

## **EVOLUCIÓN Y ACTUALIDAD DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN ARGENTINA Y EL MERCOSUR**

**Pablo Martín Truscello**

### **Resumen**

En el presente trabajo analizaremos la evolución del Derecho del Consumidor y su estado actual en la Argentina y en el Mercosur, pues entendemos que la tutela de este derecho fundamental, ya sea en el ámbito del Mercosur o en los ordenamientos jurídicos nacionales de los miembros plenos<sup>1</sup>, no muestra el avance que se hubiera requerido en la actualidad. La postergada aprobación del proyecto de Protocolo de Defensa del Consumidor del Mercosur, y la insuficiente legislación existente en la materia en algunos Estados en la región, da cuenta de ello. Consecuentemente, el mecanismo de producción, distribución y consumo desarrollado por esta sociedad consumista, propicia el terreno para que se concreten relaciones de consumo, muchas veces, signadas por cierto grado de injusticia e inseguridad jurídica.

### **Abstract**

In this paper we analyze the evolution of consumer law and its current status in Argentina and Mercosur, as we understand that the protection of this fundamental right, whether in the context of Mercosur or national legal full members, does not show the progress that has been required at present. The delayed adoption of the draft Consumer Protection Protocol of Mercosur, and insufficient existing legislation on the subject in any in the region, realize it. Consequently, the mechanism of

---

<sup>1</sup> Son miembros plenos del Mercosur la República Argentina, la República Federativa del Brasil, la República Oriental del Uruguay, la República del Paraguay y la República Bolivariana de Venezuela.

production, distribution and consumption developed by this consumerist society, leads the way for consumer relations materialize, often marked by a degree of injustice and legal uncertainty

### **Palabras claves**

Defensa del Consumidor. Consumidor. Mercosur. Países miembros del Mercosur. Protocolo de Defensa del Consumidor del Mercosur.

### **Keywords**

Consumer Protection. Consumer. Mercosur. Mercosur member countries. Consumer Protection Protocol of Mercosur.

## **1. Introducción**

La evolución del derecho del consumidor a nivel internacional se ha dado de manera constante, y podemos indicar como punto de inicio de este proceso evolutivo la Revolución Francesa. Pero es en la actualidad donde observamos que este derecho, a diferencia de otras épocas, ha encontrado mayor desarrollo y relevancia, debido a que el consumidor, como parte débil en los distintos tipos de relaciones de consumo, requiere cada vez más protección en una sociedad consumerista.

Si buscamos un momento concreto, en el tiempo, en el cual los derechos del consumidor comenzaron a estar presente en las agendas políticas, debemos señalar la década de los sesenta, del siglo pasado<sup>2</sup>. Esto ha sido impulsado por el

---

<sup>2</sup> Como ejemplo de nuestra afirmación, podemos tomar el hito histórico utilizado por el jurista argentino Fulvio G. Santarelli (2009) quien, al explicar este mismo punto, indica que la primera vez que los derechos de los consumidores fueron considerados en un plan de gobierno, fue el 15 de marzo de 1962, en el famoso discurso del entonces Presidente de los EE.UU., John F. Kennedy, en el cual 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. El autor que

surgimiento de la denominada sociedad industrial. Con respecto a ello, el jurista argentino Atilio A. Alterini (1996) explica que dicha sociedad industrial tuvo que abastecer a una población en crecimiento, incorporando el uso intensivo del capital para poder aplicar la ciencia a aquel proceso de producción de bienes.

Claro está que Argentina no ha quedado exenta de las consecuencias producidas por esta “revolución consumerista” y ha optado por regular el derecho al consumo dándole raigambre constitucional. Así, el artículo 42 de la Constitución Nacional garantiza a los consumidores y usuarios de bienes y servicios el 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<sup>3</sup>. Pero también, a nivel infraconstitucional, a través de la ley 24.240<sup>4</sup> -reformada por ley 26.361- este derecho se encuentra regulado.

Así las cosas, y más allá de la regulación nacional, existe un contexto internacional -y sobre todo regional- que no puede desconocerse. Los constantes cambios económicos y la creciente globalización<sup>5</sup>, generan la necesidad de crear,

---

seguimos en este punto, explica que este hito americano tuvo decidida influencia en Europa, en donde el fenómeno comienza a diseminarse en la década del sesenta, principalmente en Francia, en la entonces República Federal Alemana y en el Reino Unido.

<sup>3</sup> Recuperado de <http://www.senado.gov.ar/web/interes/constitucion/capitulo2.php>

<sup>4</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>

<sup>5</sup> Nos referimos al sentido más amplio y genérico del término. Interesante es la definición aportada por el politólogo alemán Joachim Hirsch (1996), quien dice que cuando se habla de globalización pueden diferenciarse analíticamente varios niveles de significados: (i) en lo técnico, lo relaciona con la implantación de las nuevas tecnologías, y especialmente, con las revoluciones tecnológicas. Esto se vincula con las modernas posibilidades de elaboración y transferencia de información. Con gran rapidez y de manera “on line” se pueden unir regiones muy distantes. Este desarrollo sirve para el desarrollo de lo que se suele conocer como “aldea global”; (ii) en lo político, cuando se habla de globalización se hace referencia a la finalización de la “guerra fría” y a la división del mundo en dos bloques enemigos derivada de la misma. Tras la caída de la Unión Soviética, se presenta como definitiva la victoria del modelo democrático liberal. Estados Unidos se convierte mundialmente en una potencia militar dominante sin restricciones; (iii) en lo ideológico-cultural, puede entenderse la globalización como la universalización de determinados modelos de valor; por ejemplo, el reconocimiento general de los principios liberales democráticos y de los derechos fundamentales; sin embargo, también puede entenderse como la generalización del modelo de consumo capitalista. Este desarrollo se vincula fuertemente con la formación de monopolios de los medios de comunicación de masas; (iv) Por último, en lo económico, el autor al que seguimos dice que el concepto hace

entre los Estados, distintos grados de integración regional, para satisfacer intereses o fines económicos y políticos comunes, eliminar progresivamente las diferencias entre los espacios económicos y, fundamentalmente, lograr una mejor inserción en la economía internacional (Laredo, 1994). En consonancia con esta idea, en el Tratado de Asunción<sup>6</sup>, que el 26 de marzo de 1991 creó el Mercado Común del Sur (Mercosur) se afirma que dicha integración regional se hace “Teniendo en cuenta la evolución de los acontecimientos internacionales, en especial la consolidación de grandes espacios económicos y la importancia de lograr una adecuada inserción internacional para los países” (Tratado de Asunción, 1991, p. 2).

## **2. Derechos del Consumidor como proceso y sus consecuencias actuales**

Debemos destacar que la protección a los derechos del consumidor es el resultado de un largo proceso. Su evolución es tratada por varios autores que se han dedicado al tema, entre los que se encuentra Ricardo Luis Lorenzetti, quien establece que la ciencia consumerista se ha construido a lo largo de trabajosas luchas para la obtención de estatutos particulares (2009). El magistrado, destaca que esta disciplina ha recibido denominaciones distintas, y que más allá del debate sobre los nombres, el denominado Derecho del consumo, se debe analizar dentro del Derecho a la regulación económica o Derecho del mercado, porque propone regular el mercado mediante dos grandes áreas: el Derecho de la competencia y el Derecho del consumo. Este abordaje tiene la indudable ventaja de la coherencia, porque permite compatibilizar la oferta de bienes y servicios mediante una adecuada regulación de la competencia, la publicidad, la lealtad comercial, por un lado y, por el otro, el consumo, estableciendo su sustentabilidad. Es un abordaje desarrollado en

---

referencia a la liberación del tráfico de mercancías, servicio, dinero y capitales; a la internalización de la producción y también a la posición cada vez más dominante de las empresas multinacionales.

<sup>6</sup> Recuperado de  
[http://www.mercosur.int/innovaportal/file/719/1/CMC\\_1991\\_TRATADO\\_ES\\_Asuncion.pdf](http://www.mercosur.int/innovaportal/file/719/1/CMC_1991_TRATADO_ES_Asuncion.pdf)

el Derecho Público, aunque también se registran experiencias desde el Derecho Privado. Coincidimos con el autor citado precedentemente en que no es adecuada la denominación “Derecho del consumo”, porque diluye el principio protectorio, que es la fuente normativa sustancial, siendo más ajustado hablar del Derecho de los consumidores, como aquel que se basa en el principio protectorio, ya que así nació históricamente y así quedó configurado sistemáticamente en la mayoría de los ordenamientos que lo recogieron mediante una norma constitucional protectoria, dentro de la amplia evolución de los derechos humanos (Lorenzetti, 2009). Asimismo, el profesor Jean Calais Auloy (1992) afirma que la defensa de los consumidores es uno de los temas claves de la sociedad moderna e industrial en que vivimos, calificada, precisamente, como “sociedad de consumo”, expresión que señala el ansia de bienes y servicios que se ha apoderado de occidente después de las privaciones que trajo aparejada la segunda Guerra Mundial. Los consumidores, en este tipo de sociedades, aparecen como las víctimas de un conjunto de abusos y daños, contra los cuales las reglas del Derecho común constituyen una protección ilusoria<sup>7</sup>.

Fulvio G. Santarelli (2009) afirma, respecto a la sociedad de consumo, que:

La explosión industrialista de mediados del siglo XX que combinó uso intensivo de capital y ciencia, hoy derivó en la sociedad tecnológica; caracterizada por la innovación permanente; la cual se genera en la oferta de los bienes y servicios y se presenta al mercado masivo influyendo en los hábitos no ya de consumo, sino de vida. De este modo los bienes y servicios compiten por estar cada vez más presentes en las decisiones presupuestarias de sus clientes, creando la necesidad en el consumidor a partir de la mentada innovación, aparece la necesidad de fidelización; el valor de la marca; la presencia social de las empresas; todo vinculado ya no a que consuma, sino que “vuelva” a consumir (p. 19).

El profesor y Doctor en Jurisprudencia Carlos Alberto Gherzi (2005) explica que, habitualmente, hablamos de “consumo”, “consumir” y “consumidores” sin darles el valor ideológico que esos vocablos contienen. Se los suele mencionar

---

<sup>7</sup> Recuperado de [http://www.derecho.duad.unam.mx/amicus-curiae/descargas/junio09/DERECHOS\\_CONSUM\\_PERSPECT\\_INTNAL.pdf](http://www.derecho.duad.unam.mx/amicus-curiae/descargas/junio09/DERECHOS_CONSUM_PERSPECT_INTNAL.pdf)

mecánicamente, vacíos de contenido, y ello se hace precisamente para evitar profundizar la cuestión, que es de trascendental importancia toda vez que en torno a ella se construyó la sociedad, un modo de vida y una forma de pensamiento que sustituyó los valores inmanentes en la comunidad, por los de su propia axiología: la cultura del consumismo frívolo y marginador.

Analizando el término “consumo”, interesante resulta resaltar lo indicado por Ghersi:

Para nosotros, “consumo” es una estructura –como ubicación de cada actor o agente social-en relación con los recursos y las restricciones socioeconómica y jurídica, propia del sistema de economía capitalista, imprescindible para su existencia y reproducción, que ejercen sobre el individuo y su vida una presión que lo convierten, a él y a la comunidad, en una forma muy especial, que ha dado en llamarse “sociedad de consumo (p. 4).

Agrega el autor que, el consumo es el resultado de la generación de un sistema de producción de bienes que las empresas no pueden dejar de elaborar, creando con ellos condicionamientos sociales que deben ser regulados por el derecho de una manera determinada, ya que esos condicionamientos sociales se presentan como una situación de dominación.

### **3. Evolución del concepto “Consumidor” y su tratamiento en los países miembros del Mercosur.**

En un principio el concepto de consumidor se relacionaba con aquellas personas compradoras de productos alimenticios y/o farmacéuticos, pero con el tiempo esta consideración fue ampliada. Así, se ha llegado a un concepto amplio del consumidor que reúne los elementos comunes que hacen a las definiciones y caracterizaciones del mismo. La ley 24.240 de Defensa del Consumidor de Argentina<sup>8</sup>, el Código del Consumidor del Brasil ley 8.078<sup>9</sup>, la ley 17.250 de Defensa del Consumidor del

---

<sup>8</sup> Site cit.

<sup>9</sup> Recuperado de <http://www.slideshare.net/consumidorbo/ley-de-defensa-del-consumidor-brasil>

Uruguay<sup>10</sup>, la ley 1.334<sup>11</sup> de Defensa del Consumidor y del Usuario del Paraguay, la ley 37.930 de Protección al Consumidor y al Usuario<sup>12</sup> de la República Bolivariana de Venezuela, la Resolución 123/96<sup>13</sup> del Grupo Mercado Común/Mercosur y las directrices de la ONU de 1985<sup>14</sup>, definen al consumidor como sujeto del tráfico económico frente a la empresa organizada, con lo cual se perfila la idea del consumidor final de bienes y servicios para uso privado. En este sentido, hoy se puede definir al consumidor, básicamente, como toda persona física o jurídica que adquiere bienes (cosas o servicios) como destinatario final de los mismos, es decir, con el propósito de no volver a introducirlos nuevamente en el mercado. En otras palabras, es otro eslabón en la cadena de producción-distribución-comercialización<sup>15</sup>.

Para el profesor uruguayo Guillermo Pena Fernández<sup>16</sup> (2012) el concepto de consumidor, que surge de la interpretación del artículo 2º de la ley 17.250 de Defensa del Consumidor del Uruguay, se encuentra en la expresión “destinatario final”, y concluye que la norma confirma que lo esencial en la determinación de quién es consumidor no está en su inserción en un proceso de comercialización o producción, sino en su calidad de destinatario final. Según el autor uruguayo, la ley 17.250 se encarga de definir a la figura del consumidor en el artículo 2º, cuando establece que consumidor es toda persona, tanto física como jurídica, que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo o

---

<sup>10</sup> Recuperado de <http://colegializacion.wordpress.com/2011/02/19/ley-17250-defensa-del-consumidor-del-17082000/>

<sup>11</sup> Recuperado de <http://www.bcp.gov.py/resoluciones/superseguro/Ley%20de%20Defensa%20del%20Consumidor.pdf>

<sup>12</sup> Recuperado de <http://web.laoriental.com/leyes/L060n/L060nT1Cap0.htm>

<sup>13</sup> Site cit.

<sup>14</sup> Recuperado de [http://www.consumersinternational.org/media/33875/consumption\\_sp.pdf](http://www.consumersinternational.org/media/33875/consumption_sp.pdf)

<sup>15</sup> Recuperado de [http://www.unne.edu.ar/Web/cyt/cyt/2000/1\\_sociales/s\\_pdf/s\\_006.pdf](http://www.unne.edu.ar/Web/cyt/cyt/2000/1_sociales/s_pdf/s_006.pdf)

<sup>16</sup> Recuperado de <http://ijeditores.com/articulos.php?idarticulo=48768&print=2>

en función de ella. Resaltando que, el artículo mencionado, no considera consumidor o usuario a aquel que, sin constituirse en destinatario final, adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación o comercialización.

El Código de Defensa del Consumidor del Brasil, también define, en su artículo 2º, al consumidor como "...toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza producto o servicio como destinatario final". La jurista brasilera Claudia Lima Marques (2006) explica que, teniendo en cuenta dicho código, para que el sujeto sea considerado consumidor deberá retirar el bien del mercado para adquirirlo o simplemente utilizarlo, poniendo fin a la cadena de producción, por no emplearlo profesionalmente. Por lo tanto, no podrá ser considerado consumidor final aquella persona que adquiera un bien para seguir produciendo o para transformar el bien adquirido y ofrecer otro producto distinto.

El artículo 4º apartado "a" de la ley 1.334, de Defensa del Consumidor y Usuario del Paraguay, también considera consumidor a aquella persona que ha adquirido un bien o servicio como destinatario final. El artículo comentado describe como consumidor y usuario a "...toda persona física o jurídica, nacional o extranjera que adquiera, utilice o disfrute como destinatario final de bienes o servicios de cualquier naturaleza". Ahora bien, el artículo 4º apartado "a" de la ley 1.334 debe ser analizado junto al artículo 5º de la misma ley, ya que establece que "...relación de consumo es la relación jurídica que se establece entre quien a título oneroso, provee un producto o presta un servicio y quien lo adquiere o utiliza como destinatario final". A la luz de estos dos artículos, podemos concluir que la ley de Defensa del Consumidor y Usuario Paraguaya, solo da protección a aquella persona –física o jurídica- que haya contratado a título oneroso, quedando desprotegidos aquellos que lo hagan a título gratuito.

Venezuela ha adoptado una fórmula legislativa que difiere a la utilizada en la Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. Así, el artículo 4º de la ley 37.930 de Protección al Consumidor y al Usuario define al consumidor como "...toda persona

natural que adquiera, utilice o disfrute bienes de cualquier naturaleza como destinatario final” y usuario como “...toda persona natural o jurídica, que utilice o disfrute servicios de cualquier naturaleza como destinatario final”. Podemos observar, entonces, que la ley venezolana, cuando se refiere al concepto de consumidor, no incluye a las personas jurídicas, punto que la diferencia del resto de las leyes de los miembros plenos del Mercosur.

#### **4. Origen del Mercado Común del Sur, sus valores y finalidad.**

El Mercosur es un proceso de integración regional creado en 1991 por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay<sup>17</sup> como instrumento para ayudar y facilitar la integración de las economías de los países miembros con el resto del mundo. Al inicio, el objetivo fue alcanzar un mercado común, que es la liberalización de los cuatro factores productivos dentro del bloque: bienes, capitales, personas y servicios. Luego, se propuso alcanzar una unión aduanera con la liberalización del comercio intrazona, un arancel externo común y una política comercial común del bloque.

El Mercosur es también un proyecto político, social y cultural que busca integrar a sus ciudadanos y fortalecer las capacidades de los estados miembros desde un enfoque regional. Muchos de los desafíos a los que se enfrentan los Estados en la actualidad necesitan de un abordaje regional. El cambio climático, el abastecimiento energético y la infraestructura son algunas áreas claves que desde la integración regional pueden ser abordadas más íntegramente. Pero también está la cultura, la educación, las políticas sociales que deben tener una mirada en clave región, puesto que las problemáticas afectan a muchos países también en un marco regional. En

---

<sup>17</sup> En la cumbre del Mercosur, realizada en junio de 2012, en la Ciudad de Mendoza (República Argentina) se decidió suspender a la República del Paraguay del derecho de participar en los órganos del Mercosur y en sus deliberaciones, en virtud de lo establecido por el Protocolo de Ushuaia sobre Compromiso Democrático. La suspensión de la República del Paraguay fue consecuencia de la destitución –mediante juicio político– de Fernando Lugo a su cargo de Presidente Paraguayo. Asimismo, en la cumbre mencionada, Argentina, Brasil y Uruguay resolvieron el ingreso de la República Bolivariana de Venezuela, como miembro pleno del Mercosur y la suspensión de la República del Paraguay.

suma, el Mercosur es un proyecto político, ciudadano y democrático. Un bloque regional que apuesta al desarrollo de nuestros países<sup>18</sup>.

En la pagina Web del Mercosur, se destaca que los Estados Partes que lo conforman comparten una comunión de valores que encuentran expresión en sus sociedades democráticas, pluralistas, defensoras de las libertades fundamentales, de los derechos humanos, de la protección del medio ambiente y del desarrollo sustentable, así como su compromiso con la consolidación de la democracia, la seguridad jurídica, el combate a la pobreza y el desarrollo económico y social con equidad. Entre sus objetivos se destaca la libre circulación de bienes, servicios y factores productivos entre los países, a través, entre otros, de la eliminación de los derechos aduaneros y restricciones no arancelarias a la circulación de mercaderías y de cualquier otra medida equivalente; el establecimiento de un arancel externo común y la adopción de una política comercial común con relación a terceros Estados o agrupaciones de Estados y la coordinación de posiciones en foros económico-comerciales regionales e internacionales; la coordinación de políticas macroeconómicas y sectoriales entre los Estados Partes: de comercio exterior, agrícola, industrial, fiscal, monetaria, cambiaria y de capitales, de servicios, aduanera, de transportes y comunicaciones y otras que se acuerden, a fin de asegurar condiciones adecuadas de competencia entre los Estados Partes; el compromiso de los Estados Partes de armonizar sus legislaciones en las áreas pertinentes, para lograr el fortalecimiento del proceso de integración. Por otro lado, se destacan, entre sus hitos normativos<sup>19</sup>:

- El Tratado de Asunción<sup>20</sup>, firmado en 1991, mediante el cual se establece la constitución del Bloque Regional;

---

<sup>18</sup> Recuperado de <http://www.somosmercosur.net/somos-mercosur/que-es-el-mercosur/que-es-el-mercosur.html>

<sup>19</sup> Recuperado de [http://www.mercosur.int/t\\_generic.jsp?contentid=3862&site=1&channel=secretaria&seccion=2](http://www.mercosur.int/t_generic.jsp?contentid=3862&site=1&channel=secretaria&seccion=2)

<sup>20</sup> Site cit.

- El Protocolo de Ouro Preto<sup>21</sup>, firmado en 1994, mediante el cual se define la estructura institucional del Mercosur;
- El Protocolo de Ushuaia<sup>22</sup>, firmado en 1998, estableciéndose el compromiso Democrático en el Mercosur;
- El Protocolo de Olivos<sup>23</sup>, firmado en 2002, que regula las soluciones de controversias;
- La creación del Fondo para la Convergencia Estructural del Mercosur<sup>24</sup> en 2004; y
- El Protocolo constitutivo del Parlamento del Mercosur<sup>25</sup>, firmado en 2005.

En esencia, el Mercosur fue creado con la intención de que los países miembros alcancen acuerdos relevantes en la región, y que entre ellos vean facilitadas sus relaciones económicas y comerciales, proporcionando, así, la concreción de cierta seguridad política y jurídica en la región, consolidando los vínculos económicos, políticos, jurídicos, comerciales y culturales. Asimismo, este tipo de integración implica, a su vez, una inserción, no solo regional, de los países miembros, sino también una integración en el plano internacional ya que, claro está, las negociaciones realizadas por el bloque regional tendrán mejor resultado que las negociaciones que pudieran llevar a cabo los Estados individualmente.

---

<sup>21</sup> Recuperado de <http://www.rau.edu.uy/mercosur/opretosp.htm>

<sup>22</sup> Recuperado de [http://www.mercosur.int/msweb/portal%20intermediario/es/archivos/destacado4\\_es.doc](http://www.mercosur.int/msweb/portal%20intermediario/es/archivos/destacado4_es.doc)

<sup>23</sup> Recuperado de [http://www.mercosur.int/msweb/SM/Actas%20TEMPORARIAS/CMC/XXXII%20CMC%20FINAL%20ATA%201-07/Anexo%20II%20NORMAS%20FINALES/Protocolo%20Modificadorio%20PO\\_ES.pdf](http://www.mercosur.int/msweb/SM/Actas%20TEMPORARIAS/CMC/XXXII%20CMC%20FINAL%20ATA%201-07/Anexo%20II%20NORMAS%20FINALES/Protocolo%20Modificadorio%20PO_ES.pdf)

<sup>24</sup> Recuperado de <http://www.loa.org.ar/legNormaDetalle.aspx?id=621>

<sup>25</sup> Recuperado de [http://www.mercosur.int/innovaportal/file/1104/1/2005\\_protocoloparlamentomcs\\_es.pdf](http://www.mercosur.int/innovaportal/file/1104/1/2005_protocoloparlamentomcs_es.pdf)

Desde una perspectiva académica, su creación ha despertado, a lo largo de los años, el interés de profesionales de todas las ramas quienes intentan analizar su funcionamiento y contribuir a que el Mercado Común del Sur alcance, finalmente, su objetivo.

### **5. Estado actual de la legislación en el Mercosur y en sus miembros plenos del Mercosur.**

En el ámbito del Mercosur debemos destacar aquellas resoluciones que establecen, al día de la fecha, el marco normativo del bloque regional. Así, la resolución MERCOSUR/GMC/RES N° 126/94<sup>26</sup>, mediante la cual se instruyó a la Comisión de Defensa del Consumidor a la elaboración de un reglamento común para la defensa del consumidor. Asimismo, los conceptos básicos del derecho del consumidor fueron fijados mediante la resolución MERCOSUR/GMC/RES N° 123/96<sup>27</sup>; los derechos básicos del consumidor se enumeraron mediante la resolución MERCOSUR/GMC/RES. N° 124/96<sup>28</sup>, siendo en esta norma donde se garantiza el derecho a la libertad de elección y tratamiento igualitario cuando el consumidor contrate; la protección a la salud y seguridad del consumidor fueron destacados por la resolución MERCOSUR/GMC/RES N° 125/96<sup>29</sup>; la publicidad de los productos está regulada por la resolución MERCOSUR/GMC/RES N° 126/96<sup>30</sup> y las garantías contractuales en la resolución MERCOSUR/GMC/RES N° 127/96<sup>31</sup>.

---

<sup>26</sup> Recuperado de <http://www.mercosur.int/innovaportal/v/387/1/secretaria/busqueda> en la base de datos documental

<sup>27</sup> Site cit.

<sup>28</sup> Site cit.

<sup>29</sup> Site cit.

<sup>30</sup> Site cit.

<sup>31</sup> Site cit.

### **5.1. República Federativa del Brasil**

En la República Federativa del Brasil, la protección al Consumidor está dada por el Código de Defensa del Consumidor<sup>32</sup> de 1990 que representa el gran hito normativo de la historia de la defensa del Consumidor en dicho país.

### **5.2. República Oriental del Uruguay**

En la República Oriental del Uruguay, la defensa del Consumidor está regulada por la ley 17.250<sup>33</sup>, denominada ley de Relaciones de Consumo, del 11 de agosto de 2000 y la Ley 18.507<sup>34</sup>, del 26 de junio de 2009, mediante la cual se establece el procedimiento aplicable en las causas judiciales originadas en la relación de consumo comprendidas en la ley 17.250.

### **5.3. República del Paraguay**

La República del Paraguay ha dictado, el 27 de octubre de 1998, la ley 1.334<sup>35</sup> para la defensa del Consumidor y del Usuario, la que fuera ampliada mediante Ley 2340/03 el 26 de diciembre de 2003.

### **5.4. República Bolivariana de Venezuela**

La República Bolivariana de Venezuela ha dictado la ley de protección al consumidor y al usuario<sup>36</sup>, publicada en la Gaceta Oficial N° 37.930 del 4 de mayo de

---

<sup>32</sup> Site cit.

<sup>33</sup> Site cit.

<sup>34</sup> Recuperado de <http://200.40.229.134/leyes/AccesoTextoLey.asp?Ley=1ay07&Anchor>

<sup>35</sup> Site cit.

2004, que derogó la ley de de protección de los intereses de los consumidores y usuarios vigente desde diciembre de 1995.

Asimismo, Hugo Chávez, en ejercicio de la atribución que le confiere el numeral 8 del artículo 236 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, y de conformidad con lo dispuesto por el artículo 1º, numerales 1 y 4 de la ley que autoriza al Presidente de dicha República dictar Decretos con Rango, Valor y Fuerza de Ley en las materias que se delegan al Consejo de Ministros, dictó, mediante el Decreto 6.092 del 27 de mayo de 2008 la Ley para la defensa de las personas en el acceso a los bienes y servicios, complementaria a la Ley de protección al consumidor y al usuario.

### **5.5. República Argentina**

En la República Argentina se encuentra bastamente regulado el derecho al consumidor. En primer lugar, su protección fue recepcionada por la Constitución Nacional en el capítulo Segundo, en el cual se tratan los denominados nuevos derecho y garantías. Mediante el artículo 42 se le da jerarquía constitucional, estableciendo 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. Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios. La legislación establecerá procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos, y los marcos regulatorios de los servicios públicos de competencia nacional, previendo la necesaria participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las provincias interesadas, en los organismos de control.

Asimismo, un conjunto de leyes y resoluciones tutelan el derecho del consumidor recepcionado por la carta magna, entre las que destacamos:

---

<sup>36</sup> Site cit.

- Ley 24.240<sup>37</sup> (modificada por ley 26.361) establece las principales disposiciones respecto a la protección y defensa de los consumidores; como también la autoridad de aplicación, los procedimientos y sanciones;
- Ley 25.065<sup>38</sup>, establece las normas de regulación del sistema de tarjetas de crédito, compra y débito;
- Ley 22.802<sup>39</sup> de lealtad comercial, regula la publicidad, la comercialización y el envasado;
- Ley 19.511<sup>40</sup> de Metrología Legal, establece la vigencia de las unidades del Sistema Métrico Legal Argentino – SI.ME.L.A, basado en el sistema métrico decimal;
- Ley 25.156<sup>41</sup> de defensa de la competencia, que prohíbe y sanciona los actos o conductas, de cualquier forma manifestados, relacionados con la producción e intercambio de bienes o servicios, que tengan por objeto o efecto limitar, restringir, falsear o distorsionar la competencia o el acceso al mercado o que constituyan abuso de una posición dominante en un mercado, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general.
- La Resolución 616/98<sup>42</sup>, mediante la cual se crea el Consejo Consultivo de los Consumidores para tratar asuntos inherentes a la defensa del consumidor, conforme la Ley 24.240 y normas complementarias, en el ámbito de la Secretaria de Industria, Comercio y Minería;

---

<sup>37</sup> Recuperado de <http://www.consumidor.gov.ar/informacion-legal/>

<sup>38</sup> Recuperado de <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/55000-59999/55556/texact.htm>

<sup>39</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/19946/texact.htm>

<sup>40</sup> Recuperado de <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/45000-49999/48851/texact.htm>

<sup>41</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/60016/texact.htm>

<sup>42</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/50000-54999/53211/norma.htm>

- La Resolución 906/98<sup>43</sup>, que establece medidas mínimas para la letra de los contratos de consumo y reglamenta el modo de informar el derecho de revocación según el artículo 34 de la Ley 24.240;
- La Resolución 134/98<sup>44</sup>, que indica la información que deberán suministrar mensualmente a la autoridad de aplicación las Entidades bancarias, financieras y de cualquier otra índole que emitan tarjetas de crédito, de compra y/o pago;
- La Resolución 313/98<sup>45</sup>, indica la información que deberán suministrar a la autoridad de aplicación las entidades financieras que otorgan créditos hipotecarios en relación a operaciones destinadas a la adquisición de viviendas;
- La Resolución 461/99<sup>46</sup>, establece las disposición a la que se deben ajustarse las asociaciones de consumidores constituidas como asociaciones civiles con personería jurídica, de acuerdo a los artículos 55, 56 y concordantes de la ley 24.240 para funcionar en el ámbito Nacional;
- El Decreto 561/99<sup>47</sup>, incluye dentro de la modalidad de venta domiciliaria o directa la contratación que resulte de una convocatoria al consumidor al establecimiento del proveedor u otro sitio, cuando el objeto de dicha convocatoria sea total o parcialmente distinto al de la contratación;
- La Resolución 387/99<sup>48</sup>, dispone que las entidades que otorgan créditos prendarios sobre automotores cero kilómetro informen trimestralmente a la

---

<sup>43</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/55000-59999/55384/norma.htm>

<sup>44</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/45000-49999/49559/norma.htm>

<sup>45</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/50000-54999/50830/norma.htm>

<sup>46</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/55000-59999/58624/texact.htm>

<sup>47</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/55000-59999/57825/norma.htm>

<sup>48</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/55000-59999/58100/norma.htm>

autoridad de aplicación de la ley 24.240 sobre el costo financiero total y el valor de la cuota total de esas operaciones;

- La Resolución 678/99<sup>49</sup>, establece que los establecimientos de educación privados incorporados a la enseñanza oficial, deberán informar anualmente a la Dirección Nacional de Comercio Interior el valor total de la cuota mensual que perciben por la prestación del servicio educativo para cada nivel de enseñanza;
- La Resolución 54/2000<sup>50</sup>, de medicina prepaga, la cual regula el valor de la cuota mensual;
- La Resolución 75/2002<sup>51</sup>, indica la información que deberán suministrar cuatrimestralmente a la Dirección Nacional de Comercio interior, las compañías de seguros autorizadas por la Superintendencia de Seguros de la Nación a operar en el ramo de automotores, en relación al valor mensual de los premios de los seguros de automotores que ofrecen al mercado y al valor asegurado de los mismos;
- La Resolución 8/2003<sup>52</sup>, indica la información anual que deberán presentar, las universidades privadas, referida a los precios que perciben por la prestación del servicio universitario, con el fin de que los usuarios puedan conocer la variedad de la oferta y adoptar la decisión que convenga a sus intereses;
- La Resolución 37/2003<sup>53</sup>, establece que las empresas prestadoras del servicio de telefonía celular móvil deberán informar mensualmente a la

---

<sup>49</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/60064/norma.htm>

<sup>50</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/62868/texact.htm>

<sup>51</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/80000-84999/80799/norma.htm>

<sup>52</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/80000-84999/81860/norma.htm>

<sup>53</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/80000-84999/83458/norma.htm>

autoridad de aplicación de la Ley 24.240 la totalidad de planes ofrecidos en todas las modalidades posibles de prestación del servicio;

- La Resolución 53/2003<sup>54</sup>, determina las cláusulas que no podrán ser incluidas en los contratos de consumo, por ser opuestas a los criterios establecidos en el artículo 37 de la Ley 24.240 y su reglamentación;
- La Ley 25.542<sup>55</sup> establece que los editores, importadores o representantes de libros deben fijar un precio uniforme de venta al público (PVP) o consumidor final de los libros;
- La Resolución 102/2003<sup>56</sup>, establece la Información sobre los precios de venta al público y los precios de oferta, que deberán brindar los establecimientos minoristas respecto de una determinada canasta de bienes y,
- La Resolución 54/2004<sup>57</sup>, regula el régimen de información de los establecimientos de distribución minorista.
- Proyecto del código civil y comercial de la nación del año 2012.

## **6. La postergada aprobación del proyecto de Protocolo de Defensa del Consumidor del Mercosur**

Sin perjuicio de reconocer que el Mercado Común del Sur, mediante resolución MERCOSUR/GMC/RES N° 126/94<sup>58</sup>, instruyó a la Comisión de Defensa del Consumidor a la elaboración de un reglamento común para la defensa del

---

<sup>54</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/80000-84999/84410/norma.htm>

<sup>55</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/70000-74999/71549/norma.htm>

<sup>56</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/90000-94999/90608/norma.htm>

<sup>57</sup> Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/95000-99999/95152/norma.htm>

<sup>58</sup> Recuperado de [http://www.mercosur.int/innovaportal/v/387/1/secretaria/busqueda\\_en\\_la\\_base\\_de\\_datos\\_documental](http://www.mercosur.int/innovaportal/v/387/1/secretaria/busqueda_en_la_base_de_datos_documental)

consumidor, vemos la precariedad en la regulación del derecho de libertad de elección del consumidor en el Mercosur. Asimismo, dicha resolución establece que mientras no se apruebe un reglamento común para la defensa del consumidor, se debe aplicar la legislación nacional vigente en cada país, de forma no discriminatoria. De esta manera, lejos de conseguir la seguridad jurídica requerida, se nos plantea la necesidad de analizar la tan buscada armonización de la legislación sobre el tema. Pero esto sigue siendo postergado, atento a que aún el reglamento no se encuentra concluido<sup>59</sup> y la defensa del derecho al consumidor ha quedado tan solo regulada por una serie de resoluciones que resaltan, en sus considerandos, que el proceso de armonización en esta materia es parcial, razón por la cual a medida que se avance en ese proceso se podrá considerar la complementación de los conceptos actualmente acordados y la realización de las adecuaciones que los miembros plenos consideren necesarias.

El autor brasilero, Luiz Carlos Pavan (1997) destaca que “...en los procesos de integración, además de un sistema eficiente tiene que existir una armonización, tanto para brindar protección uniforme como para influir positivamente sobre las asimetrías inexistentes”. Sin embargo, este autor resalta que han sido pocos los avances para hacer efectiva la protección del consumidor en el Mercosur y, por ende, esto tiene incidencia en distintos órdenes de acuerdo al grado de profundidad que va adquiriendo la integración<sup>60</sup>.

En ese débil contexto de protección, el Mercosur solo ha avanzado en conceptos básicos del derecho del consumidor mediante el dictado de la resolución MERCOSUR/GMC/RES N° 123/96<sup>61</sup>; los derechos básicos del consumidor a través de la resolución MERCOSUR/GMC/RES. N° 124/96<sup>62</sup>, siendo en esta norma donde

---

<sup>59</sup> El reglamento común para la defensa del consumidor no ha sido concluido, debido a que Brasil se ha opuesto a su redacción sosteniendo que la entrada en vigencia de éste implicaría bajar la protección del derecho al consumidor brasilero.

<sup>60</sup> Recuperado de <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd51/protecc.pdf>

<sup>61</sup> Site cit.

<sup>62</sup> Site cit.

se garantiza el derecho a la libertad de elección y tratamiento igualitario cuando el consumidor contrate; la protección a la salud y seguridad del consumidor fue establecida en la resolución MERCOSUR/GMC/RES N° 125/96<sup>63</sup>; la publicidad de los productos está regulada por la resolución MERCOSUR/GMC/RES N° 126/96<sup>64</sup> y las garantías contractuales en la resolución MERCOSUR/GMC/RES N° 127/96.<sup>65</sup>

## **7. Conclusión**

Podemos advertir que el desarrollo de la defensa de los derechos del consumidor en Argentina ha sido basto, con algunas deficiencias que no corresponden señalar a los fines de este trabajo, al igual que en Brasil. Es evidente, luego de lo desarrollado, que estos dos países se encuentran un paso al frente con respecto al resto los países miembros del Mercosur, en lo referido a protección del consumidor.

Así las cosas, el mayor déficit legislativo lo encontramos en el Mercosur, y no sería nuevo señalar, que a lo largo de los años la doctrina se ha planteado interrogantes referidos a la forma en la cual el Mercosur debería regular los derechos del consumidor. Tema pendiente que aun sigue sin ser resuelto. Como es sabido, uno de los motivos por el cual el reglamento común para la defensa del consumidor no ha sido concluido, es que Brasil se ha opuesto a su redacción, sosteniendo que la entrada en vigencia de éste implicaría bajar la protección del derecho al consumidor brasilero. Pero, sin perjuicios de que las trabas políticas deben ser superadas previamente, sostenemos que es fundamental lograr una respuesta consensuada en el ámbito del Mercosur, para finalmente lograr una debida armonización, atento a que, como lo afirma jurista argentino Ciuro Caldani

---

<sup>63</sup> Site cit.

<sup>64</sup> Site cit.

<sup>65</sup> Site cit.

(1997)<sup>66</sup>, la sociedad de consumo necesita del consumidor para mantener el sistema económico pero lo impulsa, a menudo, a contratar a través de presiones (principalmente propagandísticas) e incluso engaños a los que lo somete. Estas prácticas abusivas, a las cuales el consumidor se ve sometido a diario, se vuelven aun mas graves en el ámbito mercosureño, donde no existen reglas claras en la materia y aumenta la posibilidad que se concrete un daño, siendo el principal damnificado aquel que se muestra como la parte mas débil de las relaciones de consumo.

Por otro lado creemos necesario advertir al lector que este trabajo ha sido extraído de una investigación mayor, perteneciente a la tesis que estamos elaborando en el marco del Doctorado en Derecho, con orientación en Derecho Privado, dictado en la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (U.C.E.S. en la que el punto central de la misma es la libertad de elección del consumidor en la Argentina y el Mercosur. Allí sostenemos que, a pesar de la basta regulación de este derecho en la Argentina, la insuficiente regulación en el Mercosur, la influencia que ejercen las empresas mediante la función económica que tienen en las operaciones comerciales, sumado a las tendencias generadas por una sociedad de consumo, afectan la libre elección del consumidor, derecho fundamental de la persona humana, que debe ser resguardado nacional y regionalmente.

En efecto, la situación comentada en el párrafo precedente, sumada a la falta de una armonización normativa mercosureña, y a las relaciones de consumo cada vez más complejas –que pueden darse a nivel nacional o regional- nos invita a reflexionar sobre la amplitud, influencia, calidad e importancia de la libertad de elección del consumidor en Argentina y en el Mercosur.

## **8.- Bibliografía**

---

<sup>66</sup> Recuperado de <http://www.cartapacio.edu.ar/ojs/index.php/iyd/article/viewFile/664/1262>

Alterini, A. El consumidor en la sociedad postmoderna. *La Ley*, 1996 – E, p. 818.

Calais-Auloy, J. (1992). *Droit de la consommation*. Paris: Dalloz. Recuperado de  
[http://www.derecho.duad.unam.mx/amicus-  
curiae/descargas/junio09/DERECHOS\\_CONSUM\\_PERSPECT\\_INTNAL.pdf](http://www.derecho.duad.unam.mx/amicus-curiae/descargas/junio09/DERECHOS_CONSUM_PERSPECT_INTNAL.pdf)

Caldani, C. (1997). *La debilidad del consumidor en la sociedad de consumo*.  
Recuperado de  
<http://www.cartapacio.edu.ar/ojs/index.php/iyd/article/view/774/586>

Gherzi, C. A. (2005). *Cuantificación Económica. Contratos de Consumo*. Buenos Aires: Astrea.

Laredo, I. (1994). *América latina en el sistema internacional. La integración regional como herramienta de transformación de "status". Estado, Mercado y Sociedad en el Mercosur. Pautas para su viabilización*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario.

Lima Marques, C., Miragem B. y Herman Benjamim A. (2006). *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor (2ª ed.)*. San Pablo: Revista dos Tribunais.

Lorenzetti, R. L. (2009). *Consumidores segunda edición actualizada*. Buenos Aires: Rubinzal – Culzoni Editores.

Pavan, L. C. (1997). *La protección del consumidor en el Mercosur. Análisis comparativo de los sistemas de Argentina, Brasil y Chile*. Recuperado de  
<http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd51/protecc.pdf>

Pena Fernández, G. (2012). Fútbol y defensa del consumidor en la jurisprudencia uruguaya. Revista del derecho del deporte. Recuperado de <http://ijeditores.com/articulos.php?idarticulo=48768&print=2>

Santarelli, F. (2009). El desarrollo del derecho de los consumidores y usuarios. En Picasso S. y Vázquez Ferreyra R. (coord.). *Ley de defensa del consumidor comentada y anotada* (pp. 17-72). Buenos Aires: La Ley.

## 9. Fuentes de Información.

Código de Defensa del Consumidor de Brasil. Recuperado de <http://www.slideshare.net/consumidorbo/ley-de-defensa-del-consumidor-brasil>

Constitución Nacional de la República Argentina. Recuperado de <http://www.senado.gov.ar/web/interes/constitucion/capitulo2.php>

Decreto 561/99 (Argentina). Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/55000-59999/57825/norma.htm>

Decreto 6.092 (Venezuela) Ley para la defensa de las personas en el acceso a los bienes y servicios. Recuperado de <http://www.suscerte.gob.ve/index.php/es/la-institucion/biblioteca-suscerte/marco-legal/leyes/260-ley-para-la-defensa-de-las-personas-en-el-acceso-a-los-bienes-y-servicios>

Directrices de la ONU de 1985. Recuperado de [http://www.consumersinternational.org/media/33875/consumption\\_sp.pdf](http://www.consumersinternational.org/media/33875/consumption_sp.pdf)

Fondo para la Convergencia Estructural del Mercosur. Recuperado de  
<http://www.loa.org.ar/legNormaDetalle.aspx?id=621>

Ley 1.334, ampliada por Ley 2340/03 (Paraguay). Recuperado de  
<http://www.bcp.gov.py/resoluciones/superseguro/Ley%20de%20Defensa%20del%20Consumidor.pdf>

Ley 17.250 (Uruguay). Recuperado de  
<http://colegalizacion.wordpress.com/2011/02/19/ley-17250-defensa-del-consumidor-del-17082000/>

Ley 18.507 (Uruguay). Recuperado de  
<http://200.40.229.134/leyes/AccesoTextoLey.asp?Ley=1ay07&Anchor>

Ley 19.511 (Argentina). Recuperado de  
<http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/45000-49999/48851/texact.htm>

Ley 22.802 (Argentina). Recuperado de  
<http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/19946/texact.htm>

Ley 24.240, reformada por Ley 26.361 (Argentina). Recuperado de  
<http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>

Ley 25.065 (Argentina). Recuperado de  
<http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/55000-59999/55556/texact.htm>

Ley 25.156 (Argentina). Recuperado de

<http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/60016/texact.htm>

Ley 25.542 (Argentina). Recuperado de

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/70000-74999/71549/norma.htm>

Ley 37.930 de Protección al Consumidor y al Usuario. Recuperado de

<http://web.laoriental.com/leyes/L060n/L060nT1Cap0.htm>

Protocolo constitutivo del Parlamento del Mercosur. Recuperado de

[http://www.mercosur.int/innovaportal/file/1104/2005\\_Protocoloparlamentomcs\\_es.pdf](http://www.mercosur.int/innovaportal/file/1104/2005_Protocoloparlamentomcs_es.pdf)

Protocolo de Olivos. Recuperado de

[http://www.mercosur.int/msweb/SM/Actas%20TEMPORARIAS/CMC/XXXII%20CMC%20FINAL%20ATA%201-07/Anexo%20II%20NORMAS%20FINALES/Protocolo%20Modificadorio%20PO\\_ES.pdf](http://www.mercosur.int/msweb/SM/Actas%20TEMPORARIAS/CMC/XXXII%20CMC%20FINAL%20ATA%201-07/Anexo%20II%20NORMAS%20FINALES/Protocolo%20Modificadorio%20PO_ES.pdf)

Protocolo de Ouro Preto. Recuperado de

<http://www.rau.edu.uy/mercosur/opretosp.htm>

Protocolo de Ushuaia. Recuperado de

[http://www.mercosur.int/msweb/portal%20intermediario/es/archivos/destacado4\\_es.doc](http://www.mercosur.int/msweb/portal%20intermediario/es/archivos/destacado4_es.doc)

Proyecto de Reforma del Código Civil y Comercial Argentino del año 2012.

Recuperado de <http://www.colabogados.org.ar/archivos/proyecto-codigo-civil-y-comercial-8842012.pdf>

Resolución 8/2003 (Argentina). Recuperado de

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/80000-84999/81860/norma.htm>

Resolución 37/2003 (Argentina). Recuperado de

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/80000-84999/83458/norma.htm>

Resolución 53/2003 (Argentina). Recuperado de

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/80000-84999/84410/norma.htm>

Resolución 54/ 2004 (Argentina). Recuperado de

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/95000-99999/95152/norma.htm>

Resolución 75/2002 (Argentina). Recuperado de

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/80000-84999/80799/norma.htm>

Resolución 102/2003 (Argentina). Recuperado de

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/90000-94999/90608/norma.htm>

Resolución 134/98 (Argentina). Recuperado de

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/45000-49999/49559/norma.htm>

Resolución 313/98 (Argentina). Recuperado de

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/50000-54999/50830/norma.htm>.

Resolución 387/99 (Argentina) Recuperado de

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/55000-59999/58100/norma.htm>

Resolución 461/99 (Argentina). Recuperado de

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/55000-59999/58624/texact.htm>

Resolución 616/98 (Argentina). Site cite.

Resolución 678/99 (Argentina). Site cite.

Resolución 906/98 (Argentina). Recuperado de

<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/50000-54999/53211/norma.htm>

RESOLUCION MERCOSUR/GMC/RES N° 123/96. Recuperado de

[http://www.mercosur.int/innovaportal/v/387/1/secretaria/busqueda en la base de datos documental](http://www.mercosur.int/innovaportal/v/387/1/secretaria/busqueda_en_la_bas_e_de_datos_documental)

RESOLUCION MERCOSUR/GMC/RES N° 124/96. Site cite.

RESOLUCION MERCOSUR/GMC/RES N° 125/96. Site cite.

RESOLUCION MERCOSUR/GMC/RES N° 126/94. Site cite.

RESOLUCION MERCOSUR/GMC/RES N° 126/96. Site cite.

RESOLUCION MERCOSUR/GMC/RES N° 127/96. Site cite.

Tratado de Asunción. Recuperado de

[http://www.mercosur.int/innovaportal/file/719/1/CMC\\_1991\\_TRATADO\\_ES\\_Asuncion.pdf](http://www.mercosur.int/innovaportal/file/719/1/CMC_1991_TRATADO_ES_Asuncion.pdf)