

## OPINIÓN

Sandra S. Arcos Valcárcel

## El Código Civil y Comercial y su incidencia en el derecho del turismo

### I. Introducción

El Código Civil y Comercial, cuya vigencia comenzará a regir el 1 de agosto entrante, cfr. ley 27.077, irrumpirá en todas las relaciones y situaciones jurídicas existentes al tiempo de su entrada en vigencia -cfr. art. 7°- y por supuesto en las nuevas relaciones contractuales, también que se derivan del denominado Derecho del Turismo.

Primeramente, diré que el turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial y promueve viajes de todo tipo: descanso y placer, motivos culturales y religiosos, de interés social, negocios o simplemente ocio.

El cambio de paradigma que plantea el nuevo Código tanto en la normativa como en la interpretación del derecho privado hizo de disparador de este trabajo. Existen numerosas instituciones jurídicas que se relacionan con la industria del turismo. La actividad turística incluye figuras contractuales más o menos novedosas, usos y prácticas comunes, instituciones no novedosas que sí presentan cambios interesantes y otras situaciones que, en alguna medida, podrían traer aparejada cierta conflictividad en el sector. Contrariamente a lo que establecía el art. 17 del Cód. Civil de Vélez, los usos, prácticas y costumbres serán vinculantes, -recogiendo así los conceptos de los arts. 2°, 5°, 218 y 219 del Cód. de Comercio-, "y tienen una función interesante para la interpretación, porque suministran parámetros objetivos sobre lo que se acostumbra a hacer sobre un grupo determinado" (1) mientras no sean contrarias a derecho. En el sector turismo existen numerosas situaciones y conductas que por fuerza de la costumbre son, se hacen y se llevan a cabo, de un modo que -quien no es avezado en la materia- no puede comprender sus alcances; por ello esta norma será sin duda una herramienta atractiva a la hora de interpretar el negocio jurídico contrato de viaje y todo lo que lo rodea y califica como tal.

### II. Cuestiones no problemáticas

Concretamente, el Cód. Civil y Comercial trata ciertas temáticas que tocan al turismo; en el Libro III, en el ámbito de los Derechos Personales, la materia de contrato de transporte por tierra, las relaciones entre pasajero y hotelero en el Título referido al contrato de depósito, el contrato de alquiler para turismo, disposiciones sobre la propiedad en materia de tiempo compartido, los contratos del consumo y, finalmente, el "contrato de viaje", como una especie de aquí.

Entre las disposiciones relativas al contrato de transporte por tierra, el título IV del Libro III, en los arts. 1280 y ss., se regulan los derechos y obligaciones del pasajero -art. 1290-, así como la responsabilidad por el equipaje. En este aspecto, se receptan criterios jurisprudenciales y de legislación especial, por cuanto el pasajero tiene la

obligación de "acondicionar su equipaje, el que debe ajustarse a las medidas y peso reglamentarios". En tanto, la transportista queda exonerada de responder por el equipaje de mano por ser bienes en custodia del pasajero y tampoco responde por las cosas de valor no declaradas antes de comenzar el periplo. El nuevo Código menciona que, a este respecto, las cláusulas limitativas de responsabilidad, se tienen por no convenidas en lo que hace a responsabilidad civil por daños corporales y/o muerte en consonancia con el sistema normativo de protección de los consumidores, no así respecto de otros daños, en los que existe un sistema limitativo de responsabilidad en la legislación actualmente vigente.

En cuanto a la relación entre pasajeros y hoteleros, el Código Civil y Comercial da tratamiento de la cuestión en el Capítulo del "depósito necesario", arts. 1369 y ss.

Son cuestiones novedosas las que se derivan de la falta de responsabilidad del hotelero en los casos de elementos de valor no declarados o no guardados en cajas de seguridad. Lo propio en cuanto a que, si la declaración del pasajero es respecto de un bien excesivamente valioso en relación con la importancia del establecimiento, el hotelero puede negarse a recibir la cosa en depósito. El hotelero no responde por los elementos personales dejados en los vehículos de los pasajeros, no así por el vehículo en sí dejado en guarda en los garajes de los hoteles. Y, en consonancia con la normativa tuitiva del consumidor que se observa como un principio rector de todo el nuevo ordenamiento, se tendrá por no convenida cualquier cláusula limitativa de responsabilidad en materia de responsabilidad civil.

En materia de contrato de locación, se establece que queda fuera del mínimo legal el que tenga fines turísticos, llevando a 3 meses el máximo de tiempo por el que se podrá pactar uno con dichos fines. Aquí se observa una notoria diferencia con el contrato previsto en la ley 23.091, por cuanto es dable recordar que la ley de locaciones urbanas expresa que los contratos de locación con fines turísticos pueden tener un plazo máximo de duración de 6 meses.

El tiempo compartido ha sido incluido entre los Derechos Reales en el Libro IV, el Título IV del Cód. Civil y Comercial que dispone sobre los "conjuntos inmobiliarios", receptando así la opinión de los más prestigiosos doctrinarios y el criterio jurisprudencial imperante en la materia, y lo define en el art. 2087 como uno o más bienes que están afectados a su uso periódico y por turnos, para alojamiento, hospedaje, comercio, turismo, industria u otros fines y para brindar las prestaciones compatibles con su destino, estipulando que ese derecho de propiedad se integra con bienes muebles e inmuebles. La ley 26.994 de sanción del Cód. Civil y Comercial, en el art. 3°, g) ha derogado los Capítulos III, IV, V y IX de la ley 26.356 de Tiempo Compartido, en lo

afinente a la constitución, el modo de celebración del contrato y la extinción del denominado Sistema de Tiempo Compartido. Sin perjuicio de los cambios introducidos, la autoridad de aplicación continúa siendo el Ministerio de Turismo de la Nación, lo que se aprecia, dado lo específico de la temática y el conocimiento avezado al respecto en el área de dicho ente gubernamental. Una vez más, el Código Civil y Comercial, establece también en este tema que las relaciones entre el propietario, emprendedor, comercializador y administrador del tiempo compartido con quien adquiere o utiliza el derecho de uso periódico se rige por las normas que regulan la relación de consumo, previstas en el Código y en las leyes especiales.

Entre los aspectos hasta aquí reseñados, no se observa que se puedan presentar problemas o situaciones conflictivas en las relaciones entre turista-agente de viajes o prestadores de los distintos servicios turísticos. Pero, la legislación en materia de contratos de consumo, es en la que se podrían plantear algunas cuestiones interesantes.

### III. Los denominados contratos de consumo en el Código Civil y Comercial

Una de las grandes modificaciones del Código tiene que ver con el tratamiento de los contratos de consumo; legisla concretamente sobre ellos y modifica parte del articulado de la Ley de Defensa del Consumidor N° 26.361 (LDC), actualmente vigente, incorporando y equiparando al consumidor a aquel que sin ser parte de una relación de consumo como consecuencia o en ocasión de ella, adquiere o utiliza bienes o servicios, en forma gratuita u onerosa, como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social. Nadie duda bajo ninguna circunstancia que el turista en cualesquiera de las distintas modalidades de viaje como usuario de servicios turísticos, es un consumidor, aun aquel que no ha adquirido por sí mismo el servicio. El art. 1° de la ley 26.994 ha modificado parte del articulado de la LDC, entre otros, los arts. 8° y 40 bis. En materia de publicidad, se incorpora un segundo párrafo al art. 8° de la LDC en el que se legisla sobre la obligatoriedad de incluir los datos de identificación comercial y tributaria del vendedor en las ventas telefónicas o por cualquier otro medio en el que intervenga la tecnología.

En la misma área, es importante atender a todo el plexo normativo sobre publicidad; es decir, desde la propia LDC hasta la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522, a la vez que las res. 7/02 (Sec. de Comercio); 906/98 (Sec. de Industria), y 9/04 (Sec. de Coordinación Técnica), entre otras, además de leyes de protección al consumidor a nivel local, concretamente la ley 5008 de la CABA.

Al respecto, la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual define publicidad como toda forma de mensaje que se emite en un servicio de comunicación au-

divisual a cambio de una remuneración o contraprestación similar y comprende en ese concepto también a la PNT o publicidad no tradicional, y en materia de publicidad turística específicamente, la ley 26.104 establece la obligatoriedad de suministrar la información sobre la localización y denominación del atractivo turístico cuya imagen se difunde, a fin de evitar inducir a error, engaño o confusión en el usuario del servicio turístico. Es decir, todo el ordenamiento jurídico está encaminado hacia la protección del usuario consumidor, puntualmente también en el de servicios turísticos.

También en materia publicitaria, el Código Civil y Comercial reitera el criterio del art. 4° de la LDC en cuanto a la información, y agrega que el proveedor debe informar también sobre las "circunstancias relevantes del producto o servicio con la claridad necesaria para su comprensión" por parte del consumidor, a la vez que prohíbe las comparaciones publicitarias que induzcan a error, las que sean abusivas o discriminatorias o que sean perjudiciales para la salud o la equidad. Es novedoso que el consumidor afectado o "quien resulte legitimado", podrá pedir el cese de la difusión de esa clase de publicidad, y no debe dejarse de advertir que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual responsabiliza a las empresas que hagan publicidades abusivas de los derechos de los consumidores. El Código Civil y Comercial, reitera un concepto ya vigente en la LDC, cual es que la publicidad por cualquier medio obliga al oferente, y se tiene por incluida en el contrato.

En tanto, respecto del art. 40 bis de la LDC, en materia de daño directo, el nuevo Código tipifica expresamente en qué casos es procedente la indemnización que así denomina, y la circunscribe a los casos tramitados por ante la autoridad administrativa a la vez que debe ser impuesta mediante actos administrativos fundados.

En materia de contratos de consumo, los derechos previstos en nuevo ordenamiento complementan las disposiciones de la LDC. El Código Civil y Comercial, define contrato y relación de consumo en el art. 1092 y expresa que las normas de estos contratos deben interpretarse conforme el principio de protección al consumidor y el acceso al consumo sustentable, ratificando la vigencia del principio *in dubio pro consumidor*; es decir que, en caso de duda, se dará la solución menos gravosa al consumidor, principio ya receptado en el art. 3° de la ley 24.240 pero reiterado en el Código. A la vez, no puede dejar de señalarse que -entre las normas propias del derecho del turismo- se trata de una cuestión que no es novedosa, toda vez que estos principios ya habían sido receptados aun antes de la vigencia de la LDC a través de distintas resoluciones del Ministerio de Turismo, como la 257/00 sobre comercialización de servicios turísticos

## VIENE DE TAPA

via sitios *web* y la 317/08 de institución del subdominio ".tur.ar": Se trata de una garantía para el turista que compra a través de sitios, las agencias cuyos sitios *web* terminen su denominación con ".tur.ar" son agencias legalmente habilitadas.

El Código Civil y Comercial expresamente trata la temática de las denominadas prácticas abusivas en los arts. 1093 y ss.; obliga al trato digno al cliente, y sanciona las conductas o actitudes vejatorias, vergonzantes o intimidatorias del consumidor en el art. 1097 y, en virtud de la garantía constitucional de igualdad frente a la ley, el proveedor debe dar trato equitativo y no discriminatorio, prohibiendo toda limitación a la libertad de contratar, conforme establece el art. 1099.

En lo atinente a los contratos a distancia, los hechos fuera del establecimiento y los efectuados a través de cualquier medio de comunicación, se incorpora la expresa obligación de informar previamente al consumidor los datos necesarios para utilizar correctamente el medio elegido, v.gr. art. 1107. El proveedor deberá informar sobre el contenido del contrato y, circunscripto a este tipo de contrataciones, el proveedor deberá informar sobre la facultad de revocar que dispondrá el consumidor. Las ofertas hechas por medios electrónicos deben tener vigencia determinada durante el tiempo indicado por el oferente o bien por el tiempo que estén accesibles para el destinatario, y el oferente debe confirmar por vía electrónica "sin demora" la aceptación. En este aspecto y también en el marco tuitivo que se le ha impreso al nuevo ordenamiento, se tendrán por no convenidas las cláusulas sobre prórroga de jurisdicción. En esta materia precisamente es en la que se observa que podrían generarse algunas situaciones conflictivas, ya que -en general- los agentes de viajes ni los operadores turísticos que intervienen en el mercado ofreciendo servicios turísticos disponen de cupos o bloqueos de lugares en aviones o en habitaciones, para poder confirmar el servicio ante el mismo requerimiento, ello por cuanto no son los prestadores directos de los servicios; por ello y a los fines de no vulnerar la norma, los agentes de viajes, y los operadores deberán informar a los consumidores en los sitios *web* que las empresas de servicios turísticos son meros intermediarios y que la confirmación de los servicios estará sujeta a la efectiva reserva y comunicación del prestador, con sustento en el art. 999 que establece que el contrato cuyo perfeccionamiento depende de una conformidad o de una autorización, se interpretará sujeto a una condición suspensiva, sin perjuicio de señalar que con respecto a la "seña" -a diferencia del sistema anterior-, se instaura el criterio según el cual se interpretará como confirmatoria del acto, salvo que las partes convengan la facultad de arrepentirse; y justamente, esa facultad de arrepentimiento está expresada como insita en los contratos por medios electrónicos. Con lo que, en el ánimo de que no se planteen conflictos en estas áreas temáticas, todo ello deberá ser informado adecuadamente.

#### IV. Primera cuestión problemática: El derecho de revocación en los contratos *online* y la intermediación en la venta de servicios aéreos y terrestres

Justamente, el tópico en el que se avizora se podrían generar situaciones problemáticas a las agencias de viajes es el del derecho de revocación del consumidor contenido en el art. 1100 del Cód. Civil y Comercial que se aplica sólo para las transacciones virtuales. Se trata de una reiteración de idéntico principio contenido en los arts. 32, 33 y 34 de la ley de reformas a la LDC para los casos de ventas no presenciales hechas por medios telefónicos y/o electrónicos. El proveedor debe informar el derecho de revocación del usuario, conforme estipula el art. 1111 del Cód. Civil y Comercial y todo pacto o cláusula que imposibilite ejercer ese derecho se tiene por no convenido y no puede implicar gasto alguno para el usuario.

Pero, en lo concreto, será trascendente la información que los agentes de viajes den al pasajero, por cuanto el art. 21 del dec. 2187/72 reglamentario de la Ley de Agentes de Viajes, dispone que "cuando se trate de desistimientos que afecten a servicios contratados en firme por la agencia, el reembolso de los mismos estará sujeto a las condiciones contractuales bajo las cuales presten sus servicios las empresas respectivas. En caso de que los reembolsos sean efectuados, las agencias tendrán derecho a deducir para sí, hasta un 10% de los mismos".

¿Cómo compatibilizar todo el sistema de normas, a la vez que todas ellas están plenamente vigentes? Sin duda, la mejor protección del derecho de los consumidores y el resguardo de las empresas es a través de la difusión de la debida información al usuario consumidor: derecho de éstos y también, sin duda, deber.

Ello así, por cuanto, en los llamados servicios terrestres y de hotelería, las tarifas hoteleras son dispuestas por el prestador directo del servicio de hospedaje y no por el agente de viajes, y en el caso de servicios prestados por compañías aéreas la fijación de las tarifas presenta aristas interesantes; ellas son sumamente variables a punto que las hay diferentes aun para el mismo vuelo, sean ellos regulares o *charters*. Cada tarifa tiene una regulación específica que obedece a una multiplicidad de factores (2), se trate de uno u otro servicio aerocomercial y, en todos los casos, el agente de viajes es un mero intermediario en la comercialización del producto turístico o aéreo sin responsabilidad por el servicio en sí, tal como ha sido reconocido por prestigiosa doctrina nacional (3) y por la jurisprudencia. Por tanto, en ocasiones es materialmente imposible que el agente de viajes -aun siendo intermediario en la cadena de comercialización- sea el obligado a reembolsar al pasajero que desiste de su compra, los importes pagados por el usuario que pretende revocar su consentimiento, toda vez que, a su vez, aquél también ha pagado al prestador por el servicio contratado, máxime cuando dichos servicios incluían condiciones de contratación muy restrictivas informadas al usuario antes de la compra, por tratarse ellas de ventas con ofertas de último momento. Es difícil compatibilizar esta normativa con la realidad del mercado turístico.

Así, la jurisprudencia más actual en materia de responsabilidad del agente de viajes se ha pronunciado por establecer que el intermediario de viajes no responde por el incumplimiento, total o parcial de los viajes, estadías u otros servicios que constituyen el objeto del contrato. Es decir, la agencia se responsabiliza exclusivamente por esa prestación y no por el viaje en sí, o sea que los eventuales incumplimientos de la empresa para la cual intermedia sólo pueden reclamarse a ésta. (Juzgado Civil y Comercial Federal N° 3 *in re* "Martínez Manuale, David Roberto c. Asatej Group S.R.L. y otro s/ Incumplimiento de Contrato", Expte. N° 10.175/2008, del 20/03/15. En el mismo sentido, "Bachiller, Santos Alberto y otro c. Iberia Líneas Aéreas de España S.A. y otro s/ Incumplimiento de Contrato" del 24/04/14, ídem, Juzgado de Primera Instancia Civil y Comercial Federal N° 2, *in re* "Di Nardo, Rosana Gilda y otros c. Despegar.com s/ Incumplimiento de Contrato" Expte. N° 814/2014, del 28/10/14, todo ello en la inteligencia de que la diligencia exigida es la que se corresponde con las obligaciones concretamente asumidas, es decir, la intermediación en la venta de un servicio, servicio al que siquiera le pone precio, y menos, lo presta en sí.

Por ello, a la luz del juego armónico de las normas, a la vez que se incluye en el nuevo ordenamiento a la "costumbre" como fuente de derechos conforme establece el art. 1° del Código Civil y Comercial, recepcionando así no sólo lo preceptuado por los arts. 2°, 5, 218 y 219 del derogado Código de Comercio sino como elemento objetivo predecible (4) como criterio válido de valoración interpretativa, el nuevo sistema no le puede acordar al intermediario responsabilidad por el hecho de un tercero, llámese transportista aéreo -ej. demora en la salida del vuelo, pérdida de equipaje, etc.-, llámese entidad bancaria -ej. costos financieros a la hora de financiar los viajes-, etc., ya que en tal caso lo dejaría indefenso frente a los infinitos tipos de reclamos que podrían suscitarse por esas cuestiones, observándose en esta área una verdadera desigualdad en detrimento del intermediario, y ya no del consumidor.

Justamente con los alcances descriptos es que prestigiosa y mayoritaria doctrina nacional entiende en materia de viajes la clara existencia de dos contratos, a saber: El contrato de organización de viaje; en este caso no se obliga como intermediaria, y por lo tanto responde directamente frente al consumidor; y el contrato de intermediación de viajes; que se realiza con una persona que se compromete a procurar un contrato de organización de viajes o bien una prestación específica, obviamente debidamente registrada como tal ante el Ministerio de Turismo de la Nación -v.gr. Ley 18.829, art. 1°-. La agencia normalmente celebra contratos de intermediación, ya que no presta directamente los servicios frente al cliente. Por esta razón, responde exclusivamente por la culpa en el cumplimiento de esa prestación y no por el viaje en sí mismo. La responsabilidad claramente surge por el incumplimiento del objeto contractual, cual es la intermediación, la promoción y no la prestación del viaje" (5); y, en el mismo sentido, el contrato de intermediación de viaje es "aquel por el cual una persona

contrae la obligación del procurar al viajero un contrato de organización de viaje, o alguna o algunas de las prestaciones independientes que permitan efectuar un viaje o estadía" (6).

En tanto, en el caso de venta de billetes de pasaje de transporte aerocomercial en la Argentina sucede otro tanto. El agente de viajes es un mero intermediario sin responsabilidad, por cuanto el sistema de transporte aerocomercial tiene una regulación particular y específica, además de tuitiva del usuario de ese servicio toda vez que ha dispuesto a favor del consumidor del servicio aéreo el uso de herramientas hábiles para formular los reclamos a los que se considere con derecho por la deficiencia en la prestación del servicio de transporte aerocomercial. En este sentido, el conjunto normativo específico está integrado por:

I. El Convenio de Montreal, 1999, ratificado por la Argentina, mediante ley 26.451, que moderniza sustantivamente el Convenio de Varsovia de 1929 en lo relativo a pasajeros y carga aérea, dejando de lado -entre otros aspectos- las indemnizaciones en Francos Poincaré y crea los denominados "derechos especiales de giro" cuyo valor es revisable y se actualiza cada 5 años;

II. El Código Aeronáutico;

III. La Resolución 1532/98 MOySP;

IV. Normas IATA;

V. Normativa específica sobre "vuelos charter".

En este sentido, es importante destacar que el Código Aeronáutico establece en el art. 109 que "Los itinerarios, frecuencias, capacidad y horarios correspondientes a los servicios de transporte aéreo regular y las tarifas en todos los casos, serán sometidos a aprobación previa de la autoridad aeronáutica". Es decir, se trata de un régimen especial exento de las previsiones generales de la ley de Defensa del Consumidor como puntualmente expresa el dec. 565/08, por cuanto "el derecho de los usuarios está reglamentado por la res. 1532/98 que complementa la norma de fondo, convenio de Montreal" y no deja de tener un marco de protección del usuario. Si la LDC es de Orden Público, las normas mencionadas en los puntos I, II, III, y V., también lo son. En este sentido, no se han verificado casos jurisprudenciales, ni ante los Tribunales Federales ni ante los Comerciales, en los que se haya declarado la inconstitucionalidad de dichas normas (7).

Por ello, toda vez que esa regulación específica es de orden público, se observa que el derecho al arrepentimiento del consumidor en las ventas *online* es de imposible aplicación práctica, justamente que -como indica el Código Civil y Comercial-, el derecho de arrepentimiento o revocación no se aplica a aquello que por su naturaleza no puede ser devuelto; entendiendo así que, sólo cabría dar una correcta y eficaz información en los sitios *web* de las aerolíneas y de sus agentes de ventas, e invocar esta norma en caso de conflicto, por cuanto no podrían ser declaradas abusivas aquellas cláusulas que reflejen disposiciones de tratados interna-

## [ NOTAS ]

Especial para La Ley. Derechos reservados (Ley 11.729)

(1) LORENZETTI, Ricardo L., "Código Civil y Comercial de la Nación Comentado", t. I, Rubinzal Culzoni Editores, Santa Fe, 2014, p. 32.

(2) GÓMEZ, Hernán A., "El precio del contrato de transporte aéreo y las tarifas aéreas para residentes", RCyS 2013-V, 197 (abril 2013).

(3) LORENZETTI, Ricardo L., "Tratado de los contratos", t. III, p. 218, Ed. Rubinzal-Culzoni, Buenos Aires,

2000. FARINA, Juan M., "Contratos comerciales Modernos", t. 2, Ed. Astrea, Buenos Aires, 2006, "Modalidades de contratación empresarial", 3ra ed. actualizada y ampliada, p. 749; RINESSI, Antonio Juan, "Responsabilidad del organizador de viajes", en *Rev. de Derecho de Daños*, t. 7, sobre "Daños en el Transporte", p. 231; RINALDI, Fabián, "Agencia de Viajes" en *Enciclopedia de la Responsabilidad Civil*, t. I, p. 309/315. WEINGARTEN, Celia y GHERSI, Carlos A., "Contrato de Turismo-Derechos y

Obligaciones de la Empresa de Turismo", Ed. Abeledo-Perrot, Buenos Aires, 2000, p. 137.

(4) LORENZETTI, Ricardo Luis, "Código Civil..." cit, p. 32.

(5) LORENZETTI, Ricardo Luis, op.cit. p. 196 y ss.

(6) KEMELMAJER de CARLUCCI, Aída, "El Contrato de turismo" en "Contratos Modernos". Revista de Derecho Privado y Comunitario, t. III, p. 111.

(7) KEMELMAJER de CARLUCCI, Aída, "Subsi-

diariedad de la ley de defensa del consumidor frente a las normas del derecho aeronáutico", en *Congreso Internacional de Transporte Aéreo, Aeropuertos y Turismo* - 50 años. ALADA, Buenos Aires, IJ Editores, 2011 (ps. 251 a 268), citada por VASSALLO, Carlos María en *Prescripción aeronáutica y Ley de Defensa del Consumidor*, publicado en <http://cedaonline.com.ar/> Fuente: CNFed. Civ. y Com, CNCom.

cionales y en idéntico sentido, el art. 57 del Convenio de Montreal de 1999, del que la Argentina devino parte el 14 de febrero de 2010, prohíbe a los Estados Parte la formulación de reservas respecto de la aplicación del Convenio, todo ello expresamente acogido en el nuevo Código, produciendo un cambio de paradigma en el derecho privado, por cuanto recibió disposiciones no sólo contempladas en la Constitución Nacional sino en los tratados internacionales y armonizando el derecho público y el privado, constitucionalizando de tal modo al derecho privado nacional (8).

Precisamente, toda vez que en la materia es de aplicación la normativa específica expresada a la vez que el sistema arbitra instancias de solución de conflictos, es que todo ese marco regulatorio especial debe ser necesariamente informado en los sitios web de las agencias de viajes y de las aerolíneas a fin de evitar controversias y garantizar la información al usuario no sólo del servicio aéreo sino de las condiciones particulares de la contratación, ajeno al ámbito del derecho ordinario del consumidor, en esos términos. Esto, dado que si bien es claro que las agencias de viajes no se obligan por el servicio aerocomercial en sí -por tratarse de prestaciones que le son ajenas, que no pueden suplir ni pueden ofrecer- (9),

sí se obligan por la difusión de la publicidad y la información que dan al consumidor, máxime cuando la información "debe tener la claridad necesaria para su comprensión" como establece el Código Civil y Comercial, más allá de toda la normativa sobre difusión de publicidad y precios contenida en la ley 22.802, res. 7/02 de la Secretaría Comercio, res. 789/98 sobre tamaño de la tipografía, y otras que sancionan las denominadas cláusulas abusivas.

Si bien el Cód. Civil y Comercial es el "eje articulador de todo el sistema" (10) mediante reglas y principios, lo cierto es que el esquema de ventas del servicio aerocomercial, por fuerza de la costumbre -ahora fuente del derecho-, como expresa el art. 1º del Cód. Civil y Comercial, deberá atenerse a sus reglas propias y especificidad de su materia.

**V. Otra cuestión problemática: la elección de la jurisdicción y del derecho aplicable**

En lo relacionado con las controversias judiciales, otra cuestión problemática que podría plantearse es aquella que se deriva de la redacción del nuevo art. 2655 por cuanto dispone expresamente que en materia de "contrato de viaje" por un precio global, incluido el transporte y alojamiento,

el consumidor tiene la facultad de elegir el derecho del Estado de su domicilio.

Ello plantea a las agencias de viajes, fundamentalmente las que operan en el mercado online, denominadas OTA, una nueva realidad: la multiplicidad de jurisdicciones en las que podrían ser requeridas, sea en instancias administrativas o judiciales, por cuanto el marco protectorio que el sistema ofrece al consumidor, lleva a que el consumidor pueda fácil y ágilmente efectuar el reclamo frente a un servicio eventualmente no cumplido. Ello generará sin duda un costo extra en el sector, por cuanto el agente de viajes deberá disponer de profesionales que lo asistan en la contingencia en cualquier localidad del país en donde existan oficinas de reclamo.

En materia de resolución de conflictos en instancias administrativas cabrá decir que la ley 26.993 ha creado el Servicio de Conciliación Previa en las relaciones de consumo, en el que la figura del gestor siquiera es admitida. El sistema instaurado recientemente, efectivamente no es del todo novedoso entre las agencias de viajes, por cuanto la res. 263/03 (Boletín Oficial 11/12/03) ya había creado un método alternativo de solución de controversias entre los turistas y las agencias de turismo derivadas de un contrato turístico celebrado entre las partes, en el marco y bajo la órbita del Ministerio de Turismo.

De más está decir que el sistema creado por esa resolución plantea importantes beneficios para ambas partes: son recibidas en un terreno de expertos y especialistas en derechos de los usuarios turistas, conocedores de la legislación específica del sector. Ello lleva, sin duda, a importantes estadísticas de resolución satisfactoria de los con-

flictos planteados entre usuarios y agentes de viajes, a la vez que se trata de un ámbito gratuito para el pasajero altamente eficaz en cuanto a la celeridad de los plazos.

En el ámbito del nuevo servicio de conciliación obligatoria en las relaciones de consumo (COPREC), en tanto, si bien también se trata de un sistema conciliatorio instituido en beneficio del acceso gratuito de los consumidores a las instancias de reclamo, es raro que el conciliador actuante tenga el conocimiento acabado de la legislación específica del sector.

Como corolario de todo lo hasta aquí expuesto, se puede decir que en el nuevo ordenamiento se observan ciertos cambios, fundamentalmente en la materia del derecho de los consumidores, con un paraguas de protección mayor que el actual. En lo puntual, se plantea el desafío de "aggiornarse" a los cambios, lo que deberá implicar un mejor conocimiento de las normas de quienes operan en la industria, todo ello entrelazado con el derecho-deber de información que tienen los usuarios consumidores, por cuanto, todo el sistema normativo se articula sobre la base de la relatividad de los derechos subjetivos, en tanto los derechos no son absolutos, tal como expresamente estatuye el art. 10 del Cód. Civil y Comercial, siempre dentro del marco de la buena fe, como principio general del derecho expresamente contenido en todo el articulado del nuevo régimen, a más de lo dispuesto expresamente en los arts. 8º y 9º del Proyecto de Ley de Agentes de Viajes, actualmente en el Congreso de la Nación (11). ●

{ NOTAS }

(8) LORENZETTI, Ricardo Luis, "Código...", ob. cit. p. 29.

(9) JFed. Civ. y Com. N°10, Sec. 20, in re "Sallot, Jorge Ariel y otra c. Tam Linhas Aéreas y otro s/ pérdida de equipaje", Expte N°1748/2009 del 25/02/14; (idem, Juzgado Civil y Com. Fed. N°8, Sec. 16 in re "Marzano, Nor-

berto Pablo y otro c. Transportes Aéreos del Mercosur (TAM)" Expte N°716/2010 del 13/07/012.

(10) Título preliminar del nuevo Código Civil y Comercial unificado.

(11) Capítulo III, Derechos y deberes del turista usuario.

Cita on line: AR/DOC/2155/2015

**AGENDA** LO QUE PASÓ, LO QUE VENDRÁ

**THOMSON REUTERS - SEMINARIO NUEVO CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL (2DA. EDICIÓN)**

Fecha: Jueves 6 de agosto de 2015 - 8 jornadas: 6/8, 13/8, 20/8, 27/8, 3/9, 10/9, 17/9 y 24/9

Horario: de 9 a 13 hs. y de 14.30 a 18.30 hs.

Lugar: Auditorio Universidad CEMA - Reconquista 775, CABA

Directores: Pablo D. Heredia - Graciela Medina - Sebastián Picasso

**Temario**

**Derecho de Familia**

- Cambios en el Derecho de Familia
- La aplicación de las nuevas normas de Derecho de Familia a las relaciones y procesos en curso de ejecución
- La regulación del matrimonio
- Los daños en el Derecho de Familia
- Unión Convivencial y Régimen Patrimonial del Matrimonio
- Regulación del divorcio y proceso de divorcio
- Capacidad de los menores
- Responsabilidad parental
- Filiación
- Alimentos
- Procesos de familia

**Sucesiones**

- Los principales cambios en el Derecho Sucesorio
- Legitimados, juez competente, fideicomiso testamentario, indivisión forzosa, cesión
- Proceso sucesorio
- Legítima

**Responsabilidad civil**

- Derecho de daños. Introducción y funciones. Función preventiva
- Función resarcitoria. Unificación de la responsabilidad civil
- Antijuridicidad. Causas de justificación
- Relación causal
- Factores de atribución
- Responsabilidad directa
- Daño
- Responsabilidad por el hecho ajeno
- Responsabilidad del principal, de padres, tutores, curadores, guardadores y delegados en ejercicio de la responsabilidad parental
- Responsabilidad por riesgo. Responsabilidad colectiva y anónima
- Responsabilidad de los establecimientos educativos
- Responsabilidad de los profesionales
- Responsabilidad del Estado
- Daño al honor y a la intimidad
- Ejercicio de las acciones. Legitimación. Relaciones entre las acciones civil y penal

**Contratos y aspectos comerciales**

- Teoría general del contrato
- Contrato de fideicomiso
- Cesión de derecho y deudas y de posición contractual
- Contratos bancarios
- Contratos asociativos
- Contrato de agencia
- Contrato de concesión
- Contrato de corretaje y cuenta corriente mercantil
- Contrato de mutuo
- Contrato de leasing y factoraje
- Contrato de franquicia
- El derecho comercial en la unificación del derecho privado
- Títulos valores
- Sociedades comerciales
- Implicancias de la reforma en los concursos y quiebras

**Derecho Internacional Privado**

- Derecho internacional privado patrimonial
- Derecho internacional privado en materia de familia y sucesiones