

Título: El artículo 42 de la Constitución Nacional veinte años después y a propósito de la reciente sanción del Código Civil y Comercial

Autor: Ferrer de Fernández, Esther H. S.

Publicado en:

Cita Online: [AP/DOC/1541/2014](#)

#### I. El artículo 42 de la Constitución Nacional

Resulta conocido que los derechos de los consumidores en la República Argentina, irrumpen como tales, a partir de la sanción de la Ley 24.240 el 22 de septiembre de 1993, modificada por las leyes 24.568, 24.787, 24.999, 26.361 y 26.993. Sin embargo adquieren raigambre constitucional a partir de la incorporación del art. 42 (1) a nuestra Carta Magna mediante la reforma de 1994 hace ya veinte años.

En la relación de consumo existen desigualdades, entre las empresas proveedoras de bienes y servicios y los consumidores y usuarios, desigualdades que provienen de la existencia de distinta capacidad económica, científico-técnica, de la incidencia de la propaganda manipuladora, y de la existencia de monopolios naturales y legales, por lo que a fin de establecer un equilibrio en el mercado se impone la intervención del estado (2), creando otras desigualdades que permitan equilibrar la relación de consumo. El derecho del consumo está presidido por el paradigma de la protección del débil del negocio jurídico, el consumidor.

En el artículo 42 de la Constitución Nacional subyace la idea de mercado y de sistema democrático, por ejemplo cuando se hace referencia al control de monopolios y a la defensa de la competencia. Ello sin embargo, no significa que en ese mercado signado por la libertad y la competencia no haya intervención del estado en la relación del consumo, muy por el contrario si la hay, y ello surge de los párrafos segundo, en cuanto se establece que las autoridades proveerán a la protección de los derechos que se enumeran en el artículo, y tercero, en cuanto impone a la legislación establecer procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos, y los marcos regulatorios de los servicios públicos de competencia nacional.

Fundamentalmente, los derechos que contiene el artículo son siempre oponibles al estado, conforme lo que surge del segundo y tercer párrafo, y en algunos casos son también oponibles al proveedor de bienes y servicios, como la protección de la salud o a la calidad y eficacia de los servicios públicos, por lo que se denominan "ambivalentes"(3). Es el estado quien interviene para proteger esos derechos pero como consecuencia del deber que tiene en su cabeza, es quien puede tener el deber de responder si los mismos nos son debidamente protegidos.

Sin embargo, lo que resulta sumamente relevante para nosotros, (4) es el reconocimiento constitucional del derecho de los consumidores a la libertad de elección y a condiciones de trato equitativo y digno. Ese derecho a la libertad de elección está significando por un lado, la idea de defensa de la competencia contra la distorsión de los mercados, que expresamente se encuentra plasmado en el segundo párrafo del artículo, pero principalmente de la idea de control de los monopolios naturales y legales, que además, y a través de lo que disponen el segundo y tercer párrafo, debe ser protegida por las autoridades. Por otro lado, la libertad de elección está signada por otro derecho de capital importancia también reconocido en nuestra carta magna, como es el derecho a la información, que trataremos más adelante.

En tanto que, derecho del consumidor o usuario contemplado en el artículo 42 a un trato equitativo y digno, por un lado significa igualdad de tratamiento frente a otros consumidores y usuarios, pero también y principalmente importa igualdad de tratamiento frente al proveedor de bienes y servicios. Este aspecto también lo desarrollaremos más adelante.

Asimismo la reforma constitucional del año 1994 introdujo el artículo 43 (5) que incorporó la acción de amparo; conforme el cual, el consumidor puede interponerla, siempre que no cuente con otro medio judicial más idóneo, cuando se violen los derechos que le asisten como tal, y que emanan de la propia Constitución, entre ellos, los enunciados en el artículo anterior, o de un tratado o de una ley.

#### II. El aspecto vinculado al deber de información del consumidor

Un aspecto importante derivado de los derechos del consumidor, en la relación de consumo es el relativo al deber de informar de los proveedores de bienes y servicios.

Este derecho que encuentra base constitucional en el art. 42 de nuestra Carta Magna, en el que se dispone que los consumidores usuarios tienen derecho en la relación de consumo a una información adecuada y veraz, tiene una derivación en el art. 4 de la Ley 26.361 en cuanto establece que la información que el proveedor está

obligado a suministrar al consumidor debe ser "cierta, clara y detallada" y "proporcionada con claridad necesaria que permita su comprensión"

Destacamos la importancia del derecho del consumidor a ser informado pues por un lado, importa un verdadero deber que la Constitución Nacional le impone cumplir al proveedor, pero por otra parte conculca otros derechos en favor del consumidor, que también se encuentran enunciados en el mismo artículo y que no solo se le imponen al proveedor sino que también recaen en cabeza del estado.

Así por ejemplo, el deber de informar a cargo del proveedor y que estado debe proteger, resulta aplicable en relación a otro derecho del consumidor referido a la libertad de elección, en tanto que para hacer efectivo este derecho se requiere tener conocimiento acerca de las diferentes posibilidades de productos y servicios, beneficios y perjuicios de los distintos sistemas de contratación, derechos, libertades y posibilidades al alcance del consumidor, de modo tal de ejercer los derechos conferidos. Se puede hacer valer los derechos en la medida que se tiene conocimiento acerca de sus implicancias, no como una simple lista de declaraciones y declamaciones, sino como posibilidades que le permitan tomar una decisión de entre varias oportunidades al alcance del consumidor, nos referimos aquí a un pleno ejercicio del derecho de transparencia del mercado [\(6\)](#), que se visualiza inclusive en todos los ámbitos del consumo incluyendo el ámbito del mercado financiero, en el que el deber que pesa sobre el estado es aún mayor [\(7\)](#).

Esta afirmación en relación al estado resulta relevante, pues por un lado, el deber de informar a su cargo, y de proteger el derecho a estar informado del consumidor, se vincula a otro derecho también impuesto por la Constitución en su manda del art. 42 y es aquel que refiere al deber de educar para el consumo y podríamos agregar para el consumo responsable, en el sentido de protección de la salud no solo propia del consumidor, sino también, de su grupo familiar y social para quienes adquiere los bienes y servicios. Aspecto éste también contemplado en la primera parte de nuestra carta magna y cuya derivación legal del deber de informar con el alcance de protección de la salud de los consumidores se haya dispuesta además del art. 4 indicado en los arts. 5 [\(8\)](#) y 6 [\(9\)](#) de la Ley 24.240.

El deber de informar también recae sobre el proveedor de bienes y servicios. Este deber tiene un aspecto tendiente a lograr la celebración del contrato, es decir, a formar un consentimiento lo más pleno y libre posible. Decimos lo más pleno posible dado que los contratos de consumo, las más de las veces, se concretan mediante adhesión a condiciones generales negociales, por lo que se carece de posibilidad de negociación y de configuración interna del contrato, siendo solo posible aceptar o rechazar la oferta formulada por el cocontratante. Pero en todos los casos lo que trasluce en los mismos es la falta de posibilidad del cocontratante de influir en el contenido del contrato. En ellos hay libertad de conclusión, en cuanto el contratante débil del negocio tiene la facultad de decidir contratar, sin embargo se carece de facultad de configuración del contenido del contrato, al decir de López de Zavalía [\(10\)](#), y en algunos casos, los mejores de ellos, el contratante podrá negociar solo unas pocas cláusulas.

Sin embargo el deber de informar al consumidor no alcanza solamente a la etapa de formación del contrato, como modo de protección del consentimiento, sino que asimismo se extiende a la etapa de ejecución del contrato y aún alcanza a la etapa poscontractual, la finalidad en estos casos ya consiste en permitir el ejercicio de los derechos derivados del contrato.

La Suprema Corte de la Provincia de Buenos Aires sentenció que la "información debe tener aptitud para colocar al otro contratante en una situación de discernimiento en el aspecto técnico ventilado del negocio. La información debe cubrir la etapa genética y funcional ya que es cumplimiento del deber de buena fe la prestación de servicios informativos permanentes y actualizados. La información debe estar relacionada con la complejidad del negocio y la educación del receptor, en cuanto a su extensión y receptividad. El deber constitucional de brindar una información adecuada y veraz se relaciona directamente con la certeza, autenticidad y comprobabilidad de la misma, en función de la disponibilidad de datos que una parte tiene y de la cual la otra —claramente más débil en la relación jurídica— carece "[\(11\)](#)".

El deber de informar resulta una aplicación del deber de obrar de buena fe, contemplado en el art. 1198 del Código Civil (art. 9 del Código Civil y Comercial Unificado) y en relación a los contratos de consumo en el art. 37 de la Ley 24.240.

Las consecuencias de la falta de información suministrada por el proveedor de bienes y servicios al consumidor, o la incompleta información, facultan a éste último a solicitar a) la nulidad de la cláusula o del contrato según lo requiera, con fundamento en el art. 37 de la Ley 24.240; b) la indemnización de daños por el

perjuicio sufrido como consecuencia del deber de informar y obrar de buena fe. Incluyendo incluso la posibilidad de demandar daño punitivo, con fundamento en el art. 52 bis de la Ley 26.361 (12) en los casos en que resulta procedente.

Como consecuencia del paradigma que impregna todo el derecho del consumo, consistente en la protección del débil de la relación jurídica, el consumidor; el art. 53 de la Ley 24.240 dispone el principio de la carga probatoria dinámica, ya que es el proveedor quien debe aportar la prueba del cumplimiento del deber de informar, pues es éste quien está en mejor situación de hacerlo generalmente.

El deber de informar al consumidor ha sufrido un verdadero desborde de su contenido pues el aumento de dimensión del derecho de daños, que tiene por función no solo reparar integralmente el daño sufrido por la víctima (13), sino que además todo lo relativo a la prevención del daño al consumidor, con fuente en el art. 42 de la Constitución en la cláusula que refiere a la protección de la salud. Y encuentra fundamento legal en el art. 5 y 6 de la Ley 24.240.

Por aplicación del artículo 40 de la Ley 24.999 el deber de informar recae sobre toda la cadena de comercialización y distribución de productos y servicios cuyo incumplimiento genera el deber de reparar con fundamento en un factor de atribución objetivo, e in solidum, ya que cada uno de los sujetos responsables responde en función de su propia causa.

Entre los defectos que puede presentar un producto o servicio, se halla el relativo a la información suministrada en forma incompleta o deficiente lo que origina el deber de reparar indicado, que recae sobre todos los productos de la misma (14) como debido a que se trata de un defecto que recae sobre toda la serie que ha sido lanzada al mercado bajo la misma información.

En relación a la información que debe suministrarse al consumidor para responder a la prevención del daño refiere a dos aspectos. El primero relativo a la información requerida a fin de hacer saber al consumidor sobre las habilidades, condiciones de utilización y peligrosidad del producto, ello para que su utilización no signifique peligro alguno para la salud del consumidor y su grupo social. El segundo aspecto a cubrir a través de la información que debe suministrar el proveedor al consumidor es el relativo a la información con que éste último debe contar a fin de aminorar los efectos del daño producido a su mínima expresión.

Todas estas medidas de la información a suministrarse refieren a la disminución de los efectos del daño producido, o a la prevención del daño cierto (15). Sin embargo, con la irrupción en el derecho ambiental del principio precautorio (16), que inundará el derecho del consumo, sobre el que refracta imponiendo, el deber de informar al consumidor a fin de prevenir el daño incierto (17).

### III. Trato equitativo y digno

Hemos dicho antes, que el paradigma del derecho del consumo es la protección al consumidor, dispuesto en la Constitución Nacional en el art. 42 y en la Ley del Consumidor.

Los contratos de consumo generalmente se celebran mediante la utilización de contratos de adhesión o sujetos a condiciones generales negociales. Los cuales tal como adelantáramos, no permiten la libertad de negociación del contenido del contrato por parte del contratante débil del negocio, sino que en cambio solo le permiten, aceptar o rechazar la oferta propuesta por su contraparte.

Esta situación de desigualdad en el plano negocial se repara mediante la creación de otras desigualdades que en el plano de la interpretación del contrato resultan de la disposiciones del art. 3 (18) y art. 37 (19) de la Ley 24.240 Conforme el primero, en caso de dudas sobre la interpretación de los principios que establece la Ley se estará a la más favorable al consumidor. En tanto que el segundo dispone como pautas de interpretación del contrato la aplicación del principio de la buena fe; y la aplicación del principio "favor débilis" según el cual, la interpretación del contrato se hará en el sentido más favorable al consumidor y en caso de dudas, sobre el alcance de su obligación se estará a la menos gravosa para éste.

El reciente Código Civil y Comercial en los arts. 1094 (20) y 1095 (21) reproduce estos criterios. En tanto que en su art. 1062, establece el principio de interpretación restrictiva en los contratos de consumo (22) y en los de adhesión, se trata de una directiva de interpretación hermenéutica literal, que refiere a la interpretación restrictiva, cuando así ha sido dispuesta por ley o convencionalmente. La directiva expresada no aplica a las obligaciones asumidas por el predisponente y por el proveedor en los contratos por adhesión y en los de consumo.

Asimismo las disposiciones de los arts. 1097 a 1099 (23) del Código Civil y Comercial Unificado apoyan los principios que hemos venido analizando y les otorgan una derivación legal a aquellos aspectos no especialmente establecidos con anterioridad.

De lo expuesto resulta, que las disposiciones que hemos analizado permiten revertir la situación de desigualdad inicial, en virtud de los aspectos que se enunciaron más arriba, referidos entre otros, a la diferente capacidad económico, científico-técnica, a la propaganda manipuladora y a la existencia de monopolios naturales y legales, hacen que la capacidad negocial del consumidor o del adherente a condiciones generales negociales sea inferior a la del proveedor profesional de bienes y servicios, por lo que mediante las mismas se logra una plena aplicación del principio de igualdad de trato, o trato equitativo y digno, dispuesto por la Constitución en su art. 42.

#### IV. Conclusiones

La situación de inferioridad en la que se halla inmerso el consumidor de bienes y servicios es mejorada a través de diversos principios constitucionales dispuestos en los art. 42 y 43.

Especialmente hemos analizado, los que resultan del deber de informar al consumidor y usuario, que recae en cabeza del proveedor profesional de bienes y servicios cuyo cumplimiento debe ser protegido por parte del estado; como también el derecho a la libertad de elección y el de trato equitativo y digno; ello pues, hemos considerado son los que más impactan sobre la efectivización del resto de los derechos que emanan de nuestra carta magna. Todos ellos con derivaciones legales en las disposiciones de la Ley del consumidor y del reciente Código Civil y Comercial Unificado.

(1) El que establece que "Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo a la protección de la salud, seguridad e intereses económicos; a la 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 eficacia de los servicios públicos, y a la constitución de las 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."

(2) Vid. Jurío, Mirta Luisa - Ferrer, Esther Haydeé Silvia "Autonomía de la voluntad. Problemática actual". En "Anales de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de la La Plata", Editorial de la Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Tomo XXXIII año 1997, pág. 117.

(3) Vid. Bidart Campos, Germán J., "Tratado Elemental de Derecho Constitucional Argentino" Tomo VI "La Reforma Constitucional de 1994", editorial Ediar, Buenos Aires, 1995, pág 308.

(4) Op. loc. cit.

(5) Dicha acción puede ser interpuesta por toda persona, "siempre que no exista otro medio judicial más idóneo, contra todo acto u omisión de autoridades públicas o de particulares, que en forma actual o inminente lesione, restrinja, altere o amenace, con arbitrariedad o ilegalidad manifiesta, derechos y garantías reconocidos por esta Constitución, un tratado o una ley...Podrán interponer esta acción contra cualquier forma de discriminación y en lo relativo a los derechos que protegen... a la competencia, al usuario y al consumidor,... el afectado, el defensor del pueblo y las asociaciones que propendan a esos fines, registradas conforme a la ley, la que determinará los requisitos y formas de su organización."

(6) El principio de transparencia del mercado, en el ámbito del mercado bancario genera el deber de difundir todas las tasas y ofertas bancarias de que dispone el público a fin de que opte por aquella que le resulte más conveniente a sus intereses, ello resulta protectorio no solo del consumidor sino del sistema financiero y permite asignar los recursos en el mejor uso posible. En el mercado de capitales funciona en forma similar, imponiéndose el deber a cargo de quienes realizan oferta pública de difundir los estados contables de la compañía emisora además de las condiciones de emisión de los títulos.

(7) Una derivación legal del deber que analizamos es el art. 36 de la Ley 26.361.

(8) Art. 5 Ley 24.240: Protección al Consumidor. Las cosas y servicios deben ser suministrados o prestados en forma tal que, utilizados en condiciones previsibles o normales de uso, no presenten peligro alguno para la salud o integridad física de los consumidores o usuarios.

(9) Cosas y Servicios Riesgosos. Las cosas y servicios, incluidos los servicios públicos domiciliarios, cuya utilización pueda suponer un riesgo para la salud o la integridad física de los consumidores o usuarios, deben comercializarse observando los mecanismos, instrucciones y normas establecidas o razonables para garantizar la seguridad de los mismos.

(10) López de Zavalía. F. "La Teoría del Contrato", t. 1, 4º edic. Zavalía, Buenos Aires 1997.

(11) SCBA AC B 65834 del 07/03/2007 "Defensa de Usuario y Consumidores Asoc. Civil c/ Org. Regulador de Aguas Bonaerenses y Aguas del Gran Buenos Aires". Voto del Dr. Roncoroni.

(12) En un reciente fallo de la Cámara Civ. y Com. de Bahía Blanca, Sala 2ª, del 28/8/2014, dictado en los autos "Castelli, María Cecilia c/ Banco de Galicia y Buenos Aires S.A. s/ nulidad de acto jurídico", en el caso la actora demandó al banco con el objeto de que a) cumpla la obligación asumida ante el Organismo Municipal de Defensa del Consumidor cuyo contenido radica en comunicar su situación financiera al Banco Central de la República Argentina y a otras organizaciones de intercambio de información crediticia; b) se declare la nulidad del acto jurídico por el cual se abrió la cuenta corriente a su nombre, c) se lo condene a resarcirle el daño que le provocó con dicho accionar, que estimó en 70.000, discriminado de la siguiente manera: \$ 20.000 por daño moral y 50.000 por daño punitivo. La acción tiene su origen en que en el año 2007, y a partir de la solicitud de una tarjeta de crédito, que nunca recibió, se le abrió una cuenta corriente en la que se debitaron automáticamente gastos administrativos. Tras haberse efectuado reclamos por los respectivos saldos deudores, que consideró improcedentes, efectuó una denuncia ante la Oficina Municipal de Información al Consumidor, como consecuencia de dichas actuaciones el Banco ofreció condonar la deuda, que admitió incausada. No obstante el compromiso asumido por la accionada, continuó la actora recibiendo reclamos por la pretensa deuda y no variaron los informes cursados por el BCRA y demás organismos de información crediticia, registrándose su situación como de deudora morosa de alto riesgo. La Cámara sostuvo que "dado el tipo de conexidad entre los actos jurídicos, la cuenta corriente y la tarjeta de crédito estaban condicionadas recíprocamente, por lo que el perfeccionamiento del contrato de tarjeta de crédito era esencial para que aquella cobrara virtualidad, lo que en ese caso no se produjo. Esas circunstancias son suficientes para acceder a la pretensión de la actora, pero existe otro motivo esencial: tratándose de un contrato, la ausencia del consentimiento de una de las partes constituye un vicio estructural que torna inválido el negocio, privándolo de efectos jurídicos (art. 18 del Cód. Civil) y volviendo las cosas al mismo o igual estado en que se hallaban antes del acto anulado (art. 1050 del mismo cuerpo legal)." En relación al deber de informar al consumidor, el Tribunal admitió que "está fuera de discusión la relación de consumo habida entre las partes. En ese contexto, como dice Lorenzetti, el banco es un profesional que se relaciona con profanos y a los cuales debe informar, y este deber es genético y funcional (Lorenzetti, Ricardo Luis, Consumidores, 2ª edición, Santa Fe, Rubinzal Culzoni, 2009, pág. 445.), por lo que resulta inadmisibles que haya actuado de la manera que he reseñado... con relación a la actora, no solo omitió informar acerca del contrato de cuenta corriente conexo al de tarjeta de crédito sino que procedió a su apertura sin consentimiento de la titular, con las consecuencias que ello acarrió..." En relación al daño punitivo se sostuvo con cita de Alvarez Larrondo (Alvarez Larrondo, Federico M. Los daños punitivos y su paulatina y exitosa consolidación", La Ley, 29/11/10,) "no estamos aquí ante una indemnización o reparación por daño alguno sufrido por la víctima, sino ante un instrumento preventivo sancionador, que ha elegido como destinatario a la víctima, con la sola finalidad de fomentar la denuncia de prácticas lesivas del orden económico integral" En razón de ello el Tribunal resuelve: a) declarar nula la apertura de cuenta corriente, b) condenar a la demandada a pagar la indemnización de daños, en concepto de daño moral, y daño punitivo"...

(13) En la visión actual del derecho de daños se pone el acento en la víctima del daño.

(14) Ello resultará así en la medida en que el producto lanzado con información deficiente haya causado un daño al consumidor.

(15) Que resulta reparable inclusive hasta el daño punitivo según hemos visto. En un interesante fallo dictado por la Cámara Nacional en lo Civil Sala G dictado en los autos "L, N. R. c/ Laboratorios Phoenix SICF y otros s/ daños y perjuicios" publicado en L L 2012-F 177, en el que se condenó solidariamente al laboratorio con el director técnico a reparar el daño punitivo, en el entendimiento de que se había acreditado una omisión de información veraz y completa, respecto de un medicamento que se comercializaba con dos prospectos distintos, uno de los cuales no advertía de la producción de efectos adversos. Allí el tribunal aplicó el art. 52 bis de la Ley 26361, debido a la actitud de los demandados frente al grave hipotético daño a la salud pública frente al fácil recurso al alcance de los proveedores de retirar del mercado aquellos fármacos lanzados al mercado con información retaceada o incompleta.

(16) El art. 4 de la Ley 25.675, regula el principio precautorio en el derecho ambiental, el que dispone que: "cuando haya peligro de daño grave o irreversible la ausencia de información o certeza científica no deberá

utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces, en función de los costos, para impedir la degradación del ambiente."

(17) Fallo dictado por la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil Sala A del 22/08/2012 dictado en autos R., F. E. c/ Bayer S.A. s/ daños y perjuicios.

(18) "En caso de duda sobre la interpretación de los principios que establece esta ley prevalecerá la más favorable al consumidor".

(19) "La interpretación del contrato se hará en el sentido más favorable para el consumidor. Cuando existan dudas sobre los alcances de su obligación, se estará a la que sea menos gravosa. En caso en que el oferente viole el deber de buena fe en la etapa previa a la conclusión del contrato o en su celebración o transgreda el deber de información o la legislación de defensa de la competencia o de lealtad comercial, el consumidor tendrá derecho a demandar la nulidad del contrato o la de una o más cláusulas. Cuando el juez declare la nulidad parcial, simultáneamente integrará el contrato, si ello fuera necesario."

(20) El que dispone que "Interpretación y prelación normativa. Las normas que regulan las relaciones de consumo deben ser aplicadas e interpretadas conforme con el principio de protección al consumidor y el de acceso al consumo sustentable. En caso de duda sobre la interpretación de este Código o las leyes especiales, prevalece la más favorable al consumidor."

(21) El que dispone "Interpretación del contrato de consumo. El contrato se interpreta en el sentido más favorable para el consumidor. Cuando existen dudas sobre los alcances de su obligación.

(22) "Cuando por disposición legal o convencional se establece expresamente una interpretación restrictiva, debe estarse a la literalidad de los términos utilizados al manifestar la voluntad. Este artículo no es aplicable a las obligaciones del predisponente y del proveedor en los contratos por adhesión y en los de consumo, respectivamente"

(23) El art. 1097 dispone "Trato digno. Los proveedores deben garantizar condiciones de atención y trato digno a los consumidores y usuarios. La dignidad de la persona debe ser respetada conforme a los criterios generales que surgen de los tratados de derechos humanos. Los proveedores deben abstenerse de desplegar conductas que coloquen a los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias. " El art. 1098 dispone que " Trato equitativo y no discriminatorio. Los proveedores deben dar a los consumidores un trato equitativo y no discriminatorio. No pueden establecer diferencias basadas en pautas contrarias a la garantía constitucional de igualdad, en especial, la de nacionalidad de los consumidores.". En tanto que el art. 1099 dispone "Libertad de contratar. Están prohibidas la prácticas que limitan la libertad de contratar del consumidor, en especial las que subordinan la provisión de productos o servicios a la adquisición simultánea de otros, y otras similares que persigan el mismo objetivo."