

# • CONTRATOS DE CONSUMO Y SEGURO

Por Berta P. Furrer

## SUMARIO

La idea de este trabajo es tratar de integrar en forma armónica las leyes de Defensa del Consumidor, la ley de Seguros y la ley 26.994 Código Civil y Comercial de la Nación.

Para ello se han analizado las mismas a los efectos de exponer los temas de Contrato de Consumo y Seguro, de una manera práctica.

Cuando se me invitó a participar como panelista en la Comisión de Protección del Consumidor del Congreso Iberoamericano de Derecho del Seguro, realizado hace un par de meses en La Habana, Cuba, para hablar sobre "LA EMPRESA ASEGURADORA Y EL ASEGURADO EN VISTAS A LA NECESIDAD DE ALCANZAR EL EQUILIBRIO EN LA PROTECCION DEL CONSUMIDOR - ASEGURADO", me vino a la mente la imagen de un equilibrista caminando por la cuerda floja. El mismo, para no caer, se ladea primero hacia un lado y luego hacia el otro; tratando siempre de andar por el centro, sigue ladeándose a medida que avanza.

Esta imagen es comparada con las legislaciones respecto a los consumidores, que ora los dejan sin protección y

otrora los protegen demasiado, siendo tan perjudicial, a mi juicio, lo uno como lo otro.

En la década del sesenta se acuñó la frase "consumidores somos todos". Hoy me animo a decir también que "consumidores *de seguros* somos todos". En una mayor o menor medida, todos tenemos contratado algún seguro; sea automotor, vida, accidentes, responsabilidad civil, saldo sobre cuenta bancaria, etc.

A la empresa aseguradora le interesa la "fidelización", es decir, satisfacer al consumidor para que el cliente asegurado permanezca. Es obvio que la aseguradora necesita "asegurados" para continuar con su empresa y los asegurados necesitan de las compañías aseguradoras para defender su patrimonio o bienes.

Hagamos un poco de historia. La ley de Defensa del Consumidor, 24.240, de 1993 fue la primera sancionada en ese sentido. Pero eso no quiere decir que la parte contratante más débil no tuviera protección hasta esa fecha: la jurisprudencia acuñó numerosos casos que reflejaban dicha tendencia protectora. Como ejemplo, baste recordar un fallo de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil, Sala A, del año 1986, que estableció que *"tratándose de un contrato de adhesión las cláusulas imprecisas, dudosas, abusivas deben interpretarse en contra de quien las redactó"*. A su vez en el caso "Fyma c/ Columbia S.A." la Sala B había señalado con relación al contrato de seguro que si alguna duda plantea la póliza, corresponde estar por la obligación del asegurador, ya que este redactó el contrato y

estuvo además en condiciones de señalar con precisión el límite de sus obligaciones.

Ahora bien, fue en el año 1994, cuando podríamos decir que se constitucionalizó el Derecho del Consumo, con la reforma de la Constitución Nacional. Su artículo 42, tutela los derechos de los consumidores y usuarios, otorgándoles una especial jerarquía, en cuanto ordena que 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 digno y equitativo"*. Es decir que el Derecho del Consumo pasó a integrar la categoría de los derechos fundamentales.

El término "consumidor" proviene de la ciencia económica y el concepto fue tomado para integrar el lenguaje jurídico. Para los economistas, consumidor es un sujeto de mercado que adquiere bienes o usa servicios para destinarlos a sus propios usos o satisfacer sus propias necesidades, personales o familiares. Desde el punto de vista jurídico la noción de consumidor se relaciona con el acto de consumo y no específicamente con la calidad de acreedor o deudor en una obligación o con un contrato en particular.

El Dr. Ricardo Lorenzetti -presidente de la Corte Suprema de Justicia de la Nación- en su libro "Consumidores", define la relación de consumo *"de modo que abarque todas las situaciones en que el sujeto es protegido: antes, durante y después de contratar; cuando es dañado por un ilícito"*

*extracontractual o cuando es sometido a una práctica del mercado, cuando actúa individualmente o cuando lo hace colectivamente .Siendo la relación de consumo el elemento que decide el ámbito de aplicación del Derecho del Consumidor, debe comprender todas las situaciones posibles".*

La ley 24240, como ya sabemos, sufrió reformas sucesivas que fueron ampliando las garantías para la efectiva protección de los derechos derivados de la relación de consumo. Muy especialmente, se destaca la del año 2008, a través de la Ley 26.361, que incorporó las nociones de "trato digno" y "cláusulas abusivas".

También la Jurisprudencia, con posterioridad a la reforma constitucional y sanción de las leyes indicadas, se pronunció en forma copiosa. Con especial atención en la consideración de la Ley de Seguros y la de Defensa del Consumidor, podríamos destacar - en el sentido de protección al consumidor- las sentencias de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, Sala A del año 2006- en los fallos "Barreiro Jorge Andrés c/ Transportes Metropolitanos Belgrano Sur SA s/ Ordinario" y "Ortega, Diego Nicolás C/ Transportes Metropolitanos General Roca S.A. S/ Daños y Perjuicios". En ellos, se ha establecido: *"En síntesis, corresponde declarar la nulidad absoluta, parcial, de pleno derecho de la mentada cláusula abusiva en cuanto establece una franquicia cuantitativamente irrazonable que desnaturaliza el vínculo contractual y contraría el orden público, la moral, la buena fe y sus derivados, como ser la doctrina del propio acto, el ejercicio regular de los derechos, las*

*normas legales relativamente imperativas, los principios esenciales que informan y gobiernan el derecho dispositivo, la finalidad económica y jurídica del tipo contractual seleccionado por las partes, en tanto perjudiquen la posición contractual del asegurado y de los terceros damnificados.”* En el caso, la franquicia establecida en una de las cláusulas insertas en las condiciones particulares de la póliza ha sido declarada nula, de nulidad absoluta. Para así decidir, el tribunal sostuvo que la franquicia absoluta acordada por la suma de U\$S 300.000 por "ocurrencia", conforme a las condiciones particulares de la póliza contratada, resultaba irrazonable, en tanto producía un quebrantamiento de la obligación esencial de mantener indemne al asegurado, lo que llevaba a un estado de desprotección de la casi totalidad de los terceros damnificados. De este modo, invocando el art. 37 de la ley 24.240, que consideraron aplicable al caso, los magistrados integraron el contrato con la siguiente cláusula: *"El asegurado participará en cada siniestro con un 10% de la indemnización que resulta de la sentencia judicial, incluyendo honorarios, costas e intereses a su cargo, en tanto no supere el 1% de la suma asegurada al momento del siniestro, por cada acontecimiento"*

Pero por su parte, en el caso "Bufoni", en una resolución del mes de abril de 2014, cuando ya estaba en discusión el nuevo Código Civil y Comercial, la Corte Suprema de Seguros de la Nación entendió que *"los damnificados eran terceros ajenos al contrato de seguro, y, en tal carácter, resultaban extraños a la relación de consumo habida entre el tomador y el asegurador. sin realizar ninguna consideración a dispuesto por el*

*artículo 118 -tercera parte- de la ley 17.418, que específicamente establece que la sentencia de condena contra el responsable civil será ejecutable contra el asegurador "en la medida del seguro". En este sentido, si bien el artículo 68 de la ley 24.449 impone la obligación de asegurar todo automotor, acoplado o semiacoplado, deja a salvo la estipulación de las condiciones del contrato a que fije la autoridad en materia aseguradora En ese contexto, debieron valorarse, por un lado, las circunstancias fácticas que dieron lugar a la exclusión pactada -transporte de personas en un lugar no apto para tal fin- y, por otro lado, que la póliza fue aprobada por la Superintendencia de Seguros de la Nación."*

Vemos entonces que esa búsqueda del equilibrio -que no es otra cosa que una búsqueda de justicia-, no es ajena (como no podría ser de otro modo) al Poder Judicial, que en un caso declara nula una cláusula abusiva y en otro caso convalida lo actuado por la Superintendencia de Seguros de la Nación y determina el cumplimiento y relación entre la ley de Seguros y la ley de Defensa del Consumidor, determinando por otro lado que la víctima de un accidente de tránsito es ajena al contrato de seguros celebrado entre el tomador y la entidad aseguradora.

El Código Civil y Comercial, ley 26.994, introduce nuevos paradigmas y principios y sustanciales modificaciones en su articulado. A mi entender tiene tres principios fundamentales:

- a) la autonomía de la voluntad.
- b) la discrecionalidad de los jueces
- c) las relaciones de consumo

En todo el Código, se plasma la protección al Consumidor, y se incorpora el método subjetivo protectorio del consumo. No se modifica -por ahora- la ley de Seguros vigente, pero las pautas del nuevo Código afectan los contratos, los cuales se clasifican en contratos paritarios y contratos por adhesión, incorporando además el capítulo de los contratos de consumo.

El contrato de seguros, en consecuencia y por aplicación de la Ley de Seguros es un contrato de consumo, reglando la relación entre asegurado y Aseguradora, por cuanto el asegurado pasa a ser "usuario o consumidor de seguros". Por eso el lineamiento de la figura del consumidor deviene de importancia.

En efecto, según los "Fundamentos" que acompañaron al Anteproyecto, el sistema queda ordenado de la siguiente manera

A- Contratos discrecionales: en ellos hay plena autonomía privada.

B- Contratos celebrados por adhesión o cláusulas generales predispuestas –arts. 984 a 989-. El supuesto que se regula no es un tipo general del contrato, sino una modalidad del consentimiento. La definición del contrato por adhesión la da el art. 984. Suministra al contrato por adhesión un tratamiento pleno y diferenciándolo de los contratos de consumo, pero se identifica con el contrato de consumo cuando este se perfecciona por adhesión a cláusulas predispuestas.

C- Contratos de consumo: Cuando se prueba que hay un contrato de consumo, se aplica el Título III, sea o no celebrado por adhesión, ya que este último es un elemento que no tipifica por sí mismo al contrato. Los arts. 1092 a 1095, se refieren

a la relación de consumo; los arts. 1096 a 1099 a prácticas abusivas; arts. 1100 a 1103, información y publicidad dirigida a los consumidores; arts. 1104 a 1116, modalidades especiales y arts. 1117 a 1122, a cláusulas abusivas.

En palabras del Dr. Ricardo Lorenzetti (presidente de la Comisión Redactora del Código): *"Uno de los grandes paradigmas que incorpora este Código es el de considerar que hay un sujeto que puede actuar en condiciones igualitarias con otro, y también otras personas que son débiles y precisan de mayor tutela; igualdad de los iguales y desigualdad con normas de protección para quienes se encuentran en inferioridad de condiciones. Por esta razón, se define el contrato de consumo (arts.1092-1093); se incluye una amplia regulación de las prácticas abusivas (arts. 1096 y ss.); de las modalidades especiales (arts.1104 y ss.); incluyendo los medios electrónicos (arts.1106 y ss.) y de las cláusulas abusivas (arts.1117 y ss). Esto produce numerosas consecuencias metodológicas que redimensionan el sistema. El tipo general de contrato se fractura en dos y hay un título relativo al contrato clásico y otro vinculado al contrato de consumo, lo que constituye una definición innovadora en el derecho comparado."* (Palabras Preliminares. Código Civil y Comercial de la Nación).

El art. 1093 define el contrato de consumo: *"Contrato de consumo es el celebrado entre un consumidor o usuario final con una persona física o jurídica que actúe profesional u ocasionalmente o con una empresa productora de bienes o prestadora de servicios, pública o privada, que tenga por objeto la*

*adquisición, uso o goce de los bienes o servicios por parte de los consumidores o usuarios, para su uso privado, familiar o social. "*

Esta definición del Código suprime el párrafo final de la ley 26.361 "y a quien de cualquier manera está expuesto a una relación de consumo". Esta redacción de la ley y su texto interpretado literalmente ha logrado una protección insustancial, carente de límites por su extrema generalidad e imprecisión.

La frase suprimida por el Código Civil y Comercial "*expuesto a una relación de consumo*" tiene su fuente en el art. 29 del Código Brasileño de Defensa del Consumidor, pero la limita a quien se halla expuesto a prácticas abusivas. En cambio en la ley 26.361 carece de restricciones.

Ejemplo de lo expuesto, lo constituye el hecho de que opiniones doctrinarias receptadas por alguna jurisprudencia, en base a la frase "*expuestas a una relación de consumo*" ha considerado consumidor al peatón víctima de un accidente de tránsito con relación al contrato de seguro celebrado entre el responsable civil y su asegurador, por lo que se reconoce a la víctima de un accidente de tránsito una acción directa contra el asegurador del responsable civil.

Esta cuestión ha quedado resuelta con la definición del Código Civil y Comercial, que determina quién es el consumidor, y en definitiva esto da un marco jurídico apropiado para el desarrollo del Derecho del Consumidor, que no necesita ser exacerbado para su desarrollo. Termina de este modo con la discusión doctrinaria largamente debatida al respecto.

Los arts. 1094 y 1095, hablan de la interpretación más favorable al consumidor: cuando existan dudas sobre la aplicación de este Código o las leyes especiales prevalece la más favorable al consumidor.

Es así que el nuevo Código establece en su art. 1094 que *"las normas que tratan las relaciones de consumo deben ser aplicadas e interpretadas conforme con el principio de protección al consumidor y el de acceso al consumo sustentable. En caso de duda sobre la interpretación de este Código o las leyes especiales, prevalece la más favorable al consumidor."* Estableciéndose como principio de interpretación de la ley, la prioridad de aplicación de principios constitucionales como la protección del consumidor y del ambiente.

Siguiendo con el articulado del Código, me parece importante en el tema que nos ocupa, detenernos en el art. 1110 del mismo, que está dentro del Capítulo 3, "Modalidades especiales", que regulan prácticas muy usadas en la contratación de consumo: contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales, celebrados a distancia y celebrados por medios electrónicos. Se los define y se fijan las reglas aplicables.

Cabe aquí decir que son aplicables al contrato de seguros, ya que el mismo se realiza habitualmente por los modos descriptos en este articulado. Entonces, el art. 1110 -decía-, se refiere a la revocación y reza: *"En los contratos celebrados fuera*

*de los establecimientos comerciales y a distancia, el consumidor tiene el derecho irrenunciable de revocar la aceptación dentro de los DIEZ (10) días computados a partir de la celebración del contrato. Si la aceptación es posterior a la entrega del bien, el plazo debe comenzar a correr desde que esta última se produce. Si el plazo vence en día inhábil, se prorroga hasta el primer día hábil siguiente. Las cláusulas, pactos o cualquier modalidad aceptada por el consumidor durante este período que tengan por resultado la imposibilidad de ejercer el derecho de revocación, se tienen por no escritos.”*

Esta cuestión legislada de la retractación, tiene sus bases en la Directiva de la Unión Europea 593/2008, aplicable entre otros a los contratos de seguros y fue recibida por los distintos países con diferencias en el plazo establecido.

Los efectos de la retractación son hacia el futuro - conforme el art. 1076-, y las partes quedan liberadas de sus obligaciones respectivas, conforme al art. 1113.

Es interesante hacer notar que en el contrato de seguros, puede suceder que durante la vigencia del contrato, es decir, desde el momento de su celebración hasta la retractación, pudo haberse producido un siniestro. En ese caso, la entidad aseguradora tiene el deber de abonar la indemnización debida y adecuar la prima al lapso de tiempo que duró la cobertura.

Siguiendo con el análisis del Código Civil y Comercial y buscando el equilibrio eje de este trabajo, cabe hacernos una

pregunta: ¿con qué alcance se van a aplicar las leyes del consumidor al contrato de seguros? Ya vimos en el caso Bufoni la primacía de la ley especial por sobre la ley general de defensa del consumidor.

Entiendo que el contrato de seguros deberá adecuarse al nuevo Código, con mayor claridad y transparencia en sus cláusulas. De hecho, con fecha 4 de junio del corriente, la Superintendencia de Seguros de la Nación, por medio de una resolución, ha comunicado a las entidades aseguradoras el deber de adecuar las pólizas al Código Civil y Comercial.

En el capítulo 4, los arts. 1117 a 1120, referidos a las cláusulas abusivas, imponen reglas generales y no ofrecen complejidades interpretativas. Apuntan a que el adherente a cláusulas predispuestas conozca el contenido del contrato (art.985). Las cláusulas generales deben ser comprensibles y su redacción debe ser clara. Incorpora el principio de prevalencia de las cláusulas particulares por sobre las generales (art. 986). Se aplica la interpretación contra el proponente en caso de ambigüedad (art. 987). Estas normas se aplican a los contratos de consumo.

En particular referencia al contrato de seguros, podemos decir que las cláusulas no se negocian; lo que se negocia es su inclusión. El seguro no es solamente el contrato, ya que la actividad aseguradora comprende también el control de la actividad y la intermediación.

El art. 1119 define una noción general de lo que se entiende como cláusula abusiva y el 1120 situación jurídica abusiva. En definitiva, es un desequilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes, que no pueden ser en perjuicio del consumidor.

El art. 1121 merece una atención particular ya que excluye de la declaración de abusividad, a la relación entre el precio y el bien o servicio procurado.

Si bien este artículo ya recibió críticas, no debemos olvidar que en el Código nuevo, se destaca el principio de la autonomía de la voluntad y que, por otro lado, prevalece la manda del artículo 42 de la Constitución Nacional "*sobre el trato digno y equitativo*". Por eso, ante un evidente desequilibrio, prevalecerá la protección Constitucional por sobre la norma del art. 1121 en análisis.

Analizado esto desde el punto de vista del seguro, debemos hablar de prima y riesgo asegurado, y en este contexto, resulta a mi entender correcto, no adecuar la prima, basada en cálculos actuariales, al riesgo asegurado. Corresponde al decir del Dr. Soto "mirar y proteger al universo de consumidores y no al consumidor particular en el contrato de seguros".

El art. 1122 se refiere al control judicial: tiene en cuenta los principios protectorios y la adecuación debe efectuarse en el sentido más favorable al consumidor.

Para finalizar este análisis corresponde detenernos en los plazos de prescripción regulados en los arts. 2560 a 2564. Se ha establecido un plazo de prescripción genérico y se han regulado los casos específicos.

A mi entender, el legislador se ha perdido una gran oportunidad al no establecer claramente la prescripción de los contratos de consumo, aunque hay que hacer notar que no se ha apartado del derecho comparado.

Veamos: La regla general es una prescripción de cinco años.

A su vez, para el reclamo de daños y perjuicios derivados de la responsabilidad civil: tres años.

El reclamo de los daños derivados del contrato de transporte de personas y cosas, a los dos años.

La ley de contrato de seguros prevé un plazo de prescripción de un año.

El problema se plantea por la prelación normativa y al respecto, se han presentado discusiones doctrinarias en esta materia respecto al contrato de seguros. En efecto, la ley 26.361 en su art. 50 zanjó la discusión al establecer un plazo de tres años. Así: *"las acciones judiciales, las administrativas y las sanciones emergentes de esta ley prescribirán a los tres años. Cuando por otras leyes generales o especiales se fijen plazos de*

*prescripción distintos del establecido precedentemente se estará al mas favorable al consumidor o usuario.”*

De esta manera el contrato de seguros, pasó a tener una prescripción de tres años por aplicación de esta ley.

Ahora bien: el la ley 26.994 modifica el art. 50 y se aplica el plazo de tres años a las acciones administrativas, y cabe preguntarse: ¿para el contrato de seguro se va a aplicar el plazo genérico de cinco años por ser el más favorable al consumidor o el plazo de un año contemplado en la ley de seguros?

Entendemos que debe ser el plazo de un año, pero nos queda una duda razonable.

Cabe destacar que, en forma contemporánea a la sanción del nuevo Código Civil y Comercial Unificado, también se sancionaron y ya rigen, las leyes 26.991 -Nueva Regulación de las Relaciones de Producción y de Consumo-; la ley 26.992 - Bienes y Servicios, Observatorio de Precios y Disponibilidad de Insumos Bienes y Servicios-, y la ley 26.993 -Sistema de Resolución de Conflictos en las Relaciones de Consumo.

La ley 26.993 constituye una ley marco, que modifica las leyes 24.240 de Defensa del Consumidor y Usuario; la ley 22.802, de Lealtad Comercial y la ley 25.156, de Defensa de la Competencia, así como también regula un nuevo esquema de aplicación, en función de la creación de nuevos organismos administrativos y judiciales, como son el COPREC, la Auditoría y

la Justicia del Consumo y, cierra la serie de leyes dictadas recientemente en esta materia.

La ley crea la Justicia del Consumidor para la Ciudad de Buenos Aires, (que mantiene una Justicia Nacional pero tiene una competencia ordinaria), y cada provincia deberá dictar su propia legislación, adhesión y/o reglamentación por tratarse de cuestiones no delegadas al Congreso de la Nación (art. 75 inc.12 y 121 de la Constitución Nacional).

La ley en cuestión crea una instancia de conciliación previa en las relaciones de consumo – COPREC- que tiene carácter obligatorio y gratuito -en la medida que se elijan conciliadores del COPREC-; fija un tope máximo para el reclamo de 55 salarios mínimos, vitales y móviles, hoy equivalentes a \$ 240.000; y subsiste la justicia ordinaria en los asuntos de mayor importancia. La acción puede ser promovida por el consumidor directo o el conexo o indirecto quien determinará la competencia por el lugar de consumo, celebración del contrato, domicilio del consumidor, por el del proveedor o el domicilio de la citada en garantía y solo puede reclamar por el daño directo.

La Auditoría en las Relaciones de Consumo, que también crea la nueva ley, inaugura la figura de un “auditor” que sería algo así como un juez administrativo con duración determinada en sus funciones y que, ante la falta de acuerdo en la instancia de conciliación recibe las causas llamadas "de menor cuantía" (hoy hasta \$ 66.000, 15 salarios mínimos).

Por último crea y regula la “Justicia Nacional en las Relaciones de Consumo”, un fuero diferente y novedoso, que formará parte del Poder Judicial de la Nación.

Esta ley merece mis críticas: el monto involucrado en los procesos que regula, no reúne las características de una “justicia de menor cuantía” como debería haber sido para simplificar los procesos en general; el procedimiento hace gala de una gran burocracia administrativa. Por eso, no creo que resuelva los problemas existentes, sino que sin duda crea nuevos escollos.

También es muy grave, que la legislación sancionada no incluya el patrocinio letrado obligatorio, en las dos instancias de conciliación para el consumidor o usuario. El patrocinio es optativo, aún cuando el consumidor debe acompañar las pruebas que hacen a su derecho, y seguir las instancias procesales que la misma ley describe.

Ahora bien, este punto está lejos de favorecer al consumidor y agrava la asimetría que se da en la relación de consumo. Específicamente se crea una notoria desigualdad entre las partes, ya que mientras las entidades aseguradoras cuentan con un departamento de legales, el asegurado o consumidor de seguros no tiene el asesoramiento jurídico imprescindible para la firma de un acuerdo transaccional. Podemos estar ante un evidente desequilibrio o falta de equidad como consecuencia de la posición dominante en el mercado de una de las partes.

Habiendo tenido el honor de ser miembro del Consejo Directivo de este Colegio - Presidencia del Dr. Antonio Carabio - y ser representante ante COLPROBA y FACA de la Comisión de Incumbencias, no puedo dejar de hacer un comentario respecto a las incumbencias profesionales del abogado.

De más está decir, amén de todo lo manifestado, que la ley 26.993 afecta nuestras incumbencias profesionales de manera notoria. Los abogados somos los pilares de la justicia y si ello no se entiende así es hora que lo hagamos saber -haciendo gala de nuestro saber legal-, por los distintos medios, usando la sana crítica a la legislación vigente y abogando por nuestros derechos para que podamos a su vez nosotros abogar por los derechos de todos, consumidores o no, para que se respeten sus derechos y se los coloque en un pie de igualdad, único modo de garantizar la administración de Justicia.

Entiendo que hubo un apresuramiento en el dictado de esta ley, que no se han evaluado las necesidades concretas y no se ha dedicado a debatir en profundidad todas las cuestiones que trata. La realidad mostrará sus errores, pero marca la creciente necesidad de todos los gobiernos de dar armas a los consumidores para mejorar la defensa de sus derechos.

Para lograr el equilibrio deseado, todos los agentes involucrados, tanto en la actividad aseguradora como en la tutela de los derechos de los consumidores, deben ser conscientes de que las leyes no pueden ser efectivas sin más, y de que su aplicación requiere de la "prudencia" en el sentido aristotélico.

Aristóteles definía la prudencia como "la justa proporción en que deben hacerse las cosas", y la consideraba "virtud de todas las virtudes". La justicia, el valor y la templanza tenían su origen en la prudencia, debido a que cada una de esas virtudes requería una justa proporción en cada una de sus áreas de acción.

Para finalizar propongo seguir trabajando para evitar la cada vez mayor judicialización de los diferendos, teniendo en cuenta el incremento constante de los litigios. Sin el convencimiento interno y el esfuerzo necesario para un cambio, el mismo no es sustentable.

Estamos en el siglo XXI; la física cuántica nos dice que hay un campo de consciencia que fluye adentro, alrededor y a través de cada uno de nosotros. Se ha comprobado científicamente que lo observado puede cambiar según quien sea el observador y un cambio en cualquier lugar se refleja en todos los lugares. Poca gente, con un nuevo programa de consciencia puede cambiar de manera significativa nuestra realidad colectiva. Veamos este cambio que se aproxima como positivo para beneficio de todos

#### Bibliografía:

Rivera, Julio C., Dir. Código Civil y Comercial de la Nación comentado: artículos 724 a 1250. Buenos Aires: La Ley, 2014. T. 3  
Lorenzetti, Ricardo Luis, Dir. Código Civil y Comercial de la Nación comentado. Santa Fe: Rubinzal - Culzoni, 2015. T. 5: arts. 724 a 1020

Zannoni, Eduardo A. Código Civil y Comercial: concordado con el régimen derogado y referenciado con legislación vigente. Buenos Aires: Astrea, 2015. 741 p.

Stiglitz, Rubén N. S. Nuevos temas incorporados a la teoría general del contrato en el Código Civil y Comercial de la Nación. En: Revista Jurídica La Ley. Suplemento Especial: Código Civil y Comercial de la Nación: Contratos. (2015 Feb): 1–30

Lorenzetti, Ricardo L. La interpretación de los contratos. En: Revista Jurídica La Ley. Suplemento Especial: Código Civil y Comercial de la Nación: Contratos. (2015 Feb): 191–200

Wajntraub, Javier H. Justicia del consumidor. Nuevo régimen de la ley 26993. Santa Fe: Rubinzal–Culzoni, 2014. 368 p.