

La centralidad del deber de información en la relación de consumo

The centrality of the duty to inform in the consumer relationship

Carlos Alberto Reyna

creyna@fcjs.unl.edu.ar

Universidad Nacional del Litoral, Argentina.

Resumen: Este texto examina cómo se ha constitucionalizado el derecho privado en Argentina y el impacto que esto ha tenido en las relaciones de consumo, poniendo un énfasis particular en el deber de informar. La inclusión de principios constitucionales y derechos humanos en el ámbito del derecho privado ha transformado lo que antes eran obligaciones anexas en obligaciones centrales, especialmente en el contexto del consumo (art. 42 CN, art. 4 LDC y art. 1100 CCyCN). El deber de informar se interpreta como una obligación que, debido a su necesidad de ser efectiva, se convierte en una obligación de resultado (art. 774 inc. c CCyCN). Esto implica que el proveedor no solo tiene que ofrecer información, sino que debe hacerlo de una manera que sea adecuada, veraz, gratuita, efectiva y comprensible para el consumidor, teniendo en cuenta incluso situaciones de hipervulnerabilidad. Para asegurar que se cumpla con este deber, los proveedores deben establecer sistemas de prevención tanto internos como externos, que garanticen la entrega de información clara y adaptada a las necesidades del consumidor. En este contexto, la información se convierte en una herramienta clave de protección constitucional, obligando a los proveedores a adoptar un enfoque más preventivo, transparente y equilibrado en sus prácticas.

Palabras clave: Constitucionalización del derecho privado, microsistemas (Consumidores y medio ambiente), deber de información, hipervulnerabilidad, sistemas de prevención.

Summary: This text takes a closer look at how private law in Argentina has been shaped by constitutional principles and the effects this has had on consumer relationships, particularly focusing on the duty to inform. By weaving constitutional values and human rights into private law, obligations that were once seen as secondary have now become central, especially in the realm of consumer rights (as highlighted in Art. 42 of the National Constitution, Art. 4 of the Consumer Protection Law, and Art. 1100 of the Civil and Commercial Code). The duty to inform is viewed as an obligation that, due to its need for effectiveness, turns into an obligation of result (Art. 774(c) CCyCN). This means that providers are not just required to give information; they must do so in a way that is adequate, truthful, free of charge, effective, and easy for consumers to understand, even considering cases of extreme vulnerability. To make sure they meet this duty, providers need to set up both internal and external preventive systems that ensure clear information is delivered in a way that meets the consumer's needs. In this light, information becomes a vital tool for constitutional protection, pushing providers to adopt a more preventive, transparent, and fair approach in their practices.

Keywords: Constitutionalization of Private Law, microsistemas (consumer and environmental law), duty to Inform, heightened vulnerability, prevention systems.

1. Introducción

Como se ha sostenido en reiteradas ocasiones la constitucionalización del derecho privado implicó su elevación al plano constitucional, lo que provocó una modificación de doble vía, que afectó en primera instancia al derecho constitucional que recibió la argumentación propia del derecho privado, pero a la vez importó la



obligación de resistematizar el derecho privado a la luz de los principios constitucionales, esa visión es la que derivó en la regulación del art. 1 del CCyCN que obliga a interpretar los casos bajo el prisma de la Constitución Nacional y los tratados de derechos humanos en los que la República es parte.

Es un proceso abierto, que hoy se encuentra en curso mediante la incorporación de la retórica, técnica e instituciones derivadas de los derechos humanos, como afirma Gonzalo Sozzo;¹ y cada uno de ellos toma diversos canales, o vasos comunicantes, entre los distintos sistemas jurídicos que actúan como maneras de traducir o modificar los principios que se pretenden polivalentes para diversos ámbitos del sistema jurídico. Cada uno de los ámbitos sufren modificaciones resultantes del viaje, que se traduce en la constricción, o expansión, de la gravitación que producen sobre el caso que se pretende resolver, lo que implica en definitiva aceptar la modificación del sistema del derecho privado patrimonial de una forma que en otro contexto no resultaría tolerable.

Los microsistemas de ambiente y consumo actúan como paraguas al servicio de la transformación del derecho privado patrimonial, y modifican ciertas obligaciones concretas dentro de los microsistemas que se convierten en catalizadores de la transformación indicada. Ese es el sentido de la incorporación del art. 42 de la CN que consagra esos canalizadores elevando prestaciones normalmente anexas a la obligación principal como deberes centrales de la relación de consumo, tal como: a) El deber de seguridad del consumidor; b) el de información; y c) la protección de la dignidad del consumidor.

En este contexto, el deber de información en la relación de consumo se convierte en una obligación central: ya no es solo una prestación anexa, sino una herramienta clave para lograr los objetivos de protección del sistema. El propósito principal es equilibrar la relación entre proveedor y consumidor, ya que esta se presume establecida con una clara desventaja informativa del consumidor frente al proveedor.

Se constituye como objetivo central del microsistema redimensionar las prestaciones de las partes a los efectos de lograr ese equilibrio mencionado, y para ello la obligación de informar se presenta como la herramienta por excelencia para el logro de ese fin.

Con esa idea en mente, es imperativa una construcción doctrinal que explique los límites de funcionamiento de la obligación de informar dentro del microsistema de consumo, que aquí se intenta, pero sólo de forma inicial en función de las limitaciones propias de la presente publicación.

2. La Obligación de Hacer en el CCyCN

Resulta necesario destacar que obligación de informar dentro de la relación de consumo no escapa de la teoría general de las obligaciones de hacer, la cual el CCyCN estructuró en los artículos 773 a 777, y uno sobre las de no hacer —artículo 778—.

Es esta sistematización la que nos obliga a revisar de modo que se pueda establecer: 1) cuál es el contenido de la obligación; 2) calificar el tipo de servicios —genéricamente— que se enfrentan; 3) determinar el origen del deber, su fuente; 4) establecer el factor de atribución para el caso de incumplimiento; y 5) como ello impacta en la obligación de informar dentro de la relación de consumo.

Sólo una vez que se realicen estas operaciones, podrá comprenderse el contenido exacto de la obligación de informar dentro de la relación de consumo, y someter la teoría general de las obligaciones de hacer al viaje necesario a los fines de adaptarla al microsistema consumeril.

El art. 773 dispone que las obligaciones de hacer son aquellas en las que se compromete un servicio o realizar un hecho, y el art. 774 del CCyCN regula expresamente que puede consistir: "...a) en realizar cierta actividad, con la diligencia apropiada, independientemente de su éxito. Las cláusulas que comprometen a los buenos oficios, o a aplicar los mejores esfuerzos están comprendidas en este inciso; b) en procurar al acreedor cierto resultado concreto, con independencia de su eficacia; c) en procurar al acreedor el resultado eficaz prometido. La cláusula llave en mano o producto en mano está comprendida en este inciso..."²

Por otro lado, el art. 1251 define los contratos de obras y servicios, para inmediatamente en el artículo siguiente (art. 1252) brindar el parámetro de diferenciación entre ambos contratos: El resultado "...eficaz,

¹ SOZZO, Gonzalo C.; "La Humanización del Derecho Privado Patrimonial"; Cuaderno de Derecho de las Obligaciones. N° 7. Impacto del Código Civil y Comercial de la Nación en Derecho de las Obligaciones; Ed. Alveroni Editores; Córdoba; Año: 2017; pag. 16/54.

² Art. 774 del CCyCN.

reproducible o susceptible de entrega...”³, excluyendo, además, a los servicios expropiados del sistema del Código por la normativa del microsistema laboral.⁴

Como se ve, no existe una correspondencia lineal entre obligaciones de medios y servicios, y obligaciones de resultados y contratos de obras. Esta correspondencia impulsada desde la doctrina fue una simplicidad que resultó “...peligrosa cuando se la aplica sin mengua alguna para clasificar un sustrato material más heterogéneo...”⁵

Es ese el motivo que el art. 774 del CCyCN establece tres diferentes tipos de obligaciones de hacer de acuerdo a su contenido: 1) dos pertenecientes al contrato de servicios (art. 774 inc. a y b); y uno correspondiente al contrato de obras (art. 774 inc. c).

En adición, el art. 1278 del CCyCN funciona como cierre del sistema, remitiendo la regulación de los servicios a lo dispuesto para las obras y servicios en general y a las normas generales de las obligaciones de hacer.

Por su lado, el art. 1723⁶ califica a la promesa de resultado, cualquiera sea ella, como un criterio para determinar el factor de atribución, disponiendo que siempre que exista una promesa de tal tipo, se convertirá en objetivo. Con similar criterio, el art. 1768 del mismo cuerpo normativo, establece como regla que la responsabilidad de los profesionales responde a un factor subjetivo atribución, “...excepto que se haya comprometido un resultado concreto”.⁷

La mutación del factor de atribución resulta, sin dudas, un reconocimiento del legislador a la doctrina que propiciara que esta distinción entre obligaciones de medios y resultados va más allá de la distribución de las cargas de prueba.⁸

Esta regulación obliga al operador a realizar una operación intelectual frente a una obligación de hacer que primero la diferencie de la existencia de trabajo dependiente que se encuentra expropiado del sistema Civil, Comercial y de Consumo; luego que identifique la presencia, o no, de una relación de consumo; para luego diferenciar entre un contrato de obras y servicios⁹, y finalmente identificar cuándo se encuentre comprometido un resultado para atribuir responsabilidad sobre el factor objetivo de responsabilidad.

Este es el contexto del que surge la obligación de informar dentro de la relación de consumo.

3. La obligación de informar dentro del microsistema de consumo

Como he dicho, la obligación de informar dentro de la relación de consumo tiene base directa en el art. 42 de la CN, con el fin directo e inmediato de proteger a los consumidores a través de la concesión del derecho a recibir información adecuada y veraz; y que a la vez tiene expresión infraconstitucional como ejercicio del poder de policía constitucional en los art. 4 de la Ley 24.240 y el art. 1100 del CCyCN.

En esencia los proveedores de la relación de consumo se ven compelidos a realizar un hecho, y como tal queda comprendido por la noción general de las obligaciones de hacer establecida en el art. 773 ss y cc del

³ Art. 1252 del CCyCN.

⁴ El art. 1252 del CCyCN dice que “...Los servicios prestados en relación de dependencia se rigen por las normas del derecho laboral.”

⁵ LORENZETTI, Ricardo L.; “Tratado de los Contratos”; Tomo II; segunda edición ampliada y actualizada; Ed. Rubinzal-Culzoni; Santa Fe, 2004; pág. 599/600.

⁶ ARTICULO 1723 del CCyCN: “Responsabilidad objetiva. Cuando de las circunstancias de la obligación, o de lo convenido por las partes, surge que el deudor debe obtener un resultado determinado, su responsabilidad es objetiva.”

⁷ ARTICULO 1768 del CCyCN: “Profesionales liberales. La actividad del profesional liberal está sujeta a las reglas de las obligaciones de hacer. **La responsabilidad es subjetiva, excepto que se haya comprometido un resultado concreto.** Cuando la obligación de hacer se preste con cosas, la responsabilidad no está comprendida en la Sección 7a, de este Capítulo, excepto que causen un daño derivado de su vicio. La actividad del profesional liberal no está comprendida en la responsabilidad por actividades riesgosas previstas en el artículo 1757.”

⁸ Ver al respecto: BUERES, Alberto J; “Responsabilidad Contractual Objetiva”, J.A., T. 1988-II, P; BUERES, Alberto J; “Responsabilidad objetiva contractual, en “Derecho de daños”, Hammurabi, Bs. As, p. 39.; VÁZQUEZ FERREYRA, Roberto A; “La responsabilidad contractual objetiva”, LA LEY1988-B, 998- Responsabilidad Civil Doctrinas Esenciales Tomo I, 01/01/1988, 1317, Cita Online: AR/DOC/8687/2001.

⁹ Para mejor comprensión del tema se recomienda al lector: 1) LORENZETTI, Ricardo L.; “Tratado de los Contratos”; Tomo II; segunda edición ampliada y actualizada; Ed. Rubinzal-Culzoni; Santa Fe, 2004; pág. 589/618; 2) LORENZETTI, Ricardo L.; “Notas para una teoría de las obligaciones de hacer”, LA LEY1991-C, 878 - Obligaciones y Contratos Doctrinas Esenciales Tomo III, 01/01/2009, 261; Cita Online: AR/DOC/7522/2001. 3) LORENZETTI, Ricardo L.; “Código Civil y Comercial de la Nación Comentado”; Tomo VI; pág. 765/766. 4) SOZZO, Gonzalo; “EL CONTRATO DE SERVICIO DOMÉSTICO”; Revista de Derecho Privado y Comunitario; Tomo: 2005; Contratos de servicios - I.; Ed. Rubinzal-Culzoni; Cita: RC D 1557/2012.

CCyCN, siendo de aplicación su teoría general en la medida de que responda a las exigencias constitucionales que se imponen para la satisfacción de los intereses protectorios.

La norma tuitiva se pone al servicio de la adecuación y veracidad; exige detalle, gratuidad, certidumbre y eficacia, es decir que requiere un resultado efectivo y apto a los fines impuestos por la política legislativa y constitucional.

El deber de información nace como una obligación positiva del proveedor dentro de la relación de consumo en la que se le exige una serie de comportamientos destinados a eliminar la diferencia que se presenta entre su profesionalidad y la profanidad del consumidor. Este deber principalmente se impone anexo en tanto no forma parte de las prestaciones inicialmente pretendidas por las partes, pero impuesto por la norma en tanto necesario para la adecuada celebración del contrato entre ellas; o en su defecto integra el contrato con el efecto nulificador potencial frente a su deficiencia.

Surge de una derivación del principio general de buena fe, que comenzó a tomar ribetes propios para aspirar incorporarse a la teoría general del derecho de consumo, y herramienta fundamental a los fines de lograr la comunicación entre el derecho constitucional y el derecho privado.

Este deber impone al proveedor un comportamiento positivo que se trasvasa a las condiciones de contratación, en tanto estas sólo se sostendrán si se encuentran dentro de los límites de la comprensión del consumidor; quien no puede aceptar las condiciones de la convención si no está debidamente informado; y como contracara impone sobre él el deber de colaborar activamente con el proveedor para facilitar su provisión.

La descripción realizada no es más que la explicitación de una especial prestación de hacer, en tanto el art. 773 dispone que las obligaciones de hacer son aquellas en las que se compromete un servicio o realizar un hecho, y el art. 774 del CCyCN regula expresamente que puede consistir: "...a) en realizar cierta actividad, con la diligencia apropiada, independientemente de su éxito. Las cláusulas que comprometen a los buenos oficios, o a aplicar los mejores esfuerzos están comprendidas en este inciso; b) en procurar al acreedor cierto resultado concreto, con independencia de su eficacia; c) en procurar al acreedor el resultado eficaz prometido. La cláusula llave en mano o producto en mano está comprendida en este inciso..."¹⁰

El deber de informar, dada la exigencia normativa de eficacia, se enmarca dentro de una obligación de resultado eficaz (art. 774 inc. c) que rige tanto para la etapa precontractual, contractual y postcontractual; que aparece agravada por la necesidad del cumplimiento de los fines (eficacia exigida); y por el factor de atribución objetivo impuesto a todas las obligaciones de resultados (art. 1723 del CCyCN).

El incumplimiento del deber de información del proveedor puede, según el caso, generar: a) responsabilidad por constituirse en un incumplimiento de una obligación legal fuente de responsabilidad en los términos del art. 1716 y 1717 del CCyCN; b) la inadecuación por diferencia entre lo informado y lo provisto; c) la nulificación de cláusulas o condiciones que contradigan la información provista o ella al respecto fuera omitida; d) o incluso convertirse en la aplicación de un factor objetivo por riesgo al generar el defecto del producto consecuencia de la deficiente información.

Por otra parte, la adaptación de la información al consumidor (adecuación) implica que el proveedor además debe determinar frente a qué clase de consumidor se encuentra y si el mismo tiene que ser especialmente protegido. Bajo esta exigencia la información de los consumidores hipervulnerables¹¹ no puede ser igualmente tratada por los proveedores, debiendo adaptarla para equilibrar esa especial debilidad.

El proveedor deberá contar con la capacidad de detectar las situaciones de hipervulnerabilidad y diseñar un sistema de información que lo habilite a un tratamiento diferenciado de esas situaciones, de forma de asegurarse de que podrá guiar al consumidor durante toda la relación.

4. Exigencia de resultado eficaz

El art. 4 de la Ley de defensa del consumidor (24.240) impone, en sintonía con la exigencia constitucional, que la información debe ser provista "(...) en forma cierta y objetiva, información veraz, detallada, eficaz y suficiente sobre las características esenciales de los mismos. (...)")

La eficacia de la prestación en conjunción con la naturaleza de la prestación exige la producción del resultado concreto, debe tener la capacidad o aptitud de lograr ese objetivo que no es otro que informar

¹⁰ Art. 774 del CCyCN.

¹¹ Res. 139/2020 Sec. de Comercio del Ministerio de Producción, en su art. 2 segundo indica quienes pertenecen al grupo de consumidores especialmente vulnerable.

adecuadamente al consumidor, de forma tal que ese hacer del proveedor tenga la aptitud de superar en concreto las deficiencias informativas del consumidor.

A los fines de saber si la información provista ha provocado el resultado eficaz es indispensable modular el deber sobre criterios objetivos que permitan determinar si han existido las condiciones para que en el caso concreto dicha información produzca el resultado eficaz exigido.

Esta modulación se debe realizar:

- a) Sobre la base de la obligación del propio consumidor de colaborar para que el proveedor cumpla con su deber de información, como expresión razonable de un comportamiento cooperativo derivado del principio de buena fe.
- b) Comprensiva del análisis de la calidad de la información provista por el proveedor, que comprenda tanto el su detalle, veracidad y adecuación, como la presentación de forma que satisfaga las exigencias del receptor de la información.
- c) Sobre el análisis de la etapa en que la información fue provista, y cómo afectó la celebración y/o ejecución del contrato de consumo. En este sentido, es importante que la modulación del deber se ejecute analizando a qué refiere la información, esto es si versa sobre prestaciones principales de las partes o a obligaciones anexas al contrato.
- d) La consideración de las condiciones subjetivas del receptor, analizando especialmente si tenía requerimientos adicionales para la aprehensión de la información provista, siempre sopesando que el consumidor parte de una “ignorancia legítima” como presunción iuris tantum a su favor, establecido un estándar legal de análisis subjetivo.

Si el proveedor ha desplegado una conducta, una prestación de hacer, con la plena virtualidad de producir un resultado eficaz el consumidor no podrá limitarse a sostener simplemente que no ha comprendido la información para argumentar artificialmente un incumplimiento del proveedor.

Esto implica modular el deber de información sobre la base de la existencia de elementos reveladores de la existencia de conocimiento eficaz del consumidor, que resulta indispensable a la hora de determinar la existencia de su cumplimiento por parte de los proveedores.

Este test de análisis se convierte en indispensable para demostrar el cumplimiento de la obligación del proveedor de brindar información dentro de las exigencias normativas; y, además, se instituye como un mecanismo objetivo que permite demostrar la existencia de elementos reveladores suficientes de la aptitud de eficacia requerida por la obligación de hacer puesta en cabeza de aquél.

Como se puede observar se requiere un análisis contextual que muestre la forma en que la información fue suministrada y contrastándola con las capacidades y características del consumidor involucrado en la relación.

Resulta un análisis en concreto que deberá permitir inferir si el consumidor, razonablemente, tuvo la oportunidad de comprender las condiciones de contratación, las obligaciones asumidas y los derechos que de ella emergen.

Es así que, resulta esencial determinar no solo si la información brindada tiene la aptitud suficiente para producir el resultado eficaz buscado, sino que además se debe analizar la forma de presentación.

5. Sistemas de prevención de proveedores

Este contexto será determinante para establecer el cumplimiento del deber de información, en tanto el proveedor —sin subjetivar la obligación— deberá demostrar que ha informado efectivamente al consumidor.

Dicho contexto se configura a partir de la conducta desplegada por el proveedor, que permite revelar si ha cumplido con su obligación, y da lugar a la necesidad de implementar sistemas preventivos destinados a proteger al consumidor, en los cuales la información provista se erige como elemento esencial.

Estos sistemas tienen por finalidad: a) orientar la conducta del proveedor hacia la provisión de información adecuada; b) facilitar la detección temprana de errores, con la consiguiente posibilidad de mitigar daños al consumidor; y c) permitir el análisis de la conducta empresarial en interacción con otros sistemas preventivos internos, tales como los laborales, tributarios o vinculados a la Unidad de Información Financiera (UIF) —si resultan sujetos obligados de la ley—.

La externalidad positiva de estos sistemas es que brindan al consumidor la posibilidad de tomar decisiones más informadas, fundadas en sus deseos, necesidades y capacidades; y al mismo tiempo, dan la posibilidad a los proveedores de ajustar su conducta a los estándares constitucionales de protección del consumidor, generando la chance de acreditar —de forma documentada— el cumplimiento del deber de información.

Estos sistemas de prevención pueden ser tanto internos como externos a la estructura del proveedor, y, a mi criterio, su efectividad será directamente proporcional al momento en que comiencen a operar: cuanto antes se activen, mayor será su capacidad de prevenir perjuicios.

6. Conclusiones

Los proveedores se encuentran obligados a adaptar su conducta a los fines de cumplir con el deber de información, lo que definitivamente los lleva a la necesidad de crear sistemas preventivos transversales a su organización, y por lo tanto se les requiere: a) una especialización en comunicación que le permita comunicar la información de forma adecuada al perfil del destinatario; b) un análisis adecuado de los distintos tipos de consumidores con los que se vincula —estudio subjetivo del destinatario—; y c) la detección temprana de conflictos, con medidas eficaces de mitigación del daño.

Desde la perspectiva del proveedor, la implementación de estos sistemas constituye una herramienta clave para evaluar de forma adecuada el riesgo y el costo de contratar con consumidores, en línea con el objetivo superior de garantizar la mejor protección posible al usuario o consumidor.

Como he dicho, el deber de información se constituye en un vaso comunicante de las exigencias constitucionales en la relación de consumo, y por lo tanto aumenta su volumen de forma tal que obliga a los proveedores a realizar una transformación completa de su forma de vinculación con los consumidores.

Bibliografía

- Abdala, Martín. "El deber de información" Ed. Abaco, Bs.As. 2007
- Ballesteros Garrido, José Antonio "Las condiciones generales de los contratos y el principio de autonomía de la voluntad", Ed. Bosch, Barcelona 1999,
- Bueres, Alberto J.; "Responsabilidad Contractual Objetiva", J.A., T. 1988-II, P
- Bueres, Alberto J.; "Responsabilidad objetiva contractual, en "Derecho de daños", Hammurabi, Bs. As.; 2001
- Demogue, René; "Traité des obligations en général"; Ed. Librairie Arthur Rousseau, Paris 1923.
- Farina, Juan, "Defensa del consumidor y del usuario" Ed. Astrea, Bs.As 2004;
- Lorenzetti, Ricardo L.; "Tratado de los Contratos"; Tomo II; segunda edición ampliada y actualizada; Ed. Rubinzal-Culzoni; Santa Fe, 2004; pág. 599/600.
- Mosset Iturraspe, Jorge- Lorenzetti, Ricardo Luis. "Defensa del consumidor" Ed. Rubinzal-Culzoni, Santa Fe 1994.
- Mosset Iturraspe, Jorge- WAJNTRAUB, Javier. "Ley de Defensa del Consumidor". Ed. Rubinzal-Culzoni 2010.
- Pizarro, Ramón D.; "El deber de información en los contratos informáticos", Revista de Derecho Privado y Comunitario, 1993, t. 3.
- Pizarro, Ramón D. "Notas para una teoría de las obligaciones de hacer; LA LEY 1991-C, 878 - Obligaciones y Contratos Doctrinas Esenciales Tomo III, 01/01/2009, 261; Cita Online: AR/DOC/7522/2001
- Pizarro, Ramón D. "El deber de información y su influencia en las relaciones jurídicas". L.L.1990-B-, 996
- Santarelli, Fulvio Germán "Comentario al Artículo 4º" en "Ley de Defensa del Consumidor Comentada y Anotada, Sebastián Picasso y Roberto Vázquez Ferreyra, (Dir.), Tomo I, La Ley, 2009.
- Sozzo, Gonzalo C.; "La Humanización del Derecho Privado Patrimonial"; Cuaderno de Derecho de las Obligaciones. N° 7. Impacto del Código Civil y Comercial de la Nación en Derecho de las Obligaciones; Ed. Alveroni Editores; Córdoba; Año: 2017, pag. 15.
- Sozzo, Gonzalo C.; "Antes del contrato" Ed. Lexis-Nexis, Bs.As. 2005.
- Spota, Alberto G.; "Instituciones de Derecho Civil- Contratos" T VIII, Ed. Depalma Bs. As.

Stiglitz, Rubén S. “El deber de información y los vicios del consentimiento” L.L. 2005-C- 1444; Responsabilidad Civil Doctrinas Esenciales, Ed. La Ley Tomo I, 1073 y Tomo IV-

Vázquez Ferreyra, Roberto A; “La responsabilidad contractual objetiva”, LA LEY1988-B, 998- Responsabilidad Civil Doctrinas Esenciales Tomo I, 01/01/1988, 1317, Cita Online: AR/DOC/8687/2001.

Sobre el autor

Carlos Alberto Reyna. Abogado graduado en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional del Litoral. Especialista en Derecho de Daños. Docente de Derecho de las Obligaciones de la mencionada facultad y Docente de Instituciones de Derecho I de la Facultad de Ciencias Económicas, ambas de la Universidad Nacional del Litoral. Autor de varios artículos de Doctrina.