

Los contratos en el nuevo Código Civil y Comercial

Dr. Matías Ferrari

Estudio Cerolini & Ferrari Abogados

Dr. Agustín Vázquez Cerro

Estudio Cerolini & Ferrari Abogados



Profesional de Ciencias
Económicas de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires

Fuente: Revista Consejo Año VIII – Nº 38 – Noviembre 2015 – ISSN 1851-6610



El Código Civil y Comercial de la Nación (el “CCC”) ha traído una novedad en materia contractual que resulta aplicable transversalmente a todo tipo de contratos. En tal sentido, se reconocen tres sistemas o modalidades de contratación: (i) contratos discrecionales o de negociación individual (art. 957 y ss); (ii) contratos por adhesión a cláusulas generales predispuestas (arts. 984 a 989); y (iii) contratos de consumo (arts. 1092 a 1122, 1384 a 1389 y la Ley 24.240).

De ellas, la segunda categoría de contratos es la más interesante y la que probablemente presentará más desafíos a los contratantes y a los profesionales del derecho.

Seguidamente reseñaremos brevemente algunos de los cambios que presenta el CCC en la materia.

I. Contratos discrecionales o de negociación individual

Las normas referidas a los contratos discrecionales o de negociación individual del nuevo CCC mantienen los lineamientos dados por el antiguo Código. No se advierten modificaciones sustanciales o críticas que no se encuentren ya consolidadas en doctrina y jurisprudencia mayoritarias; sin embargo, las inclusiones más relevantes en esta esfera son la regulación de los contratos preliminares (arts. 994 a 996), las subcontrataciones (art. 1069 a 1072) y los contratos conexos (arts. 1073 a 1075).

II. Contrato por adhesión a cláusulas generales predispuestas

El contrato por adhesión es una forma de contratación por la cual uno de los contratantes adhiere a cláusulas generales predispuestas unilateralmente por la contraparte en el contrato sin que el adherente haya participado en su redacción.

Se trata de una forma de expresar el consentimiento dispuesta de forma genérica en el CCC e independiente de los contratos de consumo. Resulta común asociar, y hasta asimilar, las nociones de contratos por adhesión y contratos de consumo.

Sin embargo, ambas modalidades de contratos distan de ser lo mismo. Podemos tener contratos por adhesión que no sean de consumo (negocios de empresas con sus proveedores, negocios B2B, etc.), mientras que los contratos de consumo, salvo excepciones, se realizan siempre bajo la modalidad de contratación por adhesión.

El contrato por adhesión es una forma de expresar el consentimiento dispuesta de forma genérica en el nuevo Código e independiente de los contratos de consumo.

Solo el tiempo permitirá juzgar el &eacuEsta modalidad de contratación, cuya recepción en el CCC es novedosa para el campo de contratos entre empresas, resulta de aplicación directa y concreta a todo tipo de contratos (compraventa, locación, franquicia, concesión, distribución, suministro, *leasing*, etc.), mediante los que, a diario, miles de PyMEs y grandes empresas realizan sus negocios.

a. Requisitos de validez de las cláusulas generales predispuestas

El CCC no prohíbe la inclusión de cláusulas predispuestas por una de las partes. No obstante le fija requisitos en el art. 985 para que las mismas resulten válidas y no lesionen derechos de la parte adherente.

Las cláusulas predispuestas deben ser comprensibles, es decir que deben poder ser entendidas por el cocontratante y autosuficientes, o sea que todos los elementos para su correcta interpretación deben surgir de sí misma o de los anexos que, de existir, deben ser entregados al suscribirse el contrato.

Asimismo se exige que la redacción de las cláusulas sea clara (sin ambigüedades), fácilmente inteligible y completa.

Adicionalmente, el CCC tiene por no convenidas aquellas cláusulas que reenvíen a textos o documentos que no se facilitan a la contraparte de forma previa o simultánea a la conclusión del contrato.

b. Cláusulas predispuestas abusivas

El régimen de cláusulas abusivas de los contratos por adhesión del art. 988 CCC es similar al del art. 37 de la Ley 24.240, puesto que tiene por no escritas: (i) las cláusulas que desnaturalizan las obligaciones del predisponente; (ii) las que importan renuncia o restricción a los derechos del adherente, o amplían derechos del predisponente que resultan de normas supletorias; y (iii) las que, por su contenido, redacción o presentación, no son razonablemente previsibles.

Mientras que el art. 37 inc. c) de la Ley 24.240 prohíbe la inclusión de cláusulas que inviertan la carga de la prueba en cabeza del consumidor, el art. 988 CCC lo reemplaza por la prohibición de cláusulas que no resulten razonablemente previsibles. Se pasa de un supuesto puntual y exclusivo a uno amplio que comprende al anterior y permite la eventual inclusión de otros supuestos, como las llamadas cláusulas "sorpresa" (aquellas que contratantes de buena fe no se esperarían razonablemente en un determinado tipo de negocio).

Se fija en cabeza del juez la facultad de declarar la nulidad de una cláusula reputada abusiva, y la aprobación administrativa del contrato por algún regulador no obsta a dicha declaración de nulidad. Asimismo se habilita al juez a integrar el contrato para mantener la finalidad del mismo ante declaraciones de nulidad parcial.

III. Contratos de consumo

La regulación de los contratos de consumo en el CCC sigue la línea de la Ley 24.240, aunque se advierten ciertas diferencias entre el CCC y la Ley 24.240.

En primer lugar, se ha resignificado la importancia de los contratos de consumo en el Código de fondo como uno de los tres pilares contractuales de la teoría general del contrato, en línea con la impronta que ha marcado la Corte Suprema con el art. 42 de la Constitución Nacional como norte.

En ese marco, el deber de información en cabeza del proveedor se ve ampliado en el CCC, puesto que se debe brindar información cierta y detallada respecto de todo lo relacionado con las

características esenciales de los bienes y servicios que provee, las condiciones de su comercialización y toda otra circunstancia relevante para el contrato (art. 1100). Se agrega así el deber de información sobre “toda otra circunstancia relevante para el contrato” que el art. 4 de la Ley 24.240 no incluía y de esta manera se amplía el alcance de esta carga legal que ya de por sí era bastante amplia.

Además, el CCC ha reconocido la importancia de la publicidad en las relaciones de consumo y ha fijado como directriz fundamental que las publicidades no deben inducir a error o engaño a los consumidores ni a que adopten conductas peligrosas para su salud o seguridad.

A su vez, existe una sección específica para la tutela de los consumidores bancarios con un sistema de protección especial para este tipo de contratos.

En síntesis, son varios los cambios en materia contractual. En nuestra opinión, en relación con la introducción de un régimen de contratación por adhesión aplicable a la contratación entre empresas es, sin lugar a dudas, ese el ámbito donde deberán realizarse los mayores esfuerzos para prevenir y adecuar la práctica cotidiana a las pautas del CCC.

