

"Remisión de la información al consumidor: soporte físico o formato digital, conflicto de intereses y sus argumentos"



Tutor del trabajo: Gerardo Guillelmotti
Nombre y apellido: Juan Pablo Muñoz
Matrícula: 10133510
Carrera: Abogacía

Índice

1.	Introducción	3
2.	Objetivos.....	4
2.2	Objetivo General.....	4
2.3	Objetivo Específico.....	4
2.4	Hipótesis.....	4
3.	Marco Teórico.....	4
3.2	Planteo del problema	4
1.	Desarrollo	5
1.2	Posturas Adoptadas	5
1.2.1	A favor de la regulación actual	5
4.2.1.1	Derechos vulnerados.....	7
4.2.2.	Fundamentos de la digitalización	11
4.2.2.1.	Impacto ambiental	12
4.2.2.2.	Avance Tecnológico	13
4.3.	Antecedentes de reforma	14
4.4.	Casos específicos	16
4.4.1.	B.C.R.A.....	16
4.4.2.	A.G.I.P. Impuestos	18
4.4.3.	Otras empresas	20
5.	Jurisprudencia	21
5.1.	Fallo Asociación Civil de Usuarios Bancarios C/ AMX Argentina S.A.S.....	21
5.1.1.	Conclusión del Fallo	23
5.2.	Vecchi, Amado Alejandro C/ TELECOM Personal S.A. S/Amparo.....	23
5.2.1.	Conclusión del fallo	24
6.	Prácticas en otros países	24
6.1.	Asia.....	25
6.2.	América Latina.....	25
6.3.	México	26
6.4.	Chile	26
6.5.	Japón y Corea	26
6.6.	Hong Kong y Taiwán	27
7.	Conclusión.....	29
8.	Bibliografía.....	32

1. Introducción

Nos encontramos inmersos en una sociedad de consumo en la cual el usuario o consumidor necesita mantenerse informado sobre sus derechos, para ejercerlos y hacerlos respetar. A su vez, esa misma sociedad fluctúa constantemente por cambios desde lo tecnológico hasta lo cultural, todos interrelacionados entre sí, que ponen en cuestionamiento legislaciones atinentes a la relación de consumo que, a su vez, abren lugar a incógnitas sobre un posible desfasaje legal con respecto a la evolución social cuyas normas y leyes se aplican.

En una relación de consumo entablada entre una empresa prestadora de servicios y un usuario, es indispensable la correcta remisión de la información hacia el mismo. La ley expresa el medio por el cual canalizar la información hacia los usuarios, especifica la utilización de “soporte físico”, lo que desemboca en una controversia que involucra distintos sectores ajenos a la relación de consumos, generando una puja de intereses.

Las empresas intempestivamente comienzan a utilizar la digitalización del envío de la información, dejando de lado el soporte físico especificado por ley, escudándose en la protección del medio ambiente como fundamento principal de dicha medida. Esto deja a la vista una violación a la ley de Defensa del Consumidor, pero al indagar y adentrarse en el tema, se puede visualizar que el foco se encuentra en una ventaja por parte de las empresas que generan un ahorro monetario significativo y una desventaja dineraria para aquellos entes prestadores de servicios postales, los cuales recurren al estado para que intervengan, adoptando una postura que se alinee a su planteo. Un bando busca la modificación de la ley, en pos de reducir las repercusiones ambientales que genera remitir la información por medio de soporte físico, expresando que la evolución tecnológica abarca todo el territorio, que todo individuo tiene acceso al mundo tecnológico y que la digitalización de trámites e información es moneda corriente en el mundo. No obstante, a dicha postura se contraponen aquellos perjudicados, planteando que se puede migrar al envío digital obteniendo el consentimiento expreso del consumidor (como lo detalla la ley), que el accionar adoptado es ilegal, irrumpe con la normativa y le quita derechos al mismo, entre otros, el derecho a elegir.

En el siguiente trabajo final de investigación, se buscará esbozar un planteo que va a tener como meollo el medio utilizado por las empresas prestadoras de servicio para transmitir la información correspondiente a sus usuarios irrumpiendo con la normativa aplicable a las relaciones de consumo, utilizando alegatos para fundamentar su ilícito que da a lugar a replanteos estructurales sobre dicha ley pero a su vez permite divisar un conflicto de intereses diversos que conllevan a debelar una realidad cuestionable en donde el consumidor está en un plano secundario, y la empresas abarcan “el escenario principal”.

Actualmente, estamos en presencia de una época en donde el cuidado por el ambiente toma un rol protagónico, la búsqueda de generar conciencia y lograr implantar una cultura de respeto por el medio ambiente, ocasiona que se empiece a tomar como prioridad en toda medida adoptada

por entes o agentes que generen repercusión con su accionar, ya sea desde un estado hasta una empresa.

2. Objetivos

2.2 Objetivo General

Analizar la controversia que genera el soporte físico como medio para remitir la información al consumidor, establecidos en el art 4 de la ley 24.240, las posturas que adoptan las distintas partes ante el planteo de una modificación al artículo que establezca el medio digital como regla general.

2.3 Objetivo Específico

- Desarrollar un estudio sobre los fundamentos de aquellos que plantean el medio digital como forma de remitir la información.
- Analizar cómo en la práctica, las empresas actúan en contraposición a la ley 24.240 y los mecanismos que utilizan.
- Esbozar sobre los derechos que se vulneran al remitir la información por medio digital de forma intempestiva.
- Estudiar la situación en las legislaciones de distintos países.
- Redactar sobre los antecedentes de reformas frustradas y sobre reglamentaciones que se contraponen a la ley.

2.4 Hipótesis

La finalidad de dicho trabajo de investigación es plasmar y analizar la controversia que se origina en base a la forma de remitir la información al consumidor en soporte físico como regla general, según lo detallado en la ley 24.240 en su art N°4. Desarrollar las posturas que se generan, con los argumentos que plantean. Y redactar sobre la práctica en la realidad, los ilícitos cometidos por empresas y las reglamentaciones que se contraponen a la regulación.

Conforme al análisis, lograr arribar a una conclusión que permita dilucidar el conflicto, barajando y ponderando los distintos fundamentos establecidos.

3. Marco Teórico

3.2 Planteo del problema

A partir del año 1989, se comenzó un proceso amplio e importante en la historia argentina, en el cual se privatizaron desde empresas productivas y prestadoras de servicios hasta activos públicos, como reservas petroleras y demás. Dicho proceso implementado fue generando un sinnúmero de prácticas que perjudicaban a los usuarios y clientes, cuando todavía la ley de Defensa del Consumidor era un proyecto y aún no se había sancionado.

Prácticas que cada vez se tornaron mas sofisticadas, afectando cantidades abismales de usuarios, captando millones indebidos por parte de las empresas con total impunidad.

Pero adentrándonos y siendo más específicos, encontramos una práctica implementada en la actualidad que es la sustitución de manera unilateral e inconsulta del formato en papel por los medios digitales, a la hora de remitir la información al consumidor. Un accionar que se considera abusivo ya que se contrapone con lo dispuesto en la Ley de Defensa del Consumidor (24.240), en su artículo cuarto, último párrafo, que detalla *“La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada en soporte físico, con claridad necesaria que permita su comprensión. Sólo se podrá suplantar la comunicación en soporte físico si el consumidor o usuario optase de forma expresa por utilizar cualquier otro medio alternativo de comunicación que el proveedor ponga a disposición.”*¹

Podemos denotar conforme al párrafo anterior, que dicha circunstancia origina una gran controversia que, como todo conflicto, da lugar a posturas antagónicas que plantean sus propios fundamentos en un debate donde se ponen en discusión: derechos vulnerados, evolución tecnológica, protección ambiental y, por supuesto, intereses económicos.

Cambiar de manera intempestiva la forma de facturación del formato papel al envío de correos electrónicos a las casillas de los usuarios titulares del servicio, hoy por hoy, se considera un ilícito que genera perjuicios al consumidor. Pero, aun así, muchas empresas lo implementan poniendo en tela de juicio la utilidad de dicho artículo, basando sus argumentos en la protección del medio ambiente y la evolución tecnológica, que cada vez extiende su alcance a más personas, tornándose moneda corriente. Estos argumentos captan adeptos que visten el rol de consumidor y que finalmente terminan abriendo el debate y la discusión sobre una posible reforma a dicho artículo.

En síntesis, podemos visualizar distintas posturas frente a dicho conflicto, aquellas que consideran útil la forma que establece la ley y los que se contraponen, buscando una modificación del artículo anteriormente mencionado. Cada una será desarrollada, ampliando sus argumentos a lo largo del trabajo de investigación.

1. Desarrollo

1.2 Posturas Adoptadas

1.2.1 A favor de la regulación actual

A la hora de analizar el conflicto detallado, encontramos como protagonistas a los consumidores que muchas veces son relegados a un segundo plano, pero que constantemente en conjunto

¹ Art N° 4, Ley de Defensa del Consumidor (24.240).

con las instituciones que los representan, amparándose en las leyes buscan hacer valer sus derechos. Algo que se torna difícil hoy en día, más si la contraparte son empresas con gran respaldo.

Como redacté anteriormente, en la actualidad muchas empresas comienzan a mandar la información correspondiente a importes, facturaciones y aumentos futuros, por medio de correos electrónico a la casilla de los usuarios titulares del servicio. Lo destacable de dicho accionar, es que lo hacen sin consultar al usuario, de manera intempestiva, generando perjuicios al mismo.

Por supuesto, esta circunstancia genera descontento en los consumidores que juntamente con sus representantes, se oponen, alegando la ilicitud del acto por ir en contra de lo establecido en la ley que los respalda (24.240). Pero, no es lo único que argumentan, ni lo único que torna ilegal dicho accionar.

Actualmente, esto genera una violación a los derechos del consumidor establecidos por ley, pero a su vez desencadena una gran cantidad de perjuicios que evidencian otras falencias o ilícitos.

Cuando las empresas optan por remitir la información en formato digital de manera inconsultada al consumidor, detallando lo que debe abonar y los posibles aumentos, están violando el derecho a la libre elección, le quitan la posibilidad de decidir o elegir lo que más le conviene en consideración con sus circunstancias personales. Están discriminando también, ya que aparta al sector social que no cuenta con los servicios de internet para acceder a la casilla y visualizar la información o aquel sector social de edad avanzada que no cuenta con un buen manejo de las redes, ocasionando horas de frustraciones intentando poder ver cuanto tiene que abonar o porque el importe que le figura es mayor al de meses anteriores.

No obstante, además de ser ilícito, impedimento de la libre elección, discriminatorio, vemos otras circunstancias que se disparan a raíz de esto. Cuando por distintos motivos el consumidor no logra visualizar la información requerida, en consecuencia, no puede pagar lo pertinente, lo cual trae aparejado que comiencen a correr los intereses, que incurra en mora, que reciba llamados, advertencias por parte de las empresas y por supuesto, una interrupción en la prestación del servicio por falta de pago.

Por supuesto, cuando el usuario en desconformidad con la situación opta por hacerse oír, efectúa un reclamo, se topa con la atención despersonalizada, con máquinas tras el teléfono que no otorgan respuestas al problema, con páginas que no reciben reclamos o que al recibirlos no dan soluciones. Pero en esporádicas ocasiones que se otorga una solución, no es en tiempo y forma.

Finalmente, algo que debería ser simple y sencillo, termina ocasionando frustraciones, estrés y pérdidas para el consumidor, desde el tiempo que pone a disposición para reclamar, expresando su desconformidad, hasta el dinero que gasta pagando intereses no correspondidos por pagos fuera de termino o demás.

La crítica principal, además de las claras violaciones a las disposiciones legales, se denota cuando observamos que las empresas se ahorran millones al no imprimir lo correspondiente, trasladándole el gasto a los usuarios que incurrirán en el mismo al descargar e imprimirlos ellos mismos. Pero lo más reprochable, es que una vez concretado el ahorro millonario para la empresa a costa de violar innumerables artículos, sigue cobrando a sus clientes los cargos de mantenimiento y gestión administrativa.

4.2.1.1 Derechos vulnerados

Específicamente, desde el plano jurídico la práctica que venimos desarrollando viola lo establecido por ley, pero a su vez como detallamos en el apartado anterior, en la cotidianeidad este accionar dispara otras circunstancias que vulneran distintas disposiciones legales. Esos artículos son:

- Ley 24.240, Artículo 4°. Información. *“El proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización. La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada en soporte físico, con claridad necesaria que permita su comprensión. Solo se podrá suplantar la comunicación en soporte físico si el consumidor o usuario optase de forma expresa por utilizar cualquier otro medio alternativo de comunicación que el proveedor ponga a disposición. (Artículo reformado por artículo 1° de la Ley N° 27.250 B.O. 14/6/2016)”*.²

Principalmente denotamos un incumplimiento a dicho artículo, cuando la empresa (que reviste el rol de proveedor) de manera intempestiva e inconsultada sin que el usuario (consumidor) le de su consentimiento expreso por medio fehaciente, decida cambiar el soporte físico como medio para remitir la información al consumidor y opte por otorgarla a través de un mail a la casilla del consumidor u otro medio digital.

También, podemos observar que incumple con aquella parte que determina *“El proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee...”*². Ya que la forma de facturación es un punto que conforma las características de los bienes y servicios, como también el importe y los aumentos que se apliquen. Además, visualizamos como reemplaza el soporte físico por un sistema complejo que opera con claves y no guarda la claridad necesaria para su comprensión, tal como exige la ley.

Por otro lado, vemos condicionado la “gratuidad” de la información, cuando el usuario debe incurrir en gastos de internet para acceder a ella o para reclamar por conflictos derivados del accionar de la empresa. Por tal motivo, vulnera dicho aspecto del artículo.

² Art N° 4; Ley de Defensa al Consumidor 24.240 (2020).

- Constitución Nacional. Artículo 42. *“Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno.*

Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.

La legislación establecerá procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos, y los marcos regulatorios de los servicios públicos de competencia nacional, previendo la necesaria participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las provincias interesadas, en los organismos de control.”

Basándonos en lo redactado en el apartado anterior, evidenciamos una clara violación a varias disposiciones contenidas en el artículo N°42 de la Constitución Nacional. Principalmente, se observa un perjuicio a la “libertad de elección”, cuando la empresa sin consultar decide cambiar las modalidades de facturación establecidas al principio de la relación, migrando al formato digital como medio de envío de la información al consumidor. De esta manera, le quita al consumidor la posibilidad de elegir la opción que más se adecúe a sus circunstancias.

Por otro lado, como derivado de la práctica abusiva que estamos analizando, vemos que surgen otras circunstancias como la atención despersonalizada de los reclamos, la falta de respuesta y solución, irrumpen con el “trato digno” establecido en artículo mencionado. Además, vulnera otro aspecto que es el “equitativo”, cuando remite a algunos usuarios la información en soporte físico y a otros por medios digitales, de manera arbitraria.

- Ley N°24.240, Artículo 8° Bis. *Trato digno. Prácticas abusivas. “Los proveedores deberán garantizar condiciones de atención y trato digno y equitativo a los consumidores y usuarios. Deberán abstenerse de desplegar conductas que coloquen a los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias. No podrán ejercer sobre los consumidores extrajeros diferenciación alguna sobre precios, calidades técnicas o comerciales o cualquier otro aspecto relevante sobre los bienes y servicios que comercialice. Cualquier excepción a lo señalado deberá ser autorizada por la autoridad de aplicación en razones de interés general debidamente fundadas.*

En los reclamos extrajudiciales de deudas, deberán abstenerse de utilizar cualquier medio que le otorgue la apariencia de reclamo judicial.

Tales conductas, además de las sanciones previstas en la presente ley, podrán ser pasibles de la multa civil establecida en el artículo 52 bis de la presente norma, sin perjuicio de

otros resarcimientos que correspondieren al consumidor, siendo ambas penalidades extensivas solidariamente a quien actuare en nombre del proveedor.”

Tal como detallé anteriormente, el accionar de la empresa se considera una práctica abusiva y las consecuencias derivadas de dicha acción, influyen a la hora de considerarlas violatorias a lo establecido por ley.

- **En la Ley N° 24.240, véanse: Artículo 26** —Reciprocidad en el Trato. *“Las empresas indicadas en el artículo anterior deben otorgar a los usuarios reciprocidad de trato, aplicando para los reintegros o devoluciones los mismos criterios que establezcan para los cargos por mora”*

Artículo 27- Registro de reclamos. Atención personalizada. *“Las empresas prestadoras deben habilitar un registro de reclamos donde quedarán asentadas las presentaciones de los usuarios. Los mismos podrán efectuarse por nota, teléfono, fax, correo o correo electrónico, o por otro medio disponible, debiendo extenderse constancia con la identificación del reclamo. Dichos reclamos deben ser satisfechos en plazos perentorios, conforme la reglamentación de la presente ley. Las empresas prestadoras de servicios públicos deberán garantizar la atención personalizada a los usuarios.”*

En este caso, con respecto a los servicios públicos (ya que sólo aplican a los mismos) en la cotidianeidad vemos vulnerados ambos artículos, pero por acciones derivadas de la que da origen a la controversia. Es muy usual observar el trato despersonalizado a la hora de iniciar reclamos, cuando por no recibir el soporte físico con el importe a abonar, posteriormente recibe intimaciones por falta de pago y al realizar el descargo, no es atendido, no lo plasman en un reclamo otorgándole un número y tampoco le otorgan una solución. Son situaciones que, como planteamos anteriormente, se disparan a raíz de la práctica que analizamos en este trabajo de investigación. Es decir, es un artículo que suele vulnerarse y puede ser exigido a la hora de reclamar.

- **Ley N° 24.240, Artículo 25°**— Constancia escrita. Información al usuario. *“Las empresas prestadoras de servicios públicos a domicilio deben entregar al usuario constancia escrita de las condiciones de la prestación y de los derechos y obligaciones de ambas partes contratantes. Sin perjuicio de ello, deben mantener tal información a disposición de los usuarios en todas las oficinas de atención al público.*

Las empresas prestadoras de servicios públicos domiciliarios deberán colocar en toda facturación que se extienda al usuario y en las oficinas de atención al público carteles con la leyenda: "Usted tiene derecho a reclamar una indemnización si le facturamos sumas o conceptos indebidos o reclamamos el pago de facturas ya abonadas, Ley N° 24.240".

Los servicios públicos domiciliarios con legislación específica y cuya actuación sea controlada por los organismos que ella contempla serán regidos por esas normas y por la

presente ley. En caso de duda sobre la normativa aplicable, resultará la más favorable para el consumidor.

Los usuarios de los servicios podrán presentar sus reclamos ante la autoridad instituida por legislación específica o ante la autoridad de aplicación de la presente ley.”

- Ley N° 24.240, Artículo 40 bis Daño directo. *“El daño directo es todo perjuicio o menoscabo al derecho del usuario o consumidor, susceptible de apreciación pecuniaria, ocasionado de manera inmediata sobre sus bienes o sobre su persona, como consecuencia de la acción u omisión del proveedor de bienes o del prestador de servicios.*

Los organismos de aplicación, mediante actos administrativos, fijarán las indemnizaciones para reparar los daños materiales sufridos por el consumidor en los bienes objeto de la relación de consumo.

Esta facultad sólo puede ser ejercida por organismos de la administración que reúnan los siguientes requisitos:

- a) la norma de creación les haya concedido facultades para resolver conflictos entre particulares y la razonabilidad del objetivo económico tenido en cuenta para otorgarles esa facultad es manifiesta;*
- b) estén dotados de especialización técnica, independencia e imparcialidad indubitadas;*
- c) sus decisiones estén sujetas a control judicial amplio y suficiente.*

Este artículo no se aplica a las consecuencias de la violación de los derechos personalísimos del consumidor, su integridad personal, su salud psicofísica, sus afecciones espirituales legítimas, las que resultan de la interferencia en su proyecto de vida ni, en general, a las consecuencias no patrimoniales.”

Por todos los motivos exployados anteriormente y en evidencia a una clara violación a varios artículos establecidos en la ley 24.240 o en la Constitución Nacional, que en consecuencia terminan ocasionando grandes perjuicios al consumidor. Es menester que la autoridad de aplicación, en la instancia administrativa, deba aplicar el instituto (detallado en el artículo 40 bis) del “daño directo” y determinar en su justa cuantía la indemnización que le corresponderá a la empresa abonar a sus clientes.

En síntesis, el perjuicio al consumidor se observa desde el momento en que se violan los artículos establecidos por ley y el mismo debe adentrarse en una “odisea” constante, llena de frustraciones y estrés, para poder adquirir información que debería ser otorgada de manera simple. Una “odisea” que implica tiempo, costos y muchas veces reconocimiento de intereses devengados por importes que nunca fueron comunicados al consumidor.

Por ende, conforme a lo redactado y detallado en este apartado del trabajo de investigación, la aplicación de la práctica abusiva bajo análisis es plausible de reclamos colectivos a las empresas, reclamando indemnizaciones que multiplicado por la cantidad de clientes perjudicados nos da la pauta de la suma millonaria que se ahorran las empresas, incurriendo en un enriquecimiento ilícito.

4.2.2. Fundamentos de la digitalización

Como contra parte a la postura analizada anteriormente, encontramos a aquellos que se alinean con la corriente que sostiene la idea de migrar a un medio digital para remitir la información al consumidor. Los principales adeptos a dicha postura suelen ser las empresas, las cuales se ven ampliamente beneficiadas adoptando esta práctica en la actualidad.

Como redactamos en los capítulos precedentes, las empresas hoy en día suelen implementar el envío digital de la información al consumidor, sin consultarlo, ya sea enviándole un mail, un mensaje al celular o en muchos casos dándole acceso a páginas y portales que indiquen las facturas permitiendo descargarlas.

Este accionar es considerado una práctica abusiva, ya que viola muchos artículos y vulnera derechos del consumidor, tal como lo detallo en reiteradas ocasiones. No obstante, las empresas omiten y buscan la manera de lograr implementarla bajo el menor riesgo legal posible.

Pero también, esgrimen argumentos para su accionar, que si bien desde el punto de vista de un consumidor no son creíbles, suelen captar adeptos. La finalidad de muchas empresas es poder lograr una reforma del artículo 4° de la ley 24.240 (Ley de Defensa del Consumidor) que permita llevar a cabo las medidas pertinentes dentro del marco legal, logrando así su cometido.

Los argumentos que se formulan detrás de las medidas básicamente se fundan en el cuidado al ambiente. En la actualidad, la protección ambiental tomó una relevancia mayor en consideración con épocas anteriores. Se está gestionando una conciencia social de cuidado, juntamente con políticas que cada vez le otorgan tienden a darle más protagonismo. Por tal motivo, este es el fundamento principal, ya que las impresiones y el papel tienen un impacto en el ambiente que genera, a grandes escalas, repercusiones como las deforestaciones con las consecuencias que trae consigo.

A su vez, también hace referencia a el tema correspondiente al “avance tecnológico” como argumento secundario pero que se plantea como medio para lograr el fin que permita reducir el impacto ambiental, dejando de utilizar el papel. Este argumento, establece que estamos transitando una evolución tecnológica, la era de la digitalización, que el cambio es inminente en pos de beneficios que impliquen una mejor calidad de vida, ya sea un beneficio para el ambiente como consecuencia.

Como se observa en lo redactado, el cuidado ambiental se torna importante y los gobiernos a su vez, por medio de políticas, comienzan a exigirles un mayor compromiso y responsabilidad a las empresas. Por tal motivo, utilizando la ola tecnológica que deviene como medio, acoplándose a las políticas, deciden dejar de imprimir facturas, cartas de aumento y demás información que se remite al consumidor, para empezar a comunicarla de manera digital a través de correos y mensajes, incentivando también la interacción por vía “online”.

4.2.2.1. Impacto ambiental

Como mencionamos anteriormente, el cuidado ambiental se volvió un tema sensible a nivel mundial. En la actualidad, se esta asumiendo un gran compromiso y control por parte de los países que cada vez le otorgan mas relevancia y le dedican más recursos a la investigación del medio ambiente, juntamente con las medidas para mitigar las principales causas de su deterioro.

Las impresiones, la creación de papel básicamente, son consideradas unas de las causas que contribuyen al avance del calentamiento global.

Estudios develaron que el 80% del impacto sobre el calentamiento global de las impresoras se debe al papel y todo lo que conlleva su fabricación. Por otra parte, el 20% restante se subdivide en un 8% correspondiente al uso de energía, otro 6% competente al uso de los cartuchos de tinta, el resto se le atribuye al reciclaje y el estado de las impresoras que caen en desuso.

Ahondando más en el tema, Greenpeace plasmó la problemática en números y se refirió a que el 40% de la madera talada para uso industrial, es utilizada para la fabricación de papel. Cada año se pierden unos 15.000 millones de árboles y de continuar así, en 300 años habrán desaparecido por completo.

La fabricación de papel es una de las causas más importantes del calentamiento global. Dentro de las consecuencias más perjudiciales que generan, encontramos:

- *“En la fabricación de papel se consumen grandes cantidades de agua y energía.*
- *Se trata de una industria que hace un uso intensivo de los medios de transporte, lo que deja una elevada huella de carbono.*
- *Es uno de los mayores contaminantes del agua y del aire.*
- *Es una de las que más gases efecto invernadero emite, alrededor de 3,3 kg de CO² equivalente por cada kilo de papel.*
- *En el blanqueo de la pasta se utiliza el cloro, que es muy nocivo para la salud de las personas y para el medio ambiente”. (según la nota sobre impacto ambiental del blog leonardo-gr).”*

[...] “Ya se adoptan medidas para reducir todos estos impactos negativos sobre el entorno a la hora de fabricar el papel, sin embargo, las medidas no son del todo efectivas ni lograr eliminar totalmente los impactos. La elaboración de papel a partir de papel reciclado es una de estas medidas, ya que el consumo de madera en este caso se ve eliminado y se reaprovechan residuos que, de otra forma, acabarían también contaminando”³

Según el párrafo precedente, constantemente se buscan medidas que terminan derivando en otros puntos críticos, es decir, lo que logran reducir, por un lado, tal vez comienza a desmejorar en otro. Por tal motivo, se denota que la posibilidad más viable para combatir el problema que compete a la fabricación de papel es reducir a la máxima expresión de manera paulatina su uso.

4.2.2.2. Avance Tecnológico

Como fundamento secundario encontramos a la “evolución tecnológica”, que a su vez sirve como medio para mitigar el impacto ambiental, no sólo en el ámbito del tema tratado en dicho trabajo de investigación, sino en muchos otros.

Como mencionamos a la hora de referirnos al cuidado del ambiente, la sociedad está en constante evolución, lo cual en gran parte se debe a los avances tecnológicos que nos permiten mejorar la calidad de vida, en varios aspectos.

La tecnología está avanzando, cada vez más gente tiene acceso, tornándose de uso común y habitual, si bien existe gente que se encuentra ajena a esta realidad por su avanzada edad o por su estatus social, es impensado imaginarse que en algún momento serán captados por el cambio.

Según un artículo publicado en enero del 2020, por el portal Marketing E-commerce que plasmó datos del informe de “we are social” y “hootsuite”, en la actualidad un 59% de la población mundial tiene acceso a internet, es un total aproximado de 4.540 millones de personas (zondeado por usuarios). Lo que implicó un aumento del 7% en comparación con el 2019.

Luego, yendo más a detalle, arroja un aumento del 9,7% de usuarios correspondientes a redes sociales, es decir, 321 millones de personas. Esto ya con respecto a un punto más específico, en donde se visualiza que las personas pasan un total de 6 horas 43 minutos conectados a las redes cada día. Por supuesto, es un número que promedia, ya que las horas varían según las regiones, donde se pueden encontrar sectores que pasan el día completo conectado y otros que solo suman algunas horas.

Con respecto a Argentina en particular, según lo declarado por Silvia Giudice (la presidente del

³ “Impacto ambiental de la fabricación de papel”; ingenieriaquimica.net; 28/09//2017 (<https://www.ingenieriaquimica.net/articulos/400-impacto-ambiental-de-la-fabricacion-de-papel>)

ENACOM) a Infobae, un total del 61% de los hogares cuentan con acceso a internet fijo. También declaró que se iluminaron 33 kilómetros de fibra óptica, lo que redujo el precio mayorista de internet, generando mejor competencia para los operadores.

Los datos precisos ubican a Argentina como el país mejor posicionado con respecto a usuarios conectados de América Latina, es decir, cuenta con un total de 62% de conectados y el resto subdividido en 33% de no conectados pero cubiertos con acceso a redes móviles y un 5% sin conectividad ni cobertura.

En base a los datos detallados, el más destacable, es el que corresponde a un 7% de variación con respecto al año anterior. Es destacable porque en un año un 7% de la población mundial logró tener acceso completo a internet (sin contar la cantidad con accesos móviles) lo que denota la velocidad con la que se está expandiendo la tecnología y el cambio inminente en el cual la sociedad se encuentra inmersa. Es un porcentaje que, si se logra sostener en el tiempo, arribará a una conectividad completa.

Por ende, es significativo como se está pensando en un mundo digital. Saliendo de las estadísticas mundiales y poniendo el foco en las locales, observamos también una cobertura casi completa.

En síntesis, es evidente el avance tecnológico y como toma protagonismo como medio para la protección del medio ambiente. También, es notable como se torna un fundamento férreo cuando se trata de cambios, como el migrar de un soporte físico al formato digital, como medio para remitir la información al consumidor.

4.3. Antecedentes de reforma

El envío de la información al consumidor por medios digitales es una medida que se viene barajando desde hace tiempo por parte de las autoridades. Tal es así, que como antecedente reciente se encuentra el reglamento que intento sancionar el gobierno en 2018, en el cual dejaba a elección del proveedor el medio por el cual remitir la información al consumidor, es decir, modificaba la ley estableciendo el medio digital como regla general para el envío y el soporte físico como excepción, ante el expreso pedido del consumidor. Pero al no ser refrendado por el Congreso de la Nación, no se concretó y se dio marcha atrás.

El 11 de enero de 2018, se publicó en el Boletín Oficial el Decreto 27/2018 bajo el lema “desburocratización y simplificación”. Dentro del mismo, se modificaban y trataban varios aspectos, plasmándose la intención de fomentar el uso de las tecnologías.

En el capítulo XXII del decreto, se buscó derogar el actual art 4 de la ley 24.240 que dice:

“Información. El proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización.

La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada en soporte físico, con claridad necesaria que permita su comprensión. Solo se podrá suplantar la comunicación en soporte físico si el consumidor o usuario optase de forma expresa por utilizar cualquier otro medio alternativo de comunicación que el proveedor ponga a disposición. (Artículo sustituido por art. 1° de la Ley N° 27.250 B.O. 14/6/2016)”.

Y modificarlo, redactándolo de la siguiente manera:

“El proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización.

La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada en el soporte que el proveedor determine, salvo que el consumidor opte por el soporte físico. En caso de no encontrarse determinado el soporte, este deberá ser electrónico”.

En caso de obtener la aprobación correspondiente, tal como mencione, el artículo modificado otorgaría la posibilidad al proveedor de elegir el medio para remitir la información, los formatos digitales pasarían a ser la regla general y el soporte físico, la excepción.

Pero el 30 de mayo del 2018, con el protagonismo del diputado Jose Luis Ramón, se aprobó el proyecto de ley 6830-d-17, que implicaba la eliminación en diputados de dichos artículos que violaban derechos del consumidor, dejando la redacción original.

La controversia continúa posteriormente, cuando se planteó la incertidumbre sobre la situación de aquellas empresas que ejercieron dicho artículo en el lapso de meses entre su publicación en el boletín oficial y su derogación. Es decir, que muchas empresas aprovecharon las circunstancias y migraron por la fuerza a sus usuarios a un formato digital de envío, lo que generó muchas controversias.

Pero finalmente, se determinó que se debía revertir el accionar, retornando al soporte físico. Ya que, conforme a la estructura de la norma que ostenta un carácter supletorio, nos remitimos al art 7 del Código Civil y Comercial de la Nación, el cual establece que *“las nuevas leyes supletorias no son aplicables a los contratos en curso de ejecución, con excepción de las normas más favorables al consumidor en las relaciones de consumo”.*

Luego de resuelta la derogación y sus consecuencias posteriores, surgieron ciertas dudas con respecto a sus motivos. Se acordó que resultaba perjudicial para el consumidor, pero a su vez se dio lugar a la suposición de que influyeron en la decisión distintos sectores que se veían afectados económicamente, por ejemplo, una hipotética sanción del decreto con la redacción que establecía del artículo 4, repercutiría directamente en la circulación de cartas, por ende, sería un golpe al correo y su negocio. Por tal motivo, abrió al debate sobre un posible conflicto de

intereses que relegan el foco principal del debate, que es la implicancia que estas modificaciones pueden generar en el consumidor.

4.4. Casos específicos

Adentrándonos más específicamente en las distintas relaciones de consumo donde se evidencia cuales son las prácticas utilizadas y los casos más específicos a analizar conforme sus disposiciones, encontramos:

4.4.1. B.C.R.A.

Con respecto a los bancos, se observa que los mismos envían la información, que en este caso son los resúmenes de las tarjetas de crédito por medios digitales como primera medida. Es decir, que tiene la libertad de elegir y lo realizan en forma digital.

El Banco Central de la República Argentina, título en su comunicado “Comunicación por medios electrónicos para el cuidado del medio ambiente”. La última comunicación incorporada fue la “A” 6892, texto ordenado al 05/02/2020.

Ya habíamos observado que en el año pasado dispuso ciertas reglas para el envío de la información por medios digitales, que claramente en esta última disposición termina asentando dicho formato.

De forma resumida la disposición “A” 6892, establece:

Primero los sujetos alcanzados:

“1.1. Sujetos alcanzados.

1.1.1. Entidades financieras.

1.1.2. Empresas no financieras emisoras de tarjetas de crédito y/o compra.

1.1.3. Fiduciarios de fideicomisos financieros comprendidos en la Ley de Entidades Financieras.

1.1.4. Administradores de carteras crediticias de ex-entidades financieras”.

“1.2. Criterios de observancia.

1.2.1. Los sujetos alcanzados podrán utilizar mecanismos electrónicos de comunicación con los clientes, los cuales incluyen –entre otros– los siguientes: correo electrónico, telefonía, banca por Internet –“home banking”–, cajeros automáticos y terminales de autoservicio.

1.2.2. En caso de que los sujetos alcanzados decidan cambiar la modalidad de comunicación, pasando de la pieza postal a medios electrónicos de información (o viceversa), deberán notificar al cliente, con el medio de comunicación que venían utilizando y una antelación mínima de sesenta (60) días corridos respecto de la fecha de su efectiva aplicación, la modificación que

llevarán a cabo, indicando la modalidad por la cual será enviada la información. Si el cliente decidiera continuar con el mecanismo de comunicación vigente, deberá comunicárselo al sujeto alcanzado, quien no podrá negar la solicitud del cliente. En el caso de nuevos clientes, los sujetos alcanzados que decidan utilizar los medios electrónicos de información se comunicarán directamente por estos medios, salvo que el cliente opte explícitamente por la recepción de comunicaciones por correo postal en el momento del inicio del vínculo con el sujeto obligado.

1.2.3. Los datos a suministrar electrónicamente al cliente deberán cursarse por los medios de información electrónica que resulten apropiados. La transmisión de los datos que requiera que el cliente sea notificado antes de una fecha determinada (resúmenes de cuenta, fecha e importe de vencimiento de financiaciones, modificaciones contractuales previstas por el punto

2.3.4. de las normas sobre “Protección de los usuarios de servicios financieros”, etc.) deberá realizarse al menos por correo electrónico cuando el cliente haya suministrado esa dirección. En los casos que se hayan elegido los medios electrónicos de comunicación, los resúmenes de tarjetas de crédito y/o compra deberán ser enviados por correo electrónico o, en su defecto, en forma impresa al domicilio que indique el titular, de acuerdo con lo previsto por la Ley de Tarjetas de Crédito. Las demás informaciones –incluidas aquellas sin vencimiento o que no son novedades– podrán orientarse a los medios que permitan ponerla a disposición del cliente (ej. banca por Internet –“home banking”–, cajeros automáticos, terminales de autoservicio). Todo sujeto obligado que disponga de “home banking” o medio de comunicación electrónico similar deberá poner a disposición de los clientes el último resumen de cuenta de depósitos y/o de tarjeta de crédito y/o compra, según corresponda, hasta acumular al menos los correspondientes a los últimos doce (12) meses en dicho plazo.

1.2.4. Los sujetos alcanzados deberán ofrecer a los clientes la posibilidad de optar alternativamente –en cualquier momento de la relación contractual– por el sistema de información electrónica que tuviera habilitado el sujeto o por el sistema de envío postal, debiendo el sujeto guardar constancia en el legajo del cliente de la opción que ejerza éste. En el caso de información a usuarios de servicios financieros, a los fines de implementar la opción prevista en el párrafo precedente, resultan de aplicación las modalidades previstas en el primer párrafo del punto 3.1.6. de las normas sobre “Protección de los usuarios de servicios financieros” –teléfono, Internet, por escrito, fax, correo postal y electrónico (e-mail), etc.–.

*1.2.5. Los sujetos alcanzados deberán implementar un procedimiento que permita a los clientes optar por no recibir información sobre publicidades y/o promociones, sin que tal decisión les signifique la discontinuidad de la recepción de las informaciones de los servicios contratados (resúmenes de cuentas, fecha e importe vencimiento de financiaciones, etc.)”.*⁴

⁴ Disposición “A” 6892; BCRA (05/02/2020)

En síntesis, según lo que expresa la disposición del BCRA, claramente se evidencia que otorga la potestad a los bancos y demás, para que remitan la información al cliente por medios digitales, con el fundamento del medio ambiente, como lo detalla el título. Por ende, se denota la existencia de un conflicto normativo entre una disposición del BCRA y una nacional de orden público, contemplando que, por el principio de prelación normativa, esta última ostenta supremacía sobre la originada del BCRA. Ya que si bien con respecto a la modalidad, expresa que los sujetos alcanzados deben dar aviso con un plazo de antelación dándole la posibilidad a que el cliente se oponga, están tomando la decisión de migrar intempestivamente al formato digital, dando aviso al cliente y dejando que el mismo se oponga. Pero la realidad de este accionar, es que el banco decide el formato originariamente, no obstante, tampoco redactan sobre el mecanismo para reclamar el soporte físico en caso de requerirlo.

4.4.2. A.G.I.P. Impuestos

Desde enero del 2019, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires comenzó a circular mensajes a las casillas de los particulares, usuarios adheridos con una descripción que decía “a partir de enero vas a tener un papel menos”. Con dicha oración, pasaban a comunicar que a comienzos del 2019, las boletas correspondientes a inmobiliarios, ABL y patentes, se dejarían de enviar en formato papel para:

- *“Aquellos titulares de partidas o dominios que se encuentren adheridos a débito automático.*
- *Aquellos titulares de partidas o dominios que hayan obtenido la Clave Ciudad.*
- *Aquellos titulares de partidas o dominios que estén adheridos a Domicilio Fiscal Electrónico”⁵.*

De enero en adelante, se habilitaba “tuboleta”, una página que permite descargar la información correspondiente, con el importe y concepto detallado de lo que se debe abonar, que por supuesto se encuentra todo detallado en la página del Gobierno de CABA.

En este caso, evidenciamos nuevamente una decisión unilateral intempestiva de migrar al formato digital, pero de una manera más directa y sin posibilidad de oponerse. Se observa con lo redactado en la página, que se apunta a una completa digitalización con una mínima utilización del papel, apostando también a una bancarización para los aspectos que competen al pago y así evitar su impresión.

Con respecto a esta circunstancia se expidió el Defensor del Pueblo porteño, Alejandro Amor,

⁵ “Desde este año dejaron de imprimirse las boletas de ABL”; buenosaires.gov.ar; 04/01/2019; (<https://www.buenosaires.gov.ar/laciudad/noticias/desde-este-ano-dejaron-de-imprimirse-las-boletas-de-abl>)

quien decidió actuar, tras los reiterados pedidos de distintas personas por las dificultades que esto le genera y mostrando el interés de volver a recibir el soporte físico. Por tal motivo, Amor decidió presentar el proyecto de ley 2874 – f – 2019 que fue recibido en mesa de entrada el 19 de noviembre de 2019.

Este proyecto de ley establece:

“Artículo 1°: Sustitúyase el inciso 30 del artículo 3° del Código Fiscal de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, conforme texto aprobado por Decreto N° 104/19, por la siguiente redacción:

“Artículo 3°- En ejercicio de su competencia de Administración Gubernamental de Ingresos Públicos esta facultada para: ...

... 30. Disponer medidas para reducir progresivamente la remisión de las boletas papel en los tributos empadronados, de acuerdo a grupos, clases y/o características de los contribuyentes, debiéndoseles asegurar siempre la posibilidad de optar, mediante un mecanismo ágil y sencillo, por mantener el envío de las boletas en formato papel a sus respectivos domicilios.

*Artículo 2°.- De forma.”*⁶

El Defensor del Pueblo, ya se había dirigido por medio de una resolución (Nro 487/19), notificada al GCBA el 27 de agosto de 2019. En dicha resolución, tras las controversias que había generado, redactó una recomendación que establecía un pedido al Director General de la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos diciendo que “arbitre las medidas necesarias para asegurar que los contribuyentes tengan la posibilidad de elegir, mediante un mecanismo ágil y sencillo”.

Luego, tras no recibir respuesta alguna por parte de la AGIP, decidió remitir el proyecto de ley. Entre los fundamentos de este proyecto, Amor expuso lo siguiente:

“En efecto, las boletas de los tributos locales no solo constituyen un medio de pago sino también un elemento de información para los contribuyentes, pues a través de ellas se toma conocimiento de la liquidación practicada por la administración, del monto a abonar, de la fecha de vencimiento, intereses aplicables, de la existencia de presuntas deudas pendientes y otras cuestiones adicionales, donde muchas veces al propio GCBA utiliza ese medio de comunicación mensual a domicilio para difundir otras informaciones útiles. Motivo por el cual, la pretensión de digitalizar el envío de todas las boletas de los tributos empadronados conspira contra el acceso a la información de un grupo de personas que, por diferentes motivos o circunstancias, carece del servicio de internet o simplemente no sabe o no desea utilizarlo” ... “Por consiguiente, no puede

⁶ Proyecto de Ley 2874 – f – 2019; Defensor del Pueblo GCBA; 19/11/2019.

admitirse que una imposición estatal avance de manera tal que restrinja o disminuya la esfera de derecho fundamental.”⁷

Luego sobre el final del proyecto, estableció que *“Por último, y a mayor abundamiento, no debería soslayares al criterio general instaurado por Ley 24.240 de Defensa del Consumidor – que es una ley nacional de orden público – en cuanto allí se estableció que “...La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada en soporte físico, con claridad necesaria que permita su comprensión. Solo se podrá suplantar la comunicación en soporte físico si el consumidor o usuario optase de forma expresa por utilizar cualquier otro medio alternativo de comunicación que el proveedor ponga a disposición” y, en materia de servicios públicos domiciliarios dispone, entre otras cosas, que “... Las empresas prestatarias garantizarán a los usuarios el control individual de los consumos. Las facturas deberán ser entregadas al usuario con no menos de diez (10) días de anticipación a la fecha de su vencimiento” (art. 29 in fine).*

... Si bien es cierto que el pago de los tributos locales tiene una legislación propia y que la relación físico-contribuyente no es, en estricto, una relación tributaria.

... Por todo lo expuesto, es que consideramos imperioso reformar el Código Fiscal para que allí se establezca, expresamente, que los contribuyentes tienen la facultad de optar, mediante un mecanismo ágil y sencillo, por seguir recibiendo en sus domicilios las boletas de papel de los tributos empadronados (en particular ABL y Patentes)”.⁸

4.4.3. Otras empresas

Luego, encontramos distintos casos particulares en la cotidianeidad de las relaciones de consumo. Un ejemplo donde se efectúa la práctica abusiva es en el caso de las empresas prestadoras de servicios del rubro salud (prepagas), las mismas en la práctica adoptan medidas riesgosas, que comprenden el envío de las facturas por medio digital, logrando el ahorro que conlleva y a merced de posibles reclamos con argumentos válidos por parte de los consumidores.

En la práctica, dichas empresas optan por remitir en formato digital, pero de manera cautelosa, primero migran a los usuarios de temprana edad que saben que se encuentran familiarizados con la tecnología y no generaran inconvenientes. Luego con respecto a los de mayor edad, los resignan para el final y llegado el caso, envían intercaladamente las FC en formato digital un mes y en soporte físico otro, disminuyendo paulatinamente el envío físico, llevándolo mediante comunicaciones a que se “amigue” con las páginas web, portales y demás, correspondientes a la empresa.

En el proceso de migración, las empresas internamente evalúan posibles conflictos legales de su accionar y las medidas que pueden ir tomando en el “mientras tanto” para reducir al mínimo

⁷⁻⁸ Proyecto de Ley 2874 – f – 2019; Defensor del Pueblo GCBA; 19/11/2019.

las consecuencias legales. Por ejemplo, ponen el foco con respecto a cómo comunicar la información de manera digital por medios fehacientes, para evitar posibles desconocimientos por parte del consumidor.

5. Jurisprudencia

5.1. Fallo Asociación Civil de Usuarios Bancarios C/ AMX Argentina S.A.S.

Transcurrió en Mar del Plata en el año 2009, Juzgado Civ. Y Com. N° 4 Sec N° 7, Expediente N° 82938 (RGE=10489/09).

“RESULTA: 1.- Que a fs. 26 comparece la Asociación Civil de defensa del Consumidor ACUBA, invocando la representación colectiva de los consumidores afectados de la provincia de Buenos Aires promoviendo formal acción sumarísima contra la firma AMX Argentina SA. Ello a efectos que se declare la ilegalidad de la modificación contractual anunciada por la empresa consistente en la imposición de un precio de \$10 a efectos de lograr la emisión y remisión de la correspondiente factura. -“

*“Y CONSIDERANDO: I.- Que la promoción de la presente acción encuentra su motivación en la modificación anunciada por «Claro» (AMX Argentina SA) en el Diario Local La Capital, pág. 10 del 8 de abril de 2009 consistente en la implementación de un sistema de facturación electrónica. A raíz del mismo la consulta e impresión de la misma a fin de abonar debería ser efectuada por el cliente via internet y en caso de optar por continuar con el tradicional sistema de remisión de facturación impresa ello tendría un costo adicional de \$10 (a partir del 8 de junio de 2009). -
.....La actora fundamenta su reclamo en cuatro principios determinados, a saber: el principio de gratuidad de la información (art. 4 ley 24.240, la violación a los arts. 42 de la CN y 38 de la C. Pcia. Bs. As., la violación a los intereses económicos de los consumidores en virtud del doble cobro por un mismo servicio y la violación a las previsiones de la resolución 9/2004 de la Secretaría de Coordinación Técnica de la Nación.*

*.....Al momento de formular el conteste, la accionada, pone de manifiesto que los términos y condiciones de los contratos que la vinculan con sus clientes establecen con precisión cuales son las normas que han de regir la relación, y lo atinente a aplicación, cumplimiento e interpretación del contrato. En este orden de ideas y en forma supletoria se dispone la aplicación de la resolución S.C. N° 490/07. Resalta además la primacía de las previsiones del art. 1197 C.Civ. del cual surgiría la fuerza obligatoria característica del contrato de acuerdo con el cual AMX se encontraría facultada a modificar el precio de los productos comercializados. -
.....Considera que los contratos suscriptos cumplen con los requisitos establecidos por el Anexo de la Res. 53 de la SCD y DC y por el Anexo II de la Res. 9/2004 como así también con la Res. SC 490/97, art. 26, habiendo sido los mismos presentados ante la autoridad de aplicación.-*

.....A mayor abundamiento, detalla la accionada en el punto III el alcance dado a la medida

atacada por la Asociación señalando que «(...) si bien originalmente se anunció la determinación de aplicar la disposición a todos los usuarios, facturando un cargo de \$ 10 a aquellos que solicitaran el envío de facturas impresas, dicha resolución fue modificada conforme puede advertir VS de la copia simple de la factura que se adjunta (...) la medida alcanza a los usuarios de líneas Cuenta Segura (...) el precio del servicio de envío de información impresa será de \$ 5 y no de \$ 10 como fue anunciado originalmente» (sic fs. 130 vta y i131).-
.....En virtud del cambio explicitado argumenta que el plan cuenta segura, único respecto del cual tiene vigencia la modificación en torno a la factura, es el que menos dependencia tiene respecto de la facturación porque sus abonados están «habituados» a abonar mes a mes el mismo importe. Asimismo, advierte que el cobro mensual de los planes de cuenta segura es uno de los más bajos del mercado llegando a ser deficitario en virtud de los costos que insumen los precios por servicio de impresión y envío de factura. Considera que mediante el sistema implementado y las alternativas conferidas a los usuarios se mantiene indemne el derecho a la información del consumidor. -“⁹

Luego determinaron “IV.- Principio de gratuidad de la información (art. 4 ley 24.240): el argumento central brindado a favor de la recepción de la acción consiste en que la modificación que se pretende implementar constituye una violación al principio de gratuidad de la información consagrado en el art. 4 ley 24.240.

En términos generales se ha afirmado que «El derecho a la información receptado explícitamente en el artículo 42 surge como elemento nivelador de las relaciones interpersonales -no aplicable únicamente a las relaciones de consumo- ya que se transforma en un derecho humano fundamental en tanto posibilita el ejercicio de los restantes derechos» (conf. CNFed CA dm. Sala II, 14-11-1997, en autos «Diners Club Argentina c/ Secretaría de Comercio e Inversiones»). Asimismo, «La información permite, en principio, la existencia de un acto en libertad (...) el conocimiento pleno de las diversas situaciones favorece la toma de decisiones a todo nivel(...) en tanto que, quien posee un capital informativo se encuentra en una situación más ventajosa respecto de aquel que no lo posee, favoreciendo la coerción y el ejercicio del poder remarcando la desigualdad» (conf. Lovece, Graciela, » El derecho a la información de consumidores y usuarios como garantía de protección de sus intereses económicos y extraeconómicos» en Revista de Derecho Privado y Comunitario, 2009-1, Consumidores, pág. 449 y sgtes., Edit. Rubinzal- Culzoni).-“¹⁰

Y, por último, expusieron en el fallo – FALLO: 1.- Haciendo lugar a la acción promovida por la Asociación Civil de Usuarios Bancarios contra AMX Argentina SA. y declarando ilegal por su consecuencia la modificación contractual anunciada en el diario La Capital de esta ciudad el día

⁹ – ¹⁰ Fallo Asociación Civil de Usuarios Bancarios C/ AMX Argentina S.A.S. ; Mar del Plata 2009, Juzgado Civ. Y Com. N° 4 Sec N° 7, Expediente N° 82938.

8 de abril del corriente año, consistente en la imposición a partir del 08/06 de un costo de servicio de \$ 10 final por la impresión y remisión de la facturación periódica a sus clientes. Con costas a la accionada vencida (art. 68 CPCC). 2.- Diferir la regulación de los honorarios profesionales hasta una vez firme la presente. REGISTRESE. NOTIFIQUESE. -“

5.1.1. Conclusión del Fallo

En síntesis, observamos un fallo en donde se evidencia una práctica abusiva por parte de la empresa que indirectamente condiciona al consumidor a recibir la información de manera digital, ya que le cobraría un precio adicional si opta por solicitar el soporte físico.

Vemos como la asociación decide actuar al visualizar su accionar abusivo y en contraposición al principio de gratuidad, que es el fundamento principal del reclamo. Por tal motivo, se denota cierta impunidad con la que se manejan las empresas y como los usuarios acatan los planteos por desconocimiento de sus derechos o por los trámites engorrosos que deberían afrontar tras presentar un reclamo. Lo que deriva en otras violaciones, ya que la vía del reclamo para el consumidor tendría que ser rápida, eficaz y personalizada.

5.2. Vecchi, Amado Alejandro C/ TELECOM Personal S.A. S/Amparo.

Tribunal: Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial

Sala/Juzgado: B

Fecha: 19-sep-2016

Cita: MJ-JU-M-102018-AR | MJJ102018.

Dicho fallo evidencia varios puntos que trato en este trabajo de investigación como problemáticas cotidianas. El mismo consiste en:

“VISTOS:

1. A fs. 33/36 el Sr. Vecchi promovió demanda contra Telecom Personal S.A. (en adelante “Telecom”) a fin que se abstenga de continuar informando al actor como deudor moroso en las bases de datos públicas y privadas. Relató que es cliente de la demandada desde hace más de una década y que, al momento de desarrollarse los hechos denunciados, había contratado un plan de telefonía celular denominado “Plan Todo Incluido Black”, el cual tendría entre sus ventajas poseer “internet ilimitado” y “servicio wi-fi global gratis”. Manifestó que encontrándose de vacaciones en República Dominicana procedió a utilizar su teléfono celular para navegar en internet y que, luego de 5 días de breve uso, el servicio fue interrumpido. Explicó que, como el plan contratado poseía un tope de consumo mensual de \$3000, supuso que en el peor de los casos, ello habría sido la razón que motivó la mentada interrupción. Señaló que, al recibir la factura correspondiente al período durante el cual se encontraba vacacionando, sorpresivamente se encontró con que Telecom le reclamaba el pago de

\$53.401,94, motivado principalmente en el uso del celular en el extranjero. Como consecuencia de ello, promovió una denuncia ante los organismos de Defensa del Consumidor y solicitó ante estos estrados que se condene a la accionada a que se abstenga de informar a su parte como deudor moroso ante los registros crediticios "...hasta tanto no se resuelva la adecuación de la conducta de TELECOM PERSONAL S.A. a la ley 24.240..." (sic).

2. A fs. 87/93vta., se presentó la apoderada judicial de Telecom Personal S.A., contestó la demanda y solicitó su rechazo con costas. Luego de efectuar una negativa genérica y otra específica de los hechos denunciados por el actor, señaló -en síntesis- que el monto oportunamente reclamado correspondía a los consumos realizados por el cliente; que los importes y método de facturación de los diversos servicios ofrecidos por su parte se encontraban informados en el contrato suscripto; que su parte actuó conforme a derecho, al comunicar la situación de mora del actor; que no se impugnó en tiempo y forma la factura; y que no se produjo daño.

3. La sentencia dictada a fs. 210/214vta, admitió la demanda y condenó a Telecom Personal S.A. a que corrija la información crediticia del Sr. Vecchi, con costas." ¹¹

5.2.1. Conclusión del fallo

En este caso, la cámara confirmó que el proveedor no pudo acreditar que informó adecuadamente. Es decir, está determinado que el proveedor tiene la carga de la prueba de que informó adecuadamente a su usuario sobre el esquema de precios ya que no es suficiente comunicarle al consumidor que tiene la información disponible en internet o por teléfono, por sobre todo si eran precios elevados y no se probó que estaba efectivamente disponible.

Se evidencia que la empresa incumplió el deber de información, ya que al ser un costo elevado el correspondiente a los roaming, es sumamente importante asegurar la correcta comunicación al usuario para que esté debidamente informado.

Es una circunstancia particular que se suele visualizar en la cotidianeidad y que es producto de incumplimientos por parte del proveedor en sus deberes y, sobre todo, en un deber muy importante, que es el de la correcta comunicación sobre todo lo atinente a la relación de consumo.

6. Prácticas en otros países

Como modo de finalizar el trabajo de investigación, sobre la problemática del envío de la información al consumidor por medios digitales, es menester dar un pequeño pantallazo sobre dicha situación en otros países.

¹¹ Vecchi, Amado Alejandro C/ TELECOM Personal S.A. S/Amparo; Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial; 19/09/2016.

Las Naciones Unidas por medio de una guía de implementación de la facilitación del comercio, esbozaron algunos textos dedicados a la implementación de facturas electrónicas en otros países como resultado de sus estudios. Arribaron a las siguientes conclusiones:

6.1. Asia

“La facturación electrónica en Asia se encuentra en un estado incipiente. Las razones para ello incluyen la falta de un marco reglamentario, carencia de estándares establecidos, impedimentos fiscales, falta de iniciativas gubernamentales y falta de un entendimiento adecuado del sistema general por parte de los participantes en la cadena de suministro. Los volúmenes de facturas electrónicas que se intercambian en Asia provienen del segmento negocio-a-consumidor y son pocas las que califican técnicamente como "facturas electrónicas". Las facturas negocio-a-negocio que se intercambian de manera electrónica apenas comienzan a surgir. Es difícil hacer estimaciones que tengan un fundamento estadístico sólido debido a la falta de publicaciones oficiales. En los países asiáticos, la atención y las inversiones están mucho más enfocadas en el "comercio sin soporte de papel", esto es, la desmaterialización de los documentos comerciales, como los conocimientos de embarque, documentos complementarios, documentos de carga y aduaneros.

Se lleva a cabo un procesamiento normal y continuo de los estándares y reglamentaciones relacionados con la adopción de las normas internacionales de comunicación. Sin embargo, a nivel de gobierno es una práctica común adoptar normas que se adecuan a las necesidades y usos de cada país a nivel individual. Los marcos reglamentarios pasan por distintas etapas en los diferentes países asiáticos y los aspectos jurídicos se modifican regularmente. Los impuestos y las políticas fiscales (por ejemplo, en China y la India) hacen poco viable el uso de la facturación electrónica.”¹²

6.2. América Latina

“Una región en desarrollo particularmente activa en la iniciativa de facturación electrónica es América Latina. Aquí las iniciativas provienen de impulsores del mercado e iniciativas en los sectores público y privado. De hecho, el sector público encabeza las reglamentaciones y normas necesarias para implementar y ejecutar de manera consistente las solicitudes de facturación electrónica. El control y la visibilidad de las transacciones que son posibles gracias al uso de las facturas electrónicas permitieron al sector público ejercer sus funciones de recaudador de impuestos y, al mismo tiempo, prevenir la evasión fiscal.

La posibilidad de dar seguimiento a las facturas electrónicas permite la automatización de controles de auditoría, mientras que la automatización de los procesos de compras y la consecuente simplificación interna de procesos respalda al sector público en la ejecución de su función como el mayor comprador nacional en cada país. Las compras del gobierno representan entre el 30 y el 60% del PNB en términos del valor de los bienes y servicios adquiridos. El sector

público nacional en estos países también desempeña un papel importante como protector del medio ambiente, y el uso de la factura electrónica permite una reducción de residuos de papel ligada a los 50 mil millones de facturas que se estima son emitidas anualmente en la región. El sector público en los países de América Latina también puede aprender mejores prácticas sobre la forma de hacer más efectivo el uso de facturas electrónicas de las compañías multinacionales que hacen negocios en esos países. Estas compañías multinacionales también sirven de referencia a otras importantes compañías nacionales que buscan beneficiarse de los efectos positivos que conlleva la adopción de la factura electrónica.

La Facturación Electrónica para las unidades corporativas en América Latina requiere una atención especial. Son más recomendables los planes de implementación a nivel de país que una adopción masiva en múltiples países. Desde el punto de vista de la tecnología, cualquier solución universal representa una decisión riesgosa ya que la planificación de los recursos de la empresa (esto es, soluciones ERP) no cubren aún todas las necesidades.

Algunos ejemplos de paquetes ERP son lo que ofrecen SAP , Oracle , Microsoft Dynamics, Sage".¹²

6.3. México

"La factura electrónica en este país se denomina "Comprobante fiscal digital" (CFD) y está regulado por la entidad gubernamental "Servicio de Administración Tributaria"(SAT). Las estimaciones señalan que, para septiembre de 2009, se emitieron 226 millones de facturas electrónicas en el país. (fuente: www.indiciumsolutions.com.mx) lo que representa una porción del mercado de solo 7.500 de las más de 85.000 compañías. El impulso para la emisión de facturas electrónicas en los negocios comerciales viene dado principalmente de grandes empresas multinacionales y nacionales como WalMart, Pemex, Elektra."¹²

6.4. Chile

"Chile es el tercer país analizado por su adopción de facturas electrónicas denominadas "Documentos Tributarios Electrónicos" (DTE). El órgano de gobierno encargado de administrar la introducción de los DTE entre las compañías es el "Servicio de Impuestos Internos" (SII). Para agosto de 2009, se habían emitido 406 millones de facturas electrónicas, donde únicamente 3.000 compañías - de un universo potencial de 18.000 - intercambiaron la factura electrónica. El gobierno central es la principal entidad que requiere la implementación del intercambio de facturas electrónicas, a pesar de que aún no ha hecho obligatoria esta medida."¹²

6.5. Japón y Corea

"Países como Japón y Corea, que cuentan con buenos niveles de liberalización comercial, adecuados sistemas jurídicos y planes de desarrollo integral por parte de las autoridades gubernamentales, se encuentran en una fase de desarrollo medio. Las prácticas de negocio en

Japón son muy distintas a las prácticas en la Unión Europea o en los EE.UU. El pago en efectivo es más conveniente en Japón. El pago con nota promisorio (esto es, un pagaré) es la forma de pago más popular. Esta es una de las razones para la lenta adopción de las facturas electrónicas. Existe una iniciativa para implementar los pagarés electrónicos en Japón. Cerca de 7.700 compañías (0,2% del total de compañías), principalmente las grandes compañías, se han registrado para usar facturas electrónicas. De acuerdo con fuentes de despachos fiscales, no es práctica común en Japón el uso de la factura electrónica o de los documentos electrónicos. El gobierno japonés está ampliando la conexión entre el sistema automático de liberación aduanera de los cargamentos y otros sistemas relacionados, para tratar de convertirlo en un sistema de "una sola parada" y permitir a los usuarios del sistema pasar por todos los procesos requeridos con la transmisión de la información electrónica.

En Corea, el nivel de desarrollo económico es más elevado comparado con el de otros países y lo mismo sucede con el nivel de liberalización comercial. La aplicación del comercio sin soporte de papel se refleja en el segmento negocio-a-negocio, negocio-a-gobierno y en las secciones relevantes de la cadena de suministro. Se estableció el entorno legislativo para el comercio sin soporte de papel, además de los estándares básicos para la transmisión de datos con fines comerciales. Como resultado de ello, el sector privado y el gobierno aprovechan totalmente las ventajas y los beneficios del comercio sin papel. Los participantes en el comercio consolidaron sus recursos en la transmisión de facturas electrónicas, y en algunas áreas, lograron llevar a cabo el comercio transfronterizo sin soporte de papel. En 1990, Corea inició un proyecto comercial de intercambio electrónico de datos (EDI por sus siglas en inglés) encabezado por el gobierno. La factura electrónica en la aduana, la administración del comercio, y el transporte internacional alcanzaron la meta de 100% sin papel".¹²

6.6. Hong Kong y Taiwán

"Hong Kong y Taiwán, que cuentan con elevados niveles de liberalización comercial, estándares de la TI bien establecidos, sistemas jurídicos sólidos, normas documentales integrales y un fuerte apoyo por parte del gobierno, se encuentran en un estado relativamente avanzado. Para fortalecer la infraestructura de la información en Hong Kong, el gobierno formuló el plan digital 21 Con la cooperación de otras 12 entidades privadas, fundó Tradelink Ltd que provee servicios de comercio electrónico a aproximadamente 70.000 compañías de comercio en Hong Kong. Desde el año 2000, se suspendió la recepción de formularios aduaneros en papel, y todos los documentos de declaración se presentan de manera electrónica. A fin de promover el uso de facturas electrónicas, el gobierno incrementó el costo de los trámites que se realizan con documentos en papel y redujo el costo de los que se realizan con documentos electrónicos. Los actuales procedimientos de solicitud de ingreso en la Aduana son electrónicos en un 95%. Todos los documentos se entregan con licencias de servicio con autenticación electrónica autorizada, firmas electrónicas, funciones encriptadas, y pueden transmitirse libremente dentro de la red.

La facturación electrónica en Taiwán comenzó en 2006 cuando siete compañías que se registraron como usuarias de facturas electrónicas; la cifra en 2008 fue de 11,275. En Taiwán, la factura electrónica es un recibo estandarizado que usan las tiendas y negocios, y constituye una forma de obligar a que se registre y se pague el impuesto al valor agregado vigente. Con el aumento de popularidad de los canales en línea para las transacciones comerciales, también se emiten facturas electrónicas uniformes. A partir del 2000, el Ministerio de Finanzas de Taiwán estableció una plataforma de factura electrónica y un grupo ad hoc para promover el uso de la factura electrónica. Este grupo tiene la responsabilidad de elaborar las normas y los reglamentos, y de intercambiar los formatos para el desarrollo del sistema de facturación electrónica. En el 2006, inició un programa para planear e implementar una plataforma de servicio integrado de factura electrónica que solucionara la falta de un intercambio de información estándar entre los centros de servicio de valor agregado, y también comenzó a establecer procesos y directrices estándares para definir de manera efectiva el entorno de la factura electrónica”¹².

6.7. Conclusión sobre el estudio

Con respecto a lo redactado en el párrafo anterior, sirve como pantallazo general de las circunstancias en las que se encuentran los distintos países. Está basado en la implementación de la Factura Electrónica conforme a las políticas de cada país.

Como se observa, en líneas generales cada país esta avanzando e implementando políticas al respecto. Se denota que Hong Kong y Taiwán, presentan grandes avances con respecto a la factura electrónica y la digitalización en sí, ya que, según lo detallado el gobierno juntamente con 12 entidades del sector privado formuló el plan digital 21, entre otras medidas. Esta situación se la atribuyen, al compromiso que muestra el gobierno y, por supuesto, a un sólido sistema jurídico con normas documentales integrales.

Luego, se visualiza que América Latina está efectuando buenas gestiones sobre la digitalización implementando reglamentos y normas necesarias. Plantea que el dentro de los beneficios que contiene esta política, se ve un mayor control y visibilidad de las transacciones, permitiéndole recaudar impuestos y prevenir la evasión fiscal.

En Argentina particularmente, desde el sector público como lo explayé, ya se encuentra fomentando y utilizando la digitalización.

Por último, se ven más retrasados a países como China, India y Asia, la cual se encuentra con mucha gestión por delante, debido a falta de iniciativa por parte del gobierno, de marco reglamentario e impedimentos fiscales.

¹² “Ejemplo de factura electrónica en varios países”; Guía de implementación de la facilitación del comercio; Naciones Unidas; (<http://tfig.itcilo.org/SP/contents/country-examples-e-invoicing.htm>)

Si bien el tema es específico de las Facturas Electrónicas, denotamos como el tema se encuentra presente en todo el mundo y como repercute la iniciativa del gobierno en los avances de la digitalización. No obstante, se ven distintos factores que afectan, como las normas que forman el marco reglamentario y el accionar del sector privado, que suele ser el primero que se origina ya que implica de alguna manera un ahorro significativo.

7. Conclusión

Conforme a todo lo exployado en el trabajo final de investigación, es necesario cerrar con una conclusión desde el punto de vista personal. A lo largo de dicha tesina, esboqué sobre la problemática que surge cuando las empresas ponen hincapié en intentar migrar del soporte físico al formato digital como medio para remitir la información al consumidor.

Explayé luego, como dicho accionar provoca un perjuicio al consumidor. Plasmé las posturas a favor y en contra de dicha práctica con sus respectivos argumentos. Luego, desarrollé sobre fallos relacionados y como se manejan distintas entidades en la práctica al respecto, las disposiciones particulares que se observan en distintos rubros, relacionadas a la manera en que se debe enviar al consumidor la información correspondiente.

También, desarrollé sobre el entorno de aplicación que a su vez esta relacionado con el argumento a favor del formato digital, ya que hace referencia al avance de la tecnología en la vida cotidiana de los individuos y cómo se acrecentó la preocupación social por el cuidado del ambiente, como esta tomando relevancia en las políticas que adopta el gobierno.

Y por último, di un pequeño pantallazo sobre las medidas que toman con respecto al tema en otros países, conforme a lo establecido en el estudio realizado por las Naciones Unidas.

Por tal motivo, conforme a todo lo redactado a lo largo de dicho trabajo, creo personalmente que nos encontramos al frente de un cambio, un cambio que está ocurriendo y que tarde o temprano va a suceder. El cambio está totalmente relacionado con la tecnología y su implementación en post de facilitar los procesos de todo tipo en cualquier ámbito y, como consecuencia ir descartando instrumentos que repercuten en el deterioro del ambiente.

Pero en este cambio, que nosotros analizamos, se encuentra vinculado el consumidor como protagonista, por ende, es de vital importancia ir progresivamente y de manera cautelosa procurando evitar todo tipo de consecuencias negativas sobre el mismo.

Yo opté por desarrollar este tema, ya que estoy en contacto con ambos “bandos”, soy un consumidor de diversos servicios, productos y además trabajo en Swiss Medical S.A., en donde participé en el análisis de medidas para poder enviar la información en formato digital, reduciendo al mínimo los riesgos legales que conlleva. Por eso, decidí plasmar en un trabajo de investigación este conflicto que sucede constantemente y afecta al común de la sociedad.

En conclusión, considero que lo establecido actualmente en el art N° 4 de la Ley de Defensa del Consumidor (24.240) es la mejor forma de resguardar los derechos del consumidor al momento de recibir la información pertinente. Si bien considero que el cuidado del ambiente es un fundamento válido y muy importante, que acompañado del alcance que tiene la tecnología en la actualidad puede ser de gran utilidad, también opino que la redacción actual, resguarda el derecho a elegir del consumidor.

No hay que perder de vista lo que sucede en la realidad paralelamente a las leyes. En esta tesina, se puede evidenciar como, en la vida cotidiana, las empresas migran de manera intempestiva al formato digital, en contraposición a lo establecido por la ley y en una clara práctica abusiva. Esa es la realidad que denota como constantemente se violan los derechos de los consumidores.

Por tal motivo, nos deja claro las intenciones que verdaderamente se esconden detrás de las medidas. Es válido el fundamento del ambiente y el cambio tecnológico, pero también hay que considerar el ahorro monetario que genera a las empresas y los perjuicios que ocasiona en los consumidores constantemente.

Personalmente, opino que se están violando derechos del consumidor y no se observan acciones que repriman estas prácticas. Pienso que aún no estamos preparados para migrar al formato digital de manera brusca, ya que esto ocasionaría una cierta discriminación para aquellos consumidores que no logren acceder a internet, ya sea por su nivel económico o por su avanzada edad y su “analfabetismo tecnológico”.

Lo que las empresas hacen hoy en día es un enriquecimiento ilícito que vulnera gran cantidad de artículos y derechos del consumidor. No obstante, al margen de que considere que aún no nos encontramos preparados para el cambio brusco como mencione anteriormente, opino que es menester hacernos a la idea de que el cambio tecnológico es inminente y va a ocurrir. Por tal motivo, es indispensable que ocurra paulatinamente, resguardando los derechos del consumidor. Es menester que se vea plasmado en una reducción de los importes que abonan los usuarios y no que sigan cobrando un costo administrativo. De esta manera, realmente sería una medida eficaz, logrando progresivamente migrar, reduciendo importes y contemplando la situación de los consumidores que quedan marginados.

Como expliqué en los fundamentos “a favor de la digitalización”, en el último año la tecnología captó un 7% más de usuarios en la población mundial. Por ende, es evidente que a este ritmo en pocos años abarcará al 100% y en otros años más, logrará sofisticar su alcance y velocidad. Por tal motivo, hay que pensar en migrar a un formato digital, pero de manera lenta y progresiva, poniendo el foco en que sea una medida en favor del consumidor y no que genere un perjuicio a costas del enriquecimiento de las empresas que reducen costos y mantienen los precios de sus servicios intactos o hasta los aumentan.

Por último, cerrando el trabajo de investigación, no voy a dejar de marcar una observación sobre la actualidad de la pandemia que nos vio obligados a fomentar la digitalización y, en consecuencia, muchas empresas (una gran cantidad) sacando un rédito de las circunstancias, comenzaron a negar el soporte físico impulsando con más énfasis y de manera veloz, el formato digital, escudándose en la situación anómala que estamos viviendo, cuando en rigor de verdad, el correo nunca dejó de funcionar.

Por tal motivo, es primordial estar atentos y no desatender lo que respecta a los derechos del consumidor. De eso se trata, todo cambio excepcional o permanente que repercute en la relación de consumo o afecte al consumidor, debe realizarse en pos de otorgar resguardo a los derechos del mismo, algo que si bien parece obvio, en la cotidianeidad no se observa.

8. Bibliografía

General:

- Ley de Defensa del Consumidor (24.240).
- Derecho de Usuarios y Consumidores y el derecho a la salud; Carlos Eduardo Tambussi; Ed Infojus.
- Los Derechos del Consumidor como Derechos Humanos; Carlos Eduardo Tambussi; Ed Infojus.
- Derecho Administrativo de los Consumidores y Usuarios de la CABA (Prácticas consideradas abusivas; deber de trato digno y equitativo); Coordinador: Carlos Eduardo Tambussi; Jorge Alberto Surin; Belen E Donzelli; Paula Plohn; Federico Andres Villalba Diaz; Ed Jusbaireis; 2018.

Páginas Web:

- <http://consumidoreslibres.org.ar/?p=3245>
- <https://ar.vlex.com/vid/dadon-mario-raul-c-681912381>
- <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/305000-309999/305736/norma.htm>
- <http://www.saij.gob.ar/carlos-eduardo-tambussi-derechos-usuarios-consumidores-derecho-salud-dacf150060-2014-12/123456789-0abc-defg0600-51fcanirtcod>
- <https://www.bcra.gob.ar/Pdfs/Textord/t-icmecma.pdf>
- <http://www.bcra.gob.ar/Pdfs/comytexord/A6892.pdf>
- <https://www.buenosaires.gob.ar/laciudad/noticias/desde-este-ano-dejaron-de-imprimirse-las-boletas-de-abl>
- <http://www.defensoria.org.ar/noticias/proyecto-de-ley-para-mantener-el-envio-de-las-boletas-de-abl-y-patentes-en-papely-a-domicilio/>
- <http://www.protectora.org.ar/telefonía/cobro-adicional-de-factura-por-envio-postal-impuesto-por-la-empresa-claro-y-la-adhesion-a-la-factura-electronica/1862/>
- <http://tfig.itcilo.org/SP/contents/country-examples-e-invoicing.htm>
- <https://www.ingenieriaquimica.net/articulos/400-impacto-ambiental-de-la-fabricacion-de-papel>
- <https://www.ecologiaverde.com/cual-es-el-impacto-ambiental-del-consumo-de-papel-447.html>
- <https://www.efe.com/efe/america/tecnologia/un-43-3-de-la-poblacion-mundial-tiene-acceso-a-internet/20000036-2777245>
- <https://marketing4ecommerce.net/usuarios-internet-mundo/#:~:text=Si%20bien%20en%20su%20edici%C3%B3n,59%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20mundial.>

- https://www.clarin.com/ciudades/enero-ciudad-dejara-enviar-boletas-impresas-abl-patentes_0_vq0nDeTi9.html
- <https://www.impulsonegocios.com/internet-en-argentina-acceso/>
- <http://www.ladefensa.com.ar/La%20Defensa%2015/contenidos-principales-del-decreto-nacional-27-2018.html>

Jurisprudencia:

- Vecchi Amado Alejandro c/ Telecom Personal S.A. s/ amparo; Tribunal: Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial; Sala/Juzgado: B; Fecha: 19-sep-2016; Cita: MJ-JU-M-102018-AR | MJJ102018
- Asociación Civil de Usuarios Bancarios c/ AMX Argentina S.A.S; Juzg. Civ. y Com. N°4 Sec N° 7 Expediente N° 182938 (RGE=10489/09); Mar del Plata, 16 de septiembre de 2009.