

## PROYECTO DE LEY

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina, reunidos en Congreso,  
sancionan con fuerza de Ley:

### Modificaciones a la Ley N°24.240 de Defensa del Consumidor

**Artículo 1°.** Incorporase como artículo 8° ter a la Ley 24.240, el siguiente:

"Artículo 8° ter: Los proveedores que brinden canales de comunicación telefónica, a distancia o medios telemáticos deberán ofrecer, dentro del primer menú de opciones, la atención humana para los reclamos, gestiones y/o tramitaciones canalizadas por los consumidores en relación con los bienes y servicios que ofrecen.

Lo dispuesto no obsta a la gestión automatizada de dichos reclamos, gestiones y/o tramitaciones cuando el consumidor efectúe la opción por dicho procedimiento.

Se encuentran exceptuadas de lo dispuesto en el primer párrafo las meras consultas que permitan su respuesta automatizada de modo unívoco."

**Artículo 2°.** Incorporase como artículo 52 ter a la Ley 24.240, el siguiente:

"Artículo 52 ter: **Multa.** En caso de sentencia judicial que acogiere íntegramente la pretensión, el proveedor que, habiendo sido intimado fehacientemente, no hubiera brindado respuesta eficaz y adecuada al reclamo efectuado oportunamente por el consumidor, obligándolo a iniciar y proseguir las acciones judiciales a fin de salvaguardar sus derechos, será pasible de una multa equivalente a tres (3) canastas básicas total para el hogar tipo 3, que publica el Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina (INDEC).

Dicha multa se adicionará al capital de condena en beneficio del consumidor."

**Artículo 3°.** Incorporase como artículo 52 quater a la Ley 24.240, el siguiente:

“Artículo 52 quater: **Recurso contra sentencia firme.** Cuando la sentencia acogiere favorablemente la pretensión enmarcada en la Ley de Defensa del Consumidor, la apelación será concedida previo depósito del capital, intereses y costas, con la sola excepción de los honorarios de los profesionales que representan o patrocinan a la parte recurrente, al solo efecto devolutivo.”

**Artículo 4°.** Incorporase como artículo 8 quater a la Ley 24.240, el siguiente:

“Artículo 8 ter: **Prohibición.** Los proveedores de bienes y servicios no podrán informar ni mandar a incluir al consumidor en las bases de datos de información comercial por cuestiones derivadas de los bienes y servicios que ofrecen, hasta tanto no obtengan resolución administrativa y/o sentencia judicial que asista a su reclamo.

Las personas humanas o jurídicas titulares o administradoras de bases de datos de información comercial, serán solidariamente responsables con el proveedor ante el incumplimiento prohibición establecida en el presente artículo.

Se exceptúa de lo dispuesto en el primer párrafo a aquellos proveedores contemplados en el artículo 2° de la Ley 21.526 sin perjuicio de las acciones judiciales que pudiera interponer el consumidor en caso de considerar afectados sus derechos.”

**Artículo 5°.** De forma, etc.

**Oscar Agost Carreño**  
**Diputado Nacional**

**Cofirmantes:**

**Alejandra Torres**

**Francisco Morchio**

**Mónica Fein**

**Margarita Stolbizer**

## FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

La dispar relación entre proveedores y consumidores requiere la constante tarea de analizar las situaciones que pueden ocasionar un perjuicio a estos y a su vez proponer alternativas que tiendan a reforzar el sistema tuitivo de la Ley de Defensa del Consumidor y su normativa complementaria.

En esa línea va la presente iniciativa la cual busca regular ciertos supuestos que constituyen prácticas abusivas o contrarias a lo dispuesto en el artículo 8 bis de la Ley 24.240 mediante las cuales, se ven afectados derechos de usuarios y consumidores.

Debemos recordar que el derecho de los consumidores tiene jerarquía constitucional. El artículo 42 de nuestra Constitución Nacional expresamente establece: *"Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno."*

Nuestra Carta Magna adopta la expresión "relación de consumo" para referirse a todas las circunstancias que rodean o se refieren o constituyen un antecedente o son una consecuencia de la actividad encaminada a satisfacer la demanda de bienes y servicios para destino final de consumidores y usuarios, inteligencia ésta que impide una interpretación en contrario.

Dicha actividad económica, está en constante evolución, lo cual conlleva el deber de estar atentos al surgimiento de prácticas originalmente no previstas y que puedan vulnerar derechos.

Es indudable que las nuevas tecnologías no solo han diversificado el modo en que se inician las relaciones de consumo sino también el modo en que se gestionan las mismas.

En la mayoría de los casos, la tecnología facilita y resulta beneficiosa puesto que reduce costos, tiempos de resolución, evita desplazamientos, etc.

Hoy resulta habitual contratar en línea, pagar en línea y gestionar la

mayoría de las consultas o reclamos por medios remotos.

Sin embargo, pese a la proliferación del uso de la tecnología el cual a priori facilita el desarrollo de la relación de consumo, en muchas ocasiones, dicha ventaja es utilizada, en perjuicio de los consumidores que ven frustrados sus derechos.

El artículo 1° del presente proyecto busca evitar la practica en la que incurren muchos proveedores, consistente en imposibilitar o dificultar la atención humana ante los requerimientos del consumidor.

Incluso en la actualidad existe una gran cantidad de proveedores que ofrecen la atención telefónica por bots a través WhatsApp

Ello puede conllevar a abusos de la posición dominante y a vulnerar el derecho de información del consumidor toda vez que los sistemas automatizados están configurados con un menú fijo de opciones que muchas veces impide canalizar adecuadamente la gestión.

Por ello se propone la obligatoriedad para los proveedores de ofrecer, dentro del primer menú de opciones, la atención humana para los reclamos, gestiones y/o tramitaciones canalizadas por los consumidores con relación a los bienes y servicios que aquellos ofrecen.

Asimismo, mediante el artículo 2° y 3° se pretende reforzar el marco protectorio relacionado con las acciones que tienen los consumidores, el cual es regulado en el capítulo XIII de la Ley 24.240.

En ese aspecto, se propone la incorporación de una multa para aquellos casos en los cuales intencionalmente o por ineficacia de las vías de reclamo dispuestas por el proveedor, el consumidor se ve obligado a iniciar acción judicial.

Concretamente se propone que en caso de que, mediando requerimiento fehaciente, el consumidor, se haya visto obligado a iniciar y proseguir las acciones judiciales a fin de salvaguardar sus derechos, de mediar sentencia judicial favorable al reclamo, el proveedor será pasible de una multa equivalente a tres canastas básicas tipo 3.

Entre otras cuestiones, dicha sanción busca evitar cualquier especulación relacionada con la insignificancia del reclamo que pudiera desalentar al consumidor a acceder a la justicia en defensa de sus derechos.

Asimismo, se establece que la sentencia que acogiere favorablemente la pretensión enmarcada en la Ley de Defensa del Consumidor, solo será apelable previo depósito del capital, intereses y costas.

Por último, propugnamos la prohibición a los proveedores de bienes y servicios de mandar a incluir al consumidor en las bases de datos de información comercial por cuestiones derivadas de los bienes y servicios que ofrecen, hasta tanto no obtengan resolución administrativa y/o sentencia judicial que asista su reclamo ello, con la lógica excepción de los proveedores contemplados en el artículo 2° de la Ley 21.526.

Esta prohibición está dirigida a evitar la practica consistente en remitir a bases de información crediticia por parte de las empresas que ofrecen bienes y servicios por la supuesta falta de cumplimiento de las obligaciones a cargo de los consumidores.

En muchas ocasiones, la inclusión o la amenaza de inclusión en las bases de datos referidas, se da como practica vejatoria o intimidatoria en franca contradicción con lo dispuesto por el artículo 8° bis de la Ley 24.240.

En otras situaciones, se da por la propia ineficacia de la empresa que informa a sus clientes por propios errores.

Dicha información puede determinar perjuicios de diversa magnitud a los consumidores que se ven afectados. En la mayoría de los casos, requiere la intervención del Poder Judicial para corregir la situación.

Existe abundante jurisprudencia que manda a condenar a las empresas por este tipo de prácticas luego de comprobado que la inclusión no resultaba correcta o bien debido a un error de la propia empresa.

A modo de ejemplo, citamos algunos precedentes judiciales entre muchísimos existentes:

"MARTINEZ ESTEBAN C/ TELECOM PERSONAL SA Y OTRO/A S/ DAÑOS Y PERJ. DEL./CUAS. (EXC.USO AUT. Y ESTADO) " La Cámara de apelaciones en lo Civil y Comercial de Azul condenó a Telecom y a Veraz a una indemnización por daño moral y daño punitivo, debido a la inclusión del consumidor en la base de datos como consecuencia de un reclamo derivado de la deuda por once líneas telefónicas

que el actor no había solicitado.

En autos caratulados: "GONZÁLEZ, MARISA NOEMÍ C/ DIRECT TV ARGENTINA S.A. Y OTRO S/ DAÑOS Y PERJUICIOS". La Sala D de la Cámara Nacional en lo Civil responsabilizó a Direct TV por su conducta imprudente y negligente al haber calificado erróneamente a la mujer como deudora morosa sin antes haber corroborado la deuda o intimado a la mujer a regularizar su situación.

Si bien en dicha sentencia, se revocó parcialmente el pronunciamiento de primera instancia respecto de Veraz por considerar que la forma en que incorporaron la información al sistema no fue negligente ni imprudente dado que la empresa informante es quien tiene responsabilidad exclusiva sobre la evaluación y certeza de los datos que suministra, nosotros entendemos que la responsabilidad debe objetiva y necesariamente extenderse a las empresas proveedoras de información por cuanto están en una mejor posición que el propio consumidor de probar que la información resulta o no certera. Ello sin perjuicio de que ejercen actividad lucrativa con dicho fin.

Entendemos que la certeza solo puede estar dada por un pronunciamiento judicial firme o resolución administrativa que determine la certeza de la información remitida, por dicha razón propugnamos esa solución.

En la misma línea se destaca que hace unos años algunas empresas eléctricas comenzaron a intimar a sus clientes con la posibilidad de ser incluidos en el Veraz lo que motivó la intervención de la Defensoría del Pueblo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y de la Provincia de Buenos Aires por considerar dicha práctica vejatoria e intimidatoria.

La prohibición referida no alcanzará a las entidades financieras, aunque ello no obstaculizará el reclamo en la justicia por parte del consumidor en caso de considerar que su inclusión no resulta procedente.

Por todo lo expuesto, solicito a mis pares que acompañen la presente iniciativa con su voto.

**Oscar Agost Carreño**  
**Diputado Nacional**

**Cofirmantes:**

**Alejandra Torres**

**Francisco Morchio**

**Mónica Fein**

**Margarita Stolbizer**