



GHERSI - WEINGARTEN (Directores)
ÁLVAREZ LARRONDO - RODRÍGUEZ (Coordinadores)

CONSUMIDORES Y USUARIOS: CÓMO DEFENDER SUS DERECHOS

- Responsabilidad del Estado y protección de los consumidores
- Contratos de adhesión • Cláusulas y prácticas abusivas • Carga de la prueba
 - Derecho a la información • Responsabilidad profesional • Abogados
 - Médicos • Contenido del documento de venta • Vicios redhibitorios
 - Servicio técnico, certificados de garantía • Autopistas y redes viales
 - Telefonía celular • Ventas domiciliarias y por Internet • Tarjeta de crédito
- Turismo • Transporte aéreo • Sanciones en la Ley de Lealtad Comercial • Daño punitivo • Astreintes • Reparación de daños en la ley 26.993 • Conciliación obligatoria
- Medio ambiente • Seguros • Delitos • Daños por cortes de energía eléctrica • Daños al grupo familiar o social • Acciones colectivas • Jurisprudencia sistematizada

CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL DE LA NACIÓN. LEY 26.361. ORDEN PÚBLICO.
PRINCIPIO DE PROGRESIVIDAD Y NO REGRESIVIDAD

I

NOVA TESIS
EDITORIAL JURÍDICA

CORTE SUPREMA
BIBLIOTECA

SIG. TOPOGRAFICA

INVENTARIO

06673

135947

ÍNDICE GENERAL

Autores de este tomo	7
Presentación	9
Introducción. La regulación contractual en el Código Civil y Comercial de la Nación — <i>Carlos A. Gherzi</i>	11
Capítulo 1. El consumidor — <i>Celia Weingarten y Carlos Gherzi</i>	19
1. El consumidor, concepto y clasificación	22
2. El expuesto. Ley 26.361	25
3. Principio de progresividad y no regresividad	25
Capítulo 2. El proveedor — <i>Enzo Esteban Donato Brun</i>	27
1. Introducción	28
2. Concepto y regulación legal	31
3. La exclusión de los profesionales liberales	34
4. Obligaciones del proveedor	43
5. Asimetría de poder e información	45
6. La competencia de mercado frente a los consumidores	47
7. ¿El negocio de dañar?	47

Capítulo 3. Responsabilidad del Estado y protección de los consumidores— *Enzo Esteban Donato Brun*

1. Introducción.....	51
2. El deber de responder.....	52
3. Estado y responsabilidad.....	54
4. La cuestión en el Código Civil y Comercial.....	61
5. Ley 26.944: El camino de la irresponsabilidad estatal.....	71
6. Conclusiones.....	74

Capítulo 4. Los contratos de adhesión y las relaciones de consumo— *Carlos A. Gherzi*

1. Introducción.....	75
2. El derecho del consumo como modelo estructural y funcional.....	76
3. Un modelo socioeconómico y cultural.....	77
4. La funcionalidad y el dinero.....	78
5. Contenidos.....	79
6. Conclusión.....	79

Capítulo 5. Las cláusulas abusivas. Tratamiento en el Código Civil y Comercial de la Nación y la Ley 26.361 — *Luis Ignacio Nasso González*

1. Introducción.....	83
2. El consentimiento contractual a la luz del nuevo Código Civil y Comercial.....	85
3. Las cláusulas abusivas en el CCyC. Una doble regulación.....	90
4. El control de contenido. Efectos previstos. Nulidad parcial.....	108

Capítulo 6. Prácticas abusivas y trato digno en los contratos de consumo— *María de las Mercedes Sisterna*

1. Introducción.....	115
2. Marco contextual.....	117
3. Nuestro molino de viento, el mercado.....	121
4. Las condiciones de trato digno y equitativo en el CCyC.....	125
5. La codificación de las prácticas prohibidas en el Código fonal.....	129
6. La libre elección en el mercado de consumo. ¿Auténtica libertad?.....	142
7. Conclusión.....	145

Capítulo 7. La autoridad de aplicación en los contratos de adhesión: la parte general ausente de los contratos tipo — *Carolina Gauna*

1. Introducción.....	147
2. Aspectos metodológicos.....	149
3. Marco teórico.....	151
4. Una genealogía de la normativa relativa a los contratos de adhesión.....	155
5. La autoridad de aplicación en los contratos de adhesión.....	167
6. Conclusión.....	181

Capítulo 8. Carga de la prueba y presunciones a la luz de la ley 26.361 y del Código Civil y Comercial de la Nación — *Segundo Méndez Acosta*

1. Introducción.....	185
2. La historia y sus ejes conductivos.....	186
3. La conducta de las partes en el proceso.....	188
4. La carga de la prueba desde la ley 26.361 y el Código Civil y Comercial.....	192
5. Conclusión.....	213

Capítulo 9. El derecho a la información. El Código Civil y Comercial de la Nación y la Ley de Defensa del Consumidor — *Graciela Lovece*

1. Introducción.....	217
2. El desequilibrio funcional del mercado y la integración normativa.....	221
3. La CN y la sistematización de los derechos de los consumidores.....	225
4. El control de la información como ejercicio de poder en la relación.....	227
5. La obligación legal de información del proveedor.....	231
6. La información, la prevención y la seguridad.....	233
7. Las empresas y su comportamiento en el mercado.....	234
8. El íter negocial y el proceso informativo.....	238
9. El incumplimiento de la obligación de informar.....	241
10. El "in dubio pro consumidor".....	245
11. La obligación de informar y sus aspectos probatorios.....	246
12. Las relaciones de consumo, el daño moral y los daños punitivos.....	249
13. Conclusión.....	252

Capítulo 10. La información en resguardo de los derechos del paciente.**Consentimiento informado o asentimiento informado — Gabriela Nucciarone**

1. Introducción	255
2. Los distintos sujetos participantes y sus vinculaciones	257
3. La obligación de informar en el campo de derecho de salud	260
4. El consentimiento informado en el CCyC y en la Ley del paciente.....	266
5. El consentimiento informado y la dispensa de responsabilidad.....	270
6. Conclusión.....	271

Capítulo 11. La regulación jurídica de la publicidad — Graciela Lovece

1. Introducción	273
2. El consumidor como eje del negocio publicitario.....	276
3. La publicidad como fuente de vínculos jurídicos socialmente típicos.....	278
4. La regulación jurídica de la publicidad en la Ley 26.522.....	281
5. La regulación de la relación y los contratos de consumo en el CCyC	285
6. Las precisiones, la publicidad y la oferta contractual	296
7. La prestación debida y la formación del asentimiento.....	300
8. El Código Civil y Comercial y la publicidad ilícita	303
9. La responsabilidad objetiva y solidaria por los engaños publicitarios	304
10. La reparación del daño moral y la aplicación de los daños punitivos.....	306
11. La actividad publicitaria desleal y la afectación de los competidores	308
12. Conclusiones	312

Capítulo 12. Los principios generales del derecho del consumo y la responsabilidad profesional — Celia Weingarten - Carlos A. Ghersi

1. Introducción	313
2. El profesional como actividad privada y como organización empresarial ..	314
3. La obligación de brindar información conforme al receptor del servicio.....	315
4. Prevención de riesgos	317
5. La generación de confianza/apariencia como valor en el mercado.....	318
6. La seguridad como valor central para el usuario de los servicios.....	319
7. El trato digno como modelo de comportamiento del profesional.....	320
8. No realización de prácticas abusivas.....	321
9. No incorporación sorpresiva de cláusulas abusivas	322
10. Responsabilidad solidaria en caso de organización empresarial	323

11. La presunción a favor del usuario de servicios profesionales	324
12. La obligación de aportar prueba por el proveedor de servicios.....	325
13. Conclusión.....	325

Capítulo 13. Los abogados, la ley 26.361 y el Código Civil y Comercial de la Nación — Carlos A. Ghersi

1. Introducción	327
2. La función de asesoramiento.....	328
3. Derechos de los profesionales y obligaciones de sus clientes	329
4. Las obligaciones de los profesionales de la abogacía.....	329
5. Las nuevas situaciones y la información sobre riesgo al cliente	331
6. La responsabilidad contractual de los profesionales	333
7. La carga de la prueba del usuario-cliente y el profesional.....	334
8. Conclusión.....	335

Capítulo 14. Médicos: en profesión liberal y como médicos de cartilla

— Nidia Solignac

1. Introducción. La protección de la salud.....	337
2. El contrato de prestación de servicios médicos	338
3. La formulación del contrato médico	339
4. La prestación médica y el derecho del consumidor	340
5. Médico en profesión liberal y como médico de cartilla.....	346
6. Corolario	351

Capítulo 15. Condiciones de la oferta pública. La Ley de Defensa del Consumidor y el Código Civil y Comercial — Pablo Bagalá.....

1. Introducción	353
2. La oferta. Normativa general.....	355
3. La oferta en la Ley de Defensa del Consumidor	359
4. Los efectos de la publicidad.....	362
5. Incumplimiento de la obligación	365
6. Modalidades especiales de contratación en el Código Civil y Comercial	366
7. Conclusión	370

Capítulo 16. Contenido del documento de venta. Ley de Defensa del Consumidor y Código Civil y Comercial de la Nación — Pablo Bagalá	
1. El derecho a la información que poseen los consumidores y usuarios.....	371
2. El deber de información en el Código Civil y Comercial.....	376
3. El documento de venta. Su régimen legal.....	376
4. El primigenio artículo 10 en la Ley 24.240.....	378
5. La reforma de la Ley 26.361. Las modificaciones al art. 10 de la Ley 24.240..	379
6. Análisis del contenido del documento de venta. Objetivo de la norma.....	380
7. Las sanciones del artículo 47.....	387
8. Utilización de medios electrónicos y documento de venta.....	388
Capítulo 17. Vicios redhibitorios. Ley de Defensa del Consumidor y Código Civil y Comercial de la Nación — Mónica Hise	
1. Introducción.....	389
2. Regulación legal. Conceptualización.....	390
3. Ampliación convencional de la garantía.....	393
4. Exclusiones de la responsabilidad por defectos ocultos.....	394
5. Plazo para el ejercicio de las acciones.....	397
6. Régimen de las acciones. Defecto subsanable.....	400
7. Pérdida o deterioro de la cosa.....	402
Capítulo 18. Servicio técnico. Certificados de garantía. Prolongación de garantía. Reparaciones no satisfactorias — Mónica Hise	
1. Introducción.....	403
2. Cuadro sinóptico de los artículos 11 a 17.....	404
3. Servicio técnico.....	405
4. Certificados de garantía.....	407
5. Prolongación del plazo de la garantía.....	408
6. Reparaciones no satisfactorias.....	408
7. Responsabilidad solidaria del fabricante y del servicio oficial.....	409
Capítulo 19. La regulación en autopistas y redes viales — Celia Weingarten	
1. Introducción.....	411

2. Las relaciones entre el Estado y las empresas concesionarias de peaje.....	413
3. El Estado y la obligación de seguridad e indemnidad frente a los usuarios.....	414
4. El servicio de uso de corredores viales y la obligación de seguridad.....	417
5. Los distintos supuestos de responsabilidad y la jurisprudencia.....	419
6. La conexidad contractual.....	425
7. La ley de responsabilidad del Estado 26.944.....	427
8. Conclusión.....	428
Capítulo 20. Contrato de telefonía celular — Mara Vignola	
1. Introducción.....	429
2. Primera aproximación.....	431
3. Partes del contrato.....	437
4. Objeto.....	442
5. Clasificación del contrato.....	442
6. Obligaciones de las partes.....	451
7. Código Civil y Comercial de la Nación. Normas aplicables.....	457
8. Extinción del contrato.....	461
9. Conclusión.....	462
Capítulo 21. Ventas domiciliarias y fuera de los lugares propios de comercialización. Compatibilización entre la Ley 26.361 y el Código Civil y Comercial de la Nación — Néliida Graciela Vázquez	
1. Compras a distancia o fuera del establecimiento.....	465
2. Marco normativo nacional.....	470
3. Información en los contratos a distancia/fuera del comercio.....	477
4. Lugar de cumplimiento.....	481
5. El derecho de revocación.....	482
6. Imposibilidad de devolución.....	491
7. Excepciones de revocación.....	492
8. Conclusión.....	493
Capítulo 22. Las ventas por Internet. Coordinación entre la Ley 26.361 y el Código Civil y Comercial de la Nación — Leonel Javier Ciliberto	
1. Introducción.....	495

2. Su ubicación en el CCyC	495
3. Disposiciones relativas a los contratos por adhesión y cláusulas abusivas	496
4. Modalidades ¿especiales?	497
5. Concepto adoptado por el CCCN y otras definiciones	498
6. Equiparación a la forma escrita	499
7. El deber de información específico	501
8. La oferta en las ventas por internet	503
9. La dificultad probatoria en la contratación electrónica	509
10. La conexidad contractual y los contratos electrónicos	511
11. Lugar de cumplimiento y jurisdicción	513
12. El derecho <i>irrenunciable</i> de retractación de la aceptación	515
13. Gastos nulos para el consumidor al retractar su aceptación	518
14. Responsabilidad de los portales de venta	518
15. Publicidad y responsabilidad en las redes sociales	526
16. Posibilidad de aplicación plena del daño directo y del daño punitivo	528
17. Conclusión	530

Capítulo 23. Tarjeta de crédito — *Diego Hernán Zentner*

1. Función económica	531
2. Descripción del sistema y sujetos intervinientes	532
3. Régimen legal	533
4. Conceptualización: tarjetas de crédito, de compra y de débito	535
5. Caracteres del contrato	536
6. Obligaciones de las partes	538
7. Efectos particulares	541
8. Cláusulas abusivas en el contrato de emisión	554
9. Aplicación de daño punitivo a emisores de tarjetas	558
10. Prescripción	558
11. Extinción del contrato	559

Capítulo 24. El sobreendeudamiento como situación crítica

— <i>Carlos A. Gherzi</i>	561
1. Introducción	561
2. Las causas y características económicas de los consumidores	562
3. La inducción al consumo por empresas y políticas de Estado	564

4. Las acciones preventivas del sobreendeudamiento	566
5. Conclusión	569

Capítulo 25. Contratos de turismo — *Juan Martín Brun*

1. Introducción	571
2. La relación de consumo en los contratos de turismo	573
3. El contrato de viaje	576
4. El contrato de hospedaje	588
5. Deber de seguridad	593
6. El deber de información	595
7. El deber de consejo en los contratos de turismo	597
8. Consideraciones finales	598

Capítulo 26. Los derechos de los usuarios en la transportación aérea

— *Alejandra Waller*

1. El consumidor de transportación aérea	601
2. La compra de pasajes a las aerolíneas. Modalidades	604
3. Pasaje o billete	606
4. Pacto de Varsovia	606
5. Código Aeronáutico	607
6. Equipaje	607
7. Ley de defensa de los consumidores	612
8. Conclusión	616

Capítulo 27. Aplicación de sanciones en la Ley de Lealtad Comercial

— *Graciela Lovece*

1. Introducción	617
2. Los aspectos esenciales regulados por la ley 22.802	619
3. La Autoridad de Aplicación y la regulación de la actividad económica	629
4. El procedimiento administrativo	632
5. Las facultades sancionatorias y la cuantificación de la multa	636
6. La función disuasiva de la publicación de la sentencia	640
7. La resolución condenatoria y la acción recursiva	642
8. El plazo de prescripción de la acción. Criterios para su cómputo	644
9. Conclusión	645

GHERSI - WEINGARTEN (Directores)
ÁLVAREZ LARRONDO - RODRÍGUEZ (Coordinadores)

CONSUMIDORES Y USUARIOS: CÓMO DEFENDER SUS DERECHOS

- Responsabilidad del Estado y protección de los consumidores
- Contratos de adhesión • Cláusulas y prácticas abusivas • Carga de la prueba
- Derecho a la información • Responsabilidad profesional • Abogados
- Médicos • Contenido del documento de venta • Vicios redhibitorios
- Servicio técnico, certificados de garantía • Autopistas y redes viales
- Telefonía celular • Ventas domiciliarias y por Internet • Tarjeta de crédito
- Turismo • Transporte aéreo • Sanciones en la Ley de Lealtad Comercial • Daño punitivo • Astreintes • Reparación de daños en la ley 26.993 • Conciliación obligatoria
- Medio ambiente • Seguros • Delitos • Daños por cortes de energía eléctrica • Daños al grupo familiar o social • Acciones colectivas • Jurisprudencia sistematizada

CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL DE LA NACIÓN. LEY 26.361. ORDEN PÚBLICO.
PRINCIPIO DE PROGRESIVIDAD Y NO REGRESIVIDAD

II

NOVA TESIS
EDITORIAL JURÍDICA

CORTE SUPREMA
BIBLIOTECA

SIG. TOPOGRAFICA

INVENTARIO

C.6674

135969

ÍNDICE GENERAL

Autores de este tomo	7
----------------------------	---

Capítulo 28. La aplicación de sanciones. Ley de Defensa del Consumidor 26.361

— *Mariela A. Tomassino*

1. Introducción	9
2. El régimen sancionatorio de la Ley 24.240 y la reforma de la Ley 26.361	11
3. El art. 49 de la Ley 24240: la aplicación y graduación de las sanciones	24
4. Las nuevas sanciones creadas por la Ley 26.361: el daño directo y el daño punitivo... ..	29
5. La nueva justicia del consumo y las sanciones incorporadas por la ley 26.993	38
6. Relación con el Código Civil y Comercial	48

Capítulo 29. El daño punitivo en el Código Civil y Comercial de la Nación y la Ley 26.361 — *Sabrina Buccheri*

1. Introducción	57
2. La ley 26.361 y la incorporación de los daños punitivos a la legislación vigente	58
3. Conceptualización, naturaleza jurídica y funciones de la multa civil	60
4. Los presupuestos de aplicación: ¿interpretación literal o integrativa?	63
5. Distintas teorías sobre la procedencia de la aplicación de los daños punitivos	69
6. La aplicación de los daños punitivos en nuestro derecho	73
7. Los daños punitivos en el derecho extranjero	83
8. Los daños punitivos en el Proyecto de Reforma del Código Civil y Comercial	85
9. Conclusión	89

Capítulo 30. Sanciones conminatorias o astreintes — Valeria Bettina Blanco	
1. Concepto y fundamento	91
2. Sanciones conminatorias y Ley de Defensa del Consumidor	98
3. Las astreintes en el Código Civil y Comercial	105
4. El Estado y las sanciones conminatorias	106
5. Conclusión	109
Capítulo 31. El sistema de reparación de daños de la Ley 26.993 — Carlos A Ghersi	
1. Introducción	111
2. Conciliación obligatoria	112
3. Los auditores	113
4. Los Tribunales de Consumo	115
5. Conclusión	116
Capítulo 32. Conciliación obligatoria — Élica Susana Lombardi	
1. Introducción	117
2. Antecedentes	118
3. El nuevo sistema para la resolución de conflictos en consumo	124
4. Legitimación activa	130
5. Legitimación pasiva	131
6. Características del procedimiento	132
7. Inicio del procedimiento	138
8. Notificaciones	139
9. Audiencias. Actas	140
10. La ausencia del abogado en la conciliación	141
11. Acta final. Acuerdo. Homologación. Observaciones	143
12. Conclusión sin acuerdo. Información. Sanciones	144
13. Honorarios de los conciliadores	146
14. Interrupción de la prescripción	147
Capítulo 33. El derecho del consumo y medio ambiente — Romina L. Pignataro	
1. El derecho del consumo y la tutela del medio ambiente	149
2. Crecimiento económico y desarrollo sustentable: dos conceptos diferentes	155
3. La sinergia entre ambas disciplinas. Algunas relaciones directas	163
4. Principio precautorio y preventivo. La función preventiva en el CCyC	171
5. Conclusión: certezas y aspiraciones sobre ambos campos reguladores	176


Capítulo 34. Consumidores de seguros — Waldo Sobrino	
1. Introducción	179
2. La Ley de Defensa del Consumidor	182
3. Los consumidores de seguros	185
4. Los asegurados como consumidores de seguros	187
5. Las empresas aseguradas como consumidores de seguros	188
6. Las víctimas de accidentes de tránsito como consumidores de seguros	191
7. El diálogo de fuentes	194
8. Aplicación de normativa consumerista a los seguros a través del CCyC y la LDC	196
9. Las modificaciones a la Ley de Seguros por el CCyC y la LDC	200
10. El bloque legal de derecho de consumo	201
11. Conclusiones	222
Capítulo 35. Delitos en las relaciones de consumo — Andrea Giselle Torres Sampedro	
1. Introducción	223
2. El Derecho Penal en el sistema de sanciones del Derecho Público	230
3. Delitos en las relaciones de consumo	235
Capítulo 36. Daños producidos por los cortes de energía eléctrica — Jorge Luis Bilbao	
1. Introducción	249
2. Casuística	252
3. La prestación del servicio de energía eléctrica como obligación de resultado	253
4. La presunción del art. 30 LDC y el régimen de la responsabilidad civil	255
5. Las eximentes de responsabilidad	256
6. Cuestiones dudosas	259
7. Otras disposiciones que alcanzan la prestación del servicio	260
8. Palabras finales	261
Capítulo 37. Daños producidos al grupo "familiar o social", una perspectiva teniendo en consideración el Código Civil y Comercial — Jorge Luis Bilbao	
1. Introducción	263
2. Los consumidores equiparados	264
3. La responsabilidad civil unificada	268
4. La legitimación para el resarcimiento del daño moral (daños no patrimoniales)	270
5. Conclusión	272
Capítulo 38. El coste y las acciones colectivas — Carlos Ghersi	
1. Introducción	273

2. Los modelos de acciones colectivas 274
3. Algunas cuestiones jurisprudenciales de importancia 274
4. Conclusión 277

Jurisprudencia sistematizada — Silvia Ippolito

1. Los derechos del consumidor 279
2. La contratación por adhesión y las relaciones de consumo 300
3. Información y publicidad 321
4. Servicio de profesionales 368
5. Oferta y documento de venta 423
6. Usuarios de servicios públicos 463
7. Ventas por internet 467
8. Operaciones de crédito 509
9. Relaciones de turismo 529
10. Aplicación de sanciones 558
11. Derecho procesal y consumo 591
12. Relaciones del derecho del consumo con otras disciplinas 629
13. Daños al consumidor 629

Se terminó de imprimir el 13 de noviembre de 2015
en MARTÍNEZ IMPRESIONES

REG.	MBS
CAT.	GMCD
CLASIF.	GMCD
CLASIF. ANAL.	

656

26 FEB. 2016