuestros comentarios. En relación con la protección de los consumidores, consideramos que no se justifica limitar la reglamentación a los aspectos del derecho aplicable sino que, por el contrario, somos partidarias de una reglamentación conjunta de las cuestiones de jurisdicción y derecho aplicable, teniendo en cuenta que la primera preocupación para un consumidor que tenga razones para iniciar una demanda es contar con un juez que sea competente para entender en el caso.

II. MODELOS PARA DEFINIR LA FIGURA DEL CONSUMIDOR

El término “consumidor” no es un concepto que pertenezca originariamente al ámbito jurídico sino que, por el contrario, se enmarca dentro de la esfera socioeconómica. Sin embargo, el derecho lo ha tomado prestado para caracterizar ciertas relaciones jurídicas que merecen protección debido a que las partes que la conforman se encuentran en situación de desigualdad.¹ Las legislaciones brindan diferentes calificaciones de contratos de consumo y de consumidor, siendo el contenido material de las definiciones muy variable.

En una primera aproximación al tema puede apreciarse una noción amplia de consumidor y una más restringida. Desde la primera, el consumidor es asimilado a la figura del adquirente y tal noción es utilizada por aquellas legislaciones cuyo objetivo es la protección preventiva del consumidor. Desde la segunda, los criterios para calificarlo se dividen y encontramos que se define al mismo como aquel adquirente que satisface un uso privado, familiar o doméstico, o que la actividad que lleva a cabo no es profesional².

* Profesoras Foro de Expertos en materia de protección de consumidores para la preparación de la CIDIP VII (OEA)

¹ F. E. DE LA ROSA, *La protección de los consumidores en el mercado interior europeo*, Granada, Comares, 2003, pp. 44 ss.

² F. E. DE LA ROSA (nota 1), p. 45.

La vastedad del derecho internacional privado- y de las normas nacionales de fuente interna - conlleva indefectiblemente la posibilidad de opiniones discordantes, siendo entonces necesario valorarlas para intentar que el resultado final sea el reflejo de una amplia coincidencia en los ejes estructurales del sistema. Consideramos necesario incluir en el texto que se adopte una calificación de consumidor, más allá de la extensión que se asigne a tal concepto. En esta línea, puede resultar útil tener una visión comparatista de la definición de consumidor.

1. CONVENCIONES Y PRINCIPIOS

A) CONVENCIÓN DE LA HAYA DE 1955 SOBRE LEY APLICABLE A LAS VENTAS DE CARÁCTER INTERNACIONAL DE OBJETOS MUEBLES CORPORALES

La Convención de La Haya de 1955 no efectuó ningún tipo de distingo según que las ventas fueran generales o destinadas a consumidores.

B) CONVENCIÓN DE VIENA DE 1980 SOBRE COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS

La Convención de Viena de 1980 sobre compraventa internacional de mercaderías excluye expresamente de su ámbito de aplicación las compraventas de “mercaderías compradas para un uso personal, familiar o doméstico” (art. 2.a); es decir que, ateniéndonos al uso atribuido al bien que se adquiere, estaríamos en presencia de un contrato de consumo donde a la mercadería se le daría un uso no profesional. Se advierte entonces que el criterio de exclusión es subjetivo ya que no reside en la calidad o la naturaleza de las mercaderías vendidas, sino en el fin perseguido por el comprador en el momento de la operación. La exclusión del art. 2.a) *in fine* de la Convención juega a menos que “el vendedor, en cualquier momento antes de la celebración del contrato o en el momento de su celebración, no hubiera tenido ni debiera haber tenido conocimiento de que las mercaderías se compraban para tal uso”. Dicho de otro modo, la Convención se aplicará a compraventas de consumidores cuando tengan la apariencia de compraventas comerciales, a pesar del propósito del comprador de destinar las mercaderías para su uso personal. De esta forma, es el comprador el que debe informar al vendedor cuál es la finalidad específica que busca con el contrato ya que, si no lo hace, cabrá presumir la aplicación de la normativa de la Convención salvo, claro está, que el vendedor haya sabido o tuviera que saber (antes o al tiempo de su conclusión) que la mercadería se compraba para un fin privado. Ahora bien, la carga de la prueba pesará sobre aquella parte que invoque la aplicabilidad de las disposiciones de la Convención; por lo general, será el comprador que es quien pretenderá que se le aplique una normativa que favorezca o proteja sus derechos como consumidor.³

³ L. FERNÁNDEZ DE LA GÁNDARA/ A-L. CALVO CARAVACA, “El contrato de compraventa internacional de mercancías”, en: A-L. Calvo Caravaca / L. Fernández de la Gándara (dirs.) / P. Blanco-Morales Limones (coord.), *Contratos internacionales*, Madrid, Tecnos, 1997, pp. 148-149. Señala Audit que si bien es cierto que en el caso normal corresponde demostrar al comprador que efectuaba la compra para un uso doméstico (esta prueba podría resultar de circunstancias tales como la naturaleza del objeto, cantidad comprada, domicilio de entrega, etc.), por el contrario, será el vendedor quien, llegado el caso, deberá probar que ignoraba el fin perseguido por el comprador a fin de dejar de lado la aplicación de las mismas reglas en beneficio de las de la Convención de Viena. B. AUDIT, *La compraventa internacional de mercaderías*, (trad.), Buenos Aires, Zavalía, 1994, p. 35.

C) CONVENCIÓN DE LA HAYA DE 1985 SOBRE LA LEY APLICABLE A LOS CONTRATOS DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS

La Convención de La Haya de 1985 no se encuentra vigente ya que requiere que cinco países la hayan ratificado⁴. Esta Convención excluye las ventas a los consumidores en el art. 2 inc. c, utilizando una fórmula similar a la de la Convención de Viena de 1980.

D) PROYECTO DE CONVENIO DE LA HAYA DE 1980 SOBRE LEY APLICABLE A CIERTAS VENTAS A LOS CONSUMIDORES

El art. 1.1 del Proyecto de Convenio de La Haya de 1980 sobre la ley aplicable a ciertas ventas a los consumidores combina el uso personal atribuido a los bienes comprados (“bienes muebles corporales adquiridos primordialmente para uso personal, familiar o doméstico) con la actividad llevada a cabo por el vendedor de tales bienes, actividad que se caracteriza por su naturaleza profesional (“actúa en el curso de sus negocios o profesión”).⁵

E) PRINCIPIOS DE UNIDROIT SOBRE LOS CONTRATOS COMERCIALES INTERNACIONALES

En el comentario al art. 1.1 – que señala el propósito de dichos principios- se excluyen las *consumer transactions*, poniendo fuera del alcance de los Principios dichos contratos.

2. ÁMBITO EUROPEO

A) CONVENIO DE ROMA DE 1980, CONVENIO DE BRUSELAS DE 1968 Y REGLAMENTO 44/2001

En el ámbito europeo, el artículo 5 de la Convención de Roma de 1980 sobre ley aplicable a las obligaciones contractuales se refiere a los “contratos celebrados por los consumidores” y establece en el inciso 1 que “el presente artículo se aplicará a los contratos que tengan por objeto el suministro de bienes muebles corporales o de servicios a una persona, el consumidor, para un uso que pueda ser considerado como ajeno a su actividad profesional, así como a los contratos destinados a la financiación de tales suministros”.

A los efectos de la aplicación del Convenio de Roma, quedan afuera de la categoría de contratos de consumo los contratos de transporte y los contratos de suministro de servicios

⁴ Hasta el momento, los únicos países ratificantes son Argentina (ley 23.916) y República de Moldova.

⁵ Véase A. VON MEHREN, “Law applicable to certain consumer sales”, *Texts adopted by the Fourteenth Session and Explanatory Report*, The Hague, Bureau Permanent de la Conférence, 1982, pp. 6 ss. Debe tenerse presente que la idea central del Proyecto de La Haya fue que el tratamiento jurídico de relaciones entre iguales no podía ser igual a la regulación de las relaciones entre sujetos diferentes. Así, el Proyecto se estructuraba sobre: autonomía de la voluntad (art. 6.1), pero la ley elegida por las partes no podía privar al consumidor de la protección que le aseguraban las normas imperativas del país de su residencia habitual (art. 6.2). Las condiciones sobre la existencia, validez y forma del consentimiento eran regidas por el derecho de la residencia habitual del consumidor (art. 7). Véase C. LIMA MARQUES, “A proteção do consumidor: aspectos de direito privado regional e geral”, *Cursos de Direito internacional, Série temática*, vol. I (Parte 2): El Derecho internacional privado en las Américas (1974-2000), Washington, D.C., Comité Jurídico Interamericano- Secretaría General, OEA, 2002, p. 1524 y A. BOGGIANO, “The contribution of the Hague Conference to the Development of Private International Law in Latin America”, *Racueil des Cours*, 1992-1993, pp. 138-139.

cuando estos últimos deban prestarse al consumidor, exclusivamente, en un país diferente de aquel en el que tenga su residencia habitual. Sin embargo, cabe precisar que resultan incluidos aquellos contratos que, por un precio global, comprendan prestaciones combinadas de alojamiento y transporte.

El texto del Convenio de Bruselas relativo a la competencia judicial y a la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil (art. 15) establece una jurisdicción especial para los contratos de consumo teniendo como objetivo proteger al consumidor como parte débil. Sin embargo, la definición que brinda de contrato de consumo y de consumidor ha sido juzgada como poco clara e incompleta ya que se limita a referirse a “contratos celebrados por una persona para un uso ajeno a su actividad profesional”, y nada dice sobre la condición del cocontratante ni acerca de las apariencias que pueda dar el consumidor al adquirir el bien o contratar el servicio. Tal como lo señala Esplugues Mota, “ello puede dar lugar a una cierta ampliación de la noción de consumidor, aunque es susceptible de desvirtuar la razón última de incorporación de este fuero especial: la voluntad de protección de una parte débil”⁶.

En la definición de consumidor que brindan los Convenios de Roma y de Bruselas resulta necesario advertir que la referencia a la actividad profesional no lo es a título de elemento adicional, sino que forma parte del recaudo relativo al uso del bien o servicio objeto del contrato. La estrecha vinculación que existe entre ambos textos y su finalidad común con respecto a los contratos de consumo han llevado a señalar que el concepto de consumidor dado por el Convenio de Bruselas – e interpretado por el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas- debe trasladarse al Convenio de Roma⁷. La definición que brinda el derecho comunitario no es única sino que, por el contrario, de acuerdo al sector específico de protección, ha sido moldeada; de ahí que no exista coincidencia total, por un lado, entre los conceptos en todos los casos y, por otro, con el contenido por el Convenio de Bruselas. Sin embargo, se ha señalado que “la calificación de este convenio posee un alcance general ya que el mismo ha de servir, a modo de plataforma procesal, al ejercicio de las acciones que concede al consumidor el derecho comunitario sustantivo. Esta circunstancia hace recomendable que el concepto de consumidor empleado por el Convenio de Bruselas sea amplio, al objeto de dar cobertura a todos los ‘consumidores’ definidos por los distintos textos de esta política comunitaria”⁸.

⁶ C. ESPLUGUES MOTA, “El acceso de los consumidores a la justicia en la Unión Europea: órganos jurisdiccionales y arbitrales”, *Derecho*, n°1, 2000, p. 40.

⁷ Así, Giuliano y Lagarde señalan que el concepto de contrato celebrado por consumidor corresponde al de la norma del art. 13 del Convenio de Bruselas y que debe interpretarse a la luz del objetivo perseguido que es la protección de la parte más débil y de conformidad a otros instrumentos internacionales que tienen los mismos fines. Ahora bien, el paralelismo entre los convenios no impide reconocer que existen algunas diferencias; así, por ejemplo, ambos convenios pretenden brindar al consumidor la protección del país de su residencia habitual o domicilio, pero mientras el Convenio de Roma lo consigue de manera directa haciendo prevalecer las normas imperativas del país de la residencia habitual del consumidor a la ley elegida por la partes, los arts. 13 y 14 del Convenio de Bruselas sólo ofrecen una alternativa al consumidor, permitiéndole que ejercite la acción ante los jueces del país de su domicilio. Por otra parte, el Convenio de Roma deja en claro que la protección debe darse al consumidor pasivo, mientras que en el Convenio de Bruselas la protección se otorga al consumidor solamente si el cocontratante de éste tiene su domicilio en un Estado miembro. Véase M. GIULIANO / P. LAGARDE, “Informe relativo al convenio sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales”, *DOCE*, 11/12/1992, n° C 327, p. 21.

⁸ F. E. DE LA ROSA (nota 1), p. 57.

El art. 15 del Reglamento 44/2001 define al consumidor, enfatizando el carácter no profesional o no comercial de la actividad del consumidor⁹.

El interrogante que surge a continuación es si el concepto de consumidor incluye solamente a las personas físicas o si, por el contrario, alcanza también a las personas jurídicas. Las opiniones aquí resultan divididas. Con relación al Convenio de Roma, Virgós Soriano señala que parecería lógico limitar la protección del art. 5 a las personas físicas pero tal calificación no debería excluir la aplicabilidad del derecho protector a las personas jurídicas en aquellos casos en que el derecho nacional indicado por la norma de conflicto extienda su tutela sobre dichas personas de existencia ideal¹⁰. Según Carillo Pozo, la utilización del término genérico “persona” en el art. 5 del Convenio de Roma, el art. 13 del Convenio de Bruselas y el art. 15 del Reglamento 44/2001 abriría la posibilidad de incluir en el concepto de consumidor tanto a las personas físicas como a las jurídicas¹¹. En el mismo sentido de la Rosa señala que, en su opinión, la extensión de tutela a las personas de existencia ideal resulta congruente con la finalidad y razón de ser de la protección que inspira al Convenio de Roma y al de Bruselas. En la misma posición y con una argumentación jurisdicteológica se pronuncia Añoberos¹². Un argumento que refuerza esta línea es el hecho de que las legislaciones europeas incluyen a las personas jurídicas entre las que merecen protección y, si bien es cierto que algunas directivas comunitarias en materia de consumo limitan su ámbito a los consumidores-personas físicas, ello no debería ser un obstáculo insalvable para incluir a las personas jurídicas ya que la finalidad de las disposiciones de Roma y de Bruselas es diferente respecto de la armonización material del derecho del consumo¹³.

⁹ Véase el trabajo de B. AÑOBEROS, “Restrictions on Jurisdiction Clauses in Consumer Contracts within the European Union”, *Rev. eur. dr. cons.*, n° 1-2, 2004, pp. 77-153, especialmente en este punto, pp. 85-98 definición de “consumer” within Art. 15 BIR (some interpretative issues) y los comentarios de los casos “*Société Bertrand v. Paul Citr KG*”, “*Benincasa v. Datalteit-Srl*” y “*Shearson Lehman Hutton Inc. v. TVB*”. [En el asunto Benincasa se sostuvo que “por lo que se refiere al concepto de consumidor el párrafo 1 del art. 13 del Convenio define a éste como una persona que actúa para un uso que pudiere considerarse ajeno a su actividad profesional. Según jurisprudencia reiterada, del tenor y de la función de esta disposición resulta que ésta sólo se refiere al consumidor final privado que no participe en actividades comerciales o profesionales (sentencia *Shearson Lehman Hutton*, antes citada, apartados 20 y 22). De lo anteriormente expuesto se deduce que, para determinar si una persona actúa en calidad de consumidor, concepto que debe interpretarse de forma restrictiva, hay que referirse a la posición de esta persona en un contrato determinado, en relación con la naturaleza y la finalidad de éste, y no a la situación subjetiva de dicha persona. Como acertadamente señaló el Abogado General en el punto 38 de sus conclusiones, una misma persona puede ser considerada consumidor respecto a ciertas operaciones y operador económico respecto a otras. Por consiguiente, las disposiciones protectoras del consumidor como parte considerada económicamente más débil sólo engloban los contratos celebrados para satisfacer las propias necesidades de consumo privado de un individuo. La protección particular que estas disposiciones pretenden no se justifica en el caso de contratos cuyo objeto es una actividad profesional, aunque ésta se prevea para un momento posterior, dado que el carácter futuro de una actividad no afecta en nada a su naturaleza profesional. Por tanto, es conforme con la letra y el espíritu, así como con el objetivo de las disposiciones consideradas, afirmar que el régimen particular de protección que éstas introducen sólo se refiere a los contratos celebrados fuera e independientemente de cualquier actividad o finalidad profesional, actual o futura. Procede, pues, responder a la primera cuestión que el párrafo primero del artículo 13 y el párrafo primero del artículo 14 del Convenio deben interpretarse en el sentido de que el demandante que ha celebrado un contrato para el ejercicio de una actividad profesional no actual, sino futura, no puede considerarse consumidor.”] Asimismo, véase A. LÓPEZ-TARRUELLA, “Cross-Border Disputes on On-line Consumer Contracts in the European Union. The Brussels Convention, the Brussels regulation and the role of Alternative Dispute Resolutions Systems”, *Journ. Net. Ind.*, n° 2, 2001, pp. 244-247.

¹⁰ M. VIRGÓS SORIANO, “Art. 10 apartado 5”, *Comentarios al Código Civil y Compilaciones Forales*, t. I, vol. 2, Madrid, Edersa, 1995, p. 670.

¹¹ L. F. CARILLO POZO, “Comentario al art. 13”, en: A.-L. Calvo Caravaca (ed.), *Comentario al Convenio de Bruselas relativo a la competencia judicial y a la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil*, Madrid, Universidad Carlos III, p. 279.

¹² B. AÑOBEROS (nota 8), pp. 97-98.

¹³ Véase FE. DE LA ROSA (nota 1), p. 59.

B) LA NOCIÓN DE CONSUMIDOR EN LAS DIRECTIVAS COMUNITARIAS

Diversas son las definiciones que se han dado sobre el término “consumidor” en las directivas comunitarias. Una noción amplia aparece en la Resolución del Consejo de la Comunidad Económica Europea de 14/04/1975 que prescribe: “(...) en lo sucesivo, el consumidor no es considerado ya solamente como un comprador o un usuario de bienes o servicios para un uso personal, familiar o colectivo, sino como una persona a la que conciernen los diferentes aspectos de la vida social que pueden afectarle directa o indirectamente como consumidores”¹⁴.

La mayor parte de las directivas comunitarias de protección de los consumidores tienen una calificación de consumidor, pero lo cierto es que dichas definiciones no coinciden en todos los casos, razón por la cual para aplicar cada uno de esos textos es necesario tener en cuenta el concepto que brindan¹⁵. Así, hay algunas que poseen una calificación muy amplia ya que su objetivo es incidir sobre la correcta fabricación y comercialización de los productos y servicios (Directiva 85/374/CEE sobre responsabilidad derivada de los productos defectuosos¹⁶, Directiva 84/450/CEE del Consejo de 10/09/1984 relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad engañosa¹⁷), mientras que otras —las relativas a la protección contractual de la parte débil— suelen definir al consumidor teniendo en cuenta el desequilibrio que genera la contratación entre profesionales del comercio y aquellos que no lo son; dentro de estas últimas, hay algunas que califican al consumidor desde un punto de vista material o fáctico como “la persona que actúa de hecho con una finalidad ajena a su actividad profesional”¹⁸, mientras que otras lo definen de modo abstracto como “la persona que actúa para un uso que pueda considerarse como ajeno a su actividad profesional”¹⁹.

En líneas generales, las directivas consideran como consumidores a las personas físicas y por ende quedan fuera del ámbito de protección las personas jurídicas²⁰. La protección

* Véase asimismo la definición de consumidor “en sentido estricto” dada por R. Muguillo en el trabajo de A. KEMELMAJER DE CARLUCCI / M^a J. TAVANO DE AREDES, “La protección del consumidor en el derecho comparado”, *DC*, n^o 1, 1991, pp. 11-12.

¹⁵ Seguiremos aquí la descripción de FE. DE LA ROSA (nota 1), pp. 60 ss.

¹⁶ Esta Directiva considera que el contrato de consumo es aquél en el que el bien adquirido se destina a un uso personal, familiar o doméstico; así, el adquirente es un consumidor final. Para que se aplique esta normativa no reviste importancia que el comprador actúe a título profesional o a título particular. Se protege al ciudadano o cliente frente a los peligros que lleva aparejada la utilización de productos defectuosos.

¹⁷ Esta Directiva no solamente protege a los consumidores, sino que extiende su ámbito de protección a las personas que ejercen una actividad comercial, industrial, artesanal o liberal, incluyendo a las personas jurídicas.

¹⁸ Véase, por ejemplo, el art. 2 e) de la Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 16/02/1998 relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores.

¹⁹ Véase: art 2 de la Directiva 94/47/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 26/10/1994 relativa a la protección de los adquirentes en lo referente a determinados aspectos de los contratos de adquisición de un derecho de utilización de inmuebles en régimen de tiempo compartido.

²⁰ Véanse: art. 1. 2 a) de la Directiva 87/102/CEE del Consejo de 22/12/1986 relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de crédito al consumo, art. 2 e) de la Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 16/02/1998 relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores, art. 2 de la Directiva 94/47/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 26/10/1994 relativa a la protección de los adquirentes en lo relativo a determinados aspectos de los contratos de adquisición de un derecho de utilización de inmuebles en régimen de tiempo compartido.

comunitaria de los consumidores no alcanza a personas que, en una relación contractual pueden ser consideradas en ciertos supuestos como partes débiles necesitadas de tutela como las pequeñas y medianas empresas. Sin embargo, debe resaltarse que la Directiva 84/450/CEE del Consejo de 10/09/1984 extiende su protección a las personas jurídicas.

Otra cuestión que merece destacarse es que, a veces, la protección que brindan las directivas se extiende a personas que no podrían considerarse como consumidores en sentido estricto. Así, por ejemplo, la Directiva 2000/31 relativa a determinados aspectos jurídicos del comercio electrónico en el mercado interior califica al “destinatario del servicio” como “cualquier persona física o jurídica que utilice un servicio de la sociedad de la información por motivos profesionales o de otro tipo y, especialmente, para buscar información o para hacerla accesible”. El art. 2 d) extiende su régimen tuitivo no sólo a quien actúe por motivos profesionales, sino también a las personas jurídicas. El art. 2.e) define al consumidor como “cualquier persona física que actúa con un propósito ajeno a su actividad económica, negocio o profesión.” La Comisión, en su comunicación “Aplicación a los servicios financieros de los aps. 4, 5 y 6 del art. 3 de la directiva sobre comercio electrónico”, subrayó que “el texto del art. 2.e) demuestra con total claridad que una persona jurídica no puede considerarse como un consumidor según esta directiva” (apartado 2.1.4).²¹

Finalmente, no debe perderse de vista que las Directivas delimitan su ámbito de aplicación no solamente desde la óptica del consumidor, sino que también lo hacen desde la perspectiva del cocontratante. De esta forma, la tutela tiene lugar cuando frente al consumidor nos encontramos con la figura de un profesional²².

A) DIRECTIVA 85/577/CEE REFERENTE A LOS CONTRATOS NEGOCIADOS FUERA DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

La Directiva 85/577/CEE del Consejo de 20/12/1985 en el art. 2.1 califica al consumidor como: “toda persona física que, para las transacciones amparadas por la presente directiva, actúe para un uso que pueda considerarse como ajeno a su actividad profesional”.

²¹ Documento COM(2003) 259 final de 14 de mayo de 2003, disponible en http://europa.eu.int/eurllex/LexUriServ/sitres/es/com/2003/com2003_0259es01.pdf

²² Véanse, a título de ejemplo: art. 2 c) de la Directiva 93/13/CE que define al profesional como “toda persona física o jurídica que, en las transacciones reguladas por la presente Directiva, actúe dentro del marco de su actividad profesional, ya sea pública o privada”, art. 2.2 de la Directiva 97/7/CE que califica al proveedor como “toda persona física o jurídica que, en los contratos contemplados en la presente Directiva, actúe dentro del marco de su actividad profesional”, art. 1.2 c) de la Directiva 1999/44/CE que define al vendedor como “la persona física o jurídica que venda bienes de consumo en el marco de su actividad profesional”. La Directiva 2000/31 relativa a determinados aspectos jurídicos del comercio electrónico en el mercado interior, en el art. 2 b) define al prestador de servicios como “cualquier persona física o jurídica que suministre un servicio de la sociedad de la información”. El art. 2 c) califica al prestador de servicios establecido como “prestador que ejerce de manera efectiva una actividad económica a través de una instalación estable y por un periodo de tiempo determinado”.

B) DIRECTIVA 87/102/CEE SOBRE APROXIMACIÓN DE LAS DISPOSICIONES LEGALES, REGLAMENTARIAS Y ADMINISTRATIVAS DE LOS ESTADOS MIEMBROS EN MATERIA DE CRÉDITO AL CONSUMO

El art. 1.2 a) de la Directiva 87/102/CEE del Consejo de 22/12/1986 establece que el consumidor es “la persona física que, en las operaciones reguladas por la presente directiva, actúa con fines que puedan considerarse al margen de su oficio o profesión”.

C) DIRECTIVA 90/314/CEE RELATIVA A LOS VIAJES COMBINADOS

El art. 2.4 de esta Directiva brinda una calificación amplia de consumidor al establecer que el mismo es “la persona que compra o se compromete a comprar el viaje combinado (el contratante principal), la persona en nombre de la cual el contratante principal se compromete a comprar el viaje combinado (los demás beneficiarios) o la persona a la cual el contratante principal u otro beneficiario cede el viaje combinado (el cesionario).”

En este caso la definición de consumidor alcanza no solamente a quien contrata el viaje, sino también a personas distintas. La doctrina ha puesto de relieve que, en este caso en particular, el consumidor no seña únicamente la persona física sino que también las jurídicas.²³

D) DIRECTIVA 93/13/CEE SOBRE LAS CLÁUSULAS ABUSIVAS EN LOS CONTRATOS CELEBRADOS CON CONSUMIDORES

La Directiva 93/13/CE del Consejo de 05/04/1993 en el art. 2.b) califica al consumidor como “toda persona física que, en los contratos regulados por la presente directiva, actúe con un propósito ajeno a su actividad profesional”.

El TJCE en el asunto “*Cape e Idealservice*”²⁴ sostuvo que el concepto de consumidor definido en la directiva 93/13/CEE debe interpretarse en el sentido de que se refiere “exclusivamente a las personas físicas”.

E) DIRECTIVA 97/7/CE RELATIVA A LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN MATERIA DE CONTRATOS A DISTANCIA

El art. 2.2 de la Directiva 97/7/CE del Parlamento y del Consejo de 20/05/1997 califica al consumidor como “toda persona física que, en los contratos contemplados en la presente directiva, actúe con un propósito ajeno a su actividad profesional.”

²³ Véanse E. DE LA ROSA (nota 1), pp. 68-69, G. AQUARO, “Enhancing the Legal Protection of the European Consumer: Beyond the wording of the E.U. Directive 93/13”, *European Business Law Review*, vol. 14, n° 4, 2003, p. 408 y L. GONZÁLEZ VAQUÉ, “La noción de consumidor en el Derecho comunitario del consumo”, *XXVIII Curso sobre la Unión Europea* (organizado por el Patronat Càtala Pro Europa en colaboración con la Secretaría de Estado para la UE y la Escuela Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación), Barcelona, noviembre-diciembre de 2005, pp. 5-6.

²⁴ De 22/11/2001, asuntos acumulados C-541/99 y C-542/99. L. Bernardeu, “La notion de consommateur en droit communautaire (à la suite de l’arrêt de la C.J.C.E. du 22 novembre 2001, *Idealservice*, aff. Jointes C-541/99 et C-542/99)”, *Revue européenne de droit de la consommation*, n° 4, 2001, pp. 341-362.

F) DIRECTIVA 1999/44/CE REFERENTE A DETERMINADOS ASPECTOS DE LA VENTA Y LAS GARANTÍAS DE LOS BIENES DE CONSUMO

La Directiva 1999/44/CE del Parlamento y del Consejo de 25/05/1999 en su art. 1.2.a) define al consumidor como “toda persona física que, en los contratos a que se refiere la presente directiva, actúa con fines que no entran en el marco de su actividad profesional”.

G) DIRECTIVA 2002/65/CE RELATIVA A LA COMERCIALIZACIÓN A DISTANCIA DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS DESTINADOS A LOS CONSUMIDORES

El art. 2.d de la Directiva 2002/65/CE del Parlamento y del Consejo de 23/09/2002 califica al consumidor como “toda persona física que, en los contratos a distancia, actúe con un propósito ajeno a su actividad comercial o profesional”.

H) DIRECTIVA 2005/29/CE SOBRE LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES

El art. 2 a) define al consumidor como “cualquier persona física que, en las prácticas contempladas por la presente directiva, actúe con un propósito ajeno a su actividad económica, negocio, oficio o profesión.”

Una lectura detenida de la normativa de la Convención de Roma, de Bruselas y de las diferentes directivas permite extraer la conclusión de que no existe una completa uniformidad entre los conceptos de consumidor utilizados.

Si bien es cierto que en líneas generales las directivas comunitarias aluden solamente al consumidor “persona física”, en el ámbito europeo se ha señalado el empleo del término genérico “persona” por parte del art. 5 del Convenio de Roma, el art. 13 del Convenio de Bruselas y del art. 15 del Reglamento 44/2001 abriría la posibilidad de considerar también a las personas jurídicas como consumidores merecedores de tutela. Con sentido crítico de la Rosa señala que, en su opinión, “la extensión a estas personas jurídicas de la protección que los Convenios de Roma y de Bruselas ofrecen al consumidor sin duda sería congruente con la finalidad y razón de ser de tales normas especiales. El hecho de que las directivas comunitarias en materia de consumo limiten su protección, en muchos casos, a los consumidores que sean personas físicas, no debería suponer un obstáculo a esta interpretación, pues la finalidad de las normas del Convenio de Roma y del Convenio de Bruselas es diversa respecto de la armonización material del derecho del consumo.”²⁵ En cambio, afirma, “un dato importante a tener en cuenta para reforzar la inclusión de las personas jurídicas en el concepto de consumidor sería el hecho de que las legislaciones europeas incluyen también a esta clase de personas entre las merecedoras de protección. Tal como está planteada la cuestión hoy en día, “la construcción actual del sistema podrá deparar situaciones, no difíciles de imaginar, donde una persona sea

²⁵ R. E. DE LA ROSA (nota 1), p. 59.

considerada como consumidor a efectos de la aplicación de las directivas comunitarias, pero no a efectos de beneficiarse de los foros y de las normas de ley aplicable elaborados especialmente para la protección del consumidor. (...) la coherencia de la política comunitaria de protección a los consumidores debería poner en sintonía unos textos con otros”²⁶.

C) LA POSICIÓN DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD EUROPEA

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Europea, en las cuestiones prejudiciales que se le han planteado, ha adoptado una interpretación estricta de la noción de consumidor. Así, en la sentencia de fecha 14/03/1991 en el caso “*Di Pinto*” (relativo a la aplicación de la Directiva de 20/12/1985 relativa a los contratos negociados fuera de los establecimientos comerciales), en la sentencia de 03/07/1997 y en la sentencia de 17/03/1998 en el caso “*Bayerische Hypotheken un Wechselbank AG*” el TJCE mantuvo un criterio restrictivo a la hora de calificar al consumidor²⁷.

D) LA LEY SUIZA DE DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO DE 1987

Otra manera de calificar a una de las partes como consumidor sería combinar el uso personal que se le da a la mercadería con el ejercicio de una determinada actividad (profesional o no) en el momento de adquirir la misma; en tal caso, el contrato de consumo sería el efectuado al margen de una actividad profesional para una finalidad de uso personal. Así, el art. 120 de la ley suiza de DIPr de 1987 se refiere a la “prestación corriente de consumo destinada a un uso personal o familiar del consumidor y que no tiene relación con la actividad profesional o comercial del consumidor”.

E) EL CÓDIGO BELGA DE DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO

El código belga de DIPr de 2004 en su art. 97 se refiere a la *compétence internationale en matière de consommation* y dispone que las jurisdicciones belgas son competentes para conocer de todas las demandas concernientes a las obligaciones a que se refiere el art. 96, presentadas por una persona física que haya actuado con un objetivo extraño a su actividad profesional. Se contraponen a esta parte la figura del proveedor, a quien se alude como el que ha suministrado o debe suministrar un bien o servicio dentro del marco de su actividad profesional (véase art. 97 § 1^{er}).

²⁶ F. E. DE LA ROSA (nota 1), pp. 69-70.

²⁷ El TJCE señaló que un contrato de fianza celebrado por una persona física que no actúe en el marco de una actividad profesional está excluido del ámbito de aplicación de la Directiva 85/577 cuando garantiza el reembolso de una deuda contraída por otra persona que actúe en el marco de su actividad profesional. De acuerdo a la posición del Tribunal “del tenor del art. 1 de la Directiva, así como del carácter accesorio de la fianza, se deriva que únicamente puede estar comprendida en el ámbito de aplicación de la Directiva una fianza accesoria a un contrato por el cual, con ocasión de una venta a domicilio, un consumidor se haya comprometido frente a un comerciante a obtener de éste bienes o servicios. Además, dado que el único objetivo de la Directiva es proteger a los consumidores, ésta sólo puede aplicarse a un fiador si éste, con arreglo al primer guión del art. 2, se ha comprometido con una finalidad que pueda considerarse ajena a su actividad profesional”.

F) LA LEGISLACIÓN ESPAÑOLA

La legislación española - ley 20 de 19 de julio de 1984 para la defensa de los consumidores y usuarios - establece en el art. 1.2 que consumidores o usuarios son “las personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan, como consumidores finales, bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva, de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden”. El numeral 3 del art. 1 establece que “no tendrán la consideración de consumidores o usuarios quienes sin constituirse en destinatarios finales, adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios, con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de terceros”²⁸.

La ley 7 de 23 de marzo de 1995 de crédito al consumo define al consumidor como “la persona física (nunca jurídica) que en las relaciones contractuales regidas por esta ley actúa con un propósito ajeno a su actividad empresarial o profesional”. La ley 21 de 6 de julio de 1995 que rige los viajes combinados en su art. 2 dispone que consumidor es “cualquier persona en la que concurra la condición de contratante principal, beneficiario o cesionario”; el contratante principal, a su vez, es calificado como “la persona física o jurídica que compre o que se comprometa a comprar el viaje combinado”.

G) LA LEGISLACIÓN PORTUGUESA

La ley portuguesa n° 24 de 31 de julio de 1996²⁹ califica al consumidor como todo aquel que sea provisto de bienes o servicios o le hayan transmitido derechos, destinados a uso no profesional, por quien ejerza actividad económica lucrativa profesionalmente. El párrafo 2 del artículo 2 dispone que se consideran incluidos en el ámbito de dicha ley los bienes, servicios y derechos prestados o transmitidos por los organismos de la Administración pública, por personas colectivas públicas, por empresas de capitales públicos, por las regiones autónomas o autarquías locales y por las empresas concesionarias de servicios públicos.

H) EL CÓDIGO DEL CONSUMIDOR FRANCÉS

El Código del Consumidor francés, ley 93-949 de 26/07/1993, no contiene una definición de consumidor; sin embargo, la doctrina³⁰ ha entendido que de la regulación sobre interpretación de los contratos y cláusulas abusivas se desprende que para dicho cuerpo legal las notas distintivas son la “falta de profesionalismo de quien consume” y el “profesionalismo de quien es su *partenaire* contractual”, así como la característica de “consumición final”³¹.

²⁸ Sobre el concepto amplio de “consumidor” (incluyendo a las personas jurídicas) y su correspondencia con el concepto “comunitario”, véase M° J. LUNAS DÍAZ, “La Ley de Condiciones Generales de la Contratación: especial referencia a las normas de aplicación extraterritorial”, *DN*, 1998, pp. 4-12.

²⁹ En Portugal existía desde 1981 una ley específica de protección al consumidor. La ley n° 29 de 22 de agosto de 1981 fue sustituida en 1996 por la ley n° 24.

³⁰ Véase J. A. ANDORNO, “La protección del consumidor en el Derecho francés”, *JUS Revista Jurídica*, n° 36, 1984, pp. 10-27, especialmente p. 26.

³¹ L. PÉREZ BUSTAMANTE, *Derechos del consumidor*, Buenos Aires, Astrea, 2004, p. 22.

I) EL CÓDIGO CIVIL ALEMÁN

El §13 del BGB brinda la siguiente definición de consumidor (*verbraucher*): es toda persona física que concluye un negocio jurídico, con alguna finalidad que no puede ser considerada como parte de su oficio o actividad profesional o independiente.

J) EL CÓDIGO DEL CONSUMO ITALIANO

El Código del consumo (decreto legislativo n° 206 de 06/09/2005) establece, en su art. 3.1 que, “a los fines del presente Código, se entiende por: a) Consumidor o usuario: a la persona física que obra con fines distintos a la actividad empresarial o profesional, que pueda eventualmente desarrollar”.

3. ÁMBITO AMERICANO

Las Convenciones interamericanas en el marco de la OEA no se han referido al consumidor, como tampoco lo han hecho el Tratado de 1980 de la ALADI ni el Tratado de Asunción de 1991 por el que se constituye el MERCOSUR³². Las definiciones jurídicas del término “consumidor” en el derecho comparado son numerosas, razón por la cual solamente reproduciremos algunas de ellas, con la finalidad de visualizar el panorama existente.

A) LA CIDIP V SOBRE LEY APLICABLE A LOS CONTRATOS INTERNACIONALES

La CIDIP V de México de 1994 sobre la ley aplicable a los contratos internacionales no califica al consumidor ni a los contratos de consumo. No menciona el término “consumidor” ni posee ninguna norma específica que los regule (a diferencia de lo que ocurre con la Convención de Roma de 1980). El art. 5 contiene un listado de supuestos que resultan excluidos del ámbito de aplicación; de la lectura de este precepto se concluye que los contratos con consumidores quedarían, en principio incluidos dentro de su regulación. No obstante, el art. 6 prescribe que “las normas de esta Convención no se aplicarán a aquellos contratos que tengan una regulación autónoma en el derecho convencional vigente entre los Estados Parte de esta Convención”. El Proyecto original presentado por el profesor mexicano Siqueiros preveía, además de los supuestos del art. 5, la exclusión de otros contratos: transporte de mercaderías, “contratos concluidos por consumidores”, contratos relacionados con derechos reales inmobiliarios y contratos laborales. En la reunión de expertos llevada a cabo en Tucson se optó por una fórmula más general para referirse a estos casos y por ello el art. 6 emplea la frase de “contratos que tengan una regulación autónoma”³³.

³² De allí que Arrighi se refiera al consumidor como “el protagonista olvidado” o que, en la esfera europea y dado la diversidad de definiciones que se encuentran en las directivas comunitarias, Drehere aluda al consumidor como “el fantasma de la ópera”. J.-M. ARRIGHI, “La protección de los consumidores y el MERCOSUR”, *Revista de la Facultad de Derecho de Montevideo*, n° 1, jul-dic 1991, pp. 149-160 y en *Revista de Direito do Consumidor*, n° 2, 1992, pp. 124-136, esp. p. 126. Véase asimismo M. Dreher, “Der Verbraucher- Das Phantom in den Opera des europäischen und deutschen Rechts”, *Juristenzeitung*, n° 4, 1997, pp. 167-178.

³³ M. VARGAS GÓMEZ-URRUTIA, *Contratación internacional en el sistema interamericano*, México, Oxford University Press, 2000, p. 106 y M° B. NOODT TAQUELA, “Reglamentación general de los contratos internacionales en los Estados mercosureños”, en: D. P. Fernández Arroyo (coord.), *Derecho Internacional Privado de los Estados del MERCOSUR*, Buenos Aires, Zavalla, 2003, p. 997.

Lima Marques ha señalado que la CIDIP V no excepciona de manera expresa a los contratos de consumo y que si hubiese previsto alguna norma especial para estos contratos, una convención especial sobre el tema no sería necesaria. Según la autora, al no ser tratado el tema en una norma especial, teniendo en cuenta especialmente la experiencia europea, fue una oportunidad perdida y podría ser recuperada con una nueva convención especial; de esta forma, el tema de los contratos con consumidores sería definitivamente excluido del campo de aplicación de la CIDIP V³⁴.

B) LA LEGISLACIÓN ARGENTINA

A) LEY 24.240

El trámite parlamentario demoró siete años (desde el primer proyecto de 1986 hasta la aprobación en 1993 de la Ley de defensa del consumidor n° 24.240)³⁵ y, una vez sancionada, la normativa fue vetada por el Presidente³⁶. En 1998 se promulga la ley 24.499 que contiene muchas de las normas que habían sido vetadas³⁷. De esta forma la protección jurídica de los derechos del consumidor adquirió una regulación normativa expresa, la cual fue fortalecida por los arts. 42 y 43 de la Constitución Nacional.

La protección legal de la ley 24.240 está limitada exclusivamente a los consumidores y usuarios. El art. 1 se refiere a “las personas físicas o jurídicas que contratan a título oneroso para su consumo final o beneficio propio o de su grupo familiar o social: a) la adquisición o locación de cosas muebles; b) la prestación de servicios; c) la adquisición de inmuebles nuevos destinados a vivienda, incluso los lotes de terreno adquiridos con el mismo fin, cuando la oferta sea pública y dirigida a personas indeterminadas”.

Especifica, además, quiénes no tendrán el carácter de consumidores o usuarios, vale decir, “quienes adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de terceros”³⁸.

La norma brinda un concepto amplio de consumidor o usuario. Toda persona en realidad es consumidor, de manera tal que no existe sujeto de derecho que no encuadre en esa categoría debido a que todos necesitan consumir bienes o utilizar servicios para su subsistencia³⁹.

³⁴ C. LIMA MARQUES (nota 5), p. 1541.

³⁵ El 22/09/1993 fue sancionada la Ley 24.240, basada en un proyecto de los senadores León, Rubeo y Mac Karty, dicha ley fue promulgada parcialmente por el Poder Ejecutivo el 13/10/1993, B.O. del 15/10/1993.

³⁶ Sobre el impacto del veto presidencial véase G. SOZZO, “Daños derivados del acto de consumo”, *Rev. Dir. Con.*, n° 34, abril-junio, 2000, pp. 9-33.

³⁷ G. STIGLITZ, “Últimas resistencias contra la protección del consumidor”, *DC*, n° 10, 1999, p. 39.

³⁸ El decreto reglamentario 1798/94 establece en el art. 2 que se entiende que los bienes o servicios son integrados en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros cuando se relacionan dichos procesos, sea de manera genérica o específica.

³⁹ R. A. VÁZQUEZ FERREIRA / O. E. ROMERA, *Protección y defensa del consumidor. Ley 24.240*, Buenos Aires, Depalma, 1994, p. 4.

B) PROYECTO DE CÓDIGO DE DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO

El proyecto de Código no define al consumidor; sin embargo, con relación al derecho aplicable a los contratos celebrados con consumidores, el art. 79 del Proyecto establece: “Los contratos relativos a la prestación de servicios o provisión de cosas muebles destinados a un uso personal o familiar del consumidor, que sean ajenos a la actividad comercial o profesional de éste, así como también los contratos que tengan por objeto la financiación de tales prestaciones, se rigen por el derecho (...). Pueden extraerse entonces como elementos caracterizantes el uso personal o familiar dado a los bienes y servicios y que los contratos sean ajenos a la actividad comercial o profesional del consumidor.

Cabe señalar asimismo que el art. 6 último párrafo dispone que “los demás conceptos utilizados por las normas de DIPr se definen de acuerdo con el derecho declarado aplicable”.

C) EL CÓDIGO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR DE BRASIL

El Código de Defensa del Consumidor de 1990 le brinda protección especial al consumidor final, ya se trate éste de una persona física o jurídica. El artículo 2 de la ley 8.078, modificado por la ley 9298 de fecha 01/08/1996, dispone que “consumidor es toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza un producto o servicio como destinatario final”. Incluso, establece que se equipara al consumidor a la colectividad de personas, aunque sean indeterminadas, que hayan intervenido en las relaciones de consumo⁴⁰.

D) LA LEGISLACIÓN CANADIENSE. LA LEY DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR DE QUÉBEC

El art. 1 del Título Preliminar de la ley de protección del consumidor señala en el punto 1 que para la presente ley, a menos que el contexto indique un sentido diferente debe entenderse por: e) consumidor: una persona física, con excepción del comerciante que adquiera un bien o un servicio para los fines de su comercio.

E) LA LEY COLOMBIANA

El Estatuto de protección al consumidor (decreto 3466 de 02/12/1982) en el art. 1, letra c define al consumidor como “toda persona, natural o jurídica, que contrate la adquisición, utilización o disfrute de un bien o la prestación de un servicio determinado, para la satisfacción de una o más necesidades”.

F) LA LEY DE COSTA RICA

La ley 7472 de promoción de competencia y defensa del consumidor en el art. 2 establece que “las expresiones o las palabras, empleadas en esta ley tienen el sentido y los alcances que, para cada caso, se mencionan en este artículo”. En el segundo párrafo define al

⁴⁰ Véase una clara explicación de la noción de consumidor en el derecho brasileiro en C. LIMA MARQUES, “Os contratos de crédito na legislação brasileira de proteção ao consumidor”, *Dirito do Consumidor*, n° 17, 1996, pp. 37- 38, ampliada al consumidor del crédito, p. 39.

consumidor como “toda persona física o entidad de hecho o de derecho, que, como destinatario final, adquiere, disfruta o utiliza los bienes o los servicios, o bien, recibe información o propuestas para ello. También se considera consumidor al pequeño industrial o al artesano - en los términos definidos en el Reglamento de esta ley - que adquiera productos terminados o insumos para integrarlos en los procesos para producir, transformar, comercializar o prestar servicios a terceros.”

Cabe señalar que, además de la calificación de consumidor, la ley en el primer párrafo del art. 2 define al agente económico, señalando al respecto lo siguiente: “Agente económico: en el mercado, toda persona física, entidad de hecho o de derecho, pública o privada, participe de cualquier forma de actividad económica, como comprador, vendedor, oferente o demandante de bienes o servicios, en nombre propio o por cuenta ajena, con independencia de que sean importados o nacionales, o que hayan sido producidos o prestados por él o por un tercero.”

G) LA NORMATIVA CHILENA

La normativa chilena de 1997, modificada por la ley 19.659 de 1999, considera que los consumidores son “las personas naturales o jurídicas que, en virtud de cualquier acto jurídico oneroso, adquieran, utilicen o disfruten, como destinatarios finales, bienes o servicios”.⁴¹

H) LA LEGISLACIÓN ECUATORIANA

El art. 2 de la Ley Orgánica de defensa del consumidor de 04/07/2000⁴² dispone que “consumidor es toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente ley menciona al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario”.

I) LA LEY DE EL SALVADOR

La ley de protección al consumidor 267 de 19/06/1992 en el art. 6.6 establece que “consumidor es la persona que contrata para su utilización personal, la adquisición, uso o disfrute de bienes y servicios”.

J) LA U.S. *ELECTRONIC SIGNATURES ACT*

La U.S. *Electronic Signatures in Global and National Commerce Act* de 2000 en su sección 106 brinda una calificación de *consumer* (para los propósitos de dicha ley) estableciendo que se refiere a “un individuo que obtiene, a través de una transacción, productos o servicios, los cuales son usados primariamente para un propósito personal, familiar o de su hogar”³⁴³.

⁴¹ Véase R. JARA, “Ámbito de aplicación de la ley chilena de protección al consumidor: inclusiones y exclusiones”, en: H. Correa (ed.), *Derecho del consumo y protección al consumidor*, Santiago, Ed. Univ. de los Andes, 1999, pp. 54 ss. y F. FERNÁNDEZ, *Manual de Derecho Chileno de Protección al Consumidor*, Santiago, LexisNexis, 2003, pp. 12 ss.

⁴² www.supertel.gov.ec/cau/ley.htm

⁴³ R. L. LORENZETTI, “La relación de consumo. Ámbito de aplicación del estatuto del consumidor”, en: R. L. Lorenzetti / G. J. Schótz (coords.), *Defensa del consumidor*, Buenos Aires, Universidad Austral / Ábaco, 2003, 69.

K) LA LEGISLACIÓN MEXICANA

La ley mexicana de protección al consumidor, con las modificaciones de 2004, establece que consumidor es “la persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. Se entiende también por consumidor a la persona física o moral que adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros, únicamente para los casos a que se refieren los arts. 99 y 117 de esta ley.

Tratándose de personas morales que adquieran bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción o de servicios a terceros, sólo podrán ejercer las acciones a que se refieren los referidos preceptos cuando estén acreditadas como microempresas o microindustrias en términos de la ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa y de la ley federal para el fomento de la microindustria y la actividad artesanal, respectivamente y conforme a los requisitos que se establezcan en el reglamento de esta ley.”

L) LA LEY DE NICARAGUA

La ley de defensa de los consumidores n° 182 de 01/11/1994 en su art. 4, inc. a) califica al consumidor como “persona natural o jurídica que adquiera, utilice o disfrute como destinatario final bienes, productos o servicios de cualquier naturaleza.”

LL) LA LEY PANAMEÑA

El Título II de la ley panameña n° 29 de 01/02/1996 se titula “De la protección al consumidor”. En el capítulo I, el art. 29. 2 contiene la definición de consumidor, señalando que el mismo es la “persona natural o jurídica que adquiera de un proveedor bienes o servicios finales de cualquier naturaleza”.

M) LA LEGISLACIÓN PARAGUAYA

La ley paraguaya 1.334 de 1998 brinda en su art. 4 definiciones de consumidor y usuario, proveedor, productos, servicios, anunciante, actos de consumo, intereses colectivos, entre otros. El apartado a) del art. 4 e califica al consumidor y al usuario como “toda persona física o jurídica, nacional o extranjera que adquiera, utilice o disfrute como destinatario final de bienes o servicios de cualquier naturaleza”.

N) EL DECRETO LEGISLATIVO PERUANO

El decreto legislativo 716 de 1991 dispone que son consumidores o usuarios “las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios”.

O) LA LEY URUGUAYA SOBRE RELACIONES DE CONSUMO

A) LA LEY 17.250

Uruguay fue el último de los países del MERCOSUR que aprobó una ley que reglamenta específicamente y con carácter general esta materia. La ley 17.250 de 1999 de relaciones de consumo establece en el art. 2 que “consumidor es toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo o en función de ella”, aclarándose en el segundo párrafo que “no se considera consumidor o usuario a aquel que, sin constituirse en destinatario final, adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación o comercialización”. Mercader Pizzorno, comentando el articulado de la ley uruguaya, pone de relieve que de la definición de relación de consumo debe tenerse en cuenta de manera especial la limitación que resulta del hecho de que las relaciones de consumo vinculan únicamente al proveedor y al consumidor o destinatario final del producto o servicio. Este carácter de destinatario final se destaca también en la definición de consumidor que brinda el art. 2 inc. 1 y se reafirma en el inc. 2 que excluye considerar consumidor a aquél que, sin constituirse en destinatario final, integra el producto o servicio en la cadena de producción, transformación o comercialización⁴⁴.

B) LA LEY DE DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO

La ley uruguaya de derecho internacional privado no brinda una calificación de consumidor; en el art. 49 se refiere al derecho aplicable a los “contratos sobre relaciones de consumo”, mientras que en materia de jurisdicción el art 55 (soluciones especiales) alude a los “contratos con consumidores”.

P) LA LEY VENEZOLANA

A) LA LEY INTERNA VENEZOLANA

La ley de protección al consumidor y al usuario del 13/12/1995 en el art. 4 define al consumidor como “toda persona natural que adquiera, utilice o disfrute bienes de cualquier naturaleza como destinatario final” y, a renglón seguido, dispone que el usuario es “toda persona natural o jurídica que utilice o disfrute bienes de cualquier naturaleza como destinatario final”.

⁴⁴ T. MERCADER PIZZORNO, “Aspectos generales de la Ley número 17.250 de relaciones de consumo”, *Rev. Fac. Der.*, n° 18, 2000, p. 142.

B) LA LEY DE DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO

La ley venezolana de DIPr de 06/08/1998 no contiene una calificación del término consumidor ni una regulación específica para los contratos concluidos con consumidores (véase cap. VI – de las obligaciones - y capítulo IX – de la jurisdicción y de la competencia–).

II. LA CONSTRUCCIÓN DE LA CALIFICACIÓN DE CONSUMIDOR DESDE LA PERSPECTIVA DE LA DOCTRINA LATINOAMERICANA

En el ámbito latinoamericano se ha sostenido que la calificación de “consumidor” en el DIPr debe ser amplia, de manera de comprender las variadas situaciones necesitadas de tutela. En Argentina, Uzal ha destacado que “el concepto a elaborar (...) debe tener amplitud suficiente como para abarcar en él la captación de los diferentes conceptos nacionales y de los instrumentos convencionales que se refieren al tema, con un mismo contenido funcional”. De esta forma, le parece apropiado calificar al consumidor tanto por las características de las partes que intervienen en la negociación en que le atribuye tal rol, como por el uso de las mercaderías adquiridas o los servicios comprometidos⁴⁵.

Lima Marques señala que hay “características” de los consumidores que serían aceptables por un gran número de países; así, la no profesionalidad de la persona física, del contratante o usuario final (en el caso del turista) o de la víctima de productos o servicios defectuosos. En este sentido, apunta, se reconoce una definición de consumidor “relacional”, es decir, que este *status* puntual y efímero realmente sólo se presenta frente a un agente económico profesional, un productor, una empresa o un comerciante en relaciones profesional-lego y no en vínculos profesional-profesional o lego-lego⁴⁶.

Tanto el PLM como el PTB incluyen en el art. 1 una calificación de consumidor, sin embargo, ambas definiciones difieren no sólo en la extensión de la misma sino también con respecto a los elementos que deben ser tenidos en cuenta. Veamos:

⁴⁵ M. B. UZAL, “La protección al consumidor en el derecho internacional privado”, *RDCO*, n° 139-141, 1991, p. 242.

⁴⁶ C. LIMA MARQUES, *Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor (um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico)*, São Paulo, Revista dos Tribunais, 2004, pp. 358-359.

	PROYECTO BRASIL (PLM)	PROYECTO URUGUAY (PTB)
<p>Concepto de consumidor</p>	<p>Art. 1. Definición de consumidor</p> <p>1. Cualquier persona física que, frente a un profesional y en las transacciones, contratos y situaciones comprendidas por esta Convención, actúe con fines que no pertenezcan al ámbito de su actividad profesional.</p> <p>2. Se consideran también consumidores a los terceros pertenecientes a la familia del consumidor principal u otros acompañantes, que usufructúan directamente los servicios y productos contratados, en los contratos comprendidos en esta Convención, como destinatarios finales.</p> <p>3. Para el caso de los contratos de viaje y de tiempo compartido, se consideran consumidores:</p> <p>a) el contratante principal o la persona física que compra o se compromete a contratar un viaje combinado o no, o un tiempo compartido para su uso propio;</p> <p>b) los beneficiarios o terceras personas en nombre de las cuales contrata o se compromete el contratante principal a contratar el viaje o paquete turístico y los que usufructúan del viaje o del tiempo compartido por algún espacio de tiempo, aunque no sean contratantes principales;</p> <p>c) El cesionario o la persona física a la cual el contratante principal o beneficiario cede el viaje o paquete turístico o los derechos de uso</p> <p>4. Si la ley indicada como aplicable por esta Convención definiere de forma más amplia o beneficiosa quién debe ser considerado consumidor o equiparase a otros agentes como consumidores, o el juez competente puede tener en cuenta esta extensión del campo de aplicación de la Convención, si fuese más favorable a los intereses del consumidor.</p> <p>Fuentes:</p> <p>Párrafo 1: art. 5 de la Convención de Roma de 1980 sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales, art. 2.1 Directiva 85/577/CEE sobre contratos negociados fuera del establecimiento comercial, art. 2, b y c de la Directiva 93/13/CEE sobre cláusulas abusivas en los contratos concertados por consumidores, art. 2,2 de la Directiva 97/7/CE de 20/05/1997 sobre contratos a distancia y arts. 1 y 2, a de la Directiva 1999/44/CE de 25/05/1999 sobre venta de bienes de consumo y garantías.</p> <p>Párrafo 2: art. 2 § único de la ley brasilera 8.078/90 y US Electronic Commerce Signatures Act.</p> <p>Párrafo 3: arts. 2.4 y 4.3 de la Directiva 90/314 sobre viajes combinados y Directiva europea 94/47/CE de 26/10/1994 (Directiva sobre tiempo compartido), doctrina europea (León, p. 258).</p>	<p>Art. 1. Consumidor</p> <p>Toda persona física o jurídica que adquiera o utilice productos o servicios como destinatario final de una relación de consumo.</p> <p>Equipáranse a consumidores, las demás personas expuestas a las relaciones de consumo</p> <p>No se considerará consumidor o usuario a aquella persona que sin constituirse en destinatario final, adquiera, almacene o utilice productos o servicios con el fin de integrarlos a los procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros.</p> <p>Fuentes: "Defensa del consumidor", "conceptos", Resolución GMC (Mercosur) n° 123/96 adoptada en base a Propuesta n° 9/96 de la Comisión de Comercio de Mercosur y Recomendación 1/97 del CIT, "Defensa del Consumidor", Idem Anexo al Protocolo del Mercosur de Santa María sobre jurisdicción internacional en materia de relaciones de consumo, Decisión CMC 10/96, "Definición a".</p>

1. CONSIDERACIONES SOBRE LOS PROYECTOS PRESENTADOS

A) EL PROYECTO DE BRASIL (PLM)

1. Restringe la noción de consumidor a las personas físicas que actúen frente a un profesional y en las transacciones, contratos y situaciones comprendidas en el ámbito de la Convención, con fines que no pertenezcan al ámbito de su actividad profesional (art.1.1).

2. Amplia la noción de consumidor a los “terceros pertenecientes a la familia del consumidor principal o los demás acompañantes que usufructúan directamente los servicios y productos contratados, en los contratos comprendidos por la presente Convención, como destinatarios finales de éstos” (art. 1.2).

3. Se precisa la calificación de consumidor tanto para los contratos de viaje como para los de propiedad múltiple (art. 1.3)⁴⁷. Ahora bien, en este caso la figura del contratante principal (a que alude el inc. a del numeral 3 del art. 1) podría hacer referencia a una persona jurídica ya que luego alude a la “persona física” que compra o se compromete a comprar, dando la sensación de que “contratante principal” puede ser perfectamente una persona de existencia ideal. Lo mismo cabría aclarar con relación al inc. c cuando se alude al “cesionario”. Adviértase, por ejemplo, que el art. 2 de la ley española al referirse al “contratante principal” incluye no sólo a la persona física sino a la jurídica. En este sentido, no advertimos razones particulares para diferenciar entre la noción de consumidor a los fines de los “contratos de viaje y de propiedad múltiple” del art. 1.3 y consumidor a los efectos de las demás “transacciones, contratos y situaciones comprendidas por la presente Convención” a que alude el art. 1.1.

Teniendo en cuenta esta definición propuesta surge la inquietud acerca de si sólo debe limitarse la noción de consumidor a las personas físicas o si, en realidad, también se extiende a las personas jurídicas. Tal cuestión ha sido debatida arduamente y las opiniones difieren al respecto.

Consideramos que no cabe establecer distinciones en orden a la protección del adquirente por el hecho de que éste sea una persona jurídica o no. En principio, no se advierten motivos que hagan prevalecer un criterio protector sólo restringido a los consumidores cuando los mismos sean personas físicas, ya que el régimen tuitivo se debería otorgar teniendo en cuenta la determinada posición que ocupa una de las partes en la contratación, y no en función de la calidad o identidad de la persona que asumirá ese rol⁴⁸.

La mayoría de las leyes latinoamericanas sobre protección al consumidor incluyen dentro de la noción de consumidor tanto a las personas físicas como a las jurídicas e, incluso, algunas refieren también a la categoría de usuario.

⁴⁷ Véase la calificación que brinda el art. 13 del Convenio de Bruselas y el comentario de D.P. FERNÁNDEZ ARROYO, *El arrendamiento de inmuebles en la Unión Europea*, Madrid, Fundación Universidad-Empresa / Civitas, 1998, pp. 100-101.

⁴⁸ Véase en este sentido M. E. Uzal (nota 45), p. 243.

4. Ahora bien, la discusión acerca de si la categoría de consumidor debe quedar restringida solamente a las personas físicas o si, por el contrario, resulta susceptible de ampliarse a las personas jurídicas, podría quedar resuelta por lo que el proyecto brasileño dispone en el art. 1.4 al señalar que “si la ley aplicable indicada por esta Convención definiere en forma más amplia o beneficiosa quién debe ser considerado consumidor o equiparar a otros agentes a consumidores, el juez competente puede tener en cuenta esta ampliación del campo de aplicación de la Convención, si fuera más favorable a los intereses del consumidor”. La Prof. Lima Marques ha señalado que resulta necesaria la diferenciación de acuerdo a la realidad social, y citando a Eric Jayme, expresa: *“No Brasil, a visão (de consumidor) também é diferente. O direito brasileiro de proteção ao consumidor distingue entre crianças e adultos. Abusivas são as publicidades, que usam ou abusam da pobreza das crianças (art. 37, §2º, do CDC). Em um caso célebre, tratava-se de uma publicidade de chocolates, que animava as crianças a arrombar um supermercado. A reação do direito brasileiro colocou em primeiro plano a dignidade dos pobres (Würde des Armen). A concepção de consumidor (Verbraucherleitbild) no Brasil ficava assim impregnada da necessidade material de setores da sociedade, cujo respeito não podia ser esquecido, mesmo se a noção também usada de ‘observador menos atento’ encontra su origem no direito alemão”*.⁴⁹

Consideramos que la reglamentación tuitiva de los intereses del consumidor debe ser lo más clara posible. En el ámbito latinoamericano debe tenerse presente que muchas pequeñas y medianas empresas se constituyen como “consumidores”; así, con la calificación del Proyecto se dejaría librado a la facultad potestativa de los jueces (y de acuerdo a lo prescripto por la ley que resultara aplicable) la inclusión de tales “personas” dentro del ámbito de protección de la Convención. En este sentido creemos que debería evaluarse la posibilidad de comprender en la calificación de consumidor tanto a las personas físicas como a las jurídicas.

B) EL PROYECTO DE URUGUAY (PTB)

1. La calificación de consumidor abarca tanto a las personas físicas como a las jurídicas que “adquieran o utilicen productos o servicios como destinatarios finales de una relación de consumo”. A diferencia de la propuesta de Brasil que hace hincapié en la finalidad no profesional, la propuesta uruguaya pone de relieve el “destino final”. Por otra parte alude solamente a las relaciones de consumo, a las cuales define en el art. 3. Cabe señalar que en dicha norma no alude al “consumidor” sino al “usuario final”; la figura del “usuario” no se califica, de manera que cabe presumir que se encuentra comprendida dentro de la noción amplia de “consumidor” a que alude el art. 1.

2. En el segundo párrafo el Proyecto señala que se equipara a los consumidores a “las demás personas expuestas a las relaciones de consumo”, ampliando de manera considerable la calificación de consumidor.

⁴⁹ C. LIMA MARQUES (nota 46), p. 361, con cita de E. JAYME, “Visões para uma teoria pós-moderna no direito comparado, RT”, vol. 759, p. 34, comentando a decisão de Porto Alegre publicada en la RDC, vol. 1, pp. 221 ss.

3. Finalmente establece, de manera negativa, a quién no se debe considerar consumidor o usuario (aquí vuelve a introducir la figura del usuario). Vale decir, que no se considerará consumidor o usuario “a aquella persona que sin constituirse en destinatario final, adquiera, almacene o utilice productos o servicios con el fin de integrarlos a procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros”. Esta norma reproduce de manera casi textual el art. 2 de la ley uruguaya 17.250 (párrafos 1 y 2) y resulta coincidente con lo prescripto en el art. 1 de la ley argentina 24.240.

2. LA INCLUSIÓN DE LAS PERSONAS JURÍDICAS EN EL CONCEPTO DE CONSUMIDOR

Las legislaciones internas de protección y defensa de los consumidores de Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, México, Nicaragua, Panamá, Perú y Paraguay consideran que puede ser consumidor tanto una persona física como una jurídica. La normativa de El Salvador solamente alude a la “persona”, mientras que la ley venezolana distingue: mientras el consumidor es la persona natural, el usuario puede ser una persona natural o jurídica. En otros ordenamientos (como el de Québec, el consumidor es solamente la persona física).

Si bien es cierto que en la mayor parte de los casos el consumidor, como parte débil y vulnerable de la relación, será una persona física, no debe perderse de vista también que las pequeñas y medianas empresas de la región pueden encontrarse en una situación de vulnerabilidad y por ende podrían ser considerados como sujetos necesitados de tutela. No resulta difícil encuadrar a la persona jurídica dentro de la categoría de proveedora de bienes y/o servicios pero, por el contrario, genera una gran controversia a nivel doctrinario y jurisprudencial la inclusión de tales sujetos como consumidores. Claro está que las personas físicas poseen derechos fundamentales – muchas veces consagrados en las Constituciones– que no se acuerdan a las personas jurídicas, pero estimamos que la calificación de consumidor no debe pasar por el tipo de persona, sino por la especial situación de vulnerabilidad en que la misma se encuentra en una determinada relación de consumo.

En el PLM se deja de lado la noción de “destinatario final” para calificar al consumidor *stricto sensu* y solamente se utiliza tal término en el art. 1.2 (en la equiparación a consumidores). Así, la persona jurídica que adquiera un bien o un servicio y actúe con fines que no pertenezcan al ámbito de su actividad profesional podría, quizás, quedar incluida en la calificación de consumidor.

Debería evaluarse la posibilidad de incluir en el art.1.1 del PLM a las personas jurídicas o, simplemente, referirse a las “personas”. Si se colocase el término “persona”, esto también estaría en la misma línea del art. 1.4 del PLM que establece que “si la ley indicada como aplicable por esta Convención definiese de forma más amplia o beneficiosa quién debe ser considerado consumidor o equiparase a otros agentes como consumidores, el juez competente puede tener en cuenta esta extensión del campo de aplicación de la convención, si fuese más favorable a los intereses del consumidor.”

3. LA NOCIÓN DE “DESTINO FINAL”

Se observa que el art. 1 del PTB es casi idéntico al primer párrafo del art. 2 del Código brasileño de defensa del consumidor -CDC⁵⁰- (el art. 1 del PTB agrega solamente la frase “de una relación de consumo”, relación que a su vez califica en el art. 3 de su proyecto). Nótese que el PLM se aleja del Código brasileño, señalando como fuentes del primer párrafo del art. 1 normativa europea.

La idea de “destinatario final” que utiliza el CDC –y también el PTB- ha sido objeto de intensos debates en la doctrina brasilera. Así, se ha dicho que destinatario final es aquel destinatario fáctico y económico de un bien o servicio, sea una persona física o jurídica. Ahora bien, según esta interpretación teleológica, no basta con ser destinatario fáctico del producto, sino que resulta necesario ser destinatario final económico del bien, vale decir, no adquirirlo para la reventa o para un uso profesional, ya que si así se lo hiciera el bien sería nuevamente un instrumento de producción cuyo precio sería incluido en el precio final del profesional que lo adquirió⁵¹.

Los partidarios de la “interpretación finalista” restringen la noción del consumidor a aquel sujeto que adquiere (utiliza) un producto para uso propio o de su familia. En otras palabras, el consumidor sería el no profesional. Esta línea considera que el art. 2 del CDC debe ser interpretado de acuerdo con el fin de la norma, es decir, partir de la idea de protección de la parte más débil de la relación de consumo; así, puede reconocerse la vulnerabilidad de una pequeña empresa o de un profesional que adquirió, por ejemplo, un producto fuera del ámbito de su especialidad⁵².

Para los sostenedores de la “interpretación maximalista”, el art. 2 del CDC debe ser interpretado de manera extensiva, de forma tal que las normas sean aplicadas a un número cada vez mayor de relaciones en el mercado. Claro está que esta posición parte de la idea de que el CDC es un reglamento del mercado de consumo brasileño, un código general para el consumo que instituye normas y principios para todos los agentes del mercado y no normas orientadas para proteger únicamente al consumidor no profesional. De acuerdo a esta postura, la calificación del art. 2 es puramente objetiva y no adquiere relevancia que la persona física o jurídica que adquiere un producto o utiliza un servicio tenga o no fin de lucro. En esta línea, el destinatario final sería el destinatario fáctico del producto.

Tal como lo han advertido algunos autores brasileiros, la bipolarización de opiniones entre la tesis finalista y la maximalista ha generado la necesidad de que se reflexione más sobre esta temática⁵³.

⁵⁰ Art. 2 CDC: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”.

⁵¹ Véase C. LIMA MARQUES / A. BENJAMÍN / B. MIRAGEM, *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor-Arts. 1 a 74-Aspectos Materiais*, São Paulo, Revista dos Tribunais, pp. 71-72.

⁵² Véase C. LIMA MARQUES / A. BENJAMÍN / B. MIRAGEM (nota 51), p. 72.

⁵³ Véase C. LIMA MARQUES / A. BENJAMÍN / B. MIRAGEM (nota 51), p. 72.

Se ha propuesto también una “interpretación de la norma del art. 2 del CDC de acuerdo a la función social del contrato”. En el supuesto de las relaciones de consumo en general (deber de seguridad), el desequilibrio entre los consumidores-legos y los proveedores-expertos se encuentra en el déficit informativo que tienen los consumidores sobre el producto, el servicio, sus riesgos y sus características. En el caso de los contratos, el problema es el fuerte desequilibrio de fuerzas de las partes contratantes. Es precisamente ese desequilibrio fáctico de poder en las relaciones de consumo el justificativo para un tratamiento desequilibrado y desigual de los co-contratantes, protegiendo el derecho de aquellos que se encuentran en una posición más débil, más vulnerable, aquellos que presentan una desigualdad fáctica y jurídica.

Lo que debería lograrse es un equilibrio compensando la “debilidad” del consumidor con normas protectoras⁵⁴.

4. CUESTIONES DE REDACCIÓN DEL ART. 1

En virtud de lo expuesto, consideramos:

1. El art. 1.1 del magnífico PLM constituye una base adecuada para la calificación del consumidor en el ámbito interamericano. Debería evaluarse la posibilidad de que la calificación de consumidor del art. 1.1 del PLM incluyera a la “persona jurídica”⁵⁵, habida cuenta de que en muchos países de América Latina existen una gran cantidad de pequeñas y medianas empresas que, en gran medida, actúan como consumidores. Otra alternativa podría ser sacar el adjetivo física, de manera que se considere consumidor a la “persona”, pudiendo de esta forma incluir en tal concepto tanto a las personas físicas como a las jurídicas.

2. Resulta adecuada la inclusión del art. 1.2 en el PLM. La redacción dada al 2do. párrafo del art. 1 del PTB en cuanto establece “equipáranse a consumidores las demás personas expuestas a la relación de consumo” tal vez pueda resultar demasiado amplia.

3. Con relación a la calificación de consumidores en supuestos de contratos de viaje y de propiedad múltiple (art. 1.3 PLM), la norma proyectada resulta satisfactoria, siempre y cuando se incluya también aquí a la persona jurídica y no se restrinja el concepto a la persona física.

4. Resulta positiva la inclusión del art. 1.4 del PLM, ya que esta norma permite al juez tener en cuenta la “realidad social” y considerar como consumidores a otros sujetos necesitados de tutela por encontrarse en una situación de debilidad.

* Véase C. LIMA MARQUES / A. BENJAMÍN / B. MIRAGEM (nota 51), pp. 73-74.

⁵⁵ Véase en el mismo sentido la opinión del Prof. argentino R. LORENZETTI, *Comercio electrónico*, Buenos Aires, Abeledo-Perrot, 2001, p. 234 y del brasileiro P. MALHEIROS DA CUNHA FROTA, “A pessoa jurídica como consumidora”, en <http://www.aba.advt.br/index.php?action=verartigos&idartigo=52>, especialmente pto. 3: A pessoa jurídica como consumidora na doutrina e jurisprudência pátrias, pp. 25-29.

En el ámbito interamericano creemos que resulta posible avanzar hacia una calificación amplia de consumidor y que, por tal motivo, debería analizarse cuidadosamente la posibilidad de incluir en tal concepto tanto a las personas físicas como a las jurídicas. El criterio de la no profesionalidad es aceptado en varias normativas y despeja las dudas interpretativas que ha acarreado la noción de destino final a la que apunta el PTB. Sin embargo, tal como lo han señalado algunos autores, “la exigencia de no profesionalidad para considerar al contratante como consumidor es claramente insatisfactoria (...) pues deja sin protección al pequeño comerciante que contrata con la gran empresa.”⁵⁶

Junio de 2006

⁵⁶ J. CARRASCOSA GONZÁLEZ, “Contratos internacionales II: algunos contratos”, en: A.-L. Calvo Caravaca / J. Carrascosa González (dirs.), *Derecho internacional privado*, vol. II, 5ª ed., Granada, Comares, 2004, p. 574.