
ARTÍCULO SOBRE DEFENSA DE LA COMPETENCIA LA REALIDAD Y LA REGULACIÓN

Ricardo Lorenzetti

El avance de la tecnología, el reconocimiento de los grupos como sujetos de derechos y las consecuentes acciones que el legislador ha tomado con respecto a estas realidades, se ha reflejado en la sociedad de distintas maneras.

Cuando alguien puede establecer normas con eficacia general hacia terceros integrantes del grupo, como sucede en el contrato colectivo, en el contrato forzoso, en las condiciones generales de los contratos, o imponer costumbres obligatorias, con distinta intensidad y valor, su decisión impacta en el grupo y en la comunidad.

El juzgamiento del uso del derecho no puede ser mediante el examen de su interés, de la intención de dañar o de la culpa.

Necesariamente debe examinarse mediante la compatibilidad con los bienes públicos afectados y la noción de grupo.

Esta aparición de un derecho colectivo lo asemeja bastante a las facultades que tiene un legislador. También son similares los problemas puesto que tiene que compaginar intereses contrapuestos, tener una mirada global del universo a regular y examinar las consecuencias.

Por ello pensamos que, en el caso de analizar estas regulaciones, debe adoptarse un criterio particularmente estricto, adoptando el modelo de un buen legislador y exigiendo una previsibilidad mayor que la común en la contemplación del espectro de los resultados de las conductas normativas.

Observando nuestra historia, podemos decir que hay los principios democráticos se aplican a la organización del mercado que puede extenderse a toda "situación jurídica" que emana de la autonomía privada.

Cuando se trata de relaciones de consumo (art. 42, Constitución Nacional) son de aplicación los principios genéricos de la competencia perfecta:

- La libertad de elección,
- Favorecer la circulación de la información,
- Asegurar condiciones de trato equitativo,
- Evitar la distorsión de la competencia.

En toda comunidad asociativa rige el principio democrático. Las decisiones deben tomarse por mayoría, atendiendo al bien común, buscando la convivencia, siguiendo el debido proceso para las sanciones ¹

Este tipo de enfoques es el que se realiza en el derecho de la competencia

El art. 1 de la ley 22.262 de la república Argentina establece que se alteran las leyes de la competencia mediante el abuso de la posición dominante. Esta se produce cuando hay un solo oferente o demandante dentro del mercado nacional, o cuando sin ser la única persona que actúa en el mercado, no tiene competencia sustancial, o cuando siendo dos o más personas para un mismo tipo de producto o servicio, no existe competencia efectiva entre ellos, o sustancial de terceros en el mercado.

1 Conf. HIGHTON, Elena - ALVAREZ JULIA, Luis - LAMBOIS, Susana, "Nuevas formas de dominio", p. 79 y sigtes., Ed. Ad Hoc, Buenos Aires, 1987.

El abuso se perfila entonces cuando usando el poder que se tiene, se restringe de un modo relevante el acceso de productos de las demás empresas que concurren a formarlo²

El bien jurídico protegido es el mercado. Es un bien público o de incidencia colectiva.

El legislador se ocupa de describir previamente algunas conductas abusivas, con lo cual tenemos una idea más precisa de lo que quiere evitar (art. 41CN)³:

- Fijar o hacer variar los precios mediante “acciones concertadas”,
- Limitar el desarrollo técnico mediante “acciones concertadas”,
- Establecer las condiciones de venta, mediante “acciones concertadas”.

En estos casos y en todos los incisos que menciona el art. 41 de la ley 22.269, el abuso no se refiere a un derecho subjetivo en particular.

Habitualmente hay un cúmulo de derechos usados de modo tal que producen un efecto disfuncional.

El impedimento del ejercicio de facultades

El abuso del derecho se basa en la apreciación de la conducta del titular, mientras que aquí veremos la situación del otro contratante y su derecho al no impedimento de facultades.

El derecho subjetivo da lugar a una pretensión de hacer o de no hacer dirigida contra un sujeto pasivo y que es incumplida por él. La afectación de una posición jurídica lesiona a un interés legítimo, que el sujeto tiene de un modo no exclusivo y compartido con otros sujetos, al sostenimiento de la misma.

En el caso que examinamos ahora no está afectado directamente el derecho subjetivo ni el interés legítimo a una posición en forma directa, aunque puedan serlo indirectamente.

Aquí se trata de la facultad de actuar, que puede ser impedida o en un grado menor, obstaculizada.

La acción del sujeto pasivo se dirige al entorno del sujeto activo, creando las condiciones fácticas o jurídicas que hacen imposible o difícil la actuación.

La acción podría consistir en actos o hechos jurídicos, y el autor puede ser el Estado, los grupos o los particulares.

2 Conf. Revista de Derecho Industrial, Ed. Depalma, Buenos Aires, año 15, 1993, núm. 43.

3 Art. 41.- Todos los habitantes gozan del derecho a un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano y para que las actividades productivas satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras; y tienen el deber de preservarlo. El daño ambiental generará prioritariamente la obligación de recomponer, según lo establezca la ley.
Las autoridades proveerán a la protección de este derecho, a la utilización racional de los recursos naturales, a la preservación del patrimonio natural y cultural y de la diversidad biológica, y a la información y educación ambientales.
Corresponde a la Nación dictar las normas que contengan los presupuestos mínimos de protección, y a las provincias, las necesarias para complementarlas, sin que aquellas alteren las jurisdicciones locales.
Se prohíbe el ingreso al territorio nacional de residuos actual o potencialmente peligrosos, y de los radiactivos.

Este tipo de situaciones impeditivas afectan las facultades que emanan de la libertad de elección, reconocida en el art. 42 de la Constitución Nacional en las relaciones de consumo, o el principio democrático en los agrupamientos asociativos.

ACCIONES POSIBLES: TUTELA INHIBITORIA: EL AMPARO EN DEFENSA DE LA COMPETENCIA

En el proyecto de Código Único de 1987 se regularon los efectos del acto abusivo, y se dispuso que el juez proveerá lo necesario para evitarlos.

La idea principal del proyecto en este aspecto es evitar el daño que provoca el acto abusivo.

Cuando estamos frente a situaciones en las que:

- Se ha creado una situación jurídica abusiva, que resulta irregular en tanto afecta el principio democrático, sea relacionado con la competencia perfecta o con la democracia interna grupal y que, además, afecta el derecho al no impedimento de facultades tenemos algunas soluciones en el derecho vigente.

En la ley 22.269 de defensa de la competencia se prevé la orden de no innovar, el mandato innovativo de cese de la actividad, el resarcimiento de daños, como así también la nulidad del acto, si bien dentro de los límites del derecho de la competencia, que regula el conflicto entre competidores y la lesión a bienes públicos.

Sin embargo, la lesión a estos bienes públicos puede derivar en una titularidad procesal grupal o individual.

Tal es la regulación del amparo en la Constitución Nacional.

En el art. 43 se concede acción para la protección de la competencia, del usuario y del consumidor. Esta acción debe correlacionarse con el bien protegido en el art. 42, que consagra los derechos a la salud, seguridad, intereses económicos, información, libertad de elección, condiciones de trato equitativo y digno.

Estos derechos son de operatividad directa y de tal modo, resulta procedente el amparo en defensa de la competencia como bien de incidencia colectiva o del derecho a condiciones de trato equitativo y la libertad de elección.

LA DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

Existe una fuerte tendencia hacia la desaparición del derecho del consumidor, la que está basada en una estrategia engañosa: no se dice que no hay vulnerabilidad, sino que el Derecho Privado no es la manera más eficaz para protegerlo.

El argumento se basa en que la tecnología permite, cada vez más, que el consumidor pida productos personalizados, ejerce opciones dentro de mercados cada vez más amplios y, por lo tanto, sufra cada vez menos restricciones.

Por ende, la mejor protección sería la defensa de la competencia y no el Derecho Privado.

No hay duda de que la existencia de un mercado competitivo es uno de los mecanismos más eficientes para la defensa del consumidor⁴. El incremento de opciones de productos y servicios es lo que asegura la libertad contractual y favorece el poder de negociación del individuo.

De esa regla se deduce otra: a mayor competencia, menor necesidad de proteger directamente al consumidor. Muchos sostienen que la protección es innecesaria y perniciosa. Es innecesaria porque el individuo actual no lee las condiciones generales, por más que se informe sobre ellas, realiza opciones generales, lo que desdibuja el papel central que se pretende adjudicar al deber de información. Es perniciosa porque toda intervención genera costos y no asegura un buen resultado, ya que el legislador no tiene los datos suficientes como para decidir con razonabilidad y eficiencia.

En nuestra opinión, la primera regla es razonable, pero no la segunda. No cabe duda de que la competencia mejora la autonomía del consumidor, pero ello no es excluyente, sino complementario de la intervención directa.

Los datos empíricos muestran claramente que una buena legislación sobre la competencia evita el monopolio, aumenta la cantidad de oferentes, bienes y servicios, es decir, asegura la multiplicidad de sujetos y bienes. En cambio, aun en mercados competitivos, la estandarización es un fenómeno que resulta transversal a la multiplicidad de sujetos y bienes: en el sector bancario o en el turismo, por ejemplo, el régimen de la competencia no elimina la necesidad de regular las condiciones generales y de aplicar el régimen de protección del consumidor.

La protección de la competencia es una política legislativa del Derecho Público, mientras que la del consumidor pertenece al ámbito del Derecho Privado. Los dos enfoques son complementarios y actúan como vasos comunicantes; por ejemplo, a mayor competencia, habrá menor posición dominante y por lo tanto disminuirá el poder de imponer cláusulas abusivas⁵.

Puede afirmarse que la regulación de la competencia no desplaza al Derecho del consumidor, sino que lo mejora y complementa.

Esta tendencia se ha visto en la Unión Europea, donde hubo distintas etapas: primero una regulación basada en la competencia (arts. 85 y 86, Tratado de Roma) luego una autorización para armonizar las legislaciones nacionales sobre Derecho del consumidor (1986, nuevo art. 100 del Tratado de Roma), a posteriori una transferencia de competencias para armonizar el Derecho del consumidor adoptada en 1992, en el Tratado de Maastricht; finalmente se consideró que la protección del consumidor es uno de los objetivos fundamentales de la Unión (art. 153, Tratado de

4 MAGGS, Peter, *Atteiv developments in Internet consumer law in the United States of America*, SSo Paulo, 2000.

5 este tema ampliamos en *Las normas fundamentales de Derecho Privado*

Amsterdam). La intervención directa es verdaderamente impresionante en la Unión Europea⁶.

En el ámbito del Mercosur, y en general en el Derecho Privado latinoamericano, la protección del consumidor mediante la intervención directa que consiste en otorgar derechos de actuación es admitida y no debe ser excluida ni por la regulación de la competencia ni por las normas especiales relativas al comercio⁷.

COMUNICABILIDAD DE PRINCIPIOS

Muchos bienes de incidencia colectiva se trastruecan al ser observados desde el plano del consumidor, estableciéndose una vía de comunicabilidad de principios en la búsqueda de coherencia. Así sucede con la competencia en el mercado y todos los temas vinculados con ella:

- La transparencia informativa es también derecho a la información.

- La publicidad comparativa deja de ser sólo un problema entre competidores para ser también un problema de mejora o desmejora de la información asequible.

- La cláusula abusiva y su correlato el abuso de la posición dominante.

- La lesión de libertades mediante la creación de mercados cautivos y el acto abusivo.

EL DERECHO ARGENTINO

En el ámbito de la legislación argentina tenemos las siguientes normas⁸:

6 Directivas: sobre indicación y transparencia del precio (Directivas 79/581/CEE, 88/314/CEE, 88/315/CEE, 90/377/CEE), etiquetado (Directivas 79/112/CEE, 79/530/CEE, 79/531/CEE y 92/75/CEE), publicidad engañosa (Directiva 84/450/CEE), publicidad comparativa (Directiva 97/55/CE), de responsabilidad por productos defectuosos (Directiva 85/374/CEE), ventas a domicilio y otros contratos negociados fuera del establecimiento comercial (Directiva 85/577/CEE), sobre crédito al consumo (Directiva 87/102/CEE), instituciones de crédito (Directiva 89/646/CEE), publicidad de tabaco (Directivas 89/6227 CEE, 90/239/CEE, 92/41/CEE, 98/43/CE), sobre telecomunicaciones y transportes (Directiva 89/552/CEE, Directiva 97/36/CE), sobre viajes continuados (Directiva 90/314/CEE), servicios bancarios (Directiva 90/88/CEE), seguros (Directivas 92/49/CEE y 92/96/CEE), seguridad general de los productos (Directiva 92/59/CEE), sobre cláusulas abusivas en los contratos con consumidores (Directiva 93/13/CEE), transgénicos (Directivas 79/112/CEE), tiempo compartido (Directiva 94/47/CE), contratación a distancia (Directiva 97/77/CE), tratamiento de datos personales y protección de la privacidad (Directiva 97/66/CE), tarjetas de crédito (88/59/CEE), transparencia en las transacciones financieras (97/489/CEE), sobre firma electrónica (Directiva 99/93/CE), sobre comercio electrónico (Directiva 2000/31/CE).

Ver también Código de buena conducta en materia de pagos electrónicos {Recomendación 87/598/CEE}, Recomendación sobre transacciones realizadas mediante instrumentos electrónicos (97/489/CEE). La Directiva sobre ventas a distancia con marketing directo (97/77/CE) se aplica a los casos en que hay envío de prospectos, venta por teléfono, videotexto, televisión, computadores, e-mail, telefax, teleshopping).

7 En relación al Mercosur ver LIMA MARQUES, Claudia, Direitos do consumidor no Mercosul; Algumas sugestões frente ao impasse, en Revista de Direito do Consumidor, vol. 32 (1999), ps. 16 a 44.

8 CIONFRINI, Ernesto, La protección de los mercados y la competencia en la Constitución Nacional, en D. J. 2000-2-305; MANIET, Françoise, Vigilancia del mercado y seguridad general de los productos en la Unión Europea, en R. C. y S.2001-329; SCHOLER, Rodolfo y LEONI, Fabián, Defensa del consumidor. Competencia. Encuadre constitucional, en L. L. Litoral 2001-649. YRARRÁZAVAL. COVARRUBIAS,

1. El artículo 3º de la ley 24.240, que dispone que “Las disposiciones de esta ley se integran con las normas generales y especiales aplicables a las relaciones jurídicas antes definidas, en particular las de defensa de la competencia y de lealtad comercial. En caso de duda, se estará siempre a la interpretación más favorable para el consumidor”.

La Ley 22.802 sobre Lealtad Comercial.

La Ley 25.156 de Defensa de la Competencia.

Estas normativas se aplican de modo complementario. Se ha dicho que “la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor no derogó la Ley 22.802 de Lealtad Comercial pues ambas normas tutelan bienes jurídicos distintos”²⁶, y que “dado que las normas previstas en la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor se integran con las leyes de defensa de la competencia y de lealtad comercial, de acuerdo con lo establecido en el artículo 4o de la Ley 22.262 de Defensa de la Competencia, compete al fuero comercial conocer en las acciones civiles basadas en aquel cuerpo normativo”⁹.

En materia de cláusulas abusivas y su correlación con la estructura dominante, se plantea claramente la cuestión: el primer concepto se define por aplicación de la ley 24.240, el segundo, por la ley 25.156.¹⁰

LA DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y LAS RELACIONES CONTRACTUALES

Contratos lesivos de la competencia

El mercado, en un sentido amplio, es “cualquier conjunto de mecanismos mediante los cuales los compradores y vendedores de un bien entran en contacto para comerciarlo”¹¹. Más específicamente, es un modo de asignación de recursos escasos, que se basa en el intercambio voluntario de los mismos, producido por los agentes económicos a través de oferta y demanda¹².

El mercado se presenta entonces como un instrumento de planificación económica descentralizada¹³. De allí surge un elemento

Arturo, Protección al consumidor y libre competencia* en Derecho del consumo y protección al consumidor. Estudios sobre la ley 19.496, Hernán Corral Talciani Editor, 1999.

9 CNCom., Sala D, “Guzmán, Jorge G. y otros c/Agro Industrias nca S.A.”, L.L- 1998-C-960, Jurispr. Agrup., caso 12.713.

10 CFed. De Rosario, Sala A, “Bordachar, Hugo L. c/Galavisión S.A.”, L.L.Litoral 2000-830

11 Conf. FISCHER, Stanley; DORNBUSCH, Rudier y SCHMALENSEE, Richard, Economía, 2º ed., McGraw-Hill, España, 1989, p. 53.

12 La circunstancia de que sea un modo o un método lo distingue de su antigua concepción que asimilaba el mercado con el lugar donde se efectuaban los intercambios, para comprenderlo abstractamente como un mecanismo- Dentro de la categoría de los métodos de asignación, lo podemos distinguir claramente de la planificación estatal o sectorial, en virtud de que las decisiones se toman de un modo descentralizado; son los operadores económicos los que, a través de múltiples encuentros comerciales, contribuyen al resultado final.

13 El esquema distributivo final no es previsto ex ante, como en la planificación, sino que surge ex post, como derivado de la interacción compleja de conductas económicas. En virtud de ello, tiene como característica metodológica su flexibilidad a los cambios ya que es hipersensible a las influencias internas o externas, y además, que la distribución final está sometida a riesgo, siendo impredecible.

esencial: el precio es un dato objetivo, externo a la actividad empresarial; no se lo conoce de antemano ni se lo puede determinar.

Es natural que los agentes económicos intenten disminuir este riesgo. En el plano contractual, pueden surgir acuerdos para fijar precios, ganancias, o bien limitar la producción para generar escasez y, consecuentemente, mayor demanda e incremento de precios. Estos son acuerdos colusorios en tanto limitan la competencia entre las empresas y perjudican el libre funcionamiento del mercado.

La competencia es un elemento del mercado que cumple importantes finalidades¹⁴:

- Cumple una “función de selección”, fijando posiciones no definitivas entre los participantes¹⁵.

- Permite una asignación eficiente de los recursos, puesto que un modelo de competencia perfecta orienta a los actores económicos a utilizar la mayor cantidad de recursos al menor costo posible, a no hacer un uso excesivo de los mismos ni a producir una cantidad mayor de bienes que los que se necesitan. El incentivo para ello es que si son ineficientes perderán posiciones frente a los demás competidores.

- Recorta el poder dentro del orden económico, puesto que sirve para la difusión del mismo en múltiples partículas, ninguna de las cuales puede imponerse a las demás.

La Ley de Defensa de la Competencia establece una frontera de licitud en los acuerdos contractuales. En efecto, se consideran prohibidos “los actos o conductas, de cualquier forma manifestados, relacionados con la producción e intercambio de bienes o servicios, que tengan por objeto o efecto limitar, restringir, falsear o distorsionar la competencia o el acceso al mercado o que constituyan abuso de una posición dominante en un mercado, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general” (art. 1 °, ley 25.156). Se considera práctica restrictiva de la competencia la conducta que consiste en fijar, concertar o manipular precios o compras de bienes; establecer obligaciones de producir, procesar, distribuir o comercializar sólo una parte restringida o limitada de bienes; repartir el mercado; concertar o coordinar

14 Cfr. sobre aspectos generales y de distintas tendencias: REICH, Mercado y Derecho cit.; SCHERER y ROSS, Industrial market structure and economic performance, 31 ed., Dallas, 1990; ASCARELLI, Tulio, Teoría de la concurrencia y de los bienes inmateriales, Bosch, Barcelona, 1970. Sobre una crítica acerca del derecho derivado en el Mercosur cfr.: HALPERIN, Marcelo, Las prácticas desleales y la evolución del Mercosur, en L. L. del 12-12-95. BROSETA PONT, Manuel y MARTÍNEZ SANZ, Fernando, Manual de Derecho Mercantil, 11ª ed., Tecnos, Madrid, 2002, p. 153; CABANELLAS, Guillermo, Derecho antimonopólico y de defensa de la competencia, Heliasta, Buenos Aires, 1983; REYES y otros, Derecho de la competencia, en Revista de Derecho Industrial, Depalma, Buenos Aires, enero-abril de 1993; RIPPE, Siegbert, El Derecho de la competencia en el Mercosur, en Mercosur. Balances y perspectivas. IV Encuentro Internacional de Derecho para la América del Sur, Fundación de Cultura Universitaria, Montevideo, 1996, p. 255; HOLZ, Eva, Mercado y Derecho, Fundación de Cultura Universitaria, Montevideo, 1993; ULHOA COELHO, Fábio, Direito antitruste brasileiro, Saraiva, Sao Paulo, 1995; FERNÁNDEZ DE LA GÁNDARA, Luis y CARAVACA, Alfonso Luis, Derecho Mercantil internacional, Tecnos, Madrid, 1993; FERREIRA AL VES, Jorge de Jesús, Direito da concorrência nas Comunidades Europeias, Coimbra, 1989.

15 De esta manera, las empresas se ven obligadas a mostrar ventajas en materia de precios, calidad o diversificación a los consumidores, a fin de mantener su posicionamiento, sin que exista ningún parámetro externo que las ayude en esta tarea.

posturas en licitaciones o concursos; concertar la limitación o control del desarrollo técnico; impedir, dificultar u obstaculizar a terceras personas la entrada o permanencia en un mercado; imponer precios; regular mercados; subordinar la venta de un bien a la adquisición de otro; imponer condiciones discriminatorias; negarse a justificar servicios concretos (art. 2o, ley cit). Para calificar la posición dominante la ley dice que ella ocurre cuando “para un determinado tipo de producto o servicio es la única oferente o demandante dentro del mercado nacional o en una o varias partes del mundo o, cuando sin ser la única, no está expuesta a una competencia sustancial o, cuando por el grado de integración vertical u horizontal está en condiciones de determinar la viabilidad económica de un competidor o participante en el mercado, en perjuicio de éstos” (art. 4) ¹⁶.

Contratos vinculados. Cláusulas de exclusividad

El caso “Microsoft”¹⁷ es una prueba clara de la importancia de verificar si los acuerdos contractuales son lesivos del Derecho de la competencia, ya que vincular la compra de un producto a la adquisición de otro complementario, mediante contratos vinculados, puede ser considerado práctica anticompetitiva. En este sentido, se ha considerado¹⁸ que “la imposición de ‘productos atados’ -que no guardan relación directa con la naturaleza de los productos vinculantes-, más allá de las razones de política comercial que pudieran invocar las accionadas, aparece -en una visión preliminar propia de la naturaleza de esta resolución cautelar- como una práctica lesiva para el adecuado funcionamiento del sistema productivo de los servicios de referencia, y para el interés económico general...” Además, “la venta atada de los citados productos vinculados genera en el caso un desperdicio de recursos y una distorsión en el consumo, en tanto se obliga a las actoras, compradoras, a adquirir productos que no necesitan”.

También las cláusulas de exclusividad, de reparto de mercado y otras pueden afectar la competencia y ser declaradas nulas.

En la Ley argentina de Defensa de la Competencia (25.156) no existe una norma que imponga la nulidad de las cláusulas anticompetitivas; los damnificados pueden reclamar el resarcimiento de los daños (art. 51)¹⁹. Sin embargo, la nulidad puede ser solicitada por violar el artículo 953 del Código Civil, al tener un objeto prohibido, o por el ejercicio abusivo de una cláusula de este tipo, que es el correlato del abuso de posición dominante. También puede plantearse la nulidad si es un contrato de consumo con fundamento en el artículo 37 de la ley 24.240.

16 Las multas obligan solidariamente a los directores, gerentes, administradores, síndicos o miembros del consejo de vigilancia, mandatarios o representantes legales de dicha persona de existencia ideal que por su acción o por omisión de sus deberes de control, supervisión o vigilancia hubieren contribuido, alentado o permitido la comisión de esta infracción (art. 48). Las personas físicas o jurídicas damnificadas por los actos prohibidos por la ley podrán ejercer la acción de resarcimiento de daños y perjuicios conforme a las normas del Derecho común ante el juez competente en la materia (art. 51), con una prescripción de cinco años (art. 54).

17 Corte de Distrito de Estados Unidos, Distrito de Columbia, 3-4-2000, “Estados Unidos de América y otros c/Microsoft Corporation”, publ. en español en L. L. del 12-5-2000.

18 Corte de Distrito de Estados Unidos, Distrito de Columbia, 3-4-2000, “Estados Unidos de América y otros c/Microsoft Corporation”, publ. en español en L. L. del 12-5-2000.

19 MARTÍNEZ MEDRANO, Gabriel, *Licencias atadas sobre derechos intelectuales y defensa de la competencia*, en Lexis Nexis J. A. del 6-8-2003, y J. A. 2003-III, fascículo N° 6, Sec. Jurisp. Anotada, ps. 42 y ss.