

## **PROYECTO DE LEY**

*El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina  
sancionan con fuerza de ley:*

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

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

*"Artículo 8º 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 trámites 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 trámites 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 3º.** 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 4º.** Incorporase como artículo 8 quater a la Ley 24.240, el siguiente:

*"Artículo 8 quater: 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 2º de la Ley 21.526 sin perjuicio de las acciones judiciales que pudiera interponer el consumidor en caso de considerar afectados sus derechos."*

**Artículo 5º.** Comuníquese al Poder Ejecutivo.



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

## FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

Es conocida históricamente la relación dispar que existe entre proveedores y consumidores, por lo que resulta ser una tarea constante indispensable, la de analizar las situaciones que pueden ocasionar un perjuicio a estos y a su vez proponer alternativas que tiendan a reforzar el sistema tutivo de la Ley de Defensa del Consumidor y su normativa complementaria.

Por ello, es que la presente iniciativa 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.

Es dable recordar que el derecho de los consumidores tiene jerarquía constitucional, ya que el artículo 42 de nuestra Constitución Nacional expresamente establece que *"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."*

De este modo, 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.

Esta actividad económica, está en constante evolución, lo que nos obliga a estar atentos al surgimiento de prácticas que hasta el momento no existían y que puedan vulnerar derechos. En los tiempos que corren, 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, los avances tecnológicos traen aparejados facilidades y beneficios puesto que reducen costos, tiempos de resolución, evitan

desplazamientos, etcétera, a punto tal que hoy resulta habitual contratar en línea, pagar en línea y gestionar la mayoría de las consultas o reclamos por medios remotos.

No obstante ello, a pesar de la proliferación del uso de la tecnología que 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 1º del presente proyecto busca evitar la práctica en la que incurren muchos proveedores, consistente en imposibilitar o dificultar la atención humana ante los requerimientos del consumidor, teniendo en cuenta que en la actualidad existe una gran cantidad de proveedores que ofrecen la atención telefónica por bots a través WhatsApp.

La automatización de esa atención, en muchas ocasiones, conlleva abusos de la posición dominante al tiempo que 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, ya que resulta de cumplimiento imposible que un menú fijo prestablecido abarque la totalidad de variables de inconvenientes que pudieran producirse en una relación de consumo.

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.

Por otra parte éste proyecto, a través de su 2do y 3er artículo, 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, propone la incorporación de una multa para aquellos casos en los cuales el consumidor se ve obligado a iniciar acción judicial, sea esta intencionalmente provocada o por ineficacia de las vías de reclamo dispuestas por el proveedor.

Esta multa resultará equivalente a tres canastas básicas tipo 3, con el objeto de evitar cualquier especulación relacionada con la insignificancia del reclamo que pudiera desalentar al consumidor a acceder a la justicia en defensa de sus derechos y, conjuntamente, se prevé que la sentencia que acogiere favorablemente la pretensión enmarcada en la Ley de Defensa del Consumidor, solo podrá ser apelable previo depósito del capital, intereses y costas.

Por último, se busca prohibir 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 2º de la Ley 21.526.

Esta prohibición está dirigida a evitar la práctica 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, ya que en muchas ocasiones, la inclusión o la amenaza de inclusión en las bases de datos referidas, se da como práctica vejatoria o intimidatoria en franca contradicción con lo dispuesto por el artículo 8º bis de la Ley 24.240, mientras que en otras situaciones, se da por la propia ineficacia de la empresa que informa a sus clientes por propios errores.

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

Cabe destacar que la jurisprudencia es abundante en lo que respecta a condenar a las empresas por este tipo de prácticas luego de comprobarse que la inclusión no resultaba correcta o bien se debía a un error de la propia empresa.

Consideramos algunos precedentes judiciales entre muchísimos existentes a título ilustrativo:

- "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.

- "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 el último caso citado, la sentencia fue revocada parcialmente respecto de Veraz por considerar que la forma en que incorporaron la información al sistema no fue negligente ni imprudente haciendo responsable a la empresa informante exclusivamente sobre la evaluación y certeza de los datos que suministra, se debería extender la responsabilidad forma objetiva y necesaria a las empresas proveedoras de información, por cuanto están en una mejor posición que el propio consumidor a los efectos de probar si dicha información resulta o no cierta, sin perjuicio de que ejercen actividad lucrativa con dicho fin.

En esta senda, no debe olvidarse 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.

Es por ello que en este proyecto se entiende que la certeza solo puede darla un pronunciamiento judicial firme o resolución administrativa que determine la veracidad de la información remitida.

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.

Para concluir, debo resaltar que el presente es una reproducción casi textual del proyecto de mi autoría 2282-D-2024, el cual se haya próximo a perder estado parlamentario.

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



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