

# ÍNDICE GENERAL

Tomo 1

<i>Advertencia a la tercera edición</i> .....	V
---	---

## CAPÍTULO PRIMERO

### LOS CONTRATOS COMERCIALES EN LA ACTUALIDAD

#### A) INTRODUCCIÓN

§ 1.	Un mundo nuevo cada día .....	1
§ 2.	El impacto de la globalización .....	2
§ 3.	Función económica y social de los contratos comerciales .....	5
	a) Nueva dimensión de los contratos .....	8
	b) El mandato constitucional .....	9
	c) Relación del derecho del consumidor con otros principios constitucionales .....	10
§ 4.	Concepto de derecho comercial .....	11
	a) Criterio subjetivo .....	11
	b) Criterio objetivo .....	12
	c) Influencia de los criterios subjetivo y objetivo en el concepto de contrato comercial .....	13
	d) Crisis del criterio objetivo .....	14
	e) Derecho comercial como derecho de la empresa .....	15
	f) Crítica a la identificación entre derecho mercantil y derecho de la empresa .....	17
	g) Derecho comercial como derecho de una economía de masa .....	18
	h) Concepto de derecho comercial clásico y su contenido actual .....	19
	i) El mercado y el derecho comercial .....	21

§ 5.	La empresa como elemento básico del derecho comercial	23
§ 6.	La empresa (o el comerciante) como parte necesaria de todo contrato mercantil .....	23
§ 7.	Concepto de empresa comercial .....	24
§ 8.	¿Qué es la empresa? .....	24
	a) Concepto jurídico de empresa .....	26
	b) Empresario .....	28
	c) La empresa como adquirente de bienes y servicios	29
	d) Pequeñas y medianas empresas (pymes) .....	29
§ 9.	¿Derecho económico? .....	30
§ 10.	Unificación del derecho privado y la suerte del derecho comercial .....	31
§ 11.	Críticas que se formulan a la unificación del derecho privado .....	31
	a) Autonomía jurídica del derecho comercial .....	32
	b) Autonomía jurídica del derecho comercial italiano ..	32
	c) Contratos comerciales y el Proyecto de Unificación Legislativa Civil y Comercial .....	33
§ 12.	El derecho no puede mantenerse al margen de la economía .....	34
§ 13.	Contratos comerciales y adquirentes de bienes y servicios .....	35
	a) La ley 24.240 de defensa del consumidor .....	36
	b) Defensa del consumidor. Derecho del consumidor	37
	c) Integración de la ley 24.240 en el ordenamiento jurídico argentino .....	37
	d) Forma en que la ley 24.240 modifica al Código Civil y al Código de Comercio .....	38
§ 14.	Quiénes conforman la contraparte de la empresa en las contrataciones mercantiles .....	39
§ 15.	Diferentes categorías de contrataciones comerciales, según la calidad de los sujetos intervinientes y los intereses económicos en juego .....	42
	a) Contratos celebrados entre empresas que se hallan en situación recíprocamente igualitaria para negociar	44
	1) Contratos que, por definición, sólo se pueden celebrar entre empresas .....	44
	2) Contratos entre empresas cuya posición igualitaria o subordinada entre sí depende de las circunstancias en cada caso .....	44
	b) Contratos de negocios .....	44
	c) Contratos celebrados por las empresas (y los comerciantes) con los consumidores y usuarios que procuran satisfacer sus necesidades personales .....	46
	d) Contratos de comercio internacional .....	47

e) Contratos celebrados necesariamente entre una empresa y una persona individual titular de un derecho intelectual, como resultado de una negociación entre las partes .....	47
f) Contrato celebrado por el empresario organizador del espectáculo con artistas, ejecutantes, gimnastas, deportistas, etcétera, y que no configure una relación laboral .....	47
g) Actuación de las empresas multinacionales o transnacionales .....	48
§ 16. Nuevo enfoque del derecho comercial .....	49

**B) DERECHO ECONÓMICO**

§ 17. Planteo de la cuestión .....	52
§ 18. Derecho comercial y derecho económico .....	56
§ 19. Aspecto económico y aspecto jurídico del contrato .....	57
§ 20. Definición y contenido del derecho económico .....	57
§ 21. Orden público económico .....	58
§ 22. Características fundamentales .....	60
§ 23. Autonomía .....	61
§ 24. Relaciones entre derecho económico y derecho administrativo .....	62
§ 25. Dos tipos de derecho económico .....	64
§ 26. Contenido .....	65
a) Fomento industrial .....	65
b) Política financiera .....	65
c) Actividad aseguradora .....	66
d) Régimen de protección y promoción de la industria nacional .....	66
e) Enumeración de algunos instrumentos reguladores ..	67
f) Inversiones de capitales extranjeros .....	67
g) Transferencia de tecnología .....	68
h) Control del poder económico .....	68
i) Constitución de sociedades anónimas .....	68
j) Clasificación de las materias del derecho económico	69
§ 27. Relaciones entre derecho y economía .....	69
§ 28. Normas jurídicas que integran el derecho económico ..	70
a) Ley 25.156 de defensa de la competencia .....	70
b) Ley 20.680 -según ley 25.966- de abastecimiento ..	70
c) Ley 22.802 de lealtad comercial .....	71
d) Ley 19.511 sobre instrumentos de medición .....	71
e) Ley 24.467 de fomento y desarrollo de las pymes ..	71

	f) Ley 24.240 de defensa de consumidores y usuarios	71
	g) Otras leyes que integran el derecho económico .....	72
§ 29.	Carácter cambiante de estas normas .....	72
§ 30.	Derecho económico y protección del medio ambiente ..	72
§ 31.	Derecho económico y los monopolios .....	72
§ 32.	Ley de convertibilidad .....	73
	a) Nuevo régimen económico impuesto por la ley 25.561	74
	b) Prohibición de ajuste por inflación .....	75
	c) Obligaciones de pagar con cheque u otros medios ..	76
	d) Nuevos requisitos para la inscripción de documentos en registros públicos en prevención de la evasión fiscal .....	76

### **C) DIVERSAS MODALIDADES DE CONTRATACIÓN EN EL COMERCIO ACTUAL**

§ 33.	El tema .....	77
§ 34.	Terminología adoptada por el artículo 37 de la ley 24.240	78
§ 35.	Contrato estándar (o uniforme) .....	79
§ 36.	Contrato con cláusulas predispuestas .....	80
	a) Características de estas cláusulas .....	80
	b) Aplicación de las cláusulas predispuestas .....	81
	c) Necesidad de conocimiento de la cláusula predispuesta por parte del cocontratante .....	81
	d) La cláusula predispuesta en caso de conflicto acerca de su interpretación o validez y su influencia en el contexto general del contrato .....	82
§ 37.	Condiciones generales de contratación .....	82
	a) Definición .....	84
	b) Condiciones de contratación: su generalidad .....	84
	c) Justificativos económicos de las condiciones generales	84
	d) Significado de las expresiones "condición", "condición general" y "condición (o cláusula) predispuesta" en los contratos comerciales .....	85
	1) Condición .....	85
	2) Condición general (o condiciones generales) .....	86
	3) Cláusulas predispuestas y condiciones generales de contratación .....	87
	e) Vigencia en el comercio internacional .....	88
	f) Posible desnaturalización del tipo legal por medio de las condiciones generales .....	88
	g) Condición particular (o especial). Condiciones generales y condiciones particulares (o especiales). Criterios distintivos .....	89

h)	Condiciones generales de contratación y condiciones generales del contrato .....	89
i)	Interpretación de las condiciones generales .....	91
1)	Condiciones generales en los contratos entre empresas .....	92
2)	Interpretación del contrato cuando hay choque entre las condiciones generales de estipulantes enfrentados .....	93
j)	Nulidad e ineficacia de las condiciones generales ..	94
§ 38.	Contrato de adhesión (o por adhesión) .....	96
a)	Condiciones generales y contratos por adhesión ...	98
b)	Criterio restringido .....	99
c)	Problemas que plantea este contrato .....	100
§ 39.	Contratos por adhesión y condiciones generales de contratación publicitados mediante carteles y otros anuncios	101
a)	Carteles .....	101
b)	Uso de pantallas de televisión .....	101
c)	Altavoces .....	102
d)	Catálogos, prospectos o circulares .....	102
e)	Envoltura del producto .....	102
§ 40.	Medios jurídicos para evitar o aminorar los abusos en los contratos por adhesión .....	102
§ 41.	Nuestra jurisprudencia frente a los contratos por adhesión	104
§ 42.	El consumidor o usuario frente a las condiciones generales de contratación .....	105
§ 43.	Contrato tipo (o contrato-formulario) .....	106
§ 44.	Naturaleza contractual de las condiciones generales y del contrato con cláusulas predispuestas .....	106
§ 45.	Contrato normativo .....	107
a)	Contrato normativo y contrato preliminar .....	108
b)	Ampliación del concepto de contrato normativo ....	109
§ 46.	Contratos de fijación .....	109
§ 47.	Contrato autorizado (o aprobado) .....	110
a)	Presunción de legitimidad del contrato autorizado	111
b)	Caracterización .....	111
§ 48.	Contrato reglamentado (o normado) .....	112
a)	Diferencia con el contrato autorizado .....	112
b)	Supuestos de contratos reglamentados .....	113
§ 49.	Contrato corregido (o transformado) .....	113
§ 50.	Contratos de agarrotamiento (o extorsivo) .....	114
§ 51.	Contratos de líneas rectoras .....	114
§ 52.	Contrato estatuto .....	115
§ 53.	Contrato abierto .....	115
§ 54.	Contrato obligatorio (obligación de contratar) .....	115

§ 55. Contrato dictado .....	117
§ 56. Contratos conexos .....	118
§ 57. Contratos vinculados .....	119

## D) NUEVOS PROCEDIMIENTOS

### Y TÉCNICAS DE CONTRATACIÓN EN EL COMERCIO ACTUAL

§ 58. Introducción .....	120
§ 59. Las denominadas "relaciones contractuales de hecho"	121
a) Los "paracontratos" .....	122
b) La relación contractual y el contrato .....	123
§ 60. Contratos celebrados por medios mecánicos (máquinas expendedoras automáticas) .....	123
§ 61. Contratos denominados "de ventanilla" (o de mostrador)	125
§ 62. La tecnología en la celebración de los contratos comerciales .....	126
§ 63. Contratos por fax .....	126
§ 64. Definición de dispositivos electrónicos .....	127
§ 65. Terminología empleada .....	128
a) Informática .....	128
b) Telemática .....	128
c) Autopista informática .....	129
d) "Link agreement" o contrato de enlace .....	130
§ 66. Contratación por ordenadores .....	130
a) ¿Qué es un ordenador? .....	132
b) ¿Qué son los chips? .....	132
c) ¿Cómo se enlazan los ordenadores entre sí? .....	132
d) Comunicación por ordenadores a través del espacio	133
e) Contratos concluidos por ordenadores .....	133
1) Cuándo el empleo de la computadora incide directamente en el proceso de formación de la voluntad negocial .....	133
2) La computadora como lugar de encuentro de la voluntad ya perfeccionada .....	135
3) Características que presentan los contratos celebrados mediante ordenadores .....	135
4) Dificultades que puede presentar la contratación por ordenadores .....	135
5) Formación del contrato por ordenadores. Lugar y momento .....	137
§ 67. Celebración de contratos por medios electrónicos .....	137
§ 68. La prueba de los contratos celebrados por medios electrónicos .....	139

69.	¿Qué se entiende por documento electrónico? .....	140
	a) Documentos electrónicos en sentido amplio .....	140
	b) Documentos electrónicos en sentido estricto .....	140
	c) Su alcance como documento jurídico .....	141
	d) Legislación argentina sobre "documento digital" y "documento electrónico" .....	141
	e) Métodos para evitar, dentro de ciertos límites, la inseguridad probatoria del documento electrónico .....	142
	f) Su consideración como documento escrito .....	142
	g) Limitaciones del documento electrónico .....	143
70.	Problemas que se plantean en los contratos celebra- dos por medios electrónicos .....	143
	a) El documento y la firma manuscrita .....	143
	b) Firma electrónica. Nuevos conceptos .....	144
	1) ¿Firma digital o firma electrónica? .....	144
	2) Legislación argentina .....	145
71.	Prueba de la firma .....	146
72.	Legislación comparada .....	150

## CAPÍTULO II

### CONTRATACIÓN MASIVA

#### A) EL CONTRATO EN MASA (MASIVO O EN SERIE) FRENTE AL CONCEPTO CLÁSICO DE CONTRATO

##### 1) CONSIDERACIONES GENERALES

73.	Aparición del contrato en masa .....	153
74.	Nueva caracterización del contrato comercial .....	154
75.	El comercio y las normas del Código Civil sobre con- tratos .....	155
76.	Operación de masa (o en masa) .....	155
77.	Necesidad de un nuevo enfoque jurídico del tráfico en masa .....	156
78.	¿Hacia un nuevo derecho contractual? .....	156
79.	Contratos negociados y contratos no negociados .....	158
80.	Contratos paritarios y no paritarios .....	160
81.	Contratos negociados en el campo del derecho mercantil .....	160
	a) Margen de vigencia del contrato negociado en el comercio actual .....	160
	b) Contratos no negociados: de "modo absoluto" y de "modo relativo" .....	161

§ 82.	Cuestiones que plantea la contratación en masa. Base de las relaciones mercantiles .....	161
§ 83.	La costumbre jurídica como fuente del derecho .....	161
	a) La costumbre y el derecho comercial .....	162
	b) El "ius mercatorum" ("lex mercatoria") .....	163
	c) La costumbre en el derecho positivo argentino .....	164
	d) Prueba de la costumbre .....	164
§ 84.	Las costumbres y los términos utilizados en el comercio internacional .....	165
	a) "Incoterms" .....	165
	b) Los "incoterms" 1953 y la revisión de 2000 .....	166
	c) Expresiones comprendidas en los "incoterms" .....	166

**2) PRINCIPALES CUESTIONES QUE DIFERENCIAN  
AL CONTRATO COMERCIAL EN MASA DEL CONTRATO CIVIL**

§ 85.	Introducción .....	168
§ 86.	¿Existe una obligación de contratar? .....	168
	a) Derecho francés .....	168
	b) Derecho italiano .....	169
	c) Derecho argentino .....	169
§ 87.	Consentimiento en el contrato comercial .....	169
§ 88.	Consentimiento en su mínima expresión .....	170
§ 89.	El silencio en los contratos donde una de las partes es empresa .....	170
§ 90.	La publicidad como determinante de la contratación en el comercio actual .....	172
	a) Influencia en las contrataciones en masa .....	173
	b) Publicidad y lealtad comercial .....	173
	c) Publicidad y condiciones generales de contratación .....	173
	d) Efectos vinculantes de la publicidad .....	174
§ 91.	Legitimación para contratar en nombre de la empresa .....	174
	a) Criterio más amplio acerca de la legitimación para contratar en nombre de la empresa .....	177
	b) Autorización, poder de disposición y asentimiento ...	178
	c) Teoría de la apariencia .....	179
	d) Supuestos en los que se aplica la teoría de la apariencia .....	181
§ 92.	El artículo 58 de la ley 19.550. Facultades de los administradores y representantes de las sociedades comerciales .....	182
§ 93.	Los menores en la contratación mercantil .....	184
	a) Contratos celebrados por menores adultos .....	186
	b) El menor como locador de servicios o de obra .....	186



94.	La prueba en los contratos comerciales .....	187
	a) Forma y prueba de los contratos comerciales .....	187
	b) Disposiciones del Código de Comercio sobre forma y prueba de los contratos .....	188
	c) Valor probatorio de los tiques, billetes aéreos, entradas para espectáculos, etcétera .....	189
	d) ¿Cuál es su valor probatorio? .....	189
	e) Prueba de los contratos según la jurisprudencia ...	189

## **B) INTERPRETACIÓN DE LOS CONTRATOS COMERCIALES EN EL TRÁFICO EN MASA. CLÁUSULAS ABUSIVAS**

95.	El problema .....	190
96.	Cláusulas abusivas .....	192
97.	Diversos casos de cláusulas abusivas .....	194
98.	Cláusulas que permiten modificar la prestación que naturalmente está a cargo del empresario .....	194
99.	Principio de razonabilidad en el cumplimiento de la prestación .....	195
100.	Cláusulas sobre el precio .....	195
	a) Facultad de modificar ulteriormente los precios originarios .....	196
	b) Imposibilidad de verificar la exactitud del monto facturado .....	197
101.	Cláusulas que restringen la libertad de contratar con terceros .....	198
102.	Cláusulas que permiten alterar unilateralmente el contenido del contrato .....	198
103.	Facultad de resolver discrecionalmente el contrato ..	198
104.	Cláusulas de inenajenabilidad .....	199
105.	Cláusulas de exclusividad .....	199
106.	Cláusulas de prórroga automática del contrato .....	199
107.	Cláusulas que limitan o exoneran de responsabilidad a la empresa .....	200
108.	Prórroga de jurisdicción .....	202
109.	Otras causales de nulidad de cláusulas predisuestas	203
110.	Reglas de interpretación de los contratos y de las cláusulas abusivas .....	204
111.	Reglas sobre interpretación de los contratos. El principio básico en los contratos negociados .....	204
112.	Características que presenta la interpretación de contratos con cláusulas predisuestas. Interpretación de las condiciones generales .....	204
113.	La buena fe como principio rector .....	207

§ 114.	Cláusulas abusivas en el tráfico en masa y orden público económico .....	208
§ 115.	Interpretación en contra del estipulante .....	208
§ 116.	El principio "in dubio contra stipulatorem" en el derecho argentino .....	208
§ 117.	Nuestra jurisprudencia .....	209
§ 118.	Prioridad de la "cláusula negociada en particular" sobre las condiciones generales .....	210
§ 119.	Interpretación y control del contenido de las cláusulas predispuestas y particularmente de las que conforman las condiciones generales .....	211
§ 120.	Soluciones en el derecho actual .....	211

### CAPÍTULO III

#### CONCEPTO DE CONTRATO. NECESIDAD DE SU REVISIÓN

§ 121.	Concepto clásico de contrato .....	215
	a) Contrato y acuerdo de voluntades .....	217
	b) Derecho romano .....	218
	c) Derecho anglosajón .....	219
	d) Derecho estadounidense .....	220
	e) Concepto de contrato en el derecho continental .....	222
	1) Código Civil francés .....	222
	2) Código Civil español .....	223
	3) Código Civil alemán de 1896 (BGB) .....	223
	f) ¿Contrato sin consentimiento? .....	224
§ 122.	El contrato como acuerdo de voluntades .....	226
§ 123.	Nueva visión del contrato a principios del siglo xx ...	227
§ 124.	Nueva concepción del contrato en la época actual ...	227
§ 125.	Las denominadas "relaciones contractuales de hecho"	229
	a) En estos casos, ¿hay consentimiento?, ¿hay contrato? .....	230
	b) Teoría de Duguit sobre la manifestación unilateral de voluntad .....	230
	c) Manifestaciones unilaterales recíprocas y correlativas .....	231
	d) Consentimiento contractual en el contrato masivo .....	232
§ 126.	¿Crisis del contrato? .....	233
	a) Igualdad negocial de las partes .....	233
	b) Nuestro Código Civil, ¿define el contrato? .....	234
	c) Necesidad de reexaminar el concepto de contrato .....	235

d)	Nuestro Código Civil no define el contrato .....	237
e)	El "acuerdo" del artículo 1137 .....	238
f)	Concepto de contrato. Un enfoque más amplio ..	239
g)	El contrato es un acto jurídico .....	240
h)	Acto jurídico bilateral o plurilateral .....	240
i)	Prestación susceptible de apreciación pecuniaria	242
127.	Oferta al público en los contratos comerciales .....	245
a)	Oferta en el comercio .....	246
b)	Oferta en materia comercial: nuestra jurisprudencia y doctrina .....	249
c)	Oferta de bienes o servicios destinados a consumidores finales .....	250
d)	Una necesaria distinción en materia de oferta al público .....	250
1)	Ofrecimiento del producto o servicio mediante publicidad, prospectos o circulares, sin determinar sus características específicas ni precio	250
2)	Ofrecimiento del producto o servicio con determinación de sus características y precio ....	250
3)	Mercadería exhibida, con su precio, en el local comercial .....	252
e)	Ofertas, avisos y anuncios al público .....	252
f)	La "nota de pedido" como aceptación de la oferta al público .....	254
g)	Orden de compra .....	254
h)	Revocación y caducidad de la oferta .....	255
128.	Oferta al público y oferta "ad incertam personam" ...	256
129.	¿Tiene carácter vinculante la oferta al público? .....	256
130.	Diferencia entre "oferta al público" y "promesa al público" .....	258
131.	Opciones de oferta al público .....	259

## CAPÍTULO IV

### RESPONSABILIDAD DE PRODUCTORES Y PROVEEDORES EN LA CONTRATACIÓN MERCANTIL

#### A) LOS PRODUCTOS ELABORADOS

132.	La producción de bienes .....	261
133.	Régimen de responsabilidad en la ley 24.240 .....	262
a)	Necesidad de una regulación explícita .....	263

	b) El tema en nuestro país .....	263
	c) Responsabilidad objetiva como principio rector en esta materia .....	264
§ 134.	Responsabilidad por los "productos elaborados" .....	264
§ 135.	Principio general. ¿Qué se entiende por producto elaborado? .....	265
§ 136.	Concepto de vicio o defecto de productos elaborados frente a los vicios redhibitorios del Código Civil .....	267
§ 137.	¿Acción redhibitoria o acción por vicios de fabricación? .....	268
§ 138.	Diferencia entre la acción de responsabilidad por productos elaborados y la acción redhibitoria del Código Civil .....	268
§ 139.	Carácter no necesariamente masivo de estos daños ..	269
§ 140.	Hechos que pueden influir o ser causantes del daño por productos elaborados .....	269
	a) Daños provocados por deficiencias en proyectos, planos o fórmulas químicas del producto .....	270
	b) Vicios de fabricación o de manipulación del producto .....	270
	c) Vicios derivados de una defectuosa conservación del producto hasta su entrega al adquirente .....	270
	d) Deficiente información al consumidor .....	270
	e) Daños derivados de una publicidad imprudente ..	270
§ 141.	Factor objetivo de atribución en la responsabilidad contractual y en la extracontractual .....	272
§ 142.	Responsabilidad del fabricante frente al adquirente o usuario con quien no contrató .....	272
	a) Tesis de la responsabilidad extracontractual del fabricante .....	273
	1) Teoría de la responsabilidad extracontractual por culpa .....	273
	2) Teoría de la responsabilidad extracontractual objetiva .....	273
	b) Tesis de la responsabilidad contractual del fabricante .....	275
	1) Teoría del negocio fiduciario .....	275
	2) Teoría de la cadena ininterrumpida de contratos ..	276
	3) Teoría de la cesión de acciones .....	276
	4) Teoría de la acción directa .....	276
	c) El caso "Rincón de Ávila SCA c/Cooper Argentina SA" .....	277
	d) Adquirente "versus" vendedor (sea o no el fabricante) .....	279

§ 143.	Causales de exoneración de responsabilidad del fabricante o elaborador .....	279
§ 144.	Vicio de la cosa derivado de uno de sus componentes no elaborados por el fabricante .....	280
§ 145.	Responsabilidad del vendedor que vende directamente al consumidor final .....	281
§ 146.	Responsabilidad del intermediario .....	282
§ 147.	Responsabilidad del exportador y del importador por los productos elaborados .....	283
§ 148.	Producto fabricado bajo control estatal .....	284
§ 149.	Casos en que la obligación de indemnizar los daños producidos por productos elaborados se debe fundar en la responsabilidad contractual o en la extracontractual. Antecedentes jurisprudenciales .....	286
	a) Contractual .....	286
	b) Extracontractual .....	287
§ 150.	Fundamentos de la doctrina para la cual existe sólo responsabilidad extracontractual en los supuestos enumerados precedentemente .....	288
§ 151.	Responsabilidad del concedente de un bar o restaurante por hechos del concesionario .....	289
§ 152.	La obligación de seguridad como fundamento de la responsabilidad por los productos elaborados. Tutela (o protección) de la confianza .....	290
§ 153.	Ámbito de la responsabilidad por productos elaborados .....	293
§ 154.	Producto cuyo carácter nocivo se descubre luego de lanzado al mercado .....	293
	a) "Riesgos del desarrollo" científico o tecnológico ..	293
	b) Argumentos contrarios a la atribución de responsabilidad al elaborador por los riesgos del desarrollo .....	294
	c) Argumentos en favor de la atribución de responsabilidad al elaborador por los riesgos del desarrollo .....	295
	d) La cuestión en el derecho argentino .....	295
§ 155.	Responsabilidad del propietario o guardián de la cosa .....	297
§ 156.	Responsabilidad de la concesionaria vendedora (caso de venta de automotores) .....	297
	a) El "manual del concedente al concesionario" como fuente de derechos del comprador .....	298
	b) Acciones recursorias .....	299
	c) Alcances y efectos de la garantía convencional. La prescripción .....	299
§ 157.	Responsabilidad por los productos farmacomecinales .....	299
	a) Cadena de circulación comercial del medicamento .....	300

b) Responsabilidad del laboratorio productor del medicamento .....	300
c) Responsabilidad del director técnico de la empresa productora del fármaco .....	302
d) Responsabilidad de los propietarios de las droguerías y de sus directores técnicos .....	303
e) Responsabilidad del farmacéutico .....	303
f) Publicidad del producto farmacéutico: su incidencia en la automedicación. Defensa del consumidor .....	303

## **B) LA PUBLICIDAD COMO FACTOR DETERMINANTE**

### **1) CONSIDERACIONES GENERALES**

§ 158. Presencia de la publicidad .....	304
§ 159. Publicidad comercial .....	305
§ 160. Concepto de publicidad comercial .....	305
§ 161. La publicidad como disciplina .....	306
§ 162. La ciencia al servicio de la publicidad .....	307
§ 163. Importancia creciente de la publicidad comercial .....	308
§ 164. Control sobre la publicidad .....	308

### **2) PUBLICIDAD Y PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR**

§ 165. Clases de publicidad .....	309
§ 166. Regulación de la publicidad .....	310
§ 167. La publicidad en el Código Alimentario Argentino .....	311
§ 168. Publicidad y multinacionales .....	311
§ 169. Publicidad y medios de comunicación .....	312
§ 170. Publicidad comparativa .....	313
§ 171. Publicidad empresarial (imagen de la empresa) .....	315
§ 172. El patrocinio como publicidad .....	316
§ 173. Utilización del cine con fines publicitarios .....	318
§ 174. Publicidad y cultura .....	318
§ 175. La publicidad, los niños y los jóvenes .....	319
§ 176. Publicidad y mercado .....	320
§ 177. Publicidad y derechos del consumidor y del usuario ..	320
§ 178. Obligación de informar .....	320

### **C) NECESIDAD DE EVITAR ABUSOS.**

#### **LA TUTELA DEL CONSUMIDOR Y DEL USUARIO. SU INCIDENCIA EN EL DERECHO MERCANTIL**

§ 179. Introducción .....	321
---------------------------	-----

180.	Incidencia de los contratos mercantiles en la sociedad actual .....	322
181.	Consumidor. Consumismo. Consumerismo .....	323
182.	Protección de los consumidores .....	325
183.	Derechos del consumidor .....	325
184.	Ordenamiento jurídico del derecho del consumidor ..	327
185.	Concepto amplio del derecho del consumidor .....	327
186.	Antecedentes extranjeros .....	328
187.	Personas frente a las cuales se protege al consumidor	329
188.	Amplitud del derecho del consumidor. Diferencias entre las normas que protegen los legítimos intereses económicos y las que protegen la salud .....	330
189.	Contenido de la protección a los legítimos intereses económicos .....	331
190.	Protección del consumidor como factor de equilibrio en los mecanismos del mercado. Su repercusión en el derecho comercial .....	331
191.	Protección del consumidor en el derecho mercantil ...	332
	a) Posterior desarrollo de la tutela al consumidor en el campo del derecho comercial .....	332
	b) Necesaria actualización del derecho comercial ....	333
	c) En el derecho mercantil la tutela frente a la parte dominante en la relación contractual va más allá del simple consumidor .....	334
192.	Algunos aspectos de la protección del contratante "débil" en la legislación vigente en nuestro país .....	336
	a) Ley de defensa de la competencia .....	336
	b) Ley de abastecimiento .....	343
	c) Ley de lealtad comercial .....	343
	1) Identificación de la mercadería .....	344
	2) Exhibición de precios .....	344
	3) Indicación geográfica y denominación de origen	345
	4) Publicidad engañosa .....	347
	5) Promoción mediante premios .....	347
	6) Normas de directa tutela de los consumidores	348
	d) Ley de marcas y designaciones .....	350
	e) Ley de abastecimiento de drogas y productos utilizados en medicina humana .....	350
	f) Ley de control de drogas y productos utilizados en medicina humana .....	352
	1) Requisitos que deben reunir los medicamentos	352
	2) Instalación de laboratorios .....	352
	3) Identificación de los medicamentos .....	353
	4) Control administrativo .....	353
	5) Protección del consumidor .....	354

g) Código Alimentario Argentino .....	354
1) Identificación comercial de los alimentos como modo de proteger al consumidor .....	355
2) Obligación de redactar el rótulo en castellano .....	355
3) Inscripción en los recipientes .....	356
4) Alimentos a los que se atribuya valor curativo .....	356
5) Productos de consumo inmediato .....	356
6) Productos dietéticos .....	357
§ 193. Tutela que brindan las leyes mencionadas precedentemente: relación entre consumidor (o usuario) y empresa .....	357
§ 194. Pequeñas y medianas empresas en su doble papel: consumidoras y proveedoras .....	359
§ 195. Situación inversa: vendedor o prestador de servicios en situación de inferioridad frente al adquirente .....	359
§ 196. Evolución de nuestra jurisprudencia en favor de los derechos del consumidor .....	361
a) Interpretación de las condiciones generales .....	361
b) Otras cuestiones contempladas por la jurisprudencia .....	362
c) Cláusulas de exoneración en el contrato de seguro .....	363
§ 197. Cumplimiento del contrato y protección del consumidor o usuario .....	364
§ 198. Protección al adquirente después de cumplido el contrato .....	365

## CAPÍTULO V

### INFLUENCIA DEL COMERCIO ACTUAL SOBRE LAS CATEGORÍAS CONTRACTUALES

#### A) CONTRATOS INNOMINADOS

##### 1) CONSIDERACIONES GENERALES

§ 199. Su importancia en el comercio actual .....	367
§ 200. Contratos innominados en el derecho romano .....	369
§ 201. Derecho moderno .....	370
§ 202. El contrato innominado en nuestro Código Civil .....	371
§ 203. El contrato innominado como fruto de la libertad de contratación .....	371
§ 204. Problema terminológico. Contratos típicos y atípicos .....	372



§ 205.	Contratos de tipicidad consuetudinaria (o social) .....	373
§ 206.	Contrato innominado en la actualidad .....	375
§ 207.	Importancia práctica. Figuras de utilización frecuente .....	376
§ 208.	Contratos atípicos y negocios jurídicos atípicos .....	377
§ 209.	Tutela jurídica del contrato innominado .....	379
§ 210.	El contrato innominado y la teoría de la función económico-social del contrato .....	379

**2) CRITERIOS PARA LA DETERMINACIÓN DE UN CONTRATO INNOMINADO**

§ 211.	La cuestión .....	382
	a) Punto de partida .....	383
	b) Importancia de su determinación .....	384
	c) Análisis de las prestaciones a cargo de las partes .....	385
	d) Otro aspecto a tener en cuenta: modalidad de las prestaciones .....	388
	e) Prestaciones múltiples .....	389
	f) Número de partes .....	389
§ 212.	Figuras multiformes (o proteiformes) .....	390
§ 213.	La causa en el contrato innominado .....	391
§ 214.	Contrato nominado en el que las partes introducen cláusulas subordinadas atípicas .....	392
	a) Contratos nominados a los que suele otorgárseles un nombre específico .....	393
	b) Subtipos de contratos nominados .....	393
	c) Cuándo las modificaciones introducidas al contrato nominado implican el traspaso a la figura del contrato innominado .....	394
§ 215.	Supuesto de contrato con pluralidad de prestaciones principales .....	395
§ 216.	¿Cuándo hay un solo contrato de prestaciones múltiples y cuándo varios unidos entre sí? .....	395
§ 217.	Contratos de prestaciones múltiples principales a cargo de una sola parte .....	396
§ 218.	Contratos económicamente conexos .....	397
§ 219.	Contratos en que ambas partes asumen prestaciones múltiples .....	398

**3) NORMAS APLICABLES. CRITERIOS DE INTERPRETACIÓN**

§ 220.	¿En qué medida deben aplicarse a los contratos innominados las normas propias de los contratos típicos? .....	398
--------	---	-----

§ 221.	Tres teorías clásicas sobre las normas aplicables a los contratos innominados .....	399
§ 222.	Principios generales y contrato innominado .....	399
	a) Teoría de la absorción .....	400
	b) Teoría de la combinación .....	400
	c) Teoría de la emancipación .....	401
	d) Nuestra opinión .....	401
	e) Valor de los usos y costumbres en los contratos innominados .....	403
§ 223.	Denominación de los contratos innominados con tipicidad consuetudinaria (o social) .....	404
§ 224.	Contratos (legalmente) atípicos designados en inglés .....	404
§ 225.	"Lex mercatoria" .....	405

## B) CONTRATOS NOMINADOS

§ 226.	Introducción. Impacto de la ley 24.441 en el derecho privado .....	406
§ 227.	Impacto de la actividad comercial moderna sobre los contratos típicos .....	407
§ 228.	Locación de obra .....	407
§ 229.	Contrato de maquila .....	408
	a) Necesidad de inscripción de estos contratos .....	410
	b) Productor agropecuario .....	410
	c) Contenido del contrato de maquila .....	411
	d) Exoneración impositiva .....	412
	e) Contratos que tengan por objeto provisión de materia prima agropecuaria aunque no configuren contrato de maquila .....	412
	f) Acciones judiciales .....	412
§ 230.	Contrato de locación de servicios .....	412
§ 231.	Permuta (permutación o trueque) .....	413
§ 232.	Permuta (trueque) en el comercio internacional .....	414
	a) "Buy back" .....	415
	b) "Counter trade" .....	415
	c) "Switch" (o "clearing transactions") .....	416
§ 233.	Contrato de compraventa .....	417
	a) Modalidades especiales de venta .....	418
	1) Venta agresiva .....	418
	2) Venta por correo .....	419
	3) Venta ambulante. Venta a domicilio .....	420

	b) Compraventa de universalidad .....	422
	c) Compraventa de inmuebles .....	423
234.	Transporte automotor de carga .....	425
235.	Transporte multimodal de mercadería .....	426
236.	Contratos de garantía .....	428
	a) Clasificación de las garantías .....	429
	1) Garantías personales .....	429
	2) Garantías reales .....	430
	b) Transformación del derecho de las garantías .....	430
	c) "Principal pagador" o "liso, llano y principal pagador" .....	430
	d) Codeudor solidario como garante .....	431
	e) Garantías bancarias .....	432
	1) Contrato de garantía "a primera intimación" (o "sin objeciones") .....	432
	2) Carta de patrocinio .....	436
237.	Cesión de créditos en garantía .....	439
	a) Cesión "pro soluto" y "pro solvendo" .....	439
	b) Simple cesión fiduciaria .....	439
	c) Cesión de crédito en garantía como contrato de fideicomiso .....	440
	d) Cesión de crédito en garantía como prenda .....	440
238.	Cesión de una cartera de créditos .....	440
	a) Objeto de la cesión .....	441
	b) Efectos de la cesión .....	442

### C) NEGOCIOS EN PARTICIPACIÓN

239.	Su vigencia en las contrataciones mercantiles .....	443
240.	Terminología .....	443
241.	Naturaleza jurídica .....	444
242.	El problema en el derecho argentino .....	445
243.	Negocios en participación, asociación en participación, sociedad en participación .....	446
244.	Locación de cosa en forma de negocio en participación .....	447
245.	Locación de obra y locación de servicios en forma de negocio en participación .....	449
246.	Sociedad y mutuo .....	450
247.	Comisión o mandato con participación en los beneficios .....	451
248.	Otros supuestos de negocios en participación .....	451

## CAPÍTULO VI

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

## A) INTRODUCCIÓN

## 1) CONSIDERACIONES GENERALES

§ 249.	El problema .....	453
§ 250.	Caracterización .....	453
§ 251.	Red de comercialización directa .....	454
§ 252.	Otros modos de comercialización utilizados por los productores y por los mayoristas. Comercio integrado	455
	a) Integración horizontal .....	455
	b) Integración vertical .....	455

## 2) COMERCIALIZACIÓN DIRECTA

§ 253.	Sucursales. Filiales .....	457
§ 254.	“Shopping center” (centro de comercialización o paseo de compras) .....	458
	a) Naturaleza jurídica de los contratos referidos a locales del “shopping center” .....	459
	b) Particularidades que presentan los contratos en el “shopping center” .....	460
	c) Otros modos de vinculación jurídica en el “shopping center” .....	463
§ 255.	“Factory” .....	463
§ 256.	Hipercentros de expendio (hipermercados) .....	464
	a) Responsabilidad hacia terceros .....	465
	b) Responsabilidad de la nueva empresa (hipermercado) .....	465
	c) Ausencia de responsabilidad de las empresas participantes del hipercentro que no han tenido con el consumidor afectado una relación jurídica directa .....	466
§ 257.	Contrato de “stand” .....	467

## 3) COMERCIALIZACIÓN POR TERCEROS

§ 258.	Introducción .....	467
§ 259.	Antecedentes .....	468

260.	Problema terminológico con respecto a la palabra "distribución" .....	469
261.	Características de los contratos destinados a crear canales de comercialización por terceros .....	470
	a) Relación contractual bilateral entre dos empresas u organizaciones jurídicamente independientes ...	471
	b) Vínculo de colaboración (o cooperación) .....	471
	c) Estabilidad (o permanencia) .....	472
	d) Sometimiento del distribuidor a las directivas del productor .....	472
262.	Evolución de los sistemas de canales de comercialización por terceros .....	473
263.	Red de distribución .....	475
264.	Son contratos de duración .....	475
265.	Extinción del contrato .....	475
	a) Vencimiento del plazo (expreso o tácito) .....	476
	b) Contratos de duración indeterminada .....	476
	1) Cláusula contractual que admite la extinción por voluntad unilateral .....	476
	2) Resolución por justa causa .....	478
	3) Supuesto en que el contrato nada prevé al respecto .....	478
266.	Criterio sustentado por la Corte Suprema en autos "Automóviles Saavedra c/Fiat Argentina" .....	479
	a) Reglamento impuesto por la concedente .....	484
	b) Desigual posición de las partes y nuestra jurisprudencia .....	485
	1) Inserción del concesionario en la red de comercialización del concedente .....	486
	2) Abuso del derecho .....	487
	3) Abuso de derecho según la Corte Suprema ...	488
	4) Distinción entre cláusula abusiva y ejercicio abusivo del derecho según la Corte Suprema	488
	c) El elemento "confianza" en el contrato de concesión .....	489
	d) Estado de necesidad en la celebración del contrato de concesión .....	490

## B) DISTRIBUCIÓN

267.	Concepto .....	490
268.	Finalidad .....	491
269.	Partes .....	492

§ 270.	Características del contrato de distribución .....	492
	a) "Intuitu personæ" .....	493
	b) Delimitación de zona de distribución .....	493
	c) Previsión de ejecución continuada .....	493
	d) Exclusividad .....	494
	e) Conclusión. Contrato no formal .....	494
§ 271.	Obligaciones y derechos de las partes .....	494
	a) Obligaciones del distribuido (o concedente) .....	496
	b) Derechos del distribuido o concedente .....	496
	c) Obligaciones del distribuidor .....	496
	d) Derechos del distribuidor .....	497
§ 272.	Pacto comisorio .....	497
§ 273.	Diferencia entre el contrato de distribución y el de concesión .....	498
§ 274.	Distribuidor y agente de comercio .....	499
§ 275.	Contrato de distribución al que no se ha fijado plazo .....	499
§ 276.	Los niveles posibles en la distribución .....	499
	a) Distribución en dos niveles .....	499
	b) Distribución en tres niveles .....	500

### C) AGENCIA COMERCIAL

§ 277.	Importancia y fines prácticos .....	500
§ 278.	Del agente de comercio al contrato de agencia .....	502
§ 279.	Notas caracterizantes en la actuación del agente de comercio .....	502
§ 280.	Cuestiones derivadas de su carácter de contrato in- nominado .....	503
§ 281.	Agente de comercio y representante de comercio ....	504
§ 282.	La expresión "agente" y sus diversas acepciones .....	507
§ 283.	Agente de comercio como auxiliar autónomo .....	508
§ 284.	Obligaciones y deberes del agente .....	509
	a) Actuación en interés del comitente .....	509
	b) Colaboración .....	509
	c) Fidelidad .....	510
	d) "Star del credere" .....	511
§ 285.	Obligaciones del preponente (o comitente) hacia el agente de comercio .....	511
	a) Enviar en tiempo oportuno las instrucciones .....	511
	b) Perfeccionar el contrato gestionado por el agente .....	511
	c) Pago de comisiones .....	511
	d) Indemnización .....	511

§ 286.	Derecho del agente a percibir la comisión .....	512
	a) Concepto de comisión .....	512
	b) Cuándo surge el derecho a comisión .....	512
	c) Comisión parcial .....	512
	d) Falta de pago del precio por el cliente .....	513
	e) Comisión indirecta .....	513
	f) Comisión sobre el contrato rescindido .....	514
	g) Sobreprecio .....	515
§ 287.	El tercero frente al agente de comercio y al comiten- te. Vinculación jurídica .....	516
	a) Agente con representación .....	516
	b) Agente sin representación .....	517
	c) El problema en el derecho argentino .....	517
	d) Valor de la cláusula "salvo aprobación de la casa" y otras similares .....	519
	e) Obligaciones accesorias que puede asumir el agen- te de comercio .....	520
§ 288.	Contratos de agencia y de concesión para la venta. Otras figuras. Sus diferencias .....	521
§ 289.	Otras formas de organizar canales de comercializa- ción por medio de terceros .....	523
§ 290.	Comercialización por terceros mediante contrato es- timatorio .....	524
§ 291.	Clasificación de los agentes de comercio .....	524
	a) Agentes exclusivos y agentes no exclusivos .....	526
	b) Agente regional y agente general .....	527
	c) Agente para comercio interno y agente para co- mercio externo .....	527
§ 292.	Otras figuras de "agentes" distintas de la del "agente de comercio" .....	528
	a) Agente de seguros .....	528
	b) Agente agrícola .....	529
	c) Agente teatral .....	529
	d) Agente de publicidad .....	530
	e) Revendedor de libros y revistas .....	530
	f) Agente de cambio .....	531
	g) Agente marítimo .....	531
§ 293.	Causas de conclusión del contrato de agencia comer- cial .....	532
	a) Rescisión .....	532
	b) Resolución por incumplimiento .....	533
	c) Extinción del contrato por muerte o incapacidad de una de las partes .....	534
	d) Disolución de la sociedad comitente .....	535

e) Cláusula de un mínimo de producción. Resolución del contrato por su inobservancia por parte del agente .....	535
f) Revocación por simple voluntad del comitente en caso de contrato sin plazo .....	536

### D) CONCESIÓN EN EL DERECHO PRIVADO

§ 294. El porqué de esta denominación .....	537
§ 295. La concesión en el derecho privado .....	537
§ 296. La concesión en el comercio actual .....	537
a) Concesión para la venta y para la prestación de servicios .....	538
b) Concesión para la venta. Su importancia .....	538
§ 297. Contrato de concesión para la venta de bienes fabricados por el concedente .....	539
§ 298. Concesión como un modo de intermediación .....	539
§ 299. Función del concesionario .....	539
§ 300. Significado del término "concesión" en derecho privado .....	540
§ 301. Contrato de concesión y figuras contractuales clásicas .....	541
§ 302. Aspectos caracterizantes .....	541
§ 303. Contrato de concesión como contrato con cláusulas normativas .....	543
§ 304. La concesión comercial constituye una concentración vertical de empresas .....	544
a) Concentración vertical de empresas .....	546
b) Finalidades prácticas de esta concentración vertical .....	546
c) Predominio del concedente en la relación jurídica con el concesionario .....	546
§ 305. Obligaciones impuestas al concesionario como consecuencia de la integración vertical .....	547
a) Obligaciones de hacer .....	548
b) Obligaciones de no hacer .....	549
§ 306. Obligaciones del concedente .....	549
§ 307. Exclusividad a cargo del concesionario .....	549
§ 308. Comparación del contrato de concesión con otras figuras jurídicas .....	551
a) Compraventa .....	552
b) Suministro .....	552
c) Mandato .....	553



d) Distribuidor de productos .....	553
e) Encargado de ventas .....	553
309. Concesión para la prestación de servicios. Concesionario de bufé .....	554

**E) "FRANCHISING" (FRANQUICIA)**

310. Noción .....	555
311. Terminología .....	556
312. Antecedentes .....	557
313. Concepto de "franchising" en la práctica mercantil de los Estados Unidos de América y la Unión Europea .....	558
314. Función .....	561
315. Conceptualización .....	563
316. El "franchising" (franquicia) es un contrato de colaboración comercial .....	564
317. Origen y desarrollo .....	565
318. El "franchising" como estrategia de diversificación ...	567
319. El "franchising" como estrategia de mercadotecnia ..	567
320. Clasificación .....	567
a) "Franchising" de producto y marca registrada ....	567
b) Negocio "llave en mano" o "paquete" .....	568
321. Clases .....	568
a) "Franchising" de servicio .....	568
b) "Franchising" de distribución .....	568
322. Rasgos característicos .....	568
a) Inversión mínima para el franquiciante (franquiciador) .....	568
b) Imagen de la marca .....	568
c) Asistencia permanente del franquiciante al franquiciado .....	569
d) Poder negociador en favor de los franquiciados frente a proveedores y entidades financieras .....	569
e) Negocios estables .....	569
f) "Know how" .....	569
323. Elementos del contrato de "franchising" .....	569
324. Obligaciones del "franchisee" (franquiciado) .....	571
a) Compras de elementos necesarios para el franquiciado en lugares determinados .....	571
b) Disciplina de grupo .....	571
c) Información al franquiciante .....	571

§ 325.	Tendencia a la absorción de los franquiciados por los franquiciantes .....	572
§ 326.	Formas más rígidas de "franchising" .....	572
§ 327.	Comparación del "franchising" con el contrato de distribución .....	573
§ 328.	"Franchising" y concesión .....	574
§ 329.	"Franchising" y ley de defensa de la competencia ....	578
§ 330.	Posibilidad de competencia desleal en el "franchising" .....	579
§ 331.	Responsabilidad del franquiciante por hechos del franquiciado .....	580
§ 332.	Responsabilidad del franquiciante por ruptura unilateral del contrato .....	581
§ 333.	"Franchising" y partenariado .....	582
§ 334.	Otra nueva clasificación .....	582
§ 335.	Contrato de pilotaje .....	583

## F) SUMINISTRO

§ 336.	Concepto .....	584
§ 337.	Función .....	585
§ 338.	Diferencias con la compraventa .....	585
§ 339.	¿Bienes en general o sólo cosas? .....	586
§ 340.	Es un contrato de duración .....	586
§ 341.	Precio .....	587
§ 342.	Pacto de exclusividad .....	588
§ 343.	Suscripción a periódicos .....	589
§ 344.	Normativa aplicable .....	589
§ 345.	Contrato celebrado sin plazo .....	590
§ 346.	Indemnización por ruptura intempestiva .....	591
§ 347.	Clases de suministro .....	591
	a) Para su enajenación posterior (reventa) .....	591
	b) Para consumo del suministrado .....	592
	c) Locación de cosas .....	592
	d) Uso .....	592
§ 348.	Contrato de aprovisionamiento .....	592