* **Introducción**

Al consumir se establece una relación dual entre el que produce y el que consume, siendo este último la parte débil que requiere de cierta protección legal que permita que este vínculo sea beneficioso para ambas partes. Por este motivo resulta necesario generar mecanismos de control que permitan que las relaciones de consumo se desarrollen bajo normas claras y se eviten situaciones que, en ocasiones, están marcadas por cierto grado de injusticia e inseguridad jurídica.

* **Antecedentes**

La protección a los derechos del consumidor es el resultado de un largo proceso que empezó a desarrollarse en el mundo jurídico en la década de 1960. Hasta este momento el principio de no intervención regían en las relaciones de consumo. Como consecuencia del aumento de la producción y el consumo, se empezaron a evidenciar situaciones en las que el consumidor resultaba víctima de abusos por parte de los productores.

La idea de identificar al consumidor como un grupo social al que debía brindarse una protección especial ocurrió en la década de 1960 con la primera ley de defensa del consumidor. El entonces Presidente de los EE.UU., John F. Kennedy, enumeró como derechos fundamentales de los consumidores la seguridad en el consumo de productos; la información; la libre elección y la representatividad de los consumidores.

A mediados de la década del '70 la mayoría de los países desarrollados ya habían sancionado leyes y adoptado medidas destinadas a dar protección a los derechos de este grupo social.

En Argentina en 1993 se sancionó la primera **Ley de Defensa del Consumidor y Usuario de la República Argentina** bajo el número **24.240**.

En 1994 se incorporó el **artículo 42 de la Constitución Nacional** que garantiza a los consumidores y usuarios de bienes y servicios la protección de sus derechos.

En el nuevo **Código Civil y Comercial** (2015) se ha presentado un avance significativo para el Derecho del Consumidor.

* **Ley 24240: Ley de defensa del consumidor y derechos del consumidor**

La ley de defensa al consumidor está hecha para garantizar los derechos en materia de consumo, pues en ocasiones los consumidores son perjudicados por publicidad engañosa y también por acciones de venta que no cumplen lo prometido.

**La** [***Ley Nacional N.º 24240***](http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/norma.htm)tiene por objeto la defensa del consumidor o usuario y establece:

Art. 1: **Se denomina “consumidor” a la persona física o jurídica que adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa, bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social.**

Art. 2: **Se denomina”proveedor” a la persona física o jurídica de naturaleza pública o privada, que desarrolla de manera profesional, aun ocasionalmente, actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios, destinados a consumidores o usuarios.**

Art. 3: **“ Relación de consumo” es el vínculo jurídico entre el proveedor y el consumidor o usuario creando derechos y obligaciones entre las partes, a partir de la adquisición o uso de bienes o servicios de forma gratuita o pagando por ellos.**

**¿Cuando de aplica la ley de defensa al consumidor?**

Esta ley se aplica cuando existe una relación de consumo. Hay relación de consumo cuando existe un vínculo jurídico entre un consumidor o usuario y un proveedor de bienes o servicios.

Por ejemplo, cuando te vendieron un producto defectuoso, o no te reconocen la garantía posventa; cuando no te cumplen en tiempo y forma con el servicio contratado; cuando eres víctima de maltrato, etc.

No hay derecho al reclamo si no se es consumidor final o usuario del producto o servicio.

* **Código civil y comercial (Ley 26.994):**

El nuevo Código Civil y Comercial de la Nación regula las relaciones y los contratos de consumo.

* **Relación de consumo. Consumidor.**

La relación de consumo es el vínculo jurídico entre un proveedor y un consumidor que adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social.

Ejemplo: Visitar un shopping, sin el compromiso de realizar alguna compra y participar de promociones gratuitas para degustar alimentos o probar productos.

* **Contrato de consumo.**

El contrato de consumo es el celebrado entre un consumidor o usuario final con una persona humana o jurídica o con una empresa productora de bienes o prestadora de servicios, pública o privada.

Ejemplo: la acción de comprar un teléfono celular y la entrega obligatoria por parte del vendedor de la cosa comprada.

* **Interpretación de las normas.**

Las normas que regulan las relaciones de consumo deben ser aplicadas e interpretadas conforme con el principio de protección del consumidor. En caso de duda, prevalece la más favorable al consumidor.

Ejemplo: en caso de la adquisición de un producto que no resulta satisfactorio al consumidor por considerarlo ineficiente o por motivos particulares, las normas tratarán de beneficiar al comprador de dicho producto.

* **Trato digno.**

Los proveedores deben garantizar condiciones de atención y trato digno a los consumidores y usuarios.

Ejemplo: un vendedor o proveedor de bienes o servicios deberá atender al consumidor de manera agradable y con buen trato, sin dirigirle ningún tipo de insulto, maltrato, amenaza o indiferencia.

* **Trato equitativo y no discriminatorio.**

Los proveedores deben dar a los consumidores un trato equitativo y no discriminatorio.

Ejemplo: cualquier persona que pueda adquirir un producto tiene la libertad y el derecho de comprarlo donde lo desea debiendo ser respetado y no discriminado por nacionalidad, raza o estrato social.

* **Libertad de contratar.**

Están prohibidas las prácticas que limitan la libertad de contratar del consumidor.

Ejemplo: contratar a una empresa el servicio de telefonía y a otra compañía el servicio de internet, sin la obligación de contratar todos los servicios ofrecidos por una de esas empresas.

* **Información y publicidad dirigida a los consumidores**
* El proveedor está obligado a suministrar información al consumidor en forma cierta y detallada.
* La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada con la claridad necesaria que permita su comprensión.

Ejemplo: al contratar un servicio de telefonía móvil el consumidor debe estar informado sobre las características del servicio que se ha de brindar,los costos del servicio, las obligaciones del consumidor, las responsabilidades y obligaciones del prestador. El consumidor debe aceptar las condiciones de ese contrato si quiere adquirir el servicio.

* Publicidad: está prohibida toda publicidad que contenga indicaciones falsas o que puedan llevar a error al consumidor o se realicen comparaciones de bienes o servicios que conduzcan a error al consumidor.

Ejemplo: publicitar un medicamento o vacuna que cura o previene una enfermedad sobre el cual no haya comprobaciones médicas relevantes.

Ejemplo: cuando se promocionan productos desconocidos en el mercado que tienen una presentación publicitaria similar otras marcas que ya están instaladas en el mercado, por ejemplo, a través de sus envases.

* Están incluídos los contratos celebrados por teléfono o por cualquier otro medio electrónico que signifique que no hay presencia física de las partes en el mismo lugar.
* el proveedor debe dar información sobre los riesgos de contratación y sobre los derechos de cancelación del contrato, dándole la posibilidad al consumidor de cancelar dicho de contrato dentro de los 10 días posteriores.
* los gastos de devolución no son obligatorias para el consumidor ni debe pagar valor alguno por el uso del bien devuelto.
* como excepción se encuentran artículos personales (vestimenta, artículos de cosmética, etc.), videos, programas informáticos, revistas, diarios, etc.

Ejemplo: comprar un electrodoméstico que no cumple con las expectativas del consumidor y es devuelto al proveedor o comercio.

* **Cláusulas abusivas**
* El uso de expresiones escritas en un contrato que perjudican al consumidor porque lo ponen en una posición de debilidad frente al proveedor o vendedor. En este caso carecen de validez.

Ejemplo: comprar un producto a crédito y que en caso de retraso en el pago de las cuotas se cobrará un recargo “ a determinar” sin indicar el valor de ese recargo.