



El concepto de consumidor final en los contratos de seguro Por Federico de Santa Coloma

Recientemente, una interesante sentencia de la Sala C de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial desarrolló el concepto de consumidor final en los contratos de seguro, analizando si corresponde la tutela de un “consumidor profesional” en una contratación de seguro contra robo en el transporte de mercadería.

A los efectos de comprender el alcance de la tutela del consumidor profesional, vamos a analizar brevemente los argumentos expuestos en el fallo, el tratamiento en el derecho comparado, su recepción en el ordenamiento argentino y su desarrollo doctrinario.

En los autos “Spampinato Cecilia Laura c/ Federación Patronal Seguros S.A. s/ ordinario”, la sentencia de primera instancia estimo que no corresponde la aplicación del plazo de prescripción establecido en el art. 50 de la Ley de Defensa al Consumidor en la contratación del seguro contra los robos que pudiera sufrir la mercadería transportada por la demandante, por entender que entre las partes no se verificaba una relación de consumo dado que la actora explotaba una empresa de transporte y reparto.

En el fallo analizado del 19/2/15 la Sala C revoca el decisorio apelado considerando que, a los efectos de determinar si una relación debe o no ser calificada como de consumo, la calidad de las partes es en principio irrelevante, dado que, como se desprende de la ley 24.240, lo que interesa es determinar cuál ha sido el destino final recibido por el bien adquirido.

Para definir la noción de consumo final, la Sala sostiene que el hecho de que el adquirente de un servicio lo destine a su gestión empresarial no importa automáticamente la exclusión del ámbito de la ley. Argumenta que en tanto la norma incluye en la definición de consumidor a las personas jurídicas, no es posible establecer distinciones que no efectúa la ley. Estima que en tanto las sociedades comerciales no pueden so pena de inimputabilidad actuar fuera de su objeto social que es esencialmente empresarial, no existe posibilidad jurídica de que una sociedad realice un acto de consumo sin actuar dentro del ámbito descripto por la actividad empresarial inherente a su objeto social. Señala que habrá consumo final en todo aquel supuesto en el que no haya reventa de lo adquirido, como el caso del adquirente que siendo destinatario final del bien no lo pone nuevamente dentro del circuito de comercialización que le es propio.

En apoyo de su análisis, la Sala recuerda las divergencias fundadas en el antiguo art.2 de la LDC que excluía a quienes adquirieran bienes o servicios en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros. Señala que la eliminación de dicho párrafo demuestra la intención legislativa de incluir a las personas jurídicas en tanto adquieran un bien o servicio para aplicarlo a su gestión empresarial, en la medida en que no lo revenda o comercialice.

En una interpretación amplia, alude al basamento constitucional de los derechos involucrados (art. 42 de la CN) para justificar que la regulación abarque a todas las situaciones que exhiben la existencia de un poder asimétrico o minusvalía social o económica en sus actores, por lo cual son inadmisibles las distinciones que dejen sin protección a ciertas personas o grupos sociales sobre la base de fundamentos ficticios.”

Critica los argumentos que colocan al “empresario” como conocedor profesional de los bienes que aplica a su gestión y dotado de una experticia que torna injustificado otorgarle un amparo adicional al que ya le otorgan las normas del derecho común, en tanto considera que estas justificaciones son declamaciones que, en la enorme mayoría de los casos, no se corresponden con la realidad de los hechos.

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

Previo a analizar la normativa vigente en que se basa la Cámara, un breve repaso del derecho comparado permite identificar las distintas corrientes en el tratamiento del consumidor profesional.

En el derecho de la Unión Europea la definición de consumidor se circunscribe a las personas físicas que actúan fuera de su actividad comercial, empresa, oficio o profesión, excluyendo a las personas jurídicas.

Por lo contrario, en Italia la protección abarca los contratos en general, tutelando el consumidor o usuario contratante que no ha podido negociar en todo o en parte la regulación contractual. De verificarse esta situación, se debe considerar independientemente del uso (doméstico o profesional) al cual el consumidor intente destinar el bien o servicio.

En Francia la jurisprudencia de la Corte de Casación reconoció en 2005 la validez de las normas protectoras de las cláusulas abusivas entre parte profesional y no profesional, independientemente del carácter de la persona. A pesar de ello en 2014 se sancionó el Código del Consumo (recopilación de todas las leyes anteriores sobre la materia) retomando el concepto europeo de persona física.

En Estados Unidos no existe una diferencia normativa entre persona jurídica o física en el derecho del consumo. En un ordenamiento jurídico construido en base a la jurisprudencia, cabe recordar que el primer fallo reconocido como pionero en la protección del consumidor involucraba cláusulas abusivas en un contrato de suministro entre un granjero y la empresa de sopas Campbell.

Por su parte, en el ámbito nacional, la Ley 24240 en su art.1 define esencialmente al consumidor como toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social.

Esta definición admite el carácter de consumidor de un empresario en tanto sea destinatario final. Al respecto, conforme señala Picasso-Ferreya el consumidor se coloca al final de la cadena de valor destinando el bien o servicio a su uso: el ciclo económico del bien llega a su fin, no siendo más alimentado. El "consumo final" alude a una transacción que se da fuera del marco de la actividad profesional de la persona, ya que no va a involucrar el bien o servicio adquirido en otra actividad con fines de lucro, o en otro proceso productivo.

Siguiendo el modelo italiano y cercano a la posición mayoritaria del fallo, Farina por su parte sostiene que la normativa de esta ley debe regir todas las contrataciones en las que una parte debe someterse a las condiciones impuestas por el proveedor, pues nadie ignora que las empresas imponen sus condiciones generales de contratación a todo el mundo, salvo que la contraparte tenga un poder económico, político o de negociación suficiente para contrarrestarla.

Lorenzetti se opone a esta noción de consumo final material, que alude a todo aquel que retira el bien del proceso de producción y distribución. Estima que esta visión "maximalista" se basa en criterios económicos y no es acertada, toda vez que lleva a una "banalización" de la protección, que sería indiferenciada, ya que no todos los sujetos son consumidores en esta perspectiva.

Dicho autor distingue entre la integración inmediata o mediata del bien o servicio al proceso de producción. En el caso de la integración mediata, sostiene que no puede adoptarse un análisis factico en tanto al derecho le interesa la finalidad comercial de la empresa, existiendo otras herramientas para la defensa de la misma fuera de la órbita del consumidor.

Las distintas concepciones esbozadas muestran el amplio margen de interpretación existente sobre el concepto de destinatario final. A esta complejidad hay que sumarle las características particulares del contrato de seguro, al cual ciertos autores le niegan protección de consumo en tanto no encuadra en la definición tradicional de locación de servicios.

Al respecto, Picasso-Ferreya concuerda con diversos autores en reconocer la protección del contrato de seguro, colocando como consumidores tanto los tomadores como los asegurados, incluyendo a los beneficiarios. Señala la particularidad de este tipo de contratos cuando el tomador de un seguro no actúa en beneficio personal o de su grupo familiar en tanto se vera beneficiado en razón de que rara vez se podrá considerar que el objeto del contrato tenga relación con el epicentro de su profesionalidad.

En el caso analizado, sin embargo podemos hallar una excepción en tanto no puede desconocerse la relación entre la protección que ofrece el seguro contratado y la seguridad como valor propio del transporte de mercadería.

En este sentido, cabe destacar la disidencia del Dr. Garibotto que aplicando el análisis factico expuesto por Lorenzetti estima que la contratación del seguro de marras contra los robos que pudiera sufrir la mercadería transportada por la demandante es un servicio que se presenta como directamente vinculado con el área de su actividad específica, en tanto que, precisamente, el transporte de mercaderías hace al giro normal y habitual de su negocio.