

JUAN M. FARINA

*Contratos
comerciales
modernos*

Modalidades de contratación empresarial

Distribución. Agencia. Concesión. Franchising. Suministro
Estimatorio. Círculos de ahorro. Leasing. Factoring
Tarjeta de crédito. Transferencia de tecnología
Asistencia administrativa. Consultoría. Informáticos
Publicitarios. Viaje y turismo. Joint venture
Tiempo compartido. Club de campo



EDITORIAL ASTREA
DE ALFREDO Y RICARDO DEPALMA
BUENOS AIRES

1993

ÍNDICE GENERAL

<i>Advertencia preliminar</i>	V
-------------------------------------	---

CAPÍTULO PRIMERO LOS CONTRATOS COMERCIALES EN LA ACTUALIDAD

A) INTRODUCCIÓN

§ 1.	Un mundo nuevo cada día	1
§ 2.	Función económica y social de los contratos comerciales	1
§ 3.	Concepto de derecho comercial	5
	a) Influencia de los criterios subjetivo y objetivo en el concepto de contrato comercial	6
	b) Crisis del criterio objetivo	7
	c) Derecho comercial como derecho de la empresa	8
	d) Crítica a la identificación entre derecho mercantil y derecho de la empresa	10
	e) Derecho comercial como derecho de una economía de masa	11
	f) Concepto de derecho comercial clásico y su contenido actual	12
	g) El mercado y el derecho comercial	14
§ 4.	La empresa como elemento básico del derecho comercial	14
§ 5.	La empresa (o el comerciante) como parte necesaria de todo contrato mercantil	14
§ 6.	Concepto de empresa comercial	15
§ 7.	¿Qué es la empresa?	15
	a) Concepto jurídico de empresa	17
	b) Empresario	19
	c) La empresa como adquirente de bienes y servicios	19
§ 8.	¿Derecho económico?	19
§ 9.	Unificación del derecho privado y la suerte del derecho comercial	20

§ 10.	Críticas que se formulan a la unificación del derecho privado	20
	a) Autonomía jurídica del derecho comercial	21
	b) Autonomía jurídica del derecho comercial italiano ..	21
	c) Contratos comerciales y el Proyecto de Unificación del derecho privado en nuestro país	22
§ 11.	El derecho no puede mantenerse al margen de la economía	23
§ 12.	Contratos comerciales y los adquirentes de bienes y servicios	24
§ 13.	Quiénes conforman la contraparte de la empresa en las contrataciones mercantiles	25
§ 14.	Diferentes categorías de contrataciones comerciales, según la calidad de los sujetos intervinientes y los intereses económicos en juego	26
	a) Contratos celebrados entre empresas que se hallan en situación recíprocamente igualitaria para negociar	27
	1) Contratos que, por definición, sólo se pueden celebrar entre empresas	27
	2) Contratos entre empresas cuya posición igualitaria o subordinada entre sí depende de las circunstancias en cada caso	27
	b) Contratos de negocios	27
	c) Contratos que celebran las empresas (y los comerciantes) con los consumidores y usuarios que contratan para la satisfacción de sus necesidades personales	28
	d) Contratos de comercio internacional	29
	e) Contratos celebrados necesariamente entre una empresa y una persona individual titular de un derecho intelectual, como resultado de una negociación entre las partes	29
	f) Contrato celebrado por el empresario organizador del espectáculo con artistas, ejecutantes, gimnastas, deportistas, etcétera, y que no configure una relación laboral	30
	g) Actuación de las empresas multinacionales	30
§ 15.	Nuevo enfoque del derecho comercial	31

B) DERECHO ECONÓMICO

§ 16.	Planteo de la cuestión	33
§ 17.	Definición y contenido del derecho económico	37
§ 18.	Orden público económico	38

§ 19.	Características fundamentales	39
§ 20.	Autonomía	40
§ 21.	Relaciones entre derecho económico y derecho administrativo	41
§ 22.	Dos tipos de derecho económico	43
§ 23.	Contenido	43
	a) Fomento industrial	44
	b) Política financiera	44
	c) Actividad aseguradora	45
	d) Régimen de protección y promoción de la industria nacional	45
	e) Enumeración de algunos instrumentos reguladores .	45
	f) Inversiones de capitales extranjeros	46
	g) Transferencia de tecnología	46
	h) Control del poder económico	46
	i) Constitución de sociedades anónimas	47
	j) Clasificación de las materias del derecho económico .	47
§ 24.	Derecho económico y derecho comercial	47
§ 25.	Normas jurídicas que integran el derecho económico ...	48
	a) Ley 22.262 de defensa de la competencia	48
	b) Ley 20.680 de abastecimiento	50
	c) Ley 22.802 de lealtad comercial	50
	d) Ley 19.511 sobre instrumentos de medición	50
	e) Otras leyes que integran el derecho económico	50
§ 26.	Carácter cambiante de estas normas	51
§ 27.	Derecho económico y protección del medio ambiente ...	51
§ 28.	Derecho económico y los monopolios	51
§ 29.	Ley de convertibilidad	52
	a) Nuevo régimen económico impuesto por la ley 23.928	52
	b) Prohibición del ajuste por inflación	53

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

§ 30.	El tema	55
§ 31.	Contrato estándar (o uniforme)	55
§ 32.	Contrato con cláusulas predispuestas	56
	a) Características de las cláusulas predispuestas	57
	b) Aplicación de las cláusulas predispuestas	57
	c) Necesidad de conocimiento de la cláusula predispuesta por parte del cocontratante	57
	d) La cláusula predispuesta en caso de conflicto acerca de su interpretación o validez y su influencia en el contexto general del contrato	58
§ 33.	Condiciones generales de contratación	59

a)	Definición	60
b)	Condiciones de contratación: su generalidad	60
c)	Justificativos económicos de las condiciones generales	60
d)	Significado de las expresiones “condición”, “condición general” y “condición (o cláusula) predispuesta” en los contratos comerciales	61
1)	Condición	61
2)	Condición general (o condiciones generales)	61
3)	Cláusulas predispuestas y condiciones generales de contratación	63
e)	Vigencia en el comercio internacional	63
f)	Posible desnaturalización del tipo legal por medio de las condiciones generales	64
g)	Condición particular (o especial). Condiciones generales y condiciones particulares (o especiales). Criterios distintivos	64
h)	Condiciones generales de contratación y condiciones generales del contrato	65
i)	Interpretación de las condiciones generales	66
1)	Condiciones generales en los contratos entre empresas	67
2)	Interpretación del contrato cuando hay choque entre las condiciones generales de estipulantes enfrentados	68
j)	Nulidad e ineficacia de las condiciones generales	68
§ 34.	Contrato de adhesión (o por adhesión)	70
a)	Condiciones generales y contratos por adhesión	72
b)	Criterio restringido	73
c)	Problemas que plantea este contrato	74
§ 35.	Contratos por adhesión y condiciones generales de contratación publicitados mediante carteles y otros anuncios	74
a)	Carteles	75
b)	Uso de pantallas de televisión	75
c)	Altavoces	75
d)	Catálogos, prospectos o circulares	75
e)	Envoltura del producto	76
§ 36.	Medios jurídicos para evitar o aminorar los abusos en los contratos por adhesión	76
§ 37.	Nuestra jurisprudencia frente a los contratos por adhesión	77
§ 38.	Contrato tipo (o contrato-formulario)	78
§ 39.	Naturaleza contractual de las condiciones generales y del contrato con cláusulas predispuestas	79

§ 40.	Contrato normativo	79
	a) Contrato normativo y contrato preliminar	80
	b) Ampliación del concepto de contrato normativo	81
§ 41.	Contratos de fijación	81
§ 42.	Contrato autorizado (o aprobado)	82
	a) Presunción de legitimidad del contrato autorizado ..	83
	b) Caracterización	83
§ 43.	Contrato reglamentado (o normado)	84
	a) Diferencia con el contrato autorizado	84
	b) Supuestos de contratos reglamentados	84
§ 44.	Contrato corregido (o transformado)	85
§ 45.	Contratos de agarrotamiento (o extorsivo)	85
§ 46.	Contratos de líneas rectoras	86
§ 47.	Contrato estatuto	86
§ 48.	Contrato abierto	86
§ 49.	Contrato obligatorio (obligación de contratar)	87
§ 50.	Contrato dictado	88

**D) NUEVOS PROCEDIMIENTOS Y TÉCNICAS DE CONTRATACIÓN
EN EL COMERCIO ACTUAL**

§ 51.	Introducción	89
§ 52.	Las denominadas relaciones contractuales de hecho	89
	a) Los “paracontratos”	91
	b) La relación contractual y el contrato	91
§ 53.	Contratos celebrados por medios mecánicos (máquinas expendedoras automáticas)	92
§ 54.	Contratos denominados “de ventanilla” (o de mostra- dor)	93
§ 55.	Contratos por télex y por fax	94
§ 56.	Contratación por ordenadores	94
	a) ¿Qué es un ordenador?	95
	b) ¿Qué son los “chips”?	96
	c) ¿Cómo se enlazan los ordenadores entre sí?	96
	d) Comunicación por ordenadores a través del espacio	96
	e) Contratos concluidos por ordenador	96
	1) Cuando el empleo del computador incide directa- mente en el proceso de formación de la voluntad negocial	96
	2) El computador como lugar de encuentro de la vo- luntad ya perfeccionada	98
	3) Características que presentan los contratos cele- brados mediante ordenadores	98
	4) Dificultades que puede presentar la contratación por ordenadores	98

	a) En cuanto a la identificación del usuario del computador	98
	b) En cuanto al contenido de la declaración	99
	5) Formación del contrato por ordenadores. Lugar y momento	100
	a) Momento de la celebración	100
	b) Lugar de celebración	100
§ 57.	La prueba de los contratos celebrados por medios electrónicos	100
§ 58.	¿Qué se entiende por documento electrónico?	101
	a) Documentos electrónicos en sentido amplio	101
	b) Documentos electrónicos en sentido estricto	102
	c) Su alcance como documento jurídico	102
	d) Métodos para evitar, dentro de ciertos límites, la inseguridad probatoria del documento electrónico .	103
	e) Su consideración como documento escrito	103
	f) Limitaciones del documento electrónico	103

CAPÍTULO II

CONTRATACIÓN MASIVA

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

1) CONSIDERACIONES GENERALES

§ 59.	Aparición del contrato en masa	105
§ 60.	Nueva caracterización del contrato comercial	106
§ 61.	El comercio y las normas del Código Civil sobre contratos	106
§ 62.	Operación de masa (o en masa)	107
§ 63.	Necesidad de un nuevo enfoque jurídico del tráfico de masa	107
§ 64.	¿Hacia un nuevo derecho contractual?	108
§ 65.	Contratos negociados y contratos no negociados	108
§ 66.	Contratos paritarios y no paritarios	110
§ 67.	Contratos negociados en el campo del derecho mercantil	110
	a) Margen de vigencia del contrato negociado en el comercio actual	110
	b) Contratos no negociados: de “modo absoluto” y de “modo relativo”	110
§ 68.	Cuestiones que plantea la contratación en masa. Base de las relaciones mercantiles	111

§ 69.	La costumbre jurídica como fuente de derecho	111
	a) La costumbre y el derecho comercial	112
	b) El "ius mercatorum" ("lex mercatoria")	112
	c) La costumbre en el derecho positivo argentino	113
	d) Prueba de la costumbre	113
§ 70.	Las costumbres y los términos utilizados en el comercio internacional	114
	a) "Incoterms"	114
	b) Los "incoterms" 1953 y la revisión de 1990	114
	c) Principales expresiones comprendidas en los "incoterms"	115
	1) "Ex works"	115
	2) "Free carrier"	115
	3) FAS ("free along side")	115
	4) FOB ("free on board")	115
	5) CFR ("cost and freight")	115
	6) CIF ("cost, insurance, freight")	115
	7) "Freight (or carriage) paid to"	115
	8) "Freight or carriage and insurance paid to" ...	115
	9) "Ex ship"	116
	10) "Ex quay"	116
	11) "Delivered at frontier"	116
	12) "Delivered duty paid"	116
	13) "Delivered duty unpaid"	116

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

§ 71.	Introducción	116
§ 72.	¿Existe una obligación de contratar?	116
	a) Obligaciones de contratar en el derecho francés ...	117
	b) El problema en el derecho italiano	117
§ 73.	Consentimiento en el contrato comercial en masa	117
§ 74.	Consentimiento en los contratos en masa	118
§ 75.	El silencio en los contratos donde una de las partes es empresa	118
§ 76.	La publicidad como determinante de la contratación en el comercio actual	119
	a) Influencia en las contrataciones en masa	120
	b) Publicidad y lealtad comercial	121
	c) Publicidad y condiciones generales de contratación	121
§ 77.	Legitimación para contratar en nombre de la empresa	122
	a) Criterio más amplio acerca de la legitimación para contratar en nombre de la empresa	123
	b) Autorización, poder de disposición y asentimiento .	124
	c) Teoría de la apariencia	125

	d) Supuestos en los que se aplica la teoría de la apariencia	127
§ 78.	El artículo 58 de la ley 19.550. Facultades de los administradores y representantes de las sociedades comerciales y los derechos de los terceros de buena fe .	128
§ 79.	Los menores en la contratación mercantil	130
	a) Contratos celebrados por menores adultos	131
	b) El menor como locador de servicios o de obra	132
§ 80.	La prueba en los contratos comerciales	133
	a) Forma y prueba de los contratos comerciales	133
	b) Disposiciones del Código de Comercio sobre forma y prueba de los contratos	134
	c) Valor probatorio de los "tickets", billetes aéreos, entradas para espectáculos, etcétera	134
	d) ¿Cuál es su valor probatorio?	135
	e) Prueba de los contratos según la jurisprudencia ...	135
B) INTERPRETACIÓN DE LOS CONTRATOS COMERCIALES EN EL TRÁFICO DE MASA. CLÁUSULAS ABUSIVAS		
§ 81.	El problema	136
§ 82.	Cláusulas abusivas	138
§ 83.	Diversos casos de cláusulas abusivas	138
§ 84.	Cláusulas que permiten modificar la prestación que naturalmente está a cargo del empresario	138
§ 85.	Principio de razonabilidad en el cumplimiento de la prestación	139
§ 86.	Cláusulas sobre el precio	139
	a) Facultad de modificar ulteriormente los precios originarios	140
	b) Imposibilidad de verificar la exactitud del monto facturado	141
§ 87.	Cláusulas que restringen la libertad de contratar con terceros	141
§ 88.	Cláusulas que permiten alterar unilateralmente el contenido del contrato	142
§ 89.	Facultad de resolver discrecionalmente el contrato ...	142
§ 90.	Cláusulas de inenajenabilidad	142
§ 91.	Cláusulas de exclusividad	142
§ 92.	Cláusulas de prórroga automática del contrato	143
§ 93.	Cláusulas que limitan o exoneran de responsabilidad a la empresa	143
§ 94.	Prórroga de jurisdicción	145
§ 95.	Otras causales de nulidad de cláusulas predispuestas	145
§ 96.	Reglas de interpretación de los contratos y de las cláusulas abusivas	146

§ 97.	Reglas sobre interpretación de los contratos. El principio básico en los contratos negociados	146
§ 98.	Características que presenta la interpretación de contratos con cláusulas predisuestas. Interpretación de las condiciones generales	147
§ 99.	La buena fe como principio rector	149
§ 100.	Cláusulas abusivas en el tráfico de masa y orden público económico	150
§ 101.	Interpretación en contra del estipulante	150
§ 102.	El principio "in dubio contra stipulatorem" en el derecho argentino	151
§ 103.	Nuestra jurisprudencia	151
§ 104.	Prioridad de la "cláusula negociada en particular" sobre las condiciones generales	152
§ 105.	Interpretación y control del contenido de las cláusulas predisuestas y particularmente de las que conforman las condiciones generales	153
§ 106.	Soluciones en el derecho actual	153

CAPÍTULO III

CONCEPTO DE CONTRATO. NECESIDAD DE SU REVISIÓN

§ 107.	Concepto clásico de contrato	157
	a) Contrato y acuerdo de voluntades	158
	b) Derecho romano	160
	c) Derecho anglosajón	161
	d) Concepto de contrato en el derecho continental ..	162
	1) Código Civil francés	162
	2) Código Civil español	162
	3) Código Civil alemán de 1896 (BGB)	163
	e) ¿Contrato sin consentimiento?	163
§ 108.	El contrato como acuerdo de voluntades	165
§ 109.	Nueva visión del contrato a principios del siglo xx ..	166
§ 110.	Nueva concepción del contrato en la época actual	167
§ 111.	Las denominadas relaciones contractuales de hecho .	168
	a) En estos casos, ¿hay consentimiento?, ¿hay contrato?	169
	b) Teoría de Duguit sobre la manifestación unilateral de voluntad	169
	c) Manifestaciones unilaterales recíprocas y correlativas	170
	d) Consentimiento contractual en el contrato masivo	170

§ 112.	¿Crisis del contrato?	171
	a) Igualdad negocial de las partes	171
	b) Nuestro Código Civil, ¿define el contrato?	172
	c) Necesidad de reexaminar el concepto de contrato	173
	d) Nuestro Código Civil no define el contrato	175
	e) El “acuerdo” del artículo 1137	176
	f) Concepto de contrato. Un enfoque más amplio ..	176
	g) El contrato es un acto jurídico	177
	h) Acto jurídico bilateral o plurilateral	177
	i) Prestación susceptible de apreciación pecuniaria ..	179
§ 113.	Oferta en los contratos comerciales. Oferta al público	181
	a) Oferta en el comercio	182
	b) Oferta en materia comercial: nuestra jurisprudencia y doctrina	185
	c) Una necesaria distinción en materia de oferta al público	185
	1) Ofrecimiento del producto o servicio mediante publicidad, prospectos o circulares, sin determinar sus características específicas ni precio	185
	2) Ofrecimiento del producto o servicio con determinación de sus características y precio	186
	3) Mercadería exhibida, con su precio, en el local comercial	187
	d) Ofertas, avisos y anuncios al público	187
	e) La “nota de pedido” como aceptación de la oferta al público	189
	f) Orden de compra	189
	g) Revocación y caducidad de la oferta	190
§ 114.	Oferta al público y oferta “ad incertam personam” ..	190
§ 115.	¿Tiene carácter vinculante la oferta al público?	191
§ 116.	Diferencia entre “oferta al público” y “promesa al público”	192

CAPÍTULO IV

CONTRATACIÓN MERCANTIL FRENTE AL CONSUMIDOR

A) RESPONSABILIDAD EN LAS CONTRATACIONES EN MASA POR LOS PRODUCTOS ELABORADOS

§ 117.	El problema	195
	a) Necesidad de una regulación explícita	196
	b) El tema en nuestro país	197

	c) Responsabilidad objetiva como principio rector en esta materia	197
	d) Distintos supuestos de responsabilidad por productos elaborados	197
§ 118.	Principio general. ¿Qué se entiende por producto elaborado?	198
§ 119.	Concepto de vicio o defecto a los fines aquí previstos	199
§ 120.	¿Acción redhibitoria o acción por vicios de fabricación?	200
§ 121.	Diferencia entre la acción de responsabilidad por productos elaborados y la acción por vicios redhibitorios	200
§ 122.	Carácter masivo de estos daños	201
§ 123.	Hechos que pueden influir o ser causantes del daño por productos elaborados	201
	a) Daños provocados por deficiencias en proyectos, planos o fórmulas químicas del producto	201
	b) Vicios de fabricación o de manipulación del producto	201
	c) Vicios derivados de una defectuosa conservación del producto hasta su entrega al adquirente	201
	d) Deficiente información al consumidor	202
	e) Daños derivados de una publicidad imprudente ..	202
§ 124.	Factor objetivo de atribución en la responsabilidad contractual y en la extracontractual	203
§ 125.	Responsabilidad del fabricante frente al consumidor o usuario con quien no contrató	204
	a) Tesis de la responsabilidad extracontractual del fabricante	204
	1) Teoría de la responsabilidad por culpa	204
	2) Teoría de la responsabilidad objetiva	205
	b) Tesis de la responsabilidad contractual del fabricante	206
	1) Teoría del negocio fiduciario	206
	2) Teoría de la cadena ininterrumpida de contratos	206
	3) Teoría de la cesión de acciones	207
	4) Teoría de la acción directa	207
	c) El caso “Rincón de Ávila SCA c/Cooper Argentina SA”	208
	d) Adquirente “versus” vendedor (sea o no el fabricante)	209
§ 126.	Causales de exoneración de responsabilidad del fabricante o elaborador	210
§ 127.	Vicio de la cosa derivado de uno de sus componentes no elaborados por el fabricante	210
§ 128.	Responsabilidad del vendedor que vende directamente al consumidor final	211

§ 129.	Responsabilidad del intermediario	212
§ 130.	Responsabilidad del exportador y del importador por los productos elaborados	212
§ 131.	Producto fabricado bajo control estatal	214
§ 132.	Casos en que la obligación de indemnizar los daños producidos por productos elaborados se debe fundar en la responsabilidad contractual o en la extracontractual	215
	a) Contractual	215
	b) Extracontractual	216
§ 133.	Fundamentos de la doctrina para la cual existe sólo responsabilidad extracontractual en los supuestos enumerados precedentemente	217
§ 134.	Responsabilidad del concedente de un bar o restaurante por hechos del concesionario	218
§ 135.	Obligación de seguridad como fundamento de la responsabilidad por los productos elaborados. Tutela (o protección) de la confianza	219
§ 136.	Ámbito de la responsabilidad por productos elaborados	221
§ 137.	Producto cuyo carácter nocivo se descubre luego de lanzado al mercado	221
	a) "Riesgos del desarrollo" científico o tecnológico .	222
	b) Argumentos contrarios a la atribución de responsabilidad al elaborador por los riesgos del desarrollo	222
	c) Argumentos en favor de la atribución de responsabilidad al elaborador por los riesgos del desarrollo	222
	d) La cuestión en el derecho argentino	223
§ 138.	Responsabilidad del propietario o guardián de la cosa	224
§ 139.	Responsabilidad de la concesionaria vendedora (caso de venta de automotores)	225
	a) El "manual del concedente al concesionario" como fuente de derechos del comprador	225
	b) Acciones recursorias	226
	c) Alcances y efectos de la garantía convencional. La prescripción	226
§ 140.	Responsabilidad por los productos farmacomedicinales	227
	a) Cadena de circulación comercial del medicamento	227
	b) Responsabilidad del laboratorio productor del medicamento	228
	c) Responsabilidad del director técnico de la empresa productora del fármaco	229

d) Responsabilidad de los propietarios de las droguerías y de sus directores técnicos	230
e) Responsabilidad del farmacéutico	230
f) Publicidad del producto farmacéutico: su incidencia en la automedicación. Defensa del consumidor	230

**B) LA PUBLICIDAD COMO FACTOR DETERMINANTE
EN LAS CONTRATACIONES MERCANTILES**

1) CONSIDERACIONES GENERALES

§ 141. Presencia de la publicidad	231
§ 142. Publicidad comercial	231
§ 143. Concepto de publicidad comercial	232
§ 144. La publicidad como disciplina	233
§ 145. La ciencia al servicio de la publicidad	233
§ 146. Importancia creciente de la publicidad comercial	234
§ 147. Control sobre la publicidad	235

2) PUBLICIDAD Y PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

§ 148. Introducción	235
§ 149. Regulación de la publicidad	236
§ 150. La publicidad en el Código Alimentario Argentino ..	237
§ 151. Publicidad y multinacionales	237
§ 152. Publicidad y medios de comunicación	238
§ 153. Publicidad comparativa	239
§ 154. Publicidad empresarial (imagen de la empresa)	241
§ 155. El patrocinio como publicidad	242
§ 156. Utilización del cine con fines publicitarios	243
§ 157. Publicidad y cultura	244
§ 158. La publicidad, los niños y los jóvenes	244
§ 159. Publicidad y mercado	245

C) PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR Y DEL USUARIO

§ 160. Introducción	245
§ 161. Incidencia de los contratos mercantiles en la sociedad actual	245
§ 162. Consumidor. Consumismo. Consumerismo	246
§ 163. Protección de los consumidores	248
§ 164. Derechos del consumidor	249
§ 165. Ordenamiento jurídico del derecho del consumidor ..	250

§ 166.	Concepto amplio del derecho del consumidor	250
§ 167.	Antecedentes extranjeros	250
§ 168.	Personas frente a las cuales se protege al consumidor	251
§ 169.	Amplitud del derecho del consumidor. Diferencias entre las normas que protegen los legítimos intereses económicos y las que protegen la salud	252
§ 170.	Contenido de la protección a los legítimos intereses económicos	253
§ 171.	Protección del consumidor como factor de equilibrio en los mecanismos del mercado. Su repercusión en el derecho comercial	253
§ 172.	Protección del consumidor en el derecho mercantil ..	254
	a) Posterior desarrollo de la tutela al consumidor en el campo del derecho comercial	254
	b) Volviendo al derecho del consumidor y al derecho comercial	255
	c) En el derecho mercantil la tutela frente a la parte dominante en la relación contractual va más allá del simple consumidor	256
§ 173.	Algunos aspectos de la protección del consumidor en la legislación vigente en nuestro país	257
	a) Ley de defensa de la competencia	257
	b) Ley de abastecimiento	260
	c) Ley de lealtad comercial	260
	1) Identificación de la mercadería	260
	2) Denominaciones de origen	261
	3) Publicidad engañosa	261
	4) Promoción mediante premios	261
	5) Normas de directa tutela de los consumidores	262
	d) Ley de marcas y designaciones	263
	e) Ley de abastecimiento de drogas y productos utilizados en medicina humana	264
	f) Ley de contralor de drogas y productos utilizados en medicina humana	265
	1) Requisitos que deben reunir los medicamentos	265
	2) Instalaciones de laboratorios	265
	3) Identificación de los medicamentos	266
	4) Control administrativo	266
	5) Protección del consumidor	266
	g) Código Alimentario Argentino	267
	1) Identificación comercial de los alimentos como modo de proteger al consumidor	267
	2) Obligación de redactar el rótulo en castellano .	268
	3) Inscripción en los recipientes	269
	4) Alimentos a los que se atribuya valor curativo	269

	5) Productos de consumo inmediato	269
	6) Productos dietéticos	269
§ 174.	Tutela que brindan las leyes mencionadas precedentemente: relación entre consumidor (o usuario) y empresa	270
§ 175.	Pequeñas empresas en su doble papel: consumidoras y proveedoras	271
§ 176.	Situación inversa: vendedor o prestador de servicios en situación de inferioridad frente al adquirente	272
§ 177.	Evolución de nuestra jurisprudencia en favor de los derechos del consumidor	272
	a) Interpretación de las condiciones generales	273
	b) Otras cuestiones contempladas por la jurisprudencia	273
	c) Cláusulas de exoneración en el contrato de seguro	274
§ 178.	Cumplimiento del contrato y protección del consumidor o usuario	275
§ 179.	Protección del adquirente después de cumplido el contrato	275

CAPÍTULO V

INFLUENCIA DEL COMERCIO ACTUAL SOBRE LAS CATEGORÍAS CONTRACTUALES

A) CONTRATOS INNOMINADOS

1) CONSIDERACIONES GENERALES

§ 180.	Su importancia en el comercio actual	277
§ 181.	Contratos innominados en el derecho romano	279
§ 182.	Derecho moderno	280
§ 183.	El contrato innominado en nuestro Código Civil	280
§ 184.	El contrato innominado como fruto de la libertad de contratación	280
§ 185.	Problema terminológico. Contratos típicos y atípicos	281
§ 186.	Contratos de tipicidad consuetudinaria (o social)	282
§ 187.	Contrato innominado en la actualidad	284
§ 188.	Importancia práctica. Figuras de utilización frecuente	285
§ 189.	Contratos atípicos y negocios jurídicos atípicos	286
§ 190.	Tutela jurídica del contrato innominado	287

§ 191.	El contrato innominado y la teoría de la función económico-social del contrato	287
--------	--	-----

2) CONTRATOS INNOMINADOS. CRITERIOS PARA SU DETERMINACIÓN

§ 192.	La cuestión	290
	a) Punto de partida	291
	b) Importancia de su determinación	291
	c) Análisis de las prestaciones a cargo de las partes	293
	d) Otro aspecto a tener en cuenta: modalidad de las prestaciones	295
	e) Prestaciones múltiples	296
	f) Número de partes	296
§ 193.	Figuras multiformes (o proteiformes)	297
§ 194.	La causa en el contrato innominado	297
§ 195.	Contrato nominado al que las partes introducen cláusulas subordinadas atípicas	298
	a) Contratos nominados a los que suele otorgárseles un nombre específico	299
	b) Subtipos de contratos nominados	300
	c) Cuándo las modificaciones introducidas al contrato nominado implican el traspaso a la figura del contrato innominado	300
§ 196.	Supuesto de contrato con pluralidad de prestaciones principales	301
§ 197.	¿Cuándo hay un solo contrato de prestaciones múltiples y cuándo varios unidos entre sí?	301
§ 198.	Contratos de prestaciones múltiples principales a cargo de una sola parte	302
§ 199.	Contratos económicamente conexos	303
§ 200.	Contratos en que ambas partes asumen prestaciones múltiples	303

3) NORMAS APLICABLES A LOS CONTRATOS INNOMINADOS. CRITERIOS DE INTERPRETACIÓN

§ 201.	¿En qué medida deben aplicarse a los contratos innominados las normas propias de los contratos típicos?	304
§ 202.	Tres teorías clásicas sobre las normas aplicables a los contratos innominados	305
§ 203.	Principios generales y contrato innominado	305
	a) Teoría de la absorción	305
	b) Teoría de la combinación	306
	c) Teoría de la emancipación	306

	d) Nuestra opinión	306
	e) Valor de los usos y costumbres en los contratos innominados	308
§ 204.	Denominación de los contratos innominados con tipicidad consuetudinaria (o social)	309
§ 205.	Contratos (legalmente) atípicos designados en inglés	309

B) CONTRATOS NOMINADOS

§ 206.	Introducción	310
§ 207.	Locación de obra	310
§ 208.	Contrato de locación de servicios	311
§ 209.	Permuta (permutación o trueque)	312
§ 210.	Permuta (trueque) en el comercio internacional	313
	a) "Buy back"	313
	b) "Counter trade"	314
	c) "Switch" (o "clearing transactions")	314
§ 211.	Contrato de compraventa	315
	a) Modalidades especiales de ventas	316
	1) Venta agresiva	316
	2) Venta ambulante. Venta a domicilio	317
	3) Venta por correo	319
	b) Compraventa de universalidad	319
	c) Compraventa de inmuebles	320
§ 212.	Contratos de garantía	321
	a) Clasificación de las garantías	322
	1) Garantías personales	322
	2) Garantías reales	322
	b) Transformación del derecho de las garantías	322
	c) "Principal pagador" o "liso, llano y principal pagador"	323
	d) Codeudor solidario como garante	324
	e) Garantías bancarias	324
	1) Contrato de garantía "a primera intimación" (o "sin objeciones")	324
	2) Carta de patrocinio	328

C) NEGOCIOS EN PARTICIPACIÓN

§ 213.	Su vigencia en las contrataciones mercantiles	330
§ 214.	Terminología	331
§ 215.	Naturaleza jurídica	331
§ 216.	El problema en el derecho argentino	332

§ 217.	Negocios en participación, asociación en participación, sociedad en participación	334
§ 218.	Locación de cosa en forma de negocio en participación	335
§ 219.	Locación de obra y locación de servicios en forma de negocio en participación	336
§ 220.	Sociedad y mutuo	336
§ 221.	Comisión o mandato con participación en los beneficios	337
§ 222.	Otros supuestos de negocios en participación	338

D) NEGOCIOS FIDUCIARIOS

§ 223.	Concepto previo: el negocio jurídico indirecto	338
§ 224.	Diversos supuestos de negocios indirectos	341
§ 225.	Negocios indirectos y negocios fiduciarios	341
§ 226.	El elemento “confianza” en determinados negocios jurídicos	342
§ 227.	Precisión del concepto de negocio fiduciario	344
§ 228.	Fines para los cuales se recurre al negocio fiduciario	346
§ 229.	Interposición real de persona y negocio fiduciario ...	346
§ 230.	Interposición ficticia de persona (negocio simulado) y negocio fiduciario	348
§ 231.	Negocio fiduciario y simulación	348
	a) Simulación absoluta	349
	b) Simulación relativa	349
§ 232.	Distinción clásica entre los distintos negocios fiduciarios	350
	a) Fiducia “cum creditore”	350
	b) Fiducia “cum amico”	351
§ 233.	Negocios fiduciarios puros e impuros	351
§ 234.	Concepción romanista y concepción germanista	351
§ 235.	El “trust” del derecho angloamericano	352
§ 236.	Sujetos	352
§ 237.	El fiduciante en el derecho positivo	352
§ 238.	Causa	253
§ 239.	Caracteres del contrato fiduciario	354
	a) Consensual	354
	b) Bilateral	354
	c) Oneroso	355
§ 240.	Caracteres particulares del contrato fiduciario	355
	a) Unicidad del negocio	355
	b) Necesaria coexistencia del vínculo real y del obligacional	355
	c) Posibilidad de abuso por parte del fiduciario	356
	d) Situación de riesgo o peligro para el fiduciante ...	356

§ 241.	Clasificación	357
	a) Lícitos o ilícitos	357
	b) Onerosos y gratuitos	357
	c) Puros o condicionales	357
	d) Formal o no formal	357
§ 242.	Negocios fiduciarios en derecho comercial	357
§ 243.	Negocios fiduciarios en el derecho positivo argentino	358
§ 244.	Posibilidad de celebración del negocio fiduciario dentro del ordenamiento legal argentino	358
§ 245.	Negocio fiduciario y nuestra jurisprudencia	359
§ 246.	Dominio fiduciario en el Código Civil	359
§ 247.	Fideicomiso	361
	a) Partes	361
	b) Constituyente como beneficiario. El fiduciario como beneficiario	362

CAPÍTULO VI

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

A) INTRODUCCIÓN

1) CONSIDERACIONES GENERALES

§ 248.	El problema	365
§ 249.	Caracterización	365
§ 250.	Red de comercialización directa	366
§ 251.	Otros modos de comercialización utilizados por los productores. Comercio integrado	366
	a) Integración horizontal	367
	b) Integración vertical	367

2) COMERCIALIZACIÓN DIRECTA

§ 252.	“Shopping center” (centro de comercialización o paseo de compras)	368
	a) Naturaleza jurídica de los contratos referidos a locales del “shopping center”	369
	b) Particularidades que presentan los contratos en el “shopping center”	370
	c) Otros modos de vinculación jurídica en el “shopping center”	373
§ 253.	“Factory”	373

§ 254.	Hipercentros de expendio (hipermercados)	373
	a) Responsabilidad hacia terceros	374
	b) Responsabilidad de la nueva empresa (hipermercado)	375
	c) Ausencia de responsabilidad de las empresas participantes del hipercentro que no han tenido con el consumidor afectado una relación jurídica directa	376
§ 255.	Contrato de "stand"	376

3) COMERCIALIZACIÓN POR TERCEROS

§ 256.	Introducción	377
§ 257.	Antecedentes	377
§ 258.	Problema terminológico con respecto a la palabra "distribución"	379
§ 259.	Características de los contratos destinados a crear canales de comercialización por terceros	379
	a) Relación contractual bilateral entre dos empresas u organizaciones independientes	380
	b) Vínculo de colaboración (o cooperación)	380
	c) Estabilidad (o permanencia)	381
	d) Sometimiento del distribuidor a las directivas del productor	381
§ 260.	Evolución de los sistemas de canales de comercialización por terceros	382
§ 261.	Red de distribución	383
§ 262.	Son contratos de duración	384
§ 263.	Extinción del contrato	384
	a) Vencimiento del plazo (expreso o tácito)	384
	b) Contratos de duración indeterminada	384
	1) Extinción por voluntad unilateral	384
	2) Resolución por justa causa	386

B) DISTRIBUCIÓN

§ 264.	Concepto	386
§ 265.	Finalidad	387
§ 266.	Partes	387
§ 267.	Características del contrato de distribución	388
	a) "Intuitu personae"	388
	b) Delimitación de zona de distribución	389
	c) Previsión de ejecución continuada	389

	d) Exclusividad	389
	e) Conclusión. Contrato no formal	389
§ 268.	Obligaciones y derechos de las partes	389
	a) Obligaciones del distribuido (o concedente)	391
	b) Derechos del distribuido o concedente	391
	c) Obligaciones del distribuidor	391
	d) Derechos del distribuidor	392
§ 269.	Pacto comisorio	392
§ 270.	Diferencia entre el contrato de distribución y el de concesión	393
§ 271.	Distribuidor y agente de comercio	393
§ 272.	Contrato de distribución al que no se ha fijado plazo	394

C) AGENCIA COMERCIAL

§ 273.	Importancia y fines prácticos	394
§ 274.	Del agente de comercio al contrato de agencia	396
§ 275.	Notas caracterizantes en la actuación del agente de comercio	396
§ 276.	Cuestiones derivadas de su carácter de contrato in- nominado	398
§ 277.	Agente de comercio y representante de comercio	398
§ 278.	La expresión “agente” y sus diversas acepciones	400
§ 279.	Agente de comercio como auxiliar autónomo	402
§ 280.	Obligaciones y deberes del agente	402
	a) Actuación en interés del comitente	402
	b) Colaboración	403
	c) Fidelidad	403
	d) “Star del credere”	404
§ 281.	Obligaciones del proponente (o comitente) hacia el agente de comercio	404
	a) Enviar en tiempo oportuno las instrucciones	404
	b) Perfeccionar el contrato gestionado por el agente	404
	c) Pago de comisiones	404
	d) Indemnización	405
§ 282.	Derecho del agente a percibir la comisión	405
	a) Concepto de comisión	405
	b) Cuándo surge el derecho a comisión	405
	c) Comisión parcial	406
	d) Falta de pago del precio por el cliente	406
	e) Comisión indirecta	406
	f) Comisión sobre el contrato rescindido	407
	g) Sobreprecio	408

§ 283.	El tercero frente al agente de comercio y al comitente. Vinculación jurídica	409
	a) Agente con representación	409
	b) Agente sin representación	409
	c) El problema en el derecho argentino	410
	d) Valor de la cláusula "salvo aprobación de la casa" y otras similares	411
	e) Obligaciones accesorias que puede asumir el agente de comercio	413
§ 284.	Contrato de agencia y concesión para la venta. Otras figuras. Sus diferencias	413
§ 285.	Otras formas de organizar canales de comercialización por medio de terceros	415
§ 286.	Comercialización por terceros mediante contrato estimatorio	415
§ 287.	Clasificación de los agentes de comercio	416
	a) Agentes exclusivos y agentes no exclusivos	417
	b) Agente regional y agente general	418
	c) Agente para comercio interno y agente para comercio externo	418
§ 288.	Otras figuras de "agentes" distintas de la del "agente de comercio"	419
	a) Agente de seguros	419
	b) Agente agrícola	420
	c) Agente teatral	420
	d) Agente de publicidad	421
	e) Revendedor de libros y revistas	421
	f) Agente de cambio	421
	g) Agente marítimo	421
§ 289.	Causas de conclusión del contrato de agencia comercial	423
	a) Revocación	423
	b) Rescisión	423
	c) Resolución por incumplimiento	423
	d) Extinción del contrato por muerte o incapacidad de una de las partes	425
	e) Disolución de la sociedad comitente	425
	f) Cláusula de un mínimo de producción. Resolución del contrato por su inobservancia por parte del agente	426

D) CONCESIÓN EN EL DERECHO PRIVADO

§ 290.	El porqué de esta denominación	427
§ 291.	La concesión en el derecho privado	427

§ 292.	La concesión en el comercio actual	427
	a) Concesión para la venta y para la prestación de servicios	427
	b) Concesión para la venta. Su importancia	428
§ 293.	Contrato de concesión para la venta de bienes fabricados por el concedente	428
§ 294.	Concesión como un modo de intermediación	428
§ 295.	Función del concesionario	429
§ 296.	Significado del término "concesión" en derecho privado	429
§ 297.	Contrato de concesión y figuras contractuales clásicas	430
§ 298.	Aspectos caracterizantes	430
§ 299.	Contrato de concesión como contrato con cláusulas normativas	432
§ 300.	La concesión comercial constituye una concentración vertical de empresa	433
	a) Concentración vertical de empresas	433
	b) Finalidades prácticas de esta concentración vertical	434
	c) Predominio del concedente en la relación jurídica con el concesionario	435
§ 301.	Obligaciones impuestas al concesionario como consecuencia de la integración vertical	436
	a) Obligaciones de hacer	436
	b) Obligaciones de no hacer	437
§ 302.	Obligaciones del concedente	437
§ 303.	Exclusividad a cargo del concesionario	438
§ 304.	Plazo. Inexistencia. Efectos	439
§ 305.	Reglamento impuesto por la concedente	440
§ 306.	Desigual posición de las partes y nuestra jurisprudencia	441
	a) Inserción del concesionario en la red de comercialización del concedente	442
	b) Abuso del derecho	443
	c) Abuso de derecho según la Corte Suprema	443
	d) Distinción entre cláusula abusiva y ejercicio abusivo del derecho según la Corte Suprema	444
§ 307.	El elemento confianza en el contrato de concesión ...	446
§ 308.	Estado de necesidad en la celebración del contrato de concesión	446
§ 309.	Comparación del contrato de concesión con otras figuras jurídicas	446
	a) Compraventa	447
	b) Suministro	448
	c) Mandato	448

	d) Distribuidor de productos	448
	e) Encargado de ventas	449
§ 310.	Concesión para la prestación de servicios. Concesionario de "buffet"	449

E) "FRANCHISING" (FRANQUICIA)

§ 311.	Noción	450
§ 312.	Terminología	451
§ 313.	Función	451
§ 314.	Conceptualización	454
§ 315.	El "franchising" (franquicia) es un contrato de colaboración comercial	455
§ 316.	Origen y desarrollo	455
§ 317.	El "franchising" como estrategia de diversificación ..	456
§ 318.	El "franchising" como estrategia de "marketing"	457
§ 319.	Clasificación	457
	a) "Franchising" de producto y marca registrada ...	457
	b) Negocio llave en mano o paquete	457
§ 320.	Clases	458
	a) "Franchising" de servicio	458
	b) "Franchising" de distribución	458
§ 321.	Rasgos característicos	458
	a) Inversión mínima para el franquiciante (franquiciador)	458
	b) Imagen de la marca	458
	c) Asistencia permanente del franquiciante al franquiciado	459
	d) Poder negociador en favor de los franquiciados frente a proveedores y entidades financieras	459
	e) Negocios estables	459
	f) Negocio transmisible	459
§ 322.	Elementos del contrato de "franchising"	459
§ 323.	Obligaciones del "franchisee" (franquiciado)	460
	a) Compras de elementos necesarios para el franquiciado en lugares determinados	461
	b) Disciplina de grupo	461
	c) Información al franquiciante	461
§ 324.	Tendencia a la absorción de los franquiciados por los franquiciantes	461
§ 325.	Formas más rígidas de "franchising"	462
§ 326.	Comparación del "franchising" con el contrato de distribución	463
§ 327.	"Franchising" y concesión	463

§ 328.	Concepto de “franchising” en la práctica mercantil de los Estados Unidos de Norteamérica	466
§ 329.	“Franchising” y ley de defensa de la competencia ...	467
§ 330.	Posibilidad de competencia desleal en el “franchising”	468
§ 331.	Responsabilidad del franquiciante por hechos del franquiciado	469

F) CONTRATO DE SUMINISTRO

§ 332.	Concepto	470
§ 333.	Función	471
§ 334.	Diferencias con la compraventa	471
§ 335.	¿Bienes en general o sólo cosas?	472
§ 336.	Es un contrato de duración	472
§ 337.	Precio	473
§ 338.	Pacto de exclusividad	474
§ 339.	Suscripción a periódicos	475
§ 340.	Normativa aplicable	475
§ 341.	Contrato celebrado sin plazo	476
§ 342.	Indemnización por ruptura intempestiva	476
§ 343.	Clases de suministro	477
	a) Para su enajenación posterior (reventa)	477
	b) Para consumo del suministrado	477
	c) Locación de cosas	477
	d) Uso	477
§ 344.	Contrato de aprovisionamiento	477

CAPÍTULO VII

CONTRATOS DE CRÉDITO Y FINANCIEROS

A) INTRODUCCIÓN

§ 345.	Contratos de crédito. Problema semántico	479
§ 346.	Concepto	479
§ 347.	Intento de definición	481
§ 348.	Contratos financieros	481
§ 349.	Contratos financieros y negocios financieros	484
§ 350.	Contratos bancarios	484
§ 351.	Especies de contratos financieros que realizan los bancos	484
	a) Préstamo financiero	484
	b) Préstamo de títulos	485

	c) Apertura de crédito	485
	d) Anticipo bancario	486
	e) Autorización para girar en descubierto como especie de la apertura de crédito	487
	f) Negocio jurídico financiero de otorgamiento de garantías	487
	g) Aceptaciones	488
	h) Crédito "revolting"	488
	i) Descuento	489
	j) Descuento de créditos sólo registrados en libros de contabilidad	489
	k) Descuento de certificados de obras públicas	490
	l) "Swaps" de activos financieros	490
	1) Naturaleza jurídica del "swap" de activos	491
	2) Contratos de compensación	491
	m) Contratos diferenciales	491
§ 352.	Cajero automático ("bankomat")	492
§ 353.	"Underwriting"	493
	a) En firme	494
	b) No en firme	494
§ 354.	Hacia un nuevo enfoque de los contratos bancarios ..	495
§ 355.	Negocio bancario como modo de dominación	495
§ 356.	Protección del tomador del crédito	496
§ 357.	Responsabilidad de las entidades financieras en el otorgamiento de crédito	497

B) "LEASING"

§ 358.	Denominación	498
§ 359.	Otros usos de la expresión "leasing"	500
	a) "Leasing broker"	500
	b) "Lessor agent" (o arrendador)	501
§ 360.	Concepto amplio	501
§ 361.	"Leasing" financiero y "leasing" operativo	502
§ 362.	Función económica	502
§ 363.	Intento de definición	503
§ 364.	Acción directa del tomador contra el proveedor	506
	a) Gastos de mantenimiento del bien objeto del "leasing"	507
	b) Carácter bilateral o trilateral del "leasing"	507
	c) El dilema en el derecho argentino	508
§ 365.	El "leasing" es concebido como una operación financiera	508
§ 366.	Opción de compra	509
§ 367.	Sobre qué bienes puede recaer el "leasing"	509

§ 368.	“Leasing” sobre inmuebles	510
§ 369.	Plazo de duración	510
§ 370.	Precio	510
§ 371.	Opción de compra y el “valor residual”	511
§ 372.	Diversas doctrinas sobre la naturaleza jurídica del “leasing”	511
§ 373.	El “leasing”, la venta-locación y la venta con reserva de dominio	512
§ 374.	“Leasing” y “renting”	516
§ 375.	“Lease back”	516
§ 376.	“Renting”	517
	a) Características	517
	b) Obligaciones a cargo del locatario	518
	c) Derechos del locatario	519
§ 377.	Contrato de “affitto” (locación de cosa productiva) ..	519

C) “FACTORING”

§ 378.	Concepto y antecedentes	522
§ 379.	Origen y desenvolvimiento	523
§ 380.	El “factoring” en nuestro país	523
§ 381.	Terminología	525
§ 382.	Partes	525
§ 383.	Servicio que presta el factor al factoreado	526
§ 384.	Gestión de cobranza a cargo de la empresa de “factoring”	527
§ 385.	Modalidades que pueden convenirse entre la empresa de “factoring” y el factoreado	527
§ 386.	“Factoring” con financiación y sin financiación	527
§ 387.	Distintas modalidades del “factoring” frente al deudor cedido	528
§ 388.	Función económica	528
§ 389.	Intento de definición. Principales características ...	528
	a) Principio de globalidad	529
	b) Contratos en masa	529
	c) Contrato de duración	529
	d) Condiciones para el cobro de las facturas adeudadas por los clientes del factoreado	529
	e) Contabilidad	530
	f) Notificación al cliente del factoreado que el pago debe hacerlo al factor	530
§ 390.	Naturaleza jurídica	530
§ 391.	Normas aplicables en derecho argentino	530
§ 392.	Comparación con otras figuras contractuales	531

	a) Cesión de crédito	531
	b) Descuento financiero	532
	c) Mandato	532
	d) Descuento de facturas	533
§ 393.	Otras figuras jurídicas que presentan analogías con el "factoring"	533
	a) "Confirming"	533
	b) "Forfaitierung"	534
§ 394.	Extinción del contrato de "factoring"	535
§ 395.	Monto tope de la operatoria	535
§ 396.	Clases	536
	a) "Factoring" con financiación (o a la vista)	536
	b) "Factoring" sin financiación (o al vencimiento) ...	536
	c) Con notificación o sin notificación a los deudores cedidos	538
	d) Según el ámbito geográfico de aplicación del contrato de "factoring"	538
	e) "Factoring" de exportación	538

D) CÍRCULOS DE AHORRO PREVIO PARA FINES DETERMINADOS

§ 397.	Antecedentes. El contrato de ahorro previo	539
§ 398.	Contratos de capitalización	540
§ 399.	Círculos de compradores (o círculos de ahorro previo)	540
§ 400.	Contrato de ahorro. Efectos	541
	a) Para el suscriptor	541
	b) Efectos del contrato para la sociedad administradora	542
§ 401.	Regulación normativa	542
	a) Entidades autorizadas. Requisito de la especialización	543
	b) Autorización y fiscalización	544
	c) El caso de las asociaciones mutuales	544
§ 402.	Círculo de ahorro previo para fines determinados. Clasificación	545
§ 403.	Sociedad administradora del círculo	546
§ 404.	Agentes y otros auxiliares de la sociedad administradora	547
§ 405.	Partes. Naturaleza del contrato	547
	a) Requisitos del contrato	548
	b) Naturaleza jurídica de la relación entre ahorrista y sociedad administradora	549
	c) Interpretación del contrato	549
	d) El "grupo de ahorristas" no constituye un sujeto de derecho	550

e) Ni el ahorrista individualmente considerado, ni el conjunto de ahorristas sometidos al círculo, son mandantes de la sociedad administradora	551
f) Solicitud de adhesión al círculo	552
g) Contrato entre el "ahorrista" y la sociedad administradora es un contrato de adhesión	553
§ 406. Sociedad administradora y la productora terminal de bienes o servicios	553
§ 407. Adquirente (ahorrista) y empresa proveedora del bien o servicio	554
§ 408. Adquirente y bocas de expendio de los bienes objeto de círculo	555
§ 409. Adjudicaciones de dinero y entes financieros	555
§ 410. Planes de "ciclo (o círculo) abierto"	555
§ 411. Planes de "ciclo cerrado". Organización y funcionamiento	557
§ 412. Cesión del contrato	559
§ 413. Extinción del contrato	559
§ 414. Cuestiones jurídicas que plantea el sistema de ahorro previo para fines determinados	560
a) Tesis del negocio jurídico complejo	560
b) Crítica a la teoría anterior	561
c) ¿De quién adquiere el ahorrista el bien que le es adjudicado?	561
d) Elementos esenciales	562
e) El grupo	563
f) Particularidades del contrato	564
§ 415. Precio fijado por la vendedora	564
§ 416. Sistema "mil por sesenta" (o "sesenta por mil")	565
§ 417. Facultades de la Inspección General de Justicia con respecto a los círculos de ahorro previo	567
§ 418. Competencia federal en la autorización y fiscalización de los círculos y planes de ahorro previo	567
§ 419. Principales características de estos planes	568
a) Reajuste de cuotas	568
b) Garantías prendarias	568
c) Seguros obligatorios a favor de la vendedora	568
d) Cambio o supresión del modelo-tipo del bien	569
e) Pacto de jurisdicción	569
§ 420. Planes de ahorro por grupos cerrados para la adquisición, refacción o ampliación de inmuebles	569
§ 421. Fondo de garantía en los planes referidos a inmuebles	570

E) TARJETA DE CRÉDITO

§ 422. Concepto. Contrato del cual emana	570
--	-----

§ 423.	Mecánica	571
	a) Emisor o acreditante	571
	b) Titular	571
	c) Solicitante	571
	d) Comerciantes adheridos	571
	e) Empresas de franquicia	572
	f) Avalista	572
§ 424.	Valor legitimante de la "tarjeta" en sí misma	572
§ 425.	Relaciones entre el emisor y su titular	572
§ 426.	Naturaleza del negocio jurídico base de la emisión de la tarjeta	572
§ 427.	Contrato entre la empresa emisora y el comerciante	573
§ 428.	Negociación masiva	573
§ 429.	Contrato de adhesión	574
§ 430.	Condiciones generales de contratación en la emisión de la tarjeta de crédito	574
§ 431.	Naturaleza jurídica de la tarjeta de crédito	575
§ 432.	Legislación no aplicable	576
§ 433.	Tarjeta adicional	576
§ 434.	Uso de la tarjeta por quien no es su titular	577
§ 435.	Utilización abusiva. Extravío	578
	a) Abuso del crédito por el titular de la tarjeta	578
	b) Conducta del comerciante	579
§ 436.	Validez de las cláusulas contractuales	580
§ 437.	Derechos y obligaciones de las partes	581
	a) Del usuario	581
	b) De la empresa emisora	581
	c) Comerciante adherido al sistema	582
§ 438.	¿Procede la vía ejecutiva a favor de la empresa emisora para el cobro de la liquidación?	583
§ 439.	Analogía y distinción del contrato de tarjeta de crédito con otros institutos	583
	a) Cuenta corriente bancaria	583
	b) Carta de crédito	584

F) CONTRATO ESTIMATORIO

§ 440.	Consignación y contrato estimatorio	584
	a) Antecedentes y vigencia	585
	b) Diferencias entre el contrato estimatorio y la consignación	585
	c) Lo usual en el comercio	586
§ 441.	Finalidad práctica. Caracterización	586
	a) Derecho italiano	586
	b) Derecho romano	587

	c) Glosadores	588
	d) Derecho actual	588
§ 442.	Naturaleza jurídica (concepciones modernas). Distintas teorías	589
	a) Teorías que lo consideran una modalidad de la compraventa	589
	1) Compraventa bajo condición suspensiva	589
	2) Compraventa bajo condición resolutoria	591
	3) Compraventa con reserva de dominio	591
	4) Compraventa pura con facultad de rescisión (o desistimiento unilateral a favor del "accipiens")	592
	5) Conclusión crítica general a las teorías que ubican al contrato estimatorio como una venta condicional	593
	b) Teoría del depósito "advendendum"	593
	c) Teoría que ve en el contrato estimatorio una modalidad del contrato de comisión	594
	d) Teoría de la naturaleza propia	595
§ 443.	Naturaleza jurídica del vínculo que une al "accipiens" con el "tradens"	596
§ 444.	Diferencia entre las figuras de la representación y de la autorización	598
§ 445.	Objeto del contrato estimatorio	598
§ 446.	¿Pueden ser los títulos valores objeto del contrato estimatorio?	598
§ 447.	Precio en el contrato estimatorio	599
§ 448.	El término en el contrato estimatorio	599
§ 449.	Vencimiento del plazo del contrato estimatorio. Efectos	600
§ 450.	El tercero adquirente de la mercadería entregada por el "tradens" al "accipiens"	601
§ 451.	Responsabilidad del "accipiens" por pérdida de la cosa. Solución en el derecho argentino	601
	a) Teoría de la "aestimatio"	601
	b) Teoría de la obligación alternativa	601
	c) Teoría de la obligación facultativa	602

CAPÍTULO VIII

LOS DERECHOS INTELLECTUALES COMO OBJETO DE LOS CONTRATOS COMERCIALES

A) INTRODUCCIÓN

§ 452.	Producto intelectual y derecho intelectual	603
--------	--	-----

§ 453.	Importancia de los derechos intelectuales en la economía	604
§ 454.	Qué se entiende por creación intelectual	604
§ 455.	Propiedad intelectual. Necesidad de la originalidad creativa	604
§ 456.	Derechos intelectuales en el derecho argentino	606
	a) Derechos de autor	606
	b) Patentes	606
	c) Marcas registradas	606
	d) Nombre comercial	606
	e) Secreto comercial	606
	f) "Know how"	606
	g) "Software"	606
§ 457.	Naturaleza jurídica de los derechos intelectuales	607
§ 458.	Dos aspectos del derecho intelectual	608
	a) Derecho moral del autor	609
	b) Clasificación de los derechos morales de autor	609
§ 459.	Elementos caracterizantes de los derechos intelectuales	610
§ 460.	¿Prescriben los derechos intelectuales?	611
§ 461.	De los derechos intelectuales al "derecho intelectual" como rama autónoma	612
§ 462.	Críticas a la autonomía del derecho intelectual	612
§ 463.	Tecnología. Su impacto en el derecho	613
§ 464.	Propiedad intelectual y propiedad industrial	614
§ 465.	Derecho de autor	615
	a) El derecho de autor según el Convenio de Berna .	616
	b) Alcances de la ley 11.723	617
	c) Conceptos de obras literarias, artísticas y científicas	618
	d) Las fotografías como propiedad intelectual	619
	e) Eslogan	619
	f) Artículos periodísticos	619
	g) Protección del fonograma	619
	1) Definiciones y alcance de la protección al fonograma	620
	2) Jurisprudencia nacional sobre protección del fonograma	620
	h) Protección del "software"	620
§ 466.	Convenios internacionales sobre protección de los derechos intelectuales	621
	a) Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual	621
	b) Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial	622

	c) Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas	622
§ 467.	Contratos que tienen por objeto la propiedad intelectual derivada del derecho de autor	623
	a) Edición	624
	b) Representación de obra teatral	625
	c) Cesión de los derechos correspondientes al autor de una obra literaria, científica o artística	625

B) TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

§ 468.	Concepto y terminología	626
§ 469.	Ámbito de estos contratos	627
§ 470.	Denominación genérica de estos contratos	628
§ 471.	El precio. Regalía	629
§ 472.	Protección legal de la tecnología según el Convenio de París de 1883	629
§ 473.	Cláusulas usuales en los contratos de transferencia de tecnología	632
§ 474.	Diversos criterios políticos respecto de la importación de tecnología	633
§ 475.	Fundamentación política del control del Estado en la importación de tecnología	633
§ 476.	Régimen actual en la Argentina	634
§ 477.	Contrato de licencia	634
	a) Concepto	635
	b) Naturaleza jurídica	635
	c) Contrato de licencia y otras figuras afines	635
	1) Cesión de la patente de invención	635
	2) Contrato de locación	636
	d) Diversas clases de licencias	636
	e) El licenciataria explota la patente bajo su exclusivo costo y riesgo	636
	f) Finalización del contrato de licencia. Sus efectos	637
§ 478.	Contrato de "know how"	637
	a) Definición	638
	b) "Know how" y secreto industrial	639
	c) "Know how" técnico y "know how" comercial	640
	d) "Know how" comercial y el contrato de "franchising"	640
	e) Responsabilidad del receptor del "know how"	641
	f) Obligación de guardar secreto por parte del receptor del "know how"	641
	g) Protección del secreto tecnológico	642

	h) Diferencia entre "know how" y licencia	643
	i) El término "know how" en la práctica	643
§ 479.	Contrato de asistencia (o ayuda) técnica	644
§ 480.	Contrato de información técnica	644
§ 481.	Transmisión de secreto industrial	645
§ 482.	Cesión de tecnología	646
§ 483.	Otros contratos	646
	a) De información	646
	b) De investigación	646
	c) De venta de equipos industriales o bienes de capital en general	646
	d) Contratos clásicos que pueden implicar transferencia de tecnología	647
§ 484.	Regalía ("royalty")	647
§ 485.	Marcas y transferencia de tecnología	647

C) CONSULTORÍA

§ 486.	Concepto y finalidad de este contrato	648
§ 487.	Contrato de consultoría y transferencia de tecnología	648
§ 488.	Terminología. Partes	649
	a) Consultor	649
	b) Consorcio	649
	c) Firma consultora o consultor local	649
§ 489.	Obligaciones de la consultora	649
§ 490.	Aspectos básicos de la ley 22.460	650
§ 491.	Obligación de guardar secreto	650
§ 492.	Contrato de consultoría y propiedad intelectual e industrial	651
§ 493.	Obligación de brindar información aclaratoria y complementaria	651
§ 494.	Contrato de consultoría y "joint venture"	652
§ 495.	Buena fe, deber de lealtad y colaboración entre las partes	652
§ 496.	Estipulaciones de práctica en los contratos de consultoría	652
§ 497.	Plazo del contrato	653
§ 498.	Colaboración que la consultante debe prestar a la consultora	653
§ 499.	Responsabilidad personal de los profesionales de la consultora por el o los dictámenes	654
§ 500.	Responsabilidad de la consultante	654
§ 501.	Cláusulas liberatorias de responsabilidad civil	654
§ 502.	Contrato de consultoría y contrato de establecimiento "llave en mano" ("turn key")	655

§ 503.	La consultora como adjudicataria de la obra o servicio objeto del contrato de consultoría	655
§ 504.	“Consulting engineering” (consultora en ingeniería) .	656
§ 505.	Naturaleza jurídica del contrato de consultoría	656

D) CONTRATOS INFORMÁTICOS

§ 506.	Terminología	656
§ 507.	“Telemática”	656
	a) Impacto económico de la informática	657
	b) De la informática como tecnología al “derecho de la informática”	658
	c) Informática jurídica	660
§ 508.	Contratos sobre informática (contratos informáticos)	660
	a) “Hardware”	661
	b) “Software”	662
	c) Contratos que tienen por objeto un “software” ...	664
§ 509.	Contratación del “software” y del “hardware”	666
§ 510.	Formación del contrato	668
	a) Etapa precontractual	669
	b) Forma del contrato	669
	c) Definiciones previas	670
	d) Objeto del contrato	670
	e) Recepción	670
§ 511.	Reglas de interpretación de los contratos informáticos	671
§ 512.	Contratos de prestación de servicios informáticos ...	673
§ 513.	Tutela jurídica del “software”	674
	a) Aplicación de los medios genéricos de protección .	674
	b) Protección por medio del derecho de patentes ...	674
	c) Protección mediante el derecho de autor	675
	d) Protección a través de medios específicos	675
§ 514.	El documento electrónico como cosa	676

E) CONTRATOS DE ASISTENCIA ADMINISTRATIVA (“MANAGEMENT”)

§ 515.	Terminología y concepto	677
§ 516.	Asistencia gerencial y contrato de “management” ...	678
§ 517.	Contratos de “management”. Diferencias con otras figuras	678
§ 518.	Contrato de “management” y nuestro derecho societario	679
§ 519.	Contrato de asistencia gerencial y contrato de “management”	681

§ 520.	Contrato de gestión común	682
§ 521.	Sociedad de "management" y directorio	682

CAPÍTULO IX

CONTRATOS PARA FINES PUBLICITARIOS

§ 522.	Concepto. Especies	685
	a) Caracterización	685
	b) Clasificación	687
	c) Creación publicitaria	688
	d) Campaña publicitaria	688
	e) Difusión publicitaria	690
	f) La causa en estos contratos	691
	g) Locación de obra entre anunciante y empresa periodística	691
	h) ¿Hay contrato de compraventa entre el avisante y el medio periodístico?	692
	i) Contrato de mediación (o comisión) publicitaria ..	693
§ 523.	Agente publicitario: su función	693
§ 524.	¿Contrato "intuitu personae"?	694
§ 525.	Locación de cosa con fines publicitarios	695

CAPÍTULO X

CONTRATO DE VIAJE Y TURISMO

A) CONSIDERACIONES GENERALES

§ 526.	Antecedentes	697
§ 527.	Terminología. Explicación previa	697
§ 528.	"Tour". Excursión. Crucero	699
§ 529.	Importancia del turismo en la actualidad	699
§ 530.	Turismo en los países en vías de desarrollo	700
§ 531.	Organización Mundial de Turismo (OMT)	701
	a) Miembros	702
	b) Órganos	702
	c) Personalidad jurídica	702
	d) Lenguas e interpretaciones	703
	e) Fines	703

§ 532.	Contratos de viaje y turismo	703
§ 533.	“Tour”	704
	a) Organización del “tour” colectivo	704
	b) Ámbito del “tour”	704
	c) Turista internacional. Convención sobre Facilidades Aduaneras para el Turismo	704

B) EMPRESAS DE VIAJES

§ 534.	Introducción	706
§ 535.	Contrato de viaje. Concepto	706
	a) Naturaleza jurídica del contrato de viaje	706
	b) Concepto de contrato de viaje según el Convenio Internacional de Bruselas	706
§ 536.	Viajero	707
§ 537.	Contrato de organización de viaje	707
§ 538.	Organizador de viajes	707
§ 539.	Contrato de intermediación de viaje	708
§ 540.	Agentes de viajes	709
	a) Actividades permitidas por la ley 18.829 a los agentes de viajes	709
	b) Regulación legal de las agencias de viajes	710
	c) Carácter de especialidad que debe revestir la agencia de viajes	710
	d) Requisitos para la transferencia de una agencia de viajes	711
	e) Fiscalización permanente de las agencias de viaje	711
	f) Tutela del cliente	711
	g) Agencias de viajes y turismo. Su relación con las empresas de aviación	712
	h) Agente de compañía aérea	713
	i) Designación del agente de compañía aérea	713
§ 541.	Asociación del Transporte Aéreo Internacional (“International Air Transport Association” –IATA–)	714
	a) Contrato entre una empresa aérea adherida a IATA y un agente de venta de pasajes	715
	b) Otras cláusulas contenidas en las condiciones generales impuestas por IATA	716

C) RESPONSABILIDAD

§ 542.	Responsabilidad por incumplimiento en el transporte aéreo ¿es de la compañía o de su agente?	717
--------	--	-----

§ 543.	Responsabilidad del agente de viajes en general	717
§ 544.	Responsabilidad del agente ante la compañía aérea .	718
§ 545.	Responsabilidad del agente de viajes ante el cliente por cuestiones vinculadas al transporte aéreo	718
§ 546.	Responsabilidad del agente de viajes que actúa como intermediario por incumplimiento de la empresa organizadora de viajes	718
§ 547.	Responsabilidad de las empresas organizadoras de viajes	719

D) EL CONVENIO DE BRUSELAS

§ 548.	Ámbito de aplicación	721
§ 549.	Obligaciones generales de los organizadores e intermediarios de viajes y de los viajeros	721
§ 550.	Contrato de organización de viaje	722
§ 551.	Obligación de la empresa de viajes de entregar documento escrito al viajero	722
§ 552.	Supuesto de omisión	722
§ 553.	Sustitución de la persona del viajero	723
§ 554.	Facultad de desistimiento unilateral a favor del viajero	723
§ 555.	Posibilidad de resolución contractual reconocida al organizador de viajes	723
	a) Circunstancias sobrevinientes imprevisibles	723
	b) No reunirse en el plazo previsto el número mínimo de viajeros	723
§ 556.	Obligación impuesta al organizador de viajes en caso de resolución contractual por alguna de las circunstancias previstas precedentemente	723
§ 557.	Aumento del precio del viaje	724
§ 558.	Responsabilidad del organizador de viajes frente al viajero	724
	a) Responsabilidad del organizador de viajes ante el viajero por los hechos de sus empleados y representantes	724
	b) Organizador que efectúa por sí mismo los servicios	724
	c) Organizador de viajes que encomienda los servicios a terceros	725
§ 559.	Responsabilidad del viajero en el contrato de organización de viaje	725
§ 560.	Contrato de intermediación de viaje	725

a)	Contrato de intermediación ante un organizador de viajes	726
b)	Contrato de intermediación para la prestación al viajero de un servicio aislado	726
c)	Obligación de documentar el contrato por escrito	726
d)	Facultad de desistimiento unilateral del viajero ..	726
e)	Responsabilidad del intermediario de viajes	726
1)	Responsabilidad del intermediario de viajes por los hechos de sus dependientes y representantes	727
2)	Responsabilidad del viajero ante el intermediario de viajes	727
§ 561.	Supuestos de responsabilidad extracontractual tanto del organizador como del intermediario de viajes	727
§ 562.	Daño sufrido por el viajero en caso de dolo o culpa grave de la empresa de viajes	727
§ 563.	Posibilidad de someter el contrato a árbitros	728
§ 564.	Plazos de prescripción	728
§ 565.	Tutela jurídica del viajero. Nulidad de las estipulaciones contrarias al Convenio	729
§ 566.	El Convenio de Bruselas y los convenios sobre transporte	729

E) DIVERSAS RELACIONES JURÍDICAS DERIVADAS

DE LA ACTIVIDAD RELACIONADA CON EL CONTRATO DE VIAJE

§ 567.	Introducción	729
§ 568.	Relación entre la empresa mayorista y la agencia de viajes	729
§ 569.	Asistencia turística total	730
a)	Asistencia integral	730
b)	Asistencia médica	730
c)	Asistencia legal	731
d)	Asistencia financiera	731
e)	Seguros	731
§ 570.	La hotelería como elemento indispensable para el turismo	731
§ 571.	Establecimientos destinados a la actividad turística .	732
a)	Requisitos para su funcionamiento	732
b)	Calificación de “alojamiento turístico”	733
c)	Prohibiciones	733
d)	Características de las sanciones aplicadas	733
§ 572.	Secretaría de Turismo de la Nación	734

CAPÍTULO XI

CONTRATOS DE COLABORACIÓN, DE ORGANIZACIÓN,
PLURILATERALES Y ASOCIATIVOS

A) CARACTERIZACIONES

§ 573.	Aclaración previa	737
§ 574.	Contratos de colaboración	738
§ 575.	Contratos de organización	739
§ 576.	Contratos plurilaterales	740
§ 577.	Contratos asociativos (o figuras asociativas)	741
§ 578.	Contratos asociativos en sentido propio y en sentido lato	742
	a) Contratos asociativos en sentido lato	742
	b) Contratos asociativos en sentido propio	743
§ 579.	Conclusión	743

B) "JOINT VENTURE" EN PARTICULAR

§ 580.	La expresión "joint venture" y su significado	744
§ 581.	Concentración empresaria. Empresas conjuntas	746
§ 582.	"Joint venture", concentración empresaria y empresas conjuntas	748
§ 583.	Intento de conceptualización	750
§ 584.	"Joint venture" en el derecho argentino	751
§ 585.	"Joint venture" y sociedad	753
§ 586.	Especies	753
	a) "Joint venture" corporativa ("joint venture corporation" o "corporated joint venture")	753
	1) Sociedad extranjera que concurre a la formación de una "joint venture" societaria local	755
	2) Ley de inversiones extranjeras	755
	3) La tecnología como aporte de capital en una "joint venture corporation"	755
	b) "Joint venture" contractual ("joint venture agreement" o "contractual joint venture")	756
§ 587.	Posibilidades de las "joint venture" contractuales en el derecho argentino	759
	a) Agrupaciones de colaboración	759
	b) Unión Transitoria de Empresas (UTE)	759
	c) Negocios en participación	760
§ 588.	Transferencia de tecnología y "joint venture"	760

§ 589.	“Joint venture” internacionales	761
§ 590.	Especies dentro de las “joint venture” internacionales de carácter contractual	762
	a) Aportación de activos financieros	763
	b) “Venture-capital-companies” (sociedades de financiación de riesgo)	763
	c) Aportación de bienes de capital no dinerarios	764
	d) Aportación de tecnología	764
	e) Participación entre sociedades preexistentes	765
§ 591.	Contrato de “pool” y “joint venture”	765

CAPÍTULO XII

NUEVAS FIGURAS CONTRACTUALES REFERIDAS AL DOMINIO Y USO DE INMUEBLES

A) INTRODUCCIÓN

§ 592.	Novedad	769
--------	---------------	-----

B) CLUB DE CAMPO (“COUNTRY CLUB”)

§ 593.	Concepto y naturaleza jurídica	769
§ 594.	Alcances de la indivisión forzosa	770
§ 595.	Organización	771
§ 596.	Notas características	771
§ 597.	Creación de una asociación civil propietaria de las partes comunes y administradora del club de campo .	772
§ 598.	Cuándo la asociación civil es propietaria de los bienes comunes del club de campo	774
§ 599.	Reglamento interno	775
§ 600.	Situación del adquirente del lote	776
§ 601.	Interés público e interés privado	776
§ 602.	Carácter asociativo del vínculo entre los copropietarios	777
§ 603.	Funciones del administrador del club de campo	778
§ 604.	Efectos y alcances de la sanción aplicable al propietario incumpliente	778
§ 605.	Supuesto de falta de estatuto o reglamento	778
§ 606.	Competencia de las provincias en función de su poder de policía municipal	778

C) TIEMPO COMPARTIDO

§ 607. Concepto	779
§ 608. Enfoque jurídico. Contrato	780
§ 609. Reglamento	780
§ 610. Administrador	780
§ 611. Plazo para el uso de la unidad (tiempo compartido) .	782
§ 612. Asignación del período de uso	782
§ 613. Sistema de intercambios internos	783
§ 614. Tiempo compartido con intercambio externo	783
§ 615. Tiempo compartido sin unidad predeterminada	784
§ 616. Naturaleza jurídica del “tiempo compartido”	784
<i>Bibliografía</i>	789