

GABRIEL STIGLITZ Y CARLOS A. HERNÁNDEZ

Directores

TRATADO DE DERECHO DEL CONSUMIDOR



TOMO I

PARTE GENERAL
RELACIONES DE CONSUMO
PRÁCTICAS COMERCIALES



MIGUEL ÁNGEL CIURO CALDANI

AÍDA KEMELMAJER DE CARLUCCI

JORGE MOSSET ITURRASPE

JULIO ÁLVAREZ RUBIO - MARIANA BERNAL FANDIÑO

ARTURO CAUMONT - SANDRA A. FRUSTAGLI

CARLOS A. HERNÁNDEZ - WALTER KRIEGER

CLAUDIA LIMA MARQUES - NOEMÍ L. NICOLAU

FEDERICO ALEJANDRO OSSOLA - GILLES PAISANT

MARCELO CARLOS QUAGLIA - FULVIO G. SANTARELLI

ALFREDO MARIO SOTO - GABRIEL STIGLITZ

RUBÉN S. STIGLITZ

Autores

THOMSON REUTERS

LA LEY

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PRÓLOGO.....	XI

PRIMERA PARTE

PARTE GENERAL RELACIONES DE CONSUMO

CAPÍTULO I EL DERECHO DEL CONSUMIDOR

I.1

EL DERECHO DEL CONSUMIDOR: HORIZONTES FILOSÓFICOS. SU ENCUADRAMIENTO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA "TEORÍA GENERAL DEL DERECHO" DIÁLOGO CON EL DERECHO CIVIL Y EL DERECHO COMERCIAL. SU CARÁCTER INTERDISCIPLINARIO

POR MIGUEL ÁNGEL CIURO CALDANI

I. El derecho del consumidor.....	5
II. El derecho del consumidor.....	18
1. En la Teoría General del Derecho referida a lo común.....	18
1.1. El mundo jurídico en general.....	18
a) Dimensión sociológica.....	18
b) Dimensión normológica.....	24
c) Dimensión dialógica.....	29
1.2. Las especificidades del mundo jurídico.....	34
III. Conclusión.....	37

I.2

**EL DERECHO DEL CONSUMIDOR FRENTE AL FENÓMENO
DE LA GLOBALIZACIÓN Y LA INTERNACIONALIDAD:
PERSPECTIVAS GENERALES. LA “LEX MERCATORIA”
Y EL DERECHO DEL CONSUMIDOR. LAS NORMAS
DE DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO**

POR ALFREDO MARIO SOTO

I. El derecho del consumidor frente al fenómeno de la globalización y la internacionalidad: perspectivas generales.....	39
II. La <i>lex mercatoria</i> y el derecho del consumidor.....	40
III. Las normas de derecho internacional privado	41
1. Introducción	41
2. Soluciones, métodos y complejo axiológico para los casos de consumo internacionales.....	42
3. Calificaciones.....	44
3.1. Calificación contractual.....	45
3.1.1. Jurisdicción internacional.....	45
3.1.2. Derecho aplicable	48
3.2. Calificación no contractual.....	56
3.2.1. Jurisdicción internacional.....	56
3.2.2. Derecho aplicable	57
3.3. Calificación como derecho real.....	58
3.4. El orden público internacional y la cláusula de excepción o de escape.....	59
IV. Conclusiones	61

I.3

**LA EMPRESA Y LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR
DOCTRINA ESENCIAL**

POR JORGE MOSSET ITURRASPE

I. El derecho del consumidor: ¿autonomía o dependencia?	63
II. La unificación de las obligaciones y contratos y el derecho del consumidor	63
III. ¿Es extraño el derecho empresario o de la empresa? Su pertenencia al derecho civil.....	64

	Pág.
V. La "descodificación" del derecho empresario. Su desregulación. El temor a la parte general de los contratos. Las supuestas notas distintivas de la contratación empresaria	65
VI. Normas liberales y normas solidarias. La priorización de los usos empresarios. Los hábitos de contratación propios del "common law"	67
VII. Las razones del difícil acomodamiento entre el derecho empresario y el derecho del consumidor	67
VIII. Los interrogantes finales.....	68

I.4

EL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN EL DERECHO COMPARADO DE OCCIDENTE

1.4.1

LOS PUNTOS DESTACABLES DE LA PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES EN EL DERECHO FRANCÉS

POR GILLES PAISANT

I. Introducción	73
II. Aspectos técnicos	75
1. Un derecho codificado	75
1.1. Luces.....	75
1.2. Sombras.....	76
2. Un derecho armonizado	78
2.1. Una tendencia hacia la uniformización europea.....	78
2.2. Los inconvenientes de la ilusoria uniformización europea.	79
III. Aspectos prácticos.....	81
1. Un derecho complejo	81
1.1. La inflación normativa	81
1.2. La religión del detalle	82
2. Un derecho insuficientemente efectivo.....	83
2.1. Situación actual	83
2.2. Remedios posibles.....	84

I.4.2

**EL DERECHO DEL CONSUMO EN EL BGB ALEMÁN
Y EN EL DERECHO ANGLOSAJÓN**

POR WALTER KRIEGER

I. Comparaciones	87
II. La introducción de los derechos del consumidor en el Código Civil y Comercial de la Nación. El sistema argentino. Diferencias con el BGB alemán	87
III. El BGB alemán. Técnica legislativa	89
IV. Tutela de los derechos del consumidor en los contratos de consumo en el BGB.....	91
V. El sistema de tutela del consumidor en el <i>common law</i>	93

I.4.3

LA EXPERIENCIA ESPAÑOLA EN DERECHO DE CONSUMO

POR JULIO ÁLVAREZ RUBIO

I. Origen y evolución del derecho de consumo en España	97
1. La Constitución Española de 1978 y su influencia en la conformación del sistema nacional de protección al consumidor	98
2. Las primeras manifestaciones normativas específicas.....	103
3. La adaptación al derecho comunitario de consumo	106
II. Régimen jurídico	111
III. Situación actual: la crisis económica y su incidencia en el nivel de protección de los consumidores y usuarios	116
1. La superación de la armonización de mínimos como planteamiento perjudicial e interesado.....	116
2. La importancia de la información a proporcionar en el momento previo a la perfección del contrato. Casuística y planteamiento ...	123
2.1. La presentación del mensaje publicitario	124
2.2. La información precontractual en la comercialización de productos financieros complejos: el caso de las participaciones preferentes	126
3. La crisis inmobiliaria y su repercusión para los consumidores.....	131

	Pág.
3.1. Ejecuciones hipotecarias y desahucios	131
3.2. Las "cláusulas suelo"	133
3.3. Insuficiencia de los mecanismos judiciales y extrajudiciales.....	134
3.4. Otras cuestiones	136
IV. Perspectivas de futuro.....	139

I.4.4

LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR EN BRASIL. DIÁLOGO DE FUENTES

POR CLAUDIA LIMA MARQUES

1. Diálogo entre el Código de Defensa del Consumidor y el nuevo Código Civil: "El diálogo de las fuentes"	144
1. Los tres tipos de diálogos posibles entre el CDC y el Código Civil 2002 y la superación del "conflicto" por el diálogo entre fuentes ..	148
2. Diálogo sistemático de complementariedad y subsidiariedad: entrada en vigencia del Código Civil 2002 y la no derogación del CDC por dicho Código	151
2.1. De la convergencia de principios y de la divergencia de campos de aplicación subjetivos.....	151
2.2. Campo de aplicación colectivo del CDC y convergencia del campo de aplicación material entre el CDC y el Código Civil 2002	153
2.3. La no derogación expresa o tácita del CDC por el Código Civil 2002: protección del consumidor como tema no incorporado y reglas sobre el orden subsidiario de aplicación de las normas en "diálogo"	157
2.3.1. Relaciones de consumo como tema "no incorporado" del Código Civil 2002.....	157
2.3.2. Las nuevas normas específicas sobre el "orden" subsidiario y complementario de aplicación del Código Civil 2002	159
II. Sistema general central y micro-sistemas en diálogo: especialidad, coordinación e influencias recíprocas.....	161
1. Coordinación entre la especialidad teleológica y jerárquica del CDC (<i>aequitas</i>) y la subsidiariedad del Código Civil 2002 (<i>aequalitas</i>): la función social de los contratos de consumo	162

	Pág.
1.1. Relaciones entre “iguales” (entre civiles y entre empresarios) y entre “diferentes” (entre consumidores y proveedores) en un campo compartido de aplicación material	163
1.2. Función y teleología diferentes en un campo convergente de aplicación material: una nueva oportunidad para la teoría finalista	166
2. El Código Civil 2002 como nueva base conceptual del CDC y las influencias recíprocas	170
2.1. Buena fe, abuso de derecho, contratos de adhesión y cláusulas abusivas en el Código Civil 2002 y en el CDC	170
2.2. Un diálogo de dos vías: la posible transposición del <i>Richterrecht</i>	177
III. Consideraciones finales	178

I.4.5

UNA PERSPECTIVA CRÍTICA SOBRE EL DERECHO POSITIVO DE LAS RELACIONES DE CONSUMO EN URUGUAY

POR ARTURO CAUMONT

.....	181
-------	-----

I.4.6

EL DERECHO DEL CONSUMO EN COLOMBIA: UNA VISIÓN CRÍTICA DE LA LEY 1480 DE 2011

POR MARIANA BERNAL FANDIÑO

I. Constitución y consumo	194
II. Garantías	196
III. Responsabilidad por daños ocasionados por producto defectuoso ...	198
IV. Información y publicidad	200
V. Cláusulas abusivas	202
1. La jurisprudencia sobre cláusulas abusivas en Colombia	203
2. Leyes sectoriales	204
3. El régimen de las cláusulas abusivas en el NEC	204
4. Sanción a las cláusulas abusivas	207
VI. Comercio electrónico	208
1. Neoformalismo protector	209

	Pág.
2. Seguridad y reversión del pago.....	210
3. Protección de niños y adolescentes	211
Derecho de retracto.....	212
Facultades jurisdiccionales de entidades administrativas.....	217
Protección al consumidor y contratación proactiva: el caso de la CRC.....	219
Conclusiones	220
Bibliografía.....	221

I.5

LA CONSTITUCIONALIZACIÓN DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR. LA EXPERIENCIA ARGENTINA

POR GABRIEL STIGLITZ

El consumidor en la reforma constitucional.....	225
El texto del art. 42 CN	226
Derecho constitucional comparado	227
Relevancia de la constitucionalización	227
Relación con otras hipótesis de constitucionalización. Nuevos derechos y garantías. Derechos de incidencia colectiva	228
La constitucionalización del derecho privado, el Código Civil y Comercial de la Nación y la defensa del consumidor	229

I.6

EVOLUCIÓN DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN ARGENTINA

POR GABRIEL STIGLITZ

Sus orígenes	231
El alumbramiento de la ley 24.240, sus antecedentes y tensiones iniciales. Las sucesivas reformas legislativas. Integración normativa	232
Características del sistema legal.....	235
1. Normas de protección.....	235
1.1. Carácter de orden público de las normas de protección del consumidor.....	236
1.2. Regla de interpretación legal pro-consumidor	236

	Pág.
2. Normas específicas.....	237
3. Normas preventivas.....	238
4. Soluciones colectivas	239
5. Soluciones efectivas	240
5.1. Procedimientos administrativos	240
5.2. Acceso a la justicia.....	241
IV. Síntesis sobre el sistema legal.....	241
V. La importancia de la doctrina y de la jurisprudencia en el progreso del Derecho del Consumidor	242
1. Doctrina.....	242
2. Congresos y Jornadas	243
3. Jurisprudencia	245
4. Jurisprudencia progresiva, sobre responsabilidad por productos	250
4.1. Carácter restrictivo de la exoneración por causa ajena.....	250
4.2. Carácter restrictivo de la exoneración por culpa del consumidor	251
5. Indemnizaciones punitivas y discriminación	254
6. Lealtad comercial y publicidad engañosa	254
7. El activismo judicial y una “nueva neutralidad”	255

I.7

EL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN EL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL UNIFICADO. DIÁLOGO DE FUENTES

POR GABRIEL STIGLITZ

I. El derecho del consumidor en el Código Civil y Comercial: jerarquía, eficacia y estabilidad del sistema de protección jurídica.....	257
1. El avance progresivo. Jerarquía	257
2. Eficacia y estabilidad del sistema	259
3. El diálogo de fuentes	259
4. Fortalecimiento del principio protectorio	260
II. Las normas sobre defensa del consumidor, que a través del Código se incorporan al sistema de protección jurídica	261
1. Teoría general del contrato y contratos de consumo.....	262
2. Régimen general sobre responsabilidad civil, aplicable a los daños a consumidores.....	265

CAPÍTULO II
PRINCIPIOS DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR

II.1

**EL DESEQUILIBRIO RELACIONAL Y DEL ORDEN PÚBLICO
ECONÓMICO DE PROTECCIÓN. DEFENSA DEL CONSUMIDOR
Y REVALORIZACIÓN DE LOS PRINCIPIOS GENERALES
(CON ESPECIAL REFERENCIA A LA BUENA FE Y A LA PROTECCIÓN
DE LA CONFIANZA). LA EQUIDAD EN EL ÁMBITO
DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR**

POR MARCELO CARLOS QUAGLIA

I. Introducción	271
1. El marco normativo	271
2. El microsistema jurídico	273
3. El desequilibrio relacional y del orden público económico de protección	274
II. Los principios fundamentales de los contratos y vigencia dentro de la relación de consumo.....	276
1. El viejo mito de la igualdad contractual vs. el desequilibrio rela- cional	278
1.1. Los llamados pilares convencionales	280
1.1.1. La fuerza obligatoria del contrato	280
1.1.2. La fuerza obligatoria más allá (o más acá) del con- trato	283
1.2. Efecto relativo del contrato	285
1.3. El consensualismo.....	286
2. El principio de equidad.....	287
3. El principio de la confianza	289
3.1. El principio de la confianza en la relación de consumo.....	292
3.2. La confianza derivada.....	297
3.3. Breve colofón	299
4. La seguridad.....	300
4.1. La seguridad de orientación o de certeza del orden.....	302
4.2. La seguridad de realización o de certeza en la efectividad o de confianza en el orden.....	304
III. A modo de conclusión	308

II.2

**LOS PRINCIPIOS DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR
Y LOS DERECHOS FUNDAMENTALES**

POR GABRIEL STIGLITZ

I. Principios de preservación de la salud, el bienestar y satisfacción de necesidades esenciales	309
II. Principio de progresividad de los derechos económicos, sociales y culturales de los consumidores y usuarios.....	310
1. Derechos económicos, sociales y culturales	310
2. Principio de progresividad de los derechos económicos, sociales y culturales	311
III. Los principios del derecho del consumidor y los derechos humanos	311
1. La dignidad del consumidor como persona humana. La Constitución Nacional y el Código Civil y Comercial de la Nación	311
2. La Carta de la Organización de los Estados Americanos	312
3. La defensa del consumidor, como lucha contra la pobreza y el hambre	313
3.1. Derecho del consumidor y protección de los más necesitados.....	313
3.2. Políticas progresivas de defensa del consumidor	314

II.3

EL PRINCIPIO DE ACCESO AL CONSUMO SUSTENTABLE

POR GABRIEL STIGLITZ

I. Tutela del ambiente y del consumidor. Convergencias	317
II. La protección del medio ambiente en las normas del derecho del consumidor.....	318
III. El consumo y la sustentabilidad del medio ambiente.....	320
IV. Consumo no sustentable y depredación del ambiente.....	321
V. Los mecanismos para el consumo sustentable	323

CAPÍTULO III

III.1

IRRENUNCIABILIDAD DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

POR FEDERICO ALEJANDRO OSSOLA

I. La renuncia a los derechos en el Código Civil y Comercial de la Nación	331
1. Consideraciones generales	331
2. Caracterización	332
3. La regla general: renunciabilidad de los derechos. La excepción: que se encuentre involucrado el orden público.....	333
II. La cuestión en las relaciones de consumo. Anclaje normativo	335
1. La Constitución Nacional.....	335
2. El Código Civil y Comercial de la Nación	335
3. La ley 24.240	337
III. La irrenunciabilidad de los derechos del consumidor.....	338
1. Irrenunciabilidad y nulidad absoluta	338
2. La posibilidad de renunciar los derechos ya adquiridos.....	341
3. El ámbito en el que se desarrolla la problemática: la responsabilidad por incumplimiento obligacional	342
4. Una excepción sin excepciones: la irrenunciabilidad anticipada de los Derechos del Consumidor	343
5. Casos comprendidos en la categoría	343
6. La incidencia de la bilateralidad de la renuncia	347
IV. Colofón. ¿Es necesaria una norma general?	348
V. Bibliografía.....	349

CAPÍTULO IV

DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

IV.1

DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES. RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL. INCIDENCIA DE LOS TRATADOS

POR GABRIEL STIGLITZ

I. Los derechos esenciales del consumidor	353
---	-----

II. Reconocimiento internacional.....	Pág. 354
III. Sistema de derechos, garantías y deberes de las autoridades	356
IV. Incidencia de los Tratados internacionales	358

IV.2

LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN LA CONSTITUCIÓN NACIONAL

POR GABRIEL STIGLITZ

I. Derecho de acceso al consumo.....	361
1. Libertad de elección	361
2. No discriminación ni arbitrariedad	363
3. Acceso digno y equitativo	364
II. Derecho a la educación para el consumo	365
III. Derecho a la seguridad	368
1. Protección de la vida, la salud y la integridad psicofísica. Preven- ción de daños	368
2. Protección del medio ambiente	370
IV. Derecho a la información	370
V. Derecho a la protección de los intereses económicos	372
1. Calidad de los productos y servicios	372
2. Justicia contractual	373
2.1. Fuerza vinculante de la oferta al público y del contenido de la publicidad comercial	375
2.2. Técnicas de comercialización.....	375
2.3. Instrumentación y contenido de los contratos	375
2.4. Interpretación del contrato. Cláusulas abusivas.....	375
3. Compensación efectiva. Reparación de daños	376
VI. Derecho a la organización y participación.....	377
1. Organización.....	377
2. Participación	377
VII. Derecho de acceso a la solución de conflictos.....	378
1. Asesoramiento y asistencia.....	379
2. Acceso a la solución de conflictos	379

CAPÍTULO V**V.1****RELACIÓN DE CONSUMO**

POR CARLOS A. HERNÁNDEZ

I. Introducción	383
1. La relación de consumo como noción articuladora de la protección de los usuarios y consumidores. Vasos comunicantes entre la Constitución Nacional, la Ley de Defensa del Consumidor y el nuevo Código Civil	383
2. Fuentes	386
2.1. El contrato de consumo. Su tipificación en el Código Civil y Comercial	386
2.2. El contrato de consumo y el contrato por adhesión	390
2.3. Los actos jurídicos unilaterales y las prácticas o conductas de los proveedores	394
2.4. Los hechos ilícitos. Consumidor y responsabilidad civil	395
II. Concepto de Consumidor	402
1. El concepto de consumidor y usuario en la experiencia europea.	402
1.1. La cuestión de la persona jurídica como consumidor	406
1.2. El consumidor mixto	407
1.3. El consumidor particularmente vulnerable o subconsumidor. Su contraste con el consumidor medio	408
2. El concepto de consumidor y usuario en la experiencia argentina. El contexto latinoamericano y el nuevo Código Civil y Comercial	412
2.1. La unidad del concepto de consumidor: sus notas caracterizantes	412
2.2. El subconsumidor o consumidor particularmente vulnerable y su referencia a la categoría general	414
2.3. La tipificación de la categoría del consumidor en el nuevo Código y en la ley especial	416
2.4. La cuestión de las personas físicas y jurídicas alcanzadas y el destino final de lo adquirido. El consumidor mixto	419
2.5. El sujeto "expuesto" a la relación de consumo como categoría equiparada al consumidor	422
III. Concepto de proveedor	425
1. Alcance actual del concepto de consumidor: el diálogo entre el nuevo Código y la ley especial	425

	Pág.
2. Los profesionales liberales como proveedores de una relación de consumo: supuestos de excepción.....	428
3. El Estado como proveedor de una relación de consumo	431

SEGUNDA PARTE

PRÁCTICAS COMERCIALES

CAPÍTULO VI

VI.1

DERECHO DE LOS CONSUMIDORES Y DERECHO DE LA LIBRE COMPETENCIA DOCTRINA ESENCIAL

POR AÍDA KEMELMAJER DE CARLUCCI

I. Objetivos	437
II. El derecho de la libre competencia.....	442
1. Algunas nociones preliminares	442
1.1. Aclaración inicial.....	442
1.2. Competencia.....	443
1.3. Elementos competitivos	444
1.4. El monopolio y la posición dominante.....	445
1.5. Valoración de la libre competencia.....	448
1.6. Las conductas anticompetitivas y concurrencia desleal.....	448
2. Las formulaciones teóricas y los problemas de la realidad.....	449
2.1. Normas jurídicas y mercado.....	449
2.2. La necesaria imperfección de los mercados	450
2.3. La posibilidad de que la competencia fagocite a la competencia	451
2.4. La necesaria convivencia de elementos	452
2.5. Los países "en vías de desarrollo" y la carencia de toda protección	453
3. Las ideas económicas contenidas en el sistema constitucional argentino	454
4. La competencia y los derechos de la personalidad	457
5. La libre competencia y los sistemas políticos.....	461
6. La competencia leal y la desleal	463
6.1. El rol de los jueces	463

	Pág.
6.2. La idea básica.....	464
I. La interrelación entre las normas relativas a la defensa de los consumidores y las protectoras de la libre y leal competencia.....	465
1. Brevísimos datos históricos	465
2. La simbiosis normativa	465
2.1. De tipo fáctico.....	466
2.2. De tipo económico	466
2.3. De tipo jurídico	466
3. El apoyo doctrinal.....	468
4. Algunos datos de la ideología. El liberalismo clásico	469
5. La realidad y el derecho “intervencionista” de protección de los consumidores	470
6. Los derechos de los consumidores y la competencia real	471
7. Competencia desleal y publicidad.....	472
8. Libre competencia, derechos de los consumidores y derecho comunitario.....	474
II. Breves referencias a los lineamientos generales de la ley 25.156 de Defensa de la Competencia del 16/9/1999	477
1. Fuentes	477
2. Objetivos.....	478
3. Valoración general	478
4. Principales modificaciones.....	479
III. La nueva Ley de Defensa de la Competencia y la interrelación con el derecho de los consumidores.....	480
1. Normativa general	480
2. Algunas conductas especialmente reprimidas con impacto indiscutible sobre la situación de los consumidores	482
2.1. Acuerdos sobre precios.....	482
2.2. La política de precios depredatorios.....	488
2.3. El control sobre el desarrollo técnico.....	494
2.4. Negativa a vender	495
2.5. Impedir el acceso al mercado de terceros competidores.....	500
2.6. Cláusulas atadas o prestaciones vinculadas	501
2.7. Fusión de sociedades y adquisición hostil	505
IV. Conclusiones	507

CAPÍTULO VII**VII.1****NORMAS DEL MERCADO Y DERECHOS DEL CONSUMIDOR
UN ACERCAMIENTO A PARTIR DEL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL**

POR FULVIO G. SANTARELLI

I. Introducción	511
II. El derecho de la competencia y la competencia desleal.....	511
III. El derecho de la competencia y su evolución a la par del mercado....	513
IV. El ejercicio del poder de mercado.....	516
V. Las concentraciones económicas	520
VI. Lealtad comercial y protección al interés económico del consumidor.....	521
VII. El Código Civil y Comercial permeable a las situaciones patológicas del mercado	523

CAPÍTULO VIII**PUBLICIDAD COMERCIAL****VIII.1****LA INFLUENCIA DEL MARKETING Y LA PUBLICIDAD
EN LAS RELACIONES DE CONSUMO**

POR NOEMÍ L. NICOLAU

I. Introducción	527
II. Comunicación, información, marketing, publicidad.....	528
III. La publicidad. Diversas cuestiones jurídicas que plantea	536
1. Consideraciones generales	536
2. Clases de publicidad. Comparación con otras prácticas.....	537
3. El mensaje publicitario. Aspecto sociológico jurídico.....	540
4. Aspectos técnico jurídicos. El mensaje publicitario engañoso, comparativo y abusivo	543
5. La influencia del mensaje publicitario en el contrato de consumo	549
6. Mecanismos de tutela del consumidor frente a la publicidad.....	553

	Pág.
6.1. Mecanismos de tutela individual del consumidor frente a la publicidad	556
6.2. Mecanismos de tutela general de los consumidores.....	557
7. Otros modos de intervención del Estado en la publicidad comercial.....	561
IV. Conclusiones	562

CAPÍTULO IX

DEBER DE INFORMACIÓN

IX.1

DEBER DE INFORMACIÓN

POR RUBÉN S. STIGLITZ

I. El derecho a la información en la Constitución Nacional.....	565
II. El deber de información en la ley 24.240.....	566
1. La información como deber de conducta	566
2. La información como deber precontractual	568
3. Caracterización, propósito y fundamento del deber de informar ..	569
III. La información en el discurso neoliberal.....	571
IV. El deber de información en las diferentes etapas contractuales. Su regulación en el Código Civil y Comercial de la Nación	574
1. Contenido e importancia de la información	574
2. Período precontractual	575
3. Etapa de ejecución.....	575
V. Presupuestos del deber de información.....	576
1. Límites. Deber de informarse	577
2. Interpretación restrictiva del deber de informarse.....	582
3. Circunstancias externas al acreedor de la información	583
4. La carga de la prueba sobre el conocimiento de la información...	583
VI. Deber de información y defensa del consumidor	584
1. El diálogo entre el Código Civil y Comercial de la Nación y las leyes especiales.....	584
2. El deber de informar en el contrato de consumo.....	585
3. Efectos de la omisión de informar.....	587
4. Previsiones especiales.....	588

4.1. La información en relación a cosas y servicios riesgosos	Pág. 588
4.2. Información e identificación de mercaderías. Identificación engañosa. Responsabilidad por incumplimiento en la identificación	588

CAPÍTULO X

PRÁCTICAS COMERCIALES ABUSIVAS

X.1

PRÁCTICAS COMERCIALES ABUSIVAS

POR SANDRA A. FRUSTAGLI Y CARLOS A. HERNÁNDEZ

I. Las prácticas de comercialización: caracterización y licitud primaria	593
II. Panorama de la evolución de la regulación de las prácticas comerciales en el Derecho Nacional	595
III. Fuentes de regulación de las prácticas comerciales abusivas en el Derecho Nacional.....	599
IV. Tratamiento de las prácticas comerciales abusivas en el Código Civil y Comercial de la Nación. Articulación del diálogo con la Ley de Defensa del Consumidor	600
1. El ámbito de aplicación del régimen sobre prácticas abusivas.....	600
2. El trato digno: alcances y proyecciones. Diálogo con el art. 8° bis de la ley 24.240	606
2.1. La dignidad del consumidor como principio general	606
2.2. Las prácticas vergonzantes, vejatorias o intimidatorias como cláusula abierta de descalificación de prácticas abusivas lesivas de la dignidad	608
2.3. Los comportamientos abusivos en el reclamo de deudas ...	610
3. El trato equitativo y no discriminatorio	611
3.1. Alcances de la cláusula general.....	611
3.2. Prohibición de discriminación hacia los consumidores extranjeros	617
4. Libertad de contratar y las prácticas que afectan la libertad de elección del consumidor.....	618
4.1. La cláusula general.....	618
4.2. Supuestos especiales contemplados en el derecho nacional	621
4.2.1. Las llamadas "ventas atadas"	621

	Pág.
4.2.2. La publicidad engañosa.....	622
4.2.3. Las ofertas y envíos no solicitados.....	622
4.2.4. Las promociones mediante premios o regalos	625

V. Los remedios legales: tutela inhibitoria, resarcitoria y punitiva	628
--	-----

GABRIEL STIGLITZ Y CARLOS A. HERNÁNDEZ

Directores

TRATADO DE DERECHO DEL CONSUMIDOR



TOMO II

CONTRATOS DE CONSUMO
CRÉDITO Y SOBREENDEUDAMIENTO



NOEMÍ L. NICOLAU - RUBÉN S. STIGLITZ
STELLA M. ALOU - ALEJANDRO DALMACIO ANDRADA
MARÍA PAULA ARIAS - ARIEL C. ARIZA
SANDRA A. FRUSTAGLI - M. CONSTANZA GARZINO
SUSANA GUEILER - CARLOS A. HERNÁNDEZ
MARÍA BELÉN JAPAZE - FRANCISCO A. JUNYENT BAS
VICTORIA MUTILIENGO - GONZALO MARTÍN RODRÍGUEZ
C. GONZALO SOZZO - GUILLERMO P. TINTI
JULIETA B. TRIVISONNO - VALERIA VACCARO

Autores

THOMSON REUTERS

LA LEY

ÍNDICE GENERAL

Pág.

PRIMERA PARTE

NUEVO ORDEN CONTRACTUAL

CAPÍTULO XI

XI.1

RELACIONES DE CONSUMO. TEORÍA GENERAL Y NUEVO ORDEN CONTRACTUAL. CONTRATOS DE CONSUMO EN EL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL

POR RUBÉN S. STIGLITZ

I. Relación de consumo y contrato de consumo	5
1. El consumidor	6
2. El objeto	8
3. El nuevo orden contractual en el Código Civil y Comercial	9
II. Contratos de consumo y regímenes especiales	10
1. Técnicas de comercialización	10
2. Régimen aplicable a las propuestas no requeridas por el consumidor	12
3. Operaciones de venta a crédito: crédito al consumo y ventas a plazos	13
III. La información publicitaria y el contrato de consumo	14
1. Publicidad	14
2. Oferta y publicidad. Contenido del contrato	17
3. Oferta al público. Fuerza vinculante	22
IV. Protección del consumidor e instrumentación del contrato de consumo	23
1. El retorno al formalismo	23

	Pág.
2. Contenido del documento de venta.....	25
3. Los contratos de compraventa domiciliaria	27
4. Contenidos imperativos en las operaciones de venta a crédito.....	29
V. Contratos de consumo y garantías.....	29
VI. Contratos de servicios de consumo	31

SEGUNDA PARTE

MORIGERACIÓN DE LA FUERZA VINCULANTE

CAPÍTULO XII

XII.1

CONTRATOS POR ADHESIÓN

POR RUBÉN S. STIGLITZ

I. El contrato por adhesión. Noción y caracteres esenciales.....	39
1. Noción	39
2. Caracteres esenciales	40
II. El contrato por adhesión, riesgos y controles	42
1. El estado de compulsión y las alternativas de que dispone el consumidor	42
2. Ausencia o imposibilidad de controles recíprocos. El contrato discrecional y los controles endógenos	43
3. La necesidad del ejercicio del control desde "afuera" del contrato. Contenido del control exógeno	44
III. La formación del contrato por adhesión	45
IV. Naturaleza jurídica de las cláusulas predispuestas	48
1. Importancia de la cuestión. Tesis normativa.....	48
2. <i>Quid</i> de las condiciones generales aprobadas por la autoridad de control.....	49
3. Crítica a la tesis normativa.....	50
4. Tesis contractualista	51
V. Contrato por adhesión y control administrativo previo.....	54
1. Régimen vigente en la Ley de Defensa del Consumidor	54
2. Razones que justifican el control administrativo	56
VI. El contrato por adhesión en el Código Civil y Comercial de la Nación.....	58

	Pág.
1. Definición de “contratos por adhesión” y requisitos de las “cláusulas generales predispuestas”. Las “cláusulas particulares”	58
1.1. Contratos celebrados por adhesión a cláusulas generales predispuestas.....	59
1.2. Requisitos de los contratos por adhesión	59
1.3. Las cláusulas particulares. Noción	61
2. Directivas de interpretación específicas de los contratos por adhesión. Las cláusulas ambiguas.....	63

XII.2

CLÁUSULAS ABUSIVAS

POR RUBÉN S. STIGLITZ

I. Cláusulas abusivas. Concepto	67
1. Ámbito de aplicación	67
2. Definición de cláusulas abusivas en el régimen de defensa del consumidor	67
II. Cláusulas abusivas en el Código Civil y Comercial	69
1. <i>Quid</i> en los contratos por adhesión y de consumo	69
2. Cláusulas abiertas en el Código Civil y Comercial de la Nación....	71
III. Cláusulas sorpresivas	74
1. Noción. El texto en el Código Civil y Comercial	74
2. Caracteres y control sobre las cláusulas sorpresivas	76
IV. Definiciones de cláusula abusiva.....	78
1. De fuente doctrinaria	78
2. De fuente legal. Directiva 93/13 de la Unión Europea.....	79
3. Francia, España, Portugal, Italia, Alemania, Brasil	79
V. Caracteres de la cláusula abusiva	82
1. Criterios para su aplicación	82
2. Concepción amplia. El desequilibrio significativo	83
3. Concepción restrictiva	85
4. Caracteres comunes a las concepciones amplia y restrictiva	86
4.1. Que su contenido constituya una infracción a las exigencias de la buena fe	86
4.2. Que el desequilibrio sea relevante o significativo.....	89
5. El desequilibrio significativo y algunas caracterizaciones normativas	90

	Pág.
VI. Las cláusulas que desnaturalizan el vínculo contractual. Aplicaciones jurisprudenciales	91
VII. Precisiones conceptuales	94
1. Cláusulas excluidas de la calificación de abusivas	94
2. Necesidad de no confundir el contrato por adhesión con la cláusula abusiva ni con la cláusula desconocida	95
VIII. Criterios de enunciación de cláusulas abusivas	96
1. Visión comparatista	96
2. Directiva de la Unión Europea. Legislación de los países miembros	100
IX. El control administrativo previo	101
1. Razones del control sobre las cláusulas abusivas	101
2. Visión comparatista. Régimen en la Ley de Defensa del Consumidor. El Código Civil y Comercial	104
X. Control judicial	106
1. Efectos: la nulidad parcial. La integración del contrato	106
2. Sentido y alcance de las frases "Se tienen por no convenidas" o "Se deben tener por no escritas" o "Quedan sin ningún valor" o "No producen efecto alguno"	110
2.1. Régimen de autonomía ante el juez	111
2.2. Objeciones y régimen que afirma la nulidad de la cláusula "reputada no escrita"	112
XI. La cláusula abierta	113
1. Noción y finalidad	113
2. Sistemas aplicables en el derecho comparado	113
3. Casuística	115
4. Sistema implementado en la Argentina	116

XII.3

CONTRATOS CELEBRADOS FUERA DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES Y CONTRATOS A DISTANCIA

POR RUBÉN S. STIGLIZ

I. Estado anterior a la entrada en vigencia del Código Civil y Comercial de la Nación	119
1. Una técnica de comercialización: la venta domiciliaria	119
2. Ofertas fuera de los establecimientos comerciales u oferta domiciliaria	121

	Pág.
3. La venta fuera de los establecimientos comerciales. La venta domiciliaria. Noción	121
4. La venta fuera de los locales comerciales y la Ley de Defensa del Consumidor (cont.). Venta a la distancia: venta por correspondencia. Noción	122
5. Régimen de la Ley de Defensa del Consumidor aplicable a todas las ventas fuera de los locales comerciales. Derecho del consumidor a revocar la aceptación. <i>Quid</i> del plazo	123
6. Contratos por sistemas informáticos	125
7. Contratos por sistemas informáticos (cont.). Atribución de la declaración negocial. Momento del perfeccionamiento.....	126
8. Criterios de atribución de la declaración de voluntad. La prueba del contrato electrónico	127
II. El tema en el Código Civil y Comercial de la Nación.....	129
1. Fuente. Definición	129
2. Ámbito de aplicación y personas involucradas. Contratos excluidos.....	130
3. Forma y facultad de retractación.....	131
4. Contratos celebrados a distancia. Definición legal.....	132
4.1. Fuente.....	132
4.2. Noción y caracteres	132
4.3. Diferencias con los contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales	133
4.4. Técnicas o modos de contratación a distancia	134
4.5. El deber de información	134
4.6. Ámbito subjetivo de aplicación.....	135
4.7. Ámbito objetivo. Iter formativo: oferta y aceptación	136
4.8. Formación del contrato. La oferta (cont.).....	137
4.9. Aceptación de la oferta. El silencio	137
4.10. Contratos excluidos.....	138
4.11. Incumplimiento del proveedor	139
4.12. Una práctica abusiva: el envío no solicitado	139
4.13. Ejecución del contrato	140
4.14. Utilización de medios electrónicos. Fuente. Forma. Momento y lugar de cumplimiento	141
4.15. La forma escrita es exigida a los fines probatorios	141
4.16. Información sobre los medios electrónicos	141
4.17. Fuente y denominación	142
4.18. El comercio electrónico. Definición.....	142

	Pág.
4.19. El comercio electrónico en el Código Civil y Comercial de la Nación. Fuente.....	143
4.20. La contratación con consumidores.....	144
4.21. Formación del contrato.....	144
4.22. Lugar de cumplimiento. Jurisdicción aplicable. Cláusula de prórroga de jurisdicción	145
5. Revocación del contrato. Plazo. Derecho irrenunciable	145
5.1. Fuente y consideraciones previas	146
5.2. Fundamento y ejercicio del derecho de revocación.....	146
5.3. Deber de informar el derecho a la revocación.....	147
5.3.1. Fuentes.....	148
5.3.2. Contenido de la disposición.....	148
5.4. Forma y plazo para notificar la revocación	149
5.4.1. Fuentes y plazo de la revocación	149
5.4.2. Forma	149
5.5. Efectos de la revocación.....	150
5.5.1. Fuente y consideraciones previas	150
5.6. <i>Quid</i> del contrato financiado.....	150
5.7. Imposibilidad de devolución.....	151
5.7.1. Fuente, principio general y excepciones.....	151
5.8. Los gastos efectuados por la retractación.....	152
6. Excepciones al derecho de revocar	152
6.1. Fuentes. Excepciones	153

TERCERA PARTE

AJUSTES AL PRINCIPIO DE EFICACIA RELATIVA

CAPÍTULO XIII

XIII.1

EFICACIA RELATIVA Y CONEXIDAD CONTRACTUAL

POR CARLOS A. HERNÁNDEZ

I. La conexidad contractual como instrumento de tutela del usuario o consumidor.....	159
II. El efecto relativo y la conexidad contractual en el nuevo Código Civil y Comercial. Su impacto sobre las relaciones de consumo	164
III. La regulación de la categoría de la conexidad contractual en el Código unificado	168

	Pág.
1. Concepto legal. Definición legal	169
1.1. Pluralidad de contratos	170
1.2. Conexión relevante	170
2. Fuentes generadoras	171
3. Efectos tipificados de la conexidad contractual	172
3.1. La interpretación contextual en los contratos conexos	173
3.2. El horizonte expansivo del deber de prevención del daño en las relaciones de consumo	174
3.2.1. Prevención, conexidad y prácticas abusivas	175
3.2.2. Prevención y conexidad en la obligación de seguridad.....	175
3.3. La suspensión del contrato en el contexto de la conexidad. Las excepciones de incumplimiento total, parcial o defectuoso	176
3.4. La cuestión de las acciones directas en el marco de las relaciones de consumo.....	180
3.4.1. Aportes para el reconocimiento de una solución general	180
3.4.2. Acciones expresamente reconocidas en el nuevo Código Civil y Comercial	182
3.5. Proyección de la ineficacia entre los contratos vinculados. El diálogo con el régimen de consumo	185
3.5.1. Ámbito de aplicación de la ineficacia prevista en el art. 36 de la Ley de Defensa del Consumidor	187
3.5.2. Arrepentimiento o revocación de la aceptación en los contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales o a distancia e ineficacia por conexidad.....	188
IV. La conexidad reconocida en las leyes especiales integradas al régimen de consumo	191
1. Sistema de tarjeta de créditos	191
2. Contrato de <i>leasing</i>	192
3. Sistema de tiempo compartido	192
4. El contrato de intermediación de viaje	193
V. La conexidad negocial: el problema de los títulos cambiarios integrados a relaciones de consumo	194
1. Tendencias doctrinarias	195
2. Líneas jurisprudenciales que van consolidándose	196
3. Pagarés de consumo, prácticas abusivas y debates en torno a la necesidad de una regulación especial	197
VI. Reflexión final	197

XIII.2**LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN LAS OPERACIONES DE CRÉDITO AL CONSUMO**

POR SANDRA A. FRUSTAGLI

I. La problemática del financiamiento para el consumo	199
II. El crédito al consumo como expresión de la conexidad contractual: descripción conceptual. El tratamiento de la cuestión en el Derecho europeo	203
III. La regulación del crédito al consumo en el Derecho nacional.....	207
1. El crédito al consumo y su consideración en la Ley de Defensa del Consumidor. La articulación con los principios del Código Civil y Comercial.....	207
2. Análisis del artículo 36 de la ley 24.240. Su integración con el Código Civil y Comercial	213
2.1. La regulación legal y sus carencias	213
2.2. El deber de información en la formación del contrato de crédito al consumo	217
2.3. Efectos derivados de la conexidad negocial en los contratos de crédito al consumo	219
2.4. La competencia en los conflictos atinentes a operaciones financieras de consumo	225
3. La garantía constituida en seguridad de operaciones financieras de consumo como "relación de consumo".....	227

XIII.3**EL "PAGARÉ DE CONSUMO"**

POR FRANCISCO A. JUNYENT BAS Y M. CONSTANZA GARZINO

I. Introducción	233
II. El planteo del tema.....	236
1. El acceso al crédito y la titulización de la relación de consumo	236
2. La distinción entre causa fuente e instrumentación del crédito....	237
III. El crédito para el consumo	238
IV. La instrumentación de las operaciones de crédito de consumo.....	241
1. El negocio subyacente y el libramiento de títulos de crédito.....	241
2. La doble documentación y sus consecuencias jurídicas.....	242
V. La convergencia normativa	243

	Pág.
1. La relación de consumo y el título de crédito.....	243
2. La divisoria de aguas en doctrina y jurisprudencia	244
VI. El deber de información como cuestión central en la problemática ..	245
1. Consideraciones generales en el derecho del consumo	245
2. La regulación de la información especializada en materia de contratos bancarios de consumo y otras normas especiales	246
VII. El esquema legal del art. 36 de la LDC.....	249
1. El contenido de la información “especial” para las operaciones de crédito para el consumo.....	249
2. Las sanciones ante incumplimiento	251
3. El deber de consignar la tasa de interés efectiva anual y la consecuencia de su imprevisión	251
4. Ineficacia de la operación de consumo cuando el préstamo no se perfecciona.....	252
5. Un deber específico del BCRA.....	253
6. La regla relativa a la competencia para resolver conflictos derivados de operaciones de crédito para consumo.....	253
VIII. Los títulos de crédito y la acción cambiaria	255
1. El carácter constitutivo del derecho incorporado.....	255
2. El proceso cambiario sustantivo.....	257
IX. Los principios cambiarios	258
1. Hacia una teoría general	258
2. Caracterización de la obligación cambiaria	259
3. En torno al alcance de la abstracción.....	260
X. La circulación de la obligación cambiaria cualquiera sea su soporte fáctico	262
XI. La integración normativa.....	264
1. Las particularidades del juicio de ejecución cambiaria	264
2. La articulación con la normativa procesal en los códigos de fondo.....	265
2.1. Un proceso material	265
2.2. El juicio ejecutivo cambiario	266
XII. La tutela del consumidor	267
1. Una protección constitucionalizada y de orden público.....	267
2. Una regulación que “atravesará” todo el ordenamiento jurídico.....	269
2.1. El alcance de la manda constitucional	269
2.2. La recepción del bloque de juridicidad en el Código Civil y Comercial de la Nación.....	271

	Pág.
3. La aplicación del régimen consumeril y los principios del derecho cambiario	272
XIII. La posibilidad de indagar la “causa” del pagaré	273
1. La abstracción del título de crédito y el derecho del consumo	274
1.1. Los argumentos de los magistrados de la mayoría	274
1.2. Las consideraciones de la minoría	278
1.3. La integración del sistema	278
XIV. La primacía del derecho del consumidor	279
1. Un diálogo de fuentes para articular el esquema normativo	279
2. La calidad de las partes y la relación de consumo	281
XV. Primeras reflexiones sobre la cuestión procesal	284
1. La regla legal en materia de competencia	284
2. La posibilidad de estipular la prórroga de competencia en el pagaré de consumo	287
2.1. La regulación en el Código Civil y Comercial de la Nación	287
2.2. El esquema de la ley 24.240	288
XVI. La cuestión sustancial: la eventual nulidad del pagaré del consumo ..	289
1. El planteo de la problemática	289
2. Una breve referencia al derecho comparado	291
XVII. Las posturas de la doctrina	292
1. Imposibilidad de declaración de nulidad del pagaré	292
2. Deber de declarar la nulidad del pagaré de consumo que viola la LDC	293
3. Posturas “intermedias”	295
4. La jurisprudencia en la materia	296
XVIII. Algunas reflexiones sobre la problemática planteada	299
XIX. A modo de síntesis	300

SOBRE ENDEUDAMIENTO

XIII.4

SOBRE ENDEUDAMIENTO DEL CONSUMIDOR

POR MARÍA BELÉN JAPAZE

I. El fenómeno del sobreendeudamiento del consumidor	305
1. Introducción	305
2. La denominación del fenómeno: distintas expresiones	306

	Pág.
3. El contexto de mercado y la situación de sobreendeudamiento...	308
4. Sobreendeudamiento: conceptualización. Diferencia con la insolvencia.....	309
5. Sobreendeudamiento activo y pasivo	314
II. Causas del sobreendeudamiento. Distinción. Importancia	319
1. Causas vinculadas a las crisis de los sistemas económicos.....	319
2. Causas vinculadas a las características del mercado y del consumo moderno	321
3. Causas vinculadas a situaciones personales del consumidor	323
III. Efectos del sobreendeudamiento	324
IV. La propuesta de regulación del sobreendeudamiento del consumidor en la Argentina.....	326
1. Necesidad de una regulación especial, integral y sistematizada. Fundamentación	326
2. Emplazamiento de la regulación. Dónde regular: ¿ésa es la cuestión?	336
3. Contenido de la regulación. Cómo regular: ¿esa es la cuestión!	339
3.1. Ámbito de aplicación de la regulación propuesta: elemento subjetivo y objetivo	340
3.2. El principio de préstamo responsable como eje de la regulación	363
3.3. Medidas para la prevención del sobreendeudamiento.....	379
3.3.1. En la etapa precontractual.....	388
3.3.1.1. Actividad publicitaria transparente. Imposición de un contenido informativo básico..	388
3.3.1.2. Deber de información veraz, suficiente y adecuada en cabeza del proveedor de crédito.....	397
3.3.1.3. Deber de asesoramiento del proveedor.....	414
3.3.1.4. Deber de mantener la oferta: carácter vinculante	420
3.3.2. En la etapa de celebración y ejecución del contrato de crédito	426
3.3.2.1. Deber de información a cargo del proveedor.	426
3.3.2.2. Imposición de formalidades al contrato: la forma escrita	427
3.3.2.3. Imposición de un contenido mínimo al contrato	430
3.3.2.4. Imposición de un desembolso inicial.....	435
3.3.2.5. Derecho de desistimiento del contrato por parte del consumidor	437

	Pág.
3.3.2.6. Derecho al pago y amortización anticipada ..	445
3.3.3. Medidas de saneamiento, o de reparación del sobreendeudamiento	452
3.3.3.1. Renegociación de la deuda	452
3.3.3.2. Exoneración del pasivo tras la liquidación...	455
3.3.4. Escenarios de actuación y vías para la instrumentación de las medidas.....	460
3.3.4.1. Procedimiento extrajudicial	461
3.3.4.2. Procedimiento judicial.....	464

CUARTA PARTE

CONTRATOS DE CONSUMO EN PARTICULAR

CAPÍTULO XIV

CONTRATOS DE CAMBIO Y COLABORACIÓN

XIV.1

CONTRATACIÓN INMOBILIARIA Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

POR ARIEL C. ARIZA

I. Consolidación de la noción de consumidor inmobiliario	473
1. Consideraciones sistemáticas.....	473
2. Consideraciones específicas de la regulación del Código en materia inmobiliaria	474
II. La amplitud de la noción de consumidor inmobiliario y sus consecuencias	476
III. Compraventa inmobiliaria	477
1. Ámbito material	477
2. Ámbito subjetivo: El comprador consumidor.....	478
3. El proveedor	479
4. Efectos jurídicos de la integración con el régimen protectorio	480
4.1. Calificación	480
4.2. Obligación de información.....	481
4.3. Condición jurídica de los boletos de compraventa	482
4.4. Cláusulas abusivas	482
5. La compraventa y la ley 14.005. El nuevo régimen de prehorizontaldad en el Código Civil y Comercial	483

5.1. Ley 14.005..... 483

5.2. Prehorizontalidad..... 486

IV. Figuras atípicas de adquisición inmobiliaria 487

V. Intermediación inmobiliaria..... 488

1. Intermediario corredor 488

2. Intermediario agente comercial o representante del desarrollador..... 489

3. Efectos 489

VI. Locación de cosa 490

1. El ámbito material y subjetivo de aplicación para que exista locación alcanzada por la ley 24.240 490

2. Efectos de la aplicación de las normas sobre defensa del consumidor al ámbito locativo 491

VII. Sistemas turísticos de tiempo compartido..... 492

VIII. La locación de obra 493

IX. Fideicomiso y *leasing* 494

XIV.2

**CONTRATOS QUE TIENEN COMO OBJETO MEDIATO
LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS O DE OBRA**

POR GUILLERMO P. TINTI

I. El tema..... 497

II. El objeto de los contratos y la prestación de servicios..... 498

III. Naturaleza 500

IV. Los servicios a los consumidores 502

V. La obligación de prestar el servicio..... 503

VI. Forma de la prestación del servicio 504

1. La regla genérica 504

2. El servicio al consumidor..... 506

VII. La responsabilidad por el servicio 506

VIII. Modalidades de la prestación de los servicios 507

1. Supuestos incluidos..... 507

2. El régimen legal 508

3. Ámbito de aplicación 509

4. Deber de exactitud..... 510

	Pág.
5. Utilidad	511
6. Deberes generales en el Código Civil y Comercial.....	511
IX. Los materiales a utilizar en la reparación	512
1. La regla legal.....	512
2. Obligación de utilizar materiales nuevos	513
3. Ámbito de aplicación	513
4. Calidad de los materiales	514
5. Convenio liberatorio	514
6. Responsabilidad por vicio de los materiales	515
X. El presupuesto	516
1. Contenido.....	517
2. Caracterización.....	518
XI. Supuestos no incluidos en el presupuesto	519
XII. Deficiencias en la prestación del servicio	520
XIII. Las garantías	522
XIV. El contrato a plazo y los servicios continuados.....	524
XV. Extinción	525

XIV.3

LA TUTELA DEL USUARIO DE SERVICIOS EDUCATIVOS PRIVADOS. APORTES DEL NUEVO CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL DE LA NACIÓN

POR CARLOS A. HERNÁNDEZ Y JULIETA B. TRIVISONNO

I. Introducción	527
II. El contrato de servicios educativos privados	529
1. Concepto y caracteres	529
2. Su encuadramiento en el marco de la Defensa del Consumidor ..	533
3. La publicidad y la información en la prestación de los servicios educativos privados.....	534
III. El objeto del contrato y las obligaciones de las partes	536
IV. Restricciones a la autonomía de la voluntad en el marco del contrato de servicios educativos privados.....	539
1. Limitación a la libertad contractual: el uso de la modalidad de la predisposición	539
2. Limitación a la libertad de contratar: los llamados derecho de admisión y rematriculación de los educandos. Prácticas abusivas	541

	Pág.
V. Incumplimiento, información y seguridad en el contrato de prestación de servicios educativos privados	551
VI. Algunos aspectos compartidos por la educación pública y la privada ..	555
VII. Conclusiones	557

XIV.4.A

SERVICIOS PÚBLICOS

POR VICTORIA MUTLIENGO Y VALERIA VACCARO

I. Servicio público: precisiones conceptuales	559
II. Emplazamiento del servicio público en la Argentina.....	564
1. Primeras etapas	565
2. La Ley de Reforma del Estado y las privatizaciones.....	566
3. El sistema prestacional mixto	568
III. Marcos regulatorios y entes reguladores	570
IV. La categoría constitucional del servicio público y la caracterización de relación de consumo al vínculo entre usuario del servicio público y prestador	582
V. Los parámetros constitucionales en torno al servicio público y el rol del Estado.....	589
1. El acceso al consumo	589
2. La calidad y la eficacia de la prestación	591
3. Los procedimientos eficaces y los marcos regulatorios de competencia nacional: la participación —audiencias públicas y asociaciones de usuarios y consumidores— y el régimen de tarifas... ..	592
VI. Servicios públicos domiciliarios. Características. Integración normativa.....	597
1. De los deberes y obligaciones a cargo de los proveedores de servicios públicos domiciliarios	606
1.1. La obligación de informar al usuario y de dar constancia escrita	606
1.2. El deber de reciprocidad en el trato y su vinculación al deber de trato digno y equitativo	608
1.2.1. El deber de garantizar condiciones dignas de atención al usuario	609
1.2.2. El deber de abstenerse de desplegar prácticas abusivas	611
1.3. La obligación de brindar atención adecuada al usuario	612
1.3.1. El registro de reclamos.....	612

	Pág.
1.3.2. La atención personalizada	614
1.4. La obligación de seguridad en el ámbito de los servicios públicos domiciliarios.....	615
1.5. El deber de información y de advertencia	616
1.5.1. El deber de garantizar el correcto funcionamiento de los instrumentos y unidades de medición. El rol de la autoridad competente	617
1.5.2. El plazo mínimo legal para la entrega de facturas.....	617
1.5.3. La obligatoriedad de la leyenda “no existen deudas pendientes”. Presunción a favor del usuario	618
2. La instancia primaria de reclamo ante la empresa y la actuación del ente de control	618
2.1. El mecanismo de reclamo previsto para el supuesto de in- terrupción del servicio y los daños derivados del incum- plimiento	619
2.2. El mecanismo previsto para la sobrefacturación	620
2.3. Plazo de prescripción previsto en el art. 50 de la LDC y su aplicación al caso concreto de los servicios públicos domi- ciliarios	621

XIV.4.B

OBRA PÚBLICA: LA CONCESIÓN DE RUTAS

POR ALEJANDRO DALMACIO ANDRADA

I. Introducción	623
II. Actualidad y relevancia del tema	625
III. La prevención de estos daños	626
IV. Relación de consumo.....	630
V. Diálogo de fuentes.....	636
VI. Factor de atribución	639
VII. El daño. El daño directo	641
VIII. El lazo de causalidad	646
IX. Los juicios contra las empresas prestadoras y la carga de la prueba ..	648
X. Responsabilidad del dueño del animal	649
XI. Responsabilidad del Estado. La ley 26.944	650
XII. Consectario.....	657

TRANSPORTE**XIV.5****EL TRANSPORTE COMO RELACIÓN DE CONSUMO.
FERROCARRILES Y SERVICIO AÉREO**

POR MARÍA PAULA ARIAS Y JULIETA B. TRIVISONNO

I. El transporte como relación de consumo en el ordenamiento jurídico argentino	661
1. Aplicación del régimen protectorio del consumidor al transporte	661
2. Diversas fuentes normativas en el ámbito del consumo en general y del contrato de transporte en particular: diálogo de fuentes.....	663
3. El pasajero subconsumidor	664
4. Los derechos fundamentales del pasajero consumidor o usuario ..	668
5. Responsabilidad del transportista en el transporte de personas..	671
6. Cláusulas abusivas en general y cláusulas limitativas de la responsabilidad en particular.....	673
7. Una especial referencia a la cláusula de franquicia incluida en el seguro de transporte público de pasajeros.....	674
8. La prescripción de las acciones derivadas del contrato de transporte.....	675
II. Servicio de transporte ferroviario	677
1. Responsabilidad del transportista por incumplimiento de la obligación de seguridad.....	677
2. El trato equitativo y digno en el contrato de transporte ferroviario.....	681
III. Servicio de transporte aéreo.....	682
1. Prelación normativa y diálogo de fuentes	682
2. Supuestos especiales de responsabilidad civil en el transporte aéreo	685
2.1. Daños a la persona del pasajero.....	687
2.2. Retrasos de vuelos y equipajes y cancelaciones de vuelos...	688
2.3. Extravío o destrucción o avería del equipaje.....	690
2.4. Denegación de embarque como consecuencia de <i>over-booking</i>	692
2.5. Trato indigno, inequitativo o discriminatorio.....	694
3. Derecho de información del usuario del servicio aéreo.....	695
4. Competencia federal	698

XIV.6**CONTRATO DE AHORRO PARA FINES DETERMINADOS**

POR NOEMÍ LIDIA NICOLAU

I. El sistema de ahorro para fines determinados.....	701
II. El contrato de ahorro para fines determinados	708
1. Concepto	708
2. Naturaleza jurídica	710
3. Caracteres	712
4. Responsabilidad de la administradora	713
5. Derechos y obligaciones del suscriptor	715
6. El grupo	716
7. Extinción del contrato y del grupo	717

CAPÍTULO XV**CONTRATOS DE CRÉDITO Y GARANTÍA****XV.1****LA CONTRATACIÓN BANCARIA DE CONSUMO**

POR GONZALO MARTÍN RODRÍGUEZ

I. Cuestiones previas al análisis jurídico: la plataforma social y económica.....	721
II. El derecho de los contratos.....	725
1. Evolución del derecho de los contratos	725
2. El contrato en la contemporaneidad.....	728
III. La irrupción del derecho del consumo en la República Argentina.....	732
IV. El cambio de rol del BCRA.....	733
V. El Texto Ordenado sobre Protección de Usuarios de Servicios Financieros	735
1. Sujetos alcanzados	737
1.1. El usuario de servicios financieros.....	737
1.2. Sujetos obligados.....	741
2. Derechos básicos de los usuarios de servicios financieros	743
3. Cargos y comisiones	744
VI. La contratación bancaria de consumo en el Código Civil y Comercial de la Nación	748

VII. La protección del usuario de tarjeta de crédito	Pág. 750
VIII. Corolario	758

XV.2

**LEASING Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR
(PERSPECTIVAS DESDE EL CÓDIGO CIVIL
Y COMERCIAL DE LA NACIÓN)**

POR CARLOS A. HERNÁNDEZ Y SANDRA A. FRUSTAGLI

I. Introducción	761
II. La integración del leasing en el Código Civil y Comercial de la Nación. El leasing de consumo	764
III. Consecuencias de calificar al leasing como negocio de consumo.....	766
1. Las especies de leasing y las relaciones de consumo	766
1.1. Leasing financiero	767
1.2. Leasing operativo	767
1.3. Leasing de retro o de retorno.....	767
2. El leasing financiero como contrato conexo o expresión de un grupo de contratos.....	769
2.1. Reglas de interpretación de los diferentes tramos del negocio	770
2.2. Ilícitud de las cláusulas que persiguen a su fraccionamiento	770
2.2.1. Normativa supletoria y autorización para los pactos liberatorios en el leasing financiero.....	771
2.2.2. Nulidad de pactos liberatorios en el leasing financiero de consumo.....	772
2.3. Proyecciones de la ineficacia de las cláusulas liberatorias sobre la facultad del consumidor de suspender los efectos del contrato de leasing financiero.....	773
2.4. El fracaso del leasing financiero de consumo como operación jurídica global.....	773
IV. Límites a la exoneración de responsabilidad del dador en el leasing de consumo	774
1. Ámbito de aplicación	776
2. Relaciones del art. 1243 y el art. 40 de la Ley de Defensa del Consumidor	776
V. Los conflictos derivados de la ejecución de leasing de consumo. Consideraciones generales.....	777

VI. Otros cambios que resultan de las normas del Código Civil y Comercial de la Nación relativas al contrato de leasing	Pág. 779
VII. Valoración conclusiva	782

CAPÍTULO XVI

XVI.1

LA PROTECCIÓN DEL TURISTA COMO CONSUMIDOR

POR C. GONZALO SOZZO

I. Las tendencias en la regulación del turismo.....	786
1. La regulación global del turismo	787
2. El problema de la fragmentación de la regulación de los derechos del turista	787
II. La aplicación del microsistema del derecho del consumidor a los contratos de turismo	790
1. El régimen legal aplicable al contrato de turismo.....	791
2. El contrato de turismo como contrato de consumo en la jurisprudencia anterior y el control administrativo concurrente.....	794
III. El control judicial de las cláusulas abusivas y sorpresivas en los contratos de turismo	797
1. El control directo de inclusión y abusividad en el contrato de turismo	797
IV. Las obligaciones anexas en el contrato de turismo	801
V. Responsabilidad por incumplimiento en el contrato organizador/consumidor.....	803
1. El contrato de organización en el contexto de los contratos vinculados al turismo	803
2. El factor de atribución	805
3. El incumplimiento de las obligaciones nucleares del contrato de turismo a la luz del Código Civil y Comercial.....	806
4. Una teoría general de las obligaciones de hacer sobre la base de la clasificación de obligaciones de medios y de resultado	807
5. El problema de la deuda	811
6. Ámbito de funcionamiento de la categoría	811
7. Funciones o usos de la clasificación	812
8. Crítica a la clasificación de medios y resultado.....	813
8.1. Crítica enfocada en el aspecto funcional.....	813

	Pág.
8.1.1. Tarea de identificación de las obligaciones de medios y de resultados.....	816
8.1.2. Otros obstáculos.....	817
8.2. Crítica desde la óptica del objeto de la obligación (crítica estructural).....	818
8.2.1. El incumplimiento de las obligaciones de actividad en el nuevo Código Civil y Comercial de la Nación...	818
VI. Las prácticas comerciales abusivas en el campo del turismo.....	819
1. El trato discriminatorio a los extranjeros como práctica comercial abusiva.....	820
1.1. Derecho al trato digno y equitativo.....	820
1.2. La idea de prácticas comerciales abusivas en el derecho del consumidor.....	821
1.3. El significado de la expresión "prácticas abusivas" en el art. 8 bis	823
1.4. Las sanciones frente a las prácticas comerciales abusivas..	824
1.5. Las prácticas comerciales discriminatorias	825
1.6. Las prácticas comerciales discriminatorias de los turistas extranjeros.....	825
1.7. El problema del <i>overbooking</i> aéreo.....	826
1.7.1. La regla del art. 63 respecto del contrato de transporte aéreo.....	826
1.7.2. La labor de la jurisprudencia en relación a la aplicación del microsistema de protección al consumidor al contrato de transporte aéreo	827
1.7.3. El <i>overbooking</i> como práctica comercial abusiva	831
VII. La publicidad en los contratos de turismo	832
1. La publicidad con fines turísticos	832
2. La oferta publicitaria y su carácter engañoso.....	834
3. Acerca de cuándo la publicidad no integra la oferta	835
3.1. Cuándo la publicidad obliga a quien la emite e integra el contrato	835
3.2. Interpretación de la ley a favor del consumidor y regla de la integración de la publicidad en el contrato.....	838
VIII. El depósito en hoteles efectuado por el turista.....	840
1. Depósito necesario; sistema de responsabilidad en el contrato de depósito en hoteles y situaciones afines.....	840
2. El daño o pérdida de los efectos depositados.....	841
3. El problema de las cláusulas de eximición y limitación de responsabilidad	844

CAPÍTULO XVII

CONTRATOS DE PREVISIÓN

XVII.1

EL CONTRATO DE SEGURO COMO CONTRATO DE CONSUMO

POR RUBÉN S. STIGLITZ

I. El seguro como contrato de consumo	849
II. El consumidor equiparado y el contrato de seguro.....	851
III. <i>Quid</i> del tercero damnificado	853
IV. El consumidor “expuesto a una relación de consumo”.....	854
V. El proveedor. La aseguradora	855
VI. Conclusiones	856

XVII.2

EL DERECHO A LA SALUD. LOS CONTRATOS DE ASISTENCIA MÉDICA.

RÉGIMEN JURÍDICO DE LA MEDICINA PREPAGA: LEY 26.682.

OBRAS SOCIALES

POR SUSANA GUEILER Y STELLA M. ALOU

I. Introducción	859
1. La distinción entre derecho público y derecho privado.....	859
II. Conceptualización de la salud	862
III. El ámbito normativo del derecho a la salud.....	864
1. Los instrumentos internacionales.....	864
2. El marco regulatorio de la salud en el derecho interno.....	866
2.1. Leyes aplicables. Su enunciación y caracterización	866
2.2. El Programa Médico Obligatorio (PMO)	870
2.3. Marco normativo general. Análisis	871
2.3.1. Ley de defensa del consumidor: su evolución en la doctrina y la jurisprudencia	871
2.3.1.1. La jurisprudencia que hizo aplicación de la ley.....	873
2.3.1.2. La regulación efectuada por la Secretaría de Comercio Interior (autoridad de aplicación de la LDC)	876

	Pág.
2.3.1.3. La labor de la doctrina previa a la sanción de la LDC.....	876
2.3.2. Código Civil y Comercial de la Nación	878
2.3.3. Leyes 23.660 y 23.661. Obras sociales y Sistema Nacional de Seguro de Salud	883
2.3.4. Ley 26.682. Medicina prepaga.....	886
2.3.4.1. Algunos aspectos regulados por la ley.....	887
2.3.4.2. El sustrato subjetivo	894
2.3.4.3. Sustentabilidad del sistema	896
IV. Algunas cuestiones procesales.....	900
1. La competencia.....	900
2. El trámite	901
3. La responsabilidad del Estado, su andamiaje procesal.....	902
V. Conclusiones	903

GABRIEL STIGLITZ Y CARLOS A. HERNÁNDEZ

Directores

TRATADO DE DERECHO DEL CONSUMIDOR



TOMO III

RESPONSABILIDAD CIVIL
DAÑOS A CONSUMIDORES
Y USUARIOS



JORGE M. GALDÓS - RAMÓN DANIEL PIZARRO

FERNANDO ALFREDO SAGARNA

ESTEBAN JAVIER ARIAS CÁU - EMILIO MORO

M. CANDELARIA SAPPÍA - C. GONZALO SOZZO

GABRIEL STIGLITZ

Autores

THOMSON REUTERS

LA LEY

ÍNDICE GENERAL

Pág.

CAPÍTULO XVIII

RESPONSABILIDAD POR DAÑOS AL CONSUMIDOR. RÉGIMEN DE GARANTÍAS. DEBER DE SEGURIDAD

XVIII.1

GARANTÍAS DE BIENES EN EL CONSUMO Y EN EL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL

POR FERNANDO ALFREDO SAGARNA

I. Introito.....	3
II. Régimen de garantías de bienes en la Ley de Defensa del Consumidor.....	4
1. Introducción	4
2. La garantía legal del art. 11 de la ley 24.240. Concepto. Naturaleza. Carácter.....	8
3. Ámbito material de aplicación de la garantía legal.....	11
4. Contratos a los que se aplica la garantía legal	13
5. Vicios o defectos que comprende la garantía legal. Identidad entre lo ofrecido y lo entregado	14
6. Beneficiarios y responsables de la garantía legal	16
7. Plazo de la garantía legal	18
8. Garantía contractual.....	19
9. Traslado de la cosa para su reparación. Responsable del traslado	19
10. Condiciones de la cosa.....	22
11. Remisión del certificado de garantía	22
12. Servicio técnico.....	22
13. Responsabilidad solidaria de los sujetos responsables.....	24
14. Certificado de garantía.....	25
15. Constancia de reparación de la cosa.....	28

	Pág.
16. Prolongación del plazo de garantía.....	30
17. Reparación no satisfactoria del bien.....	32
18. Vicios redhibitorios en la cosa comercializada.....	38
III. Régimen de garantías por vicios redhibitorios en el Código Civil y Comercial de la Nación.....	44
1. Introducción. La obligación de saneamiento.....	44
2. Regímenes existentes para la protección por vicios.....	48
3. Concepto de "vicio redhibitorio" en el Código Civil y Comercial..	49
4. Requisitos de los vicios redhibitorios en el Código Civil y Comercial.....	52
5. Contratos a los que se aplica la responsabilidad por vicios ocultos del Código Civil y Comercial.....	53
6. Disponibilidad de la obligación de saneamiento.....	54
7. Ampliación convencional de la garantía del Código Civil y Comercial.....	55
8. Defectos ocultos no comprendidos en la garantía del Código Civil y Comercial.....	56
9. Ejercicio de la responsabilidad por defectos ocultos: carga de la denuncia del defecto oculto. Caducidad de la garantía. Prescripción de las acciones.....	57
10. Régimen de las acciones en el Código Civil y Comercial.....	60
11. La acción de daños y perjuicios.....	62
12. Pérdida o deterioro de la cosa.....	63
13. Pluralidad de bienes.....	64
14. Pluralidad de sujetos.....	64
15. Ignorancia o error del responsable.....	65
16. A manera de conclusión.....	66

XVIII.2

EL DEBER DE SEGURIDAD EN EL DERECHO DEL CONSUMIDOR

POR GABRIEL STIGLITZ

I. Deber de seguridad y prevención de daños al consumidor.....	67
1. El derecho del consumidor a la prevención.....	67
2. Régimen de la prevención de daños al consumidor. Derecho constitucional a la seguridad.....	68
II. El deber de seguridad, dentro del sistema de responsabilidad civil por daños al consumidor.....	72
III. Régimen del deber de seguridad. Alcances. El consumidor "ex-puesto".....	73

CAPÍTULO XIX

PRINCIPIOS. PREVENCIÓN, PRECAUCIÓN Y PUNICIÓN

XIX.1

LA PREVENCIÓN DE LOS DAÑOS AL CONSUMIDOR

POR C. GONZALO SOZZO

cción I - Del daño al riesgo en las sociedades contemporáneas	79
I. El ascenso de la preocupación social sobre el riesgo	79
1. Del daño al riesgo	79
2. Las transformaciones en la idea de riesgo	81
3. El gobierno del riesgo: derecho, ciencia y política	85
II. El modelo desplazado: la responsabilidad	85
1. El derecho privado y la aceptabilidad social del riesgo	85
2. La separación del hombre y la naturaleza	89
3. Los riesgos desconocidos: el rol del caso fortuito y la fuerza mayor	90
4. La situación ambivalente de la ciencia	92
5. El progreso social infinito: ningún daño es indemnizable	93
III. El debate contemporáneo sobre el riesgo y la aparición de los estudios sociales sobre el riesgo	94
1. El contexto del surgimiento de los estudios sociales sobre el riesgo: la proliferación de los riesgos y el descrédito en el progreso ...	96
2. Las diferentes "constelaciones de riesgos" en la teoría social del riesgo	97
3. Teoría social y gobierno de los riesgos	98
IV. Un derecho para el gobierno del riesgo	105
1. El rol contemporáneo del derecho en el gobierno del riesgo	105
2. El giro solidarista del "derecho de daños" y la prevención del daño	105
3. Una visión reflexiva sobre el rol del derecho como mecanismo de gobierno de los riesgos	107
4. Un derecho por el gobierno de los riesgos	109
cción II - El paradigma de la seguridad de los productos	114
I. El paradigma de la seguridad de los productos	114
1. Riesgo cero y calidad total	114
2. El paradigma de la seguridad del producto	115

	Pág.
3. Derecho fundamental a la salud del consumidor y seguridad de los productos.....	117
4. La extensión de la "seguridad del producto"	120
5. Seguridad del producto y prevención del daño	120
6. El dispositivo de seguridad del producto: el deber de no introducir en el mercado productos inseguros.....	121
7. El dispositivo de seguridad del producto: el deber general de asegurar la inocuidad de los productos.....	123
8. ¿Cuándo los productos son inseguros?.....	125
9. Productos con peligrosidad inherente exacerbada	126
II. La seguridad del producto y el defecto del producto	130
1. Peligrosidad inherente y adquirida	131
2. Defectos de los productos y vicios de calidad por inadecuación ..	132
3. Vicios que generan inseguridad: productos defectuosos.....	133
4. Accidentes de consumo	135
5. La clasificación de los defectos.....	135
6. Los objetos extraños como defectos de fabricación	138
7. Los defectos de conservación	140
III. La idea de seguridad del producto en el derecho argentino	140
1. El paradigma de la seguridad del producto.....	140
2. La seguridad del producto como paradigma subyacente en el microsistema de protección del consumidor.....	141
3. El reconocimiento de los "efectos secundarios" como riesgos aceptables.....	143
4. El deber de seguridad de los productos y servicios como un deber legal y expreso	145
5. La necesidad de existencia de un defecto como una especificación de la antijuridicidad	145
6. Riesgos normales y anormales	146
7. El <i>standard</i> del producto riesgoso.....	148
8. Conexión entre la eximente culpa de la víctima y la condición del art. 5° de que el producto/servicio sea utilizado en forma previsible o normal	149
9. Valencia práctica de la consagración legal de la idea de un deber de seguridad.....	150
IV. La seguridad alimentaria.....	151
1. El paradigma de la seguridad alimentaria.....	151
2. La localización en la Argentina de la cuestión de la seguridad alimentaria	155

	Pág.
3. El derecho del consumidor y el dispositivo de herramientas de la seguridad alimentaria	158
4. El alimento bajo la perspectiva del derecho del consumidor	160
5. Información al consumidor e información sobre los alimentos ...	161
6. El alimento como producto elaborado	162
6.1. La objetivación del alimento como "cosa" y parte del mundo natural.....	162
6.2. El pasaje del alimento: del mundo natural al industrial.....	163
6.3. La objetivación del alimento como "producto elaborado"	163
6.4. La humanización del alimento.....	164
6.5. La lectura a la luz del derecho del consumidor: los beneficios para el colonizado	165
7. Daño derivado de la adulteración de alimentos	166
8. El "defecto" del alimento.....	167
Sección III - Función preventiva del derecho de daños (presente y futuro como herramienta para la seguridad de los bienes de consumo)	168
I. El desarrollo de la función preventiva del derecho de daños.....	168
1. La función preventiva del derecho de daños y su proyección en el campo de la prevención del daño al consumidor.....	168
2. La genealogía de la función preventiva del derecho de daños	169
3. La prevención primaria y la prevención secundaria	170
4. La vinculación de la prevención con el AEDD.....	171
5. La parquedad de la caja de herramientas preventivas en el Código Civil del siglo XIX.....	177
6. La "fuga" de las vías de prevención del Código Civil.....	179
II. La prevención secundaria de los daños al consumidor en la argentina	180
1. Las vías empleadas para la prevención del daño al consumidor ..	181
III. La prevención en el nuevo Código Civil y Comercial: proyección del impacto	188
1. El deber general de prevención	189
2. La acción judicial preventiva	194
3. La prevención del daño como principio del derecho privado.....	196

XIX.2

**LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR A TRAVÉS
DEL PRINCIPIO PRECAUTORIO**

POR C. GONZALO SOZZO

I. Gobernar lo incierto.....	197
1. El gobierno de la incertidumbre.....	198
2. El rol del derecho en el gobierno de la incertidumbre	199
3. La aplicación del principio precautorio en el campo de la protección del consumidor.....	200
II. Una noción sobre el principio de precaución.....	203
1. El objeto de la incertidumbre	205
2. La idea de controversia científica en el campo del derecho	211
3. Decisión política y judicial en torno a amenazas controvertidas ..	211
4. La traducción de la técnica precautoria del campo administrativo al campo judicial.....	213
4.1. Diferenciar precaución y prevención.....	214
4.2. Repensar la proporcionalidad	215
4.3. Presupuestos bajo los cuales puede recurrirse al principio de precaución.....	216
4.4. Principios generales para la decisión precautoria	219
4.5. Los posibles contenidos de la decisión precautoria	219
4.6. El carácter provisional de la decisión y la obligación de seguimiento	220
4.7. La reforma de las acciones de tutela inhibitoria para el funcionamiento precautorio	221
III. ¿La función precautoria del derecho de daños?.....	224
1. Principio de precaución, el derecho de daños y gestión de riesgos.....	224
2. La influencia de la precaución sobre la función de prevención del daño.....	225
3. La búsqueda de una terminología "pura".....	226
4. Los presupuestos de la precaución	227
IV. El manejo del conocimiento científico en los procesos judiciales controversiales.....	228
1. El juez frente al conocimiento científico	228
2. La ciencia en las sentencias precautorias.....	229
3. Las normas que establecen mínimos de tolerancia	230
4. Las reglas para elaborar la pericia	233

	Pág.
4.1. Profesionales, científicos y laboratorios	233
4.2. El test Daubert: evaluar la calidad del conocimiento científico.....	234
5. Regular la pericia científica.....	236
5.1. Las pericias científicas como problemática amplia.....	236
5.2. De las pericias profesionales a las pericias científicas.....	237
5.3. Los aspectos que requiere la regulación de la pericia experta.....	239
6. El principio de precaución y la nueva prueba pericial científica...	244
6.1. La experiencia del caso "Peralta"	244
6.2. Una gramática de la pericia científica.....	250
7. El financiamiento del <i>expertise</i>	250
7.1. El ensamble experto: reglas mínimas de funcionamiento	252
7.2. Los <i>forums</i> híbridos	253
8. La relación entre decididor y <i>expertise</i>	253
8.1. La regla del apartamiento de la pericia.....	253
8.2. La práctica del no apartamiento.....	254
8.3. Recrear el espacio de independencia del juez	254
9. Verdad científica y verdad procesal: elementos para la formación del perfil del juez precautorio.....	256
9.1. Hacia el perfil del juez precautorio	256
9.2. La verdad científica, la verdad procesal y la verdad jurídica..	257

XIX.3

LOS DAÑOS PUNITIVOS EN LA LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

POR JORGE MARIO GALDÓS

I. Introducción	259
II. Noción conceptual. Denominación	260
1. Noción conceptual	260
2. Denominación	264
III. La cuestión en el derecho argentino.....	267
1. El Proyecto de Código Civil y Comercial de 1998.....	267
2. El Anteproyecto de Código Civil y Comercial de la Nación.....	268
3. La sanción pecuniaria disuasiva en la ley 26.944 de responsabilidad del Estado.....	272
IV. El art. 52 bis, Ley de Defensa del Consumidor.....	275

	Pág.
1. El texto legal y las distintas opiniones.....	275
2. Las objeciones.....	285
3. Las notas distintivas	286
4. Otros requisitos.....	290
4.1. Los presupuestos subjetivo y objetivo	290
4.2. Las funciones	293
4.3. El monto y destino	297
4.4. Pautas para cuantificar.....	302
V. El art. 52 bis, LDC, en la jurisprudencia	305
1.	305
2. Supuestos de rechazo de daños punitivos.....	315
2.1. Casos de hechos ocurridos antes de la entrada en vigencia del art. 52 bis, LDC.....	315
2.2. Improcedencia de los daños punitivos por violar el principio de congruencia	316
2.3. Improcedencia de los daños punitivos por no configurarse los presupuestos de aplicación.....	317

CAPÍTULO XX

RÉGIMEN DE RESPONSABILIDAD CIVIL POR DAÑOS AL CONSUMIDOR

XX.1

RESPONSABILIDAD POR PRODUCTOS Y POR SERVICIOS EN LA LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

POR RAMÓN DANIEL PIZARRO

I. Introducción.....	323
II. La responsabilidad por productos en el derecho argentino.....	324
1. El panorama anterior a la sanción de la ley 24.240 de defensa del consumidor	324
2. La ley 24.240. El inoperante veto del art. 40.....	325
3. La ley 24.999	326
4. <i>Quid</i> del emplazamiento de la responsabilidad por productos dentro o fuera de la ley 24.240 de defensa del consumidor	327
5. El régimen normativo vigente en materia de responsabilidad por productos luego de la sanción de la ley 24.999. Responsabilidad contractual y extracontractual por daños derivados de productos..	330
5.1. Planteo de la cuestión	330

	Pág.
5.2. La responsabilidad contractual y extracontractual en los accidentes del consumo.....	331
5.3. Responsabilidad contractual por daños derivados de productos	332
5.3.1. Cuándo se configura	332
5.3.2. Distintos supuestos que pueden presentarse en la responsabilidad contractual por productos defectuosos..	333
5.3.2.1. Responsabilidad por daños derivados de lesión al Interés de prestación del consumidor ..	333
5.3.2.2. Daños por daños derivados de lesión a intereses del adquirente o del consumidor distintos del de prestación.....	335
5.4. Responsabilidad extracontractual por productos.....	336
5.4.1. Cuándo se configura	336
5.4.2. Marco normativo	336
5.4.3. El presupuesto fáctico: el riesgo o vicio de la cosa (producto).....	337
5.4.4. La legitimación activa	338
5.4.5. La legitimación pasiva	339
5.4.6. Eximientes. El riesgo de desarrollo	341
III. Responsabilidad por servicios en el derecho argentino	347
1. Introducción	347
2. La prestación de servicios en el Código Civil y Comercial y en la ley 24.240.....	347
3. Marco normativo en el derecho argentino. La cuestión antes y después de la sanción de la ley 24.999	350
4. Responsabilidad por daños causados por servicios defectuosamente prestados	351
4.1. Responsabilidad contractual por daños derivados de servicios defectuosamente prestados	351
4.1.1. Responsabilidad contractual por daños derivados de lesión al interés de prestación del consumidor	352
4.1.2. Responsabilidad contractual por daños derivados de lesión a intereses del usuario distintos del de prestación	353
4.1.3. Responsabilidad extracontractual por servicios defectuosamente prestados.....	355
5. Legitimación activa y pasiva	356
6. Eximientes.....	356

XX.2

**RESTRICCIONES A LA EXONERACIÓN POR CAUSA AJENA.
CULPA DEL CONSUMIDOR. HIPOSUFICIENTES.
AUTORIZACIÓN ADMINISTRATIVA**

POR GABRIEL STIGLITZ

I. Carácter restrictivo de la exoneración por culpa del consumidor. Hi- posuficientes.....	359
II. Carácter restrictivo de la exoneración por causa ajena.....	362
1. Autorización administrativa	362
2. Hecho de un tercero "extraño"	363

CAPÍTULO XXI

**SUPUESTOS ESPECIALES DE RESPONSABILIDAD CIVIL
POR DAÑOS AL CONSUMIDOR**

XXI.1

**LA RESPONSABILIDAD PRECONTRACTUAL
EN LAS RELACIONES DE CONSUMO**

POR M. CANDELARIA SAPPÍA

I. Introducción	367
II. La responsabilidad precontractual	368
1. Nociones generales.....	368
2. Evolución.....	369
3. Importancia.....	372
4. Tratativas precontractuales. Principios que deben regir.....	373
5. Casuística	374
III. La responsabilidad precontractual en el derecho del consumidor.....	375
1. El cambio de paradigma	375
2. El bien jurídico tutelado.....	377
3. La cuestión en la actualidad	378
IV. Reflexiones finales.....	380

XXI.2**INDEMNIZACIONES EN SEDE ADMINISTRATIVA.
"DAÑO DIRECTO"**

POR GABRIEL STIGLITZ

I. El art. 40 bis según ley 26.361	383
1. Constitucionalidad	383
2. El texto originario (ley 26.361 de 2008)	383
2.1. Cuestionamiento constitucional	384
2.2. La disfuncionalidad práctica de la figura, en contra del consumidor	386
2.3. Los alcances inciertos de la regulación.....	386
II. El art. 40 bis según el Código Civil y Comercial de la Nación	387
1. El Proyecto de Código Civil y Comercial.....	387
2. Constitucionalidad y certeza de la nueva norma.....	389
2.1. Constitucionalidad	389
2.2. Alcance de la indemnización en sede administrativa. "Daño directo"	389
2.3. Eliminación de la doble vía.....	391
3. Modificaciones en el Senado y constitucionalidad de la nueva norma	391
4. Texto final y vigencia del nuevo art. 40 bis, Código Civil y Comercial, y ley 26.993	391

XXI.3.A**EL CORRIMIENTO DEL VELO SOCIETARIO FRENTE
A DAÑOS CAUSADOS A CONSUMIDORES Y VIOLACIONES
A LA LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

POR EMILIO MORO

I. Introducción	393
II. La desestimación de la personalidad jurídica societaria	394
1. Generalidades.....	394
2. La aprehensión del instituto en el nuevo Código Civil y Comercial (ley 26.994)	397

	Pág.
III. La postulación de su aplicación al ámbito del derecho del consumidor.....	398
IV. Un ejemplo de aplicación proficua de la desestimación de la personalidad societaria ante violaciones al régimen consumeril: Brasil.....	400
1. Ámbito de aplicación casi exclusivo del descorrimiento del velo societario en el derecho brasileño: las sociedades de responsabilidad limitada (<i>sociedade limitada</i>)	400
2. Supuestos de procedencia y de aplicación del instituto.....	402
V. El paralelismo con la situación en el derecho laboral.....	405
1. Un puente legítimo.....	405
2. Análisis de la aplicación del art. 54.3, LSC, en materia laboral.....	406
VI. Su proyección al derecho del consumidor: límites, requisitos de procedencia y prospectiva.....	412

XXI.3.B

DAÑOS PUNITIVOS Y RESPONSABILIDAD PERSONAL DE ADMINISTRADORES SOCIETARIOS. ¿PUEDEN LOS CONSUMIDORES ACCIONAR DIRECTAMENTE CONTRA DIRECTORES DE SOCIEDADES ANÓNIMAS, GERENTES DE SRL O CONTRA CUALQUIER OTRO ADMINISTRADOR DE SOCIEDADES MERCANTILES?

POR EMILIO MORO

I. Introducción	415
II. Las indemnizaciones punitivas del art. 52 bis de la Ley de Defensa del Consumidor.....	417
1. Aproximación.....	417
2. Descripción general	420
3. Condiciones de aplicación.....	423
4. La modalidad del factor de atribución en las indemnizaciones punitivas: ¿factores objetivos o subjetivos? En este último caso, ¿culpa grave o dolo?	425
4.1. Consideraciones preliminares.....	425
4.2. Postura que prescinde de factores subjetivos	425
4.3. Postura que exige la presencia de un factor subjetivo consistente en dolo o culpa grave	426
4.4. Nuestra opinión	428
4.4.1. Un insoslayable debate previo para "tomar posición": el rol actual de la culpa	428

	Pág.
4.4.2. ¿Paridad jerárquica con factores objetivos, válvula de cierre del sistema o resabio histórico carente de aplicación práctica?	435
4.4.3. Conclusión: la necesidad de culpa grave o dolo	446
III. La acción individual de responsabilidad contra administradores societarios del art. 279 de la LSC.....	449
1. Las relaciones intrasubjetivas e intersubjetivas de las sociedades comerciales	449
2. Régimen legal y requisitos de procedencia	452
3. La lealtad y diligencia de un buen hombre de negocios	453
4. La responsabilidad en la administración de sociedades frente al advenimiento de la responsabilidad social empresaria y los códigos de buen gobierno corporativo	457
4.1. Consideraciones preliminares.....	457
4.2. Las implicancias de la responsabilidad social empresaria en el funcionamiento interno de las sociedades comerciales	458
4.3. Doctrina del “corporate governance” y culpabilidad de administradores societarios.....	463
4.4. Un nuevo (e ineludible) contexto para los administradores societarios	466
IV. La viabilidad de accionar directamente contra administradores societarios por inconductas merecedoras de indemnizaciones punitivas (art. 52 bis, LDC)	466

XXI.4

RESPONSABILIDAD DEL ESTADO Y DE LOS FUNCIONARIOS PÚBLICOS EN LAS RELACIONES DE CONSUMO

POR ESTEBAN JAVIER ARIAS CÁU

I. Introducción	473
II. La responsabilidad del Estado en general.....	474
1. Prenotados. Una cuestión que data de 1873.....	475
2. La responsabilidad del Estado como cuestión de derecho local y el ámbito de aplicación de la ley 26.944.....	479
3. El microsistema de responsabilidad propuesto por la ley 26.944..	483
3.1. Fundamento de imputación	483
3.2. Los presupuestos de responsabilidad estatal por actividad ilegítima.....	484
3.3. Los presupuestos de responsabilidad estatal por actividad legítima.....	488

	Pág.
3.4. La extensión de la reparación en la responsabilidad por actividad legítima	489
3.5. Las causales exonerativas	492
3.6. El término de prescripción	493
3.7. El daño punitivo.....	493
III. La relación de consumo.....	494
1. La fuente constitucional de la relación de consumo	499
2. Elementos de la relación de consumo	502
2.1. Del ámbito subjetivo (consumidor y proveedor).....	503
2.2. Del ámbito objetivo	506
2.3. De la causa	507
2.4. De los presupuestos de aplicación	508
3. El consumidor. Sus diferentes nociones	510
3.1. De las teorías. Clasificación	512
3.2. Categorías.....	517
4. La relación de consumo en el Código Civil y Comercial	518
4.1. Consumidor	521
4.2. El usuario.....	523
4.3. Subconsumidor.....	524
4.4. Del equiparado	526
4.5. Del expuesto.....	526
5. La relación de consumo en el Código Civil y Comercial (el proveedor).....	530
5.1. Noción	531
5.2. Notas características del proveedor	531
5.3. Construcción del concepto de proveedor	535
5.4. Criterio del Anteproyecto de la Comisión	538
5.5. El proveedor en el Código Civil y Comercial	539
5.5.1. Del proveedor	539
5.5.2. Actividades comprendidas	542
5.5.3. De la supresión del criterio de la no profesionalidad....	543
5.5.4. Exclusiones legales.....	544
IV. Fuentes de la responsabilidad en la relación de consumo	547
1. El contrato de consumo	547
1.1. Concepción tradicional.....	548
1.2. Concepción moderna.....	548
1.3. Definición de contrato de consumo.....	550
1.4. Definición legal.....	550

	Pág.
2. Obligación de seguridad	552
3. Responsabilidad por daños (art. 40, LDC)	554
4. El daño punitivo.....	555
4.1. Nociones conceptuales	555
4.2. La multa civil prevista en el art. 52 bis de la LDC.....	557
4.3. La figura del damnificado	558
4.4. La finalidad del daño punitivo.....	559
4.5. El principio de interpretación más favorable al consumidor ...	561
4.6. ¿Puede aplicarse la sanción pecuniaria disuasiva al Estado? ..	562
5. Conclusiones de las XXIV Jornadas Nacionales de Derecho Civil (2013).....	562
V. El Estado y la relación de consumo	564
1. El Estado como proveedor	564
1.1. Las nuevas sociedades del Estado.....	565
1.2. El régimen del consumidor aplicable a la actividad estatal en sentido amplio	567
2. Control estatal en la prestación de servicios	568
2.1. El caso “Zacarías”	569
2.2. El caso “Mosca”. La responsabilidad del organizador de eventos deportivos.....	569
2.3. El caso “Colavita”	574
3. Consideraciones especiales sobre los servicios públicos domiciliarios y otros	574
3.1. Concesionarias de peaje	574
3.2. Transporte (ferroviario, subterráneos, etc.)	582
4. Organización de espectáculos deportivos: Fútbol para todos	588
4.1. Planos de análisis.....	588
4.2. Antecedentes de Fútbol para todos.....	589
4.3. De la eventual responsabilidad del Estado.....	593
4.3.1. Publicidad engañosa	597
4.3.2. Publicidad comparativa.....	597
4.3.3. Publicidad abusiva o discriminatoria.....	598
5. Responsabilidad por falta de control de los funcionarios públicos	599
6. Posibilidad de indemnizaciones punitivas.....	600
VI. Conclusiones	601

GABRIEL STIGLITZ Y CARLOS A. HERNÁNDEZ

Directores

TRATADO DE DERECHO DEL CONSUMIDOR



TOMO IV

ACCIONES JUDICIALES
Y PROCEDIMIENTOS
ADMINISTRATIVOS



RICARDO L. LORENZETTI - JORGE W. PEYRANO
ANALÍA ANTIK - MARÍA JOSÉ AZAR - SERGIO S. BAROCELLI
DEMETRIO A. CHAMATROPULOS - MARÍA FLORENCIA CULASSO
SILVINA FURLOTTI - LIDIA M. R. GARRIDO CORDOBERA
LEONARDO GIANZONE - ANDREA MEROI - ÁNGEL L. MOIA
FERNANDO MUMARE - FEDERICO A. OSSOLA
ROBERTO PAGÉS LLOVERAS - OSCAR R. PUCCINELLI
GABRIEL STIGLITZ - ADRIANA TALLER - ANDRÉS F. VARIZAT

Autores

THOMSON REUTERS

LA LEY

ÍNDICE GENERAL

Pág.

PRIMERA PARTE

ACCIONES JUDICIALES DE LOS CONSUMIDORES

CAPÍTULO XXII

XXII.1

ACCESO DE LOS CONSUMIDORES A LA JUSTICIA

POR GABRIEL STIGLITZ

I. Fundamento constitucional de la tutela judicial del consumidor	5
1. La cuestión del acceso del consumidor a la justicia	5
2. Los obstáculos para el acceso a la justicia	7
3. Fundamento constitucional de la tutela judicial del consumidor.	9
II. Derecho de acceso a la solución de conflictos.....	10
1. Asesoramiento y asistencia.....	10
2. Acceso a la solución de conflictos	11
III. Protección eficaz	12
1. Metamorfosis de los mecanismos internos del proceso	12
2. La gratuidad del servicio de justicia a favor de los consumidores ...	12
3. Simplificación y aceleración de los procedimientos	14
4. Características de la tutela judicial del consumidor	16
4.1. Prevención	16
4.2. Eficacia	17
4.2.1. Celeridad.....	17
4.2.2. Gratuidad.....	18
4.3. Soluciones colectivas	18
IV. Acciones colectivas y legitimación para obrar.....	19
1. La legitimación colectiva en representación de los grupos de consumidores	19

	Pág.
2. Las acciones colectivas antes de la Ley de Defensa del Consumidor.....	20
3. El acceso del consumidor a la justicia, ya sancionada la Ley de Defensa del Consumidor 24.240 y su modificatoria 26.361	21
3.1. Legitimación activa	22
3.2. Roles del Ministerio Público.....	22
3.3. Cosa juzgada expansiva	24
4. Las acciones colectivas en el Proyecto de Código Civil y Comercial.....	26
4.1. El Anteproyecto	26
4.1.1. Ejercicio de los derechos. Derechos individuales y de incidencia colectiva	27
4.1.2. Sección 5ª. Daños a los derechos de incidencia colectiva	27
4.2. El Proyecto del PEN (observaciones).....	27
4.3. Desatino de las observaciones del PEN.....	28

CAPÍTULO XXIII

XXIII.1

REGLAS Y PRINCIPIOS PROCESALES EN LAS RELACIONES DE CONSUMO

POR ANDREA MEROI

I. Introducción	33
1. Ley 24.240 y modificatorias.....	34
2. El caso de la ley 26.993	36
II. Proceso abreviado	38
1. En general.....	38
1.1. Ley 24.240.....	39
1.2. Ley 26.361.....	42
2. El caso de la ley 26.993	46
III. Colaboración procesal y carga probatoria	48
IV. Simplificación de las formas: acta poder.....	62
V. Gratuidad	63
1. En general.....	63
1.1. Postura que distingue "beneficio de gratuidad" de "beneficio de litigar sin gastos"	64

	Pág.
1.2. Postura que identifica "beneficio de gratuidad" con "beneficio de litigar sin gastos"	69
1.3. El problema en las provincias.....	75
2. El caso de la ley 26.993	79

SEGUNDA PARTE

PRESCRIPCIÓN

CAPÍTULO XXIV

XXIV.1

**LA APLICACIÓN DE LA PRESCRIPCIÓN DEL ART. 50 LDC
Y EL PRINCIPIO "PRO CONSUMIDOR"**

POR LIDIA M. R. GARRIDO CORDOBERA

I. Introducción necesaria	85
II. La importancia de los principios	87
III. El principio pro consumidor como manifestación del principio <i>pro homine</i>	92
IV. La prescripción	93
V. Reflexión	97

TERCERA PARTE

PROCESOS DE CONSUMO

CAPÍTULO XXV

**ASPECTOS RELEVANTES DE LOS PROCESOS
DE CONSUMO**

XXV.1

COMPETENCIA

POR ANDREA MEROI

I. Reglas generales	103
1. Introducción	103
2. Pautas objetivas de atribución de la competencia.....	104

	Pág.
2.1. Competencia territorial	104
2.2. Competencia material.....	105
2.2.1. Competencia ordinaria o federal <i>ratione materiae</i> ...	106
2.2.2. Competencia civil y comercial o contenciosoadministrativa	112
2.2.3. Competencia civil o comercial.....	114
2.3. Competencia funcional.....	120
2.4. Competencia personal.....	120
2.5. Competencia cuantitativa.....	121
3. Excepciones a las pautas objetivas de atribución de la competencia	122
3.1. Prórroga de la competencia.....	122
3.2. Someter a arbitraje	124
II. La solución especial del art. 36 LDC (según ley 26.993)	128
III. Pretensiones iniciadas por el proveedor o prestador	131
1. Caso especial de los secuestros prendarios.....	143
2. La extensión del criterio a la propia vía ejecutiva y a otros títulos ...	148
IV. Pretensiones iniciadas por el consumidor	148
V. Fuero especial del consumidor	149
1. Composición del fuero especial del consumidor	150
2. Competencia.....	152
3. Competencia material.....	152
4. Competencia territorial.....	152
5. Competencia cuantitativa.....	153
6. Competencia funcional.....	156
7. Legitimación activa	157
8. Principios aplicables al proceso	158

CAPÍTULO XXV.2

PROCESOS INDIVIDUALES DE CONSUMO

XXV.2.1

PROCESOS INDIVIDUALES DE CONSUMO: LA ACCIÓN PREVENTIVA EN GENERAL Y EN EL TERRENO CONSUMERIL

POR JORGE W. PEYRANO

XXV.2.2

**PROCESOS INDIVIDUALES DE CONSUMO (CONT.):
LA MEDIDA AUTOSATISFACTIVA Y LA TUTELA
DEL CONSUMIDOR Y DEL USUARIO**

POR JORGE W. PEYRANO

167

XXV.2.3

**PROCESOS INDIVIDUALES DE CONSUMO (CONT.): LA TUTELA
ANTICIPADA DE URGENCIA EN EL ÁMBITO CONSUMERIL**

POR JORGE W. PEYRANO

I. Introducción	177
II. Tendencias	180
1. Breve sustanciación previa	180
2. Autorización de la tutela anticipada a través de una medida cautelar innovativa	181
3. Concesión de una tutela parcial	181
4. Modalidades de pago anticipado	181
5. Fijación de un techo para los efectos de la sentencia anticipada ...	182
6. Reparación en especie.....	182
7. Prevalencia del “ <i>periculum in damni</i> ” sobre el “ <i>periculum in mora</i> ”	183
8. Prevención del agravamiento de daños personales	184
III. Diferencias entre la medida autosatisfactiva y la tutela anticipada de urgencia.....	185
1. La autosatisfactiva es un proceso autónomo, mientras que la tutela anticipada de urgencia es un segmento de un proceso cuya tramitación prosigue	185
2. La autosatisfactiva persigue solucionar la urgencia que justifica su promoción, en tanto que la tutela anticipada busca solucionar una urgencia que no ha originado la iniciación del proceso principal en el cual se inserta	187
3. La autosatisfactiva sólo procede cuando no es menester una amplitud de debate, lo que no ocurre respecto de la tutela anticipada de urgencia.....	187
4. La medida autosatisfactiva reclama un mayor grado de verosimilitud que la tutela anticipada de urgencia	188
IV. La tutela anticipada de urgencia en el régimen consumeril.....	189

XXV.3

**ACCIÓN DE AMPARO DE LOS CONSUMIDORES.
RÉGIMEN VIGENTE: SUS BASES CONSTITUCIONALES.
HORIZONTES JURISPRUDENCIALES**

POR OSCAR R. PUCCINELLI

I. Introducción	191
II. Los derechos del consumidor y del usuario y sus vías protectorias en el derecho constitucional y convencional, en el derecho procesal constitucional, y en el derecho del consumidor	194
III. El derecho y la acción de amparo en los derechos nacional e internacional de los derechos humanos	206
IV. Las acciones populares o en interés público; las acciones de clase o de grupo y las <i>relators actions</i>	216
V. El amparo nacional en sus tres versiones constitucionales	229
1. Naturaleza jurídica	231
2. Objeto	234
3. Bienes jurídicos protegidos	236
4. Las conductas atacables por el amparo	243
4.1. Acción u omisión del legitimado pasivo	243
4.2. Lesión a un bien jurídico protegido	244
4.3. Actualidad o inminencia de la lesión	244
4.4. Arbitrariedad e ilegalidad en la conducta lesiva	245
4.5. Carácter manifiesto del vicio	247
5. Legitimación activa	250
5.1. Amparo individual: el afectado	250
5.1.1. <i>Quid</i> de los restantes legitimados por el segundo párrafo (Defensor del Pueblo y asociaciones)	262
5.2. Amparo colectivo: legitimación del afectado, del Defensor del Pueblo y de las asociaciones. <i>Quid</i> de otros legitimados no mencionados expresamente en el art. 43	263
5.2.1. El afectado. Remisión	266
5.2.2. El Defensor del Pueblo	266
5.2.3. El caso de las "asociaciones" que propendan a los fines mencionados en el segundo párrafo	270
5.2.4. Extensión a otros legitimados	280
5.2.4.1. El Ministerio Público	281
5.2.4.2. Las asociaciones sectoriales	282
5.2.4.3. Otros legitimados	283

	Pág.
5.3. Hábeas data. El afectado. <i>Quid</i> de otros legitimados	285
6. Legitimación pasiva.....	287
6.1. Amparos individual y colectivo: particulares y autoridades públicas	287
6.2. Hábeas data: Registros y bancos públicos de datos personales y privados que excedan del uso exclusivamente personal	296
6.2.1. Registros y bancos de datos de los servicios de información crediticia.....	300
6.2.2. Registros y bancos de datos con fines de publicidad, marketing y actividades análogas	321
6.3. Hipótesis especial relacionada con los sujetos activos y pasivos: la intervención de terceros en el amparo y en la Ley de Defensa del Consumidor. Remisión	329
7. La problemática del rol directo o subsidiario del amparo respecto de otros procesos judiciales o medios administrativos disponibles. <i>Quid</i> de la irreparabilidad del daño al bien jurídico tutelado	330
7.1. Las vías previas: el amparo frente a los medios administrativos.....	333
7.2. Las vías paralelas: el amparo frente a los demás medios judiciales.....	339
7.2.1. Los procesos judiciales en general	348
7.2.2. El "proceso de conocimiento más abreviado" de la Ley de Defensa del Consumidor.....	351
8. Plazo de caducidad de la acción. Remisión.....	353
9. El proceso de amparo.....	354
1. Trámite. Exeditividad, rapidez, sumariedad	354
2. Plazo de caducidad de la acción.....	357
3. Competencia judicial	361
3.1. Competencia federal	362
3.1.1. Competencia originaria de la Corte nacional.....	366
3.1.2. Competencia provincial	367
4. Gratuidad	368
5. Medidas cautelares.....	370
6. Intervención de terceros	377
6.1. La intervención de terceros y del Ministerio Público en los procesos del consumidor.....	381
7. Prueba.....	383
8. Sentencia (contenido).....	384

	Pág.
9. Sentencia (contenido, sustracción de materia, cuestión abstracta)	391
10. Sentencia (carácter de la cosa juzgada).....	394
11. Sentencia (notificación y publicidad).....	404
12. Sentencia (recursos).....	406
13. Sentencia (ejecución).....	408
14. Medios anormales de extinción del proceso. Sustracción de materia (remisión), caducidad de instancia y transacción	409

PROCESOS COLECTIVOS

XXV.4

RESPONSABILIDAD CIVIL EN EL CASO DE INTERESES INDIVIDUALES, INDIVIDUALES HOMOGÉNEOS Y COLECTIVOS. DOCTRINA ESENCIAL

POR RICARDO L. LORENZETTI

I. El daño a la persona	415
II. El daño a muchas personas	419
III. El daño a bienes colectivos.....	422
IV. La legitimación	423
1. Bienes colectivos.....	423
2. Intereses individuales homogéneos.....	424
V. Clasificación	427

XXV.5

LOS DERECHOS DE INCIDENCIA COLECTIVA EN LA JURISPRUDENCIA DE LA CSJN

POR MARÍA JOSÉ AZAR

I. Introducción	429
II. La noción de "derechos de incidencia colectiva" en la jurisprudencia de la CSJN.....	431
III. La interpretación del art. 43 CN en la doctrina de la CSJN	437
1. Postura amplia	438
2. Postura restrictiva	439
2.1. El fundamento de la postura restrictiva.....	439

	Pág.
2.2. Las provisiones de la postura amplia en este sentido.....	440
3. La mudanza paradigmática del caso "Halabi"	442
IV. Tipología	444
1. Los derechos de incidencia colectiva que tienen por objeto bienes colectivos	444
2. Los derechos de incidencia colectiva referentes a los intereses individuales homogéneos.....	447
3. Concurrencia de derechos en una misma causa. Preeminencia del bien colectivo. La calificación de los derechos en juego es siempre potestad de los jueces.....	450
V. Las condiciones de admisibilidad de la acción	453
1. El "caso colectivo", elemento indispensable para la admisibilidad de la acción en defensa de derechos de incidencia colectiva en general	453
2. Los requisitos de admisibilidad de las acciones referidas a intereses individuales homogéneos: un avance significativo del fallo "Halabi"	457
VI. Conclusión.....	461

XXV.6

**LOS PROCESOS COLECTIVOS Y LA DEFENSA
DEL CONSUMIDOR**

POR DEMETRIO ALEJANDRO CHAMATROPULOS

I. Las acciones colectivas	463
II. La regulación de algunos aspectos de los procesos colectivos en la LDC.....	478
1. Acuerdos conciliatorios o transaccionales colectivos. Trámite y requisitos	478
2. Impugnación de acuerdos transaccionales ya homologados cuya ejecución produce perjuicios a los consumidores representados	482
3. Efectos. Carácter expansivo de la cosa juzgada. Excepción	485
4. Publicidad de las acciones colectivas	486
5. El Registro de Acciones Colectivas. La acordada 32/2014 de la CSJN.....	489
6. Ejecución de la sentencia y posible insolvencia del proveedor.....	490
7. ¿Necesidad de mediación previa?	491
8. Diligencias preliminares	492
9. Intervención de <i>amicus curiae</i> en procesos colectivos	492
10. El tipo de trámite para los procesos colectivos de consumo	493

	Pág.
11. ¿Se puede reclamar daño moral colectivo en las acciones colectivas?	494

CUARTA PARTE

LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR

CAPÍTULO XXVI

XXVI.1

AUTORIDADES ADMINISTRATIVAS: AUTORIDAD DE APLICACIÓN NACIONAL. AUTORIDADES DE APLICACIÓN LOCALES. DESCENTRALIZACIÓN A MUNICIPIOS. JUSTICIA DE FALTAS. FACULTADES

POR FERNANDO MUMARE

I. Introducción	499
1. Desarrollo local	502
2. Los derechos de consumidores y usuarios en el actual contexto ..	504
3. El papel de los municipios en la descentralización	507
4. Facultades de los municipios	512
5. La regulación de los derechos de los consumidores en la Argentina	517
II. Autoridad de aplicación nacional	521
1. Evolución histórica. Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y arbitraje de consumo	523
1.1. Dirección de Defensa del Consumidor	528
1.2. Unidad Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo	530
1.3. Dirección Servicio de Conciliación Previa de las Relaciones de Consumo	531
1.3.1. La Auditoría en las Relaciones de Consumo	533
1.3.2. Fuero Judicial de consumo	532
III. Autoridades de aplicación locales	533
IV. Descentralización a municipios. Justicia de faltas. Facultades	538
1. Las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC)	541
2. Juzgados de Faltas	544
V. Corolario	551

CAPÍTULO XXVII

XXVII.1

POLÍTICAS DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

POR GABRIEL STIGLITZ

I. Las normas jurídicas sobre políticas del consumidor en el derecho supranacional	555
1. Europa	555
2. Naciones Unidas	556
3. Derecho y políticas de defensa del consumidor en América latina	557
3.1. El Código brasileño de Defensa del Consumidor (1991)	557
3.2. La Constitución Nacional Argentina (1994) art. 42	558
3.3. Declaración presidencial de Derechos Fundamentales de los Consumidores del Mercosur (año 2000)	559
II. El déficit argentino en políticas de defensa del consumidor	560
III. Función del Estado	562
1. Las políticas activas de defensa del consumidor	562
1.1. Defensa del consumidor y reglas del mercado	562
1.2. La función del Estado en defensa del consumidor	565
1.2.1. Los deberes del Estado en el derecho comparado	565
1.2.2. Los deberes del Estado en el derecho argentino	566
1.2.2.1. Función del Estado, conf. Constitución Nacional Argentina (1994) art. 42	566
1.2.2.2. Función del Estado, conf. ley nacional 24.240 de Defensa del Consumidor	567
IV. Sistema de políticas activas de defensa del consumidor	568
1. Políticas de regulación del mercado en materia de protección de la salud, seguridad y medio ambiente, y cumplimiento de los estándares mínimos de calidad	569
2. Programas de educación e información al consumidor, y promoción a las organizaciones de consumidores	570
3. Implementación de sistemas eficaces de solución de conflictos y sanción de abusos	571
V. Otras políticas propuestas: "Bases para un programa de gobierno, en materia de defensa de los consumidores y usuarios"	572
1. Protección de intereses económicos	572
2. Políticas de acceso al consumo	572

3. Control de servicios públicos	Pág. 573
4. Políticas de consumo sustentable	573
5. Políticas especiales para consumidores carecientes	574

CAPÍTULO XXVIII

XXVIII.1

ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

POR SERGIO SEBASTIÁN BAROCELLI

I. Introducción	579
II. Movimiento consumerista.....	580
1. El movimiento consumerista en los Estados Unidos.....	582
2. El movimiento consumerista a nivel global	585
3. El movimiento consumerista en América latina y el Caribe	587
4. El movimiento consumerista en Argentina.....	588
III. El derecho de organización y participación de los consumidores en la Constitución Nacional y en los instrumentos internacionales.....	589
IV. Regulaciones de las asociaciones de consumidores en la Ley de Defensa del Consumidor	595
V. Funciones de las asociaciones de consumidores y usuarios	597
VI. Incompatibilidades y prohibiciones.....	602
1. Participación en actividades políticas partidarias	604
2. Independencia de toda forma de actividad profesional, comercial y productiva.....	605
3. Recibir donaciones, aportes o contribuciones de empresas comerciales, industriales o proveedoras de servicios, privadas o estatales, nacionales o extranjeras	606
4. Sus publicaciones no podrán contener avisos publicitarios.....	606
VII. Autorización para funcionar	609
1. Constitución como persona jurídica.....	609
2. ¿Objeto exclusivo o amplio?	611
3. Inscripción	611
VIII. Contribuciones estatales	614
1. El reconocimiento de la asociación conforme a los arts. 56 y 57 de la ley 24.240	616
2. Nivel de representatividad	617
3. Capacidad de autofinanciamiento	617

4. Actividad y planes futuros de acción.....	Pág. 617
IX. Reclamos ante las asociaciones de consumidores	618
X. Conclusión	622

QUINTA PARTE

PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y SANCIONES

CAPÍTULO XXIX

XXIX.1

**PROCEDIMIENTO Y SANCIONES ADMINISTRATIVAS
EN MATERIA DE CONSUMO**

POR ADRIANA TALLER Y ANALÍA ANTIK

I. Introducción	629
II. Procedimiento administrativo: actuaciones administrativas.....	630
1. Concepto	630
2. Principios del procedimiento administrativo aplicables en las actuaciones administrativas y en el procedimiento conciliatorio.	635
2.1. Principio de legalidad	636
2.2. Principio de razonabilidad	637
2.3. Principio de igualdad	638
2.4. Transparencia	638
2.5. Oficialidad.....	639
2.6. Celeridad, economía, sencillez y eficacia en los trámites....	640
2.7. Informalismo a favor del administrado	642
2.8. Debido proceso adjetivo	643
2.9. Gratuidad	645
2.10. <i>In dubio pro consumidor</i>	646
3. Fines del procedimiento administrativo y conciliatorio	647
4. Acuerdos conciliatorios.....	649
5. Procedimiento previsto en la ley 24.240	652
5.1. Por denuncia de parte	652
5.2. Actuaciones administrativas de oficio - Acta de Inspección..	654
6. Procedimiento de Conciliación ante el Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo (COPREC) y la Auditoría en las Relaciones de Consumo (Auditoría) - Ley 26.993.....	655

	Pág.
6.1. Procedimiento de conciliación ante el Servicio de COPREC..	655
6.1.1. Servicio conciliatorio	655
6.1.2. Competencia del COPREC	655
6.1.3. Iniciación del procedimiento de conciliación	657
6.1.4. Admisibilidad del reclamo	657
6.1.5. Subsanación de deficiencias	657
6.1.6. Inadmisibilidad del reclamo	657
6.1.7. Efectos de la interposición del reclamo	659
6.1.8. Plazo del procedimiento	659
6.1.9. Audiencia	659
6.1.10. Obligaciones de las partes	660
6.1.11. Conclusión o extinción del procedimiento de conciliación	661
6.1.12. Recaudos del acuerdo homologado	661
6.1.13. Ejecución de acuerdos homologados	662
6.1.14. Incumplimiento del acuerdo homologado	663
6.2. Procedimiento de conciliación ante la Auditoría en Relaciones de Consumo	663
6.2.1. Auditoría	663
6.2.2. Competencia de la Auditoría	663
6.2.3. Iniciación del procedimiento	663
6.2.4. Audiencia	664
6.2.5. Subsanación de deficiencia. Incomparecencia de las partes a la audiencia	664
6.2.6. Conclusión o extinción del procedimiento de conciliación	665
7. La prueba en las actuaciones administrativas y de conciliación	666
7.1. Medios de prueba admitidos	670
7.1.1. Prueba documental	670
7.1.2. Prueba de informes	671
7.1.3. Prueba testimonial	671
7.1.4. Prueba de peritos	672
7.1.5. Prueba confesional	673
7.2. Carga dinámica de prueba	673
8. Denuncia maliciosa o sin justa causa	675
III. Las sanciones administrativas: concepto y naturaleza jurídica	677
IV. Las sanciones en la Ley de Defensa del Consumidor	687
V. Reincidencia	693

VI. Competencia de la autoridad administrativa	Pág. 695
VII. Prescripción en las relaciones de consumo	697

XXIX.2

**IMPLICANCIAS DE LAS DISTINTAS FORMAS DE COMPONER
EL CONFLICTO Y EL LITIGIO REGULADAS POR LA LEY 26.993
EN EL MARCO DEL SISTEMA INTEGRAL
DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR**

POR MARÍA FLORENCIA CULASSO

I. El principio protectorio y los derechos instrumentales como vehículos de garantía del acceso a la justicia y de la efectiva realización de los derechos sustanciales.....	703
II. Las herramientas procedimentales en el marco del sistema integral de normas del derecho del consumidor.....	705
1. El servicio de conciliación previa en las relaciones de consumo (COPREC).....	709
1.1. Creación de una instancia de conciliación previa y obligatoria.....	709
1.2. Ámbito de actuación	714
1.3. Normas reguladas para el procedimiento	717
1.3.1. Diligencias del procedimiento.....	717
1.3.2. Normas del procedimiento	720
1.4. Conclusión de la conciliación. Diversos supuestos.....	723
1.4.1. Finalización con acuerdo. Trámite de homologación. Observaciones. Consecuencias de su inejecución.....	723
1.4.2. Conciliación concluida sin acuerdo	725
2. La auditoría en las relaciones de consumo	727
2.1. Creación de una instancia administrativa previa no obligatoria.....	727
2.2. Ámbito de actuación	729
2.3. Normas reguladas para el procedimiento	731
2.4. Requisitos e impugnación de la resolución dictada por el auditor en las relaciones de consumo	732
III. Las herramientas procesales en el marco del sistema integral de normas del derecho del consumidor.....	732
1. La Justicia Nacional en las Relaciones de Consumo.....	734
1.1. Creación del fuero especial	734

1.2. Órganos jurisdiccionales. Ámbito de actuación	Pág. 734
1.3. Normas del proceso	736

SEXTA PARTE

PROCEDIMIENTOS JUDICIALES Y ADMINISTRATIVOS EN LAS PROVINCIAS

CAPÍTULO XXX

PROCEDIMIENTOS JUDICIALES Y ADMINISTRATIVOS (SANCIONES)

XXX.1

PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL VIGENTE (LEY 24.240). PROCEDIMIENTO EN EL ÁMBITO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES (LEY 13.133)

POR FERNANDO MUMARE

I. Introducción	743
II. Proceso administrativo conciliatorio y sancionatorio en el ámbito nacional.....	744
1. Procedimientos y sanciones	744
1.1. Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo (COPREC) (conf. art. 1º, ley 26.993).....	752
1.2. Auditoría en las relaciones de consumo (conf. art. 22 ley 26.993) en el ámbito del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas.....	766
III. Proceso administrativo conciliatorio y sancionatorio en la Provincia de Buenos Aires	774
1. Código de Implementación de los Derechos de los Consumidores y Usuarios - Ley de la Provincia de Buenos Aires 13.133.....	774
2. Procedimiento ante la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC)	776
2.1. Respecto de la iniciación de oficio.....	781
2.2. Respecto de la iniciación por denuncia.....	786
3. Procedimiento en el Partido de General Pueyrredón. Justicia Municipal de Faltas. Sanción y resarcimiento.....	794
4. La petición de daño directo (art. 40 bis ley 24.240).....	797
5. Impugnación de la sanción.....	804
IV. Corolario	805

XXX.2

**PROCEDIMIENTOS JUDICIALES Y ADMINISTRATIVOS:
RÉGIMEN VIGENTE Y EXPERIENCIA HABIDA
EN LA PROVINCIA DE CÓRDOBA**

POR FEDERICO A. OSSOLA Y ANDRÉS F. VARIZAT

Primera parte: los procesos judiciales	807
I. Consideraciones generales.....	807
II. Las normas del proceso	809
III. La carga de la prueba	811
IV. La intervención del Ministerio Público Fiscal. Un reciente cambio de criterio en el Tribunal Superior de Justicia	816
V. La intervención <i>preventiva</i> del Ministerio Público Fiscal. Sentencias contradictorias.....	818
VI. Los daños punitivos. Prevalencia del criterio restrictivo	820
VII. El beneficio de gratuidad. Su denegación.....	824
VIII. El pagaré de consumo. Un camino que recién comienza	826
IX. Cláusula de prórroga de competencia. Nulidad	828
X. Indemnizaciones por daño moral. En el buen camino.....	829
XI. Responsabilidad por daños causados en centros de compras. Una tendencia consolidada.....	830
XII. La obligación de informar	831
XIII. Otros supuestos	833
Segunda parte: los procedimientos administrativos. Breve análisis del régimen vigente (ley provincial 10.247 de 2014).....	835
I. Introducción	835
II. Situación en la Provincia de Córdoba con anterioridad a la ley 10.247. La ley 8835 (Carta del Ciudadano).....	837
III. La necesidad de una mejor implementación de los derechos de los consumidores y usuarios en el ámbito provincial	838
IV. Análisis general de la nueva ley provincial 10.247.....	840
1. Capítulo I. Finalidades de la ley.....	840
1.1. Aspectos generales	840
1.2. Integración de leyes y unificación de procedimiento administrativo	841
1.3. Criterios de compatibilización	843

	Pág.
2. Capítulo II. Políticas públicas de protección.....	843
2.1. Introducción	843
2.2. Políticas públicas de protección y creación de una infraestructura adecuada	843
2.3. Recepción de los "intereses económicos" de los consumidores como criterio de protección.....	844
2.4. Prevención y sanción de las "malas prácticas" comerciales de las empresas.....	845
2.4.1. Noción restrictiva	846
2.4.2. Noción amplia	846
2.4.3. La falta de presentación de propuestas conciliatorias como "mala práctica" comercial.....	847
2.4.4. Casos de aplicación práctica en la Provincia de Córdoba.....	849
3. Capítulos III y IV. Asociaciones de Consumidores y Usuarios. Registro	853
4. Capítulo V. Prevención y solución de conflictos en el ámbito administrativo	853
4.1. Autoridad de Aplicación	853
4.2. Facultades y atribuciones	854
5. Capítulo VI. Procedimiento administrativo	855
5.1. Cuestiones generales.....	855
5.2. Presentación de reclamos. Principio de gratuidad y <i>pequeñas causas</i> de consumo.....	856
5.3. Audiencia conciliatoria de consumo. <i>Distintas cuestiones</i> . Posibilidad de <i>prescindir</i> de la misma	856
6. Capítulo VII. Sanciones.....	858
7. Capítulo VIII. Recursos contra la resolución definitiva.....	858
7.1. Cuestiones generales.....	858
7.2. Situación anterior a la ley 10.247.....	858
7.3. Ley 10.247: doble instancia recursiva e impulso de oficio ...	859
7.4. Armonización con la legislación nacional y con el Código de Procedimiento Civil local.....	860
8. Capítulo IX. Participación de los municipios.....	861
V. Conclusiones	862

XXX.3

**PROCEDIMIENTOS JUDICIALES Y ADMINISTRATIVOS
(SANCIONES): RÉGIMEN VIGENTE Y EXPERIENCIA HABIDA
EN LA PROVINCIA DE SANTA FE**

POR LEONARDO GIANZONE

I. Procedimiento judicial. Aspectos procesales de la Ley de Defensa del Consumidor.....	863
1. Competencia.....	864
1.1. Competencia en razón del territorio. El especial supuesto de las acciones judiciales derivadas de la venta a crédito....	865
2. Tipo de juicio.....	868
3. Legitimación en la LDC.....	869
3.1. Legitimación activa	870
4. Prueba.....	872
4.1. Prohibición de invertir la carga de la prueba contractualmente.....	874
5. La prescripción en la LDC.....	875
5.1. Las reglas generales del Código Civil y Comercial de la Nación	877
5.2. Interrupción de la prescripción	878
6. El beneficio de gratuidad	879
7. La Mediación Prejudicial Obligatoria en Santa Fe.....	885
II. Procedimiento administrativo	886
1. Autoridad de aplicación.....	886
2. El procedimiento. Inicio.....	887
3. Requisitos de la denuncia administrativa.....	888
4. Legitimación activa	890
5. Gratuidad y patrocinio letrado	891
6. Innecesariedad de agotar el procedimiento administrativo.....	893
7. Instancia conciliatoria. Audiencia de conciliación.....	895
7.1. Representación del consumidor mediante carta poder.....	898
8. Acreditación de personería y domicilio.....	899
9. Contenido del acta de audiencia.....	899
10. Acuerdo conciliatorio.....	900
11. Ausencia de acuerdo o incomparecencia del denunciado	901
12. Acta de imputación.....	901
13. Escrito de descargo.....	903
14. Apertura a prueba.....	903

	Pág.
15. Medidas cautelares administrativas	904
16. Resolución administrativa. Contenido	906
17. Sanciones. Graduación	909
18. Recursos contra la resolución definitiva.....	913
19. Denuncia maliciosa.....	915
20. Prescripción de las acciones administrativas.....	915
21. Daño directo	916
III. Oficinas Municipales de Información al Consumidor en Santa Fe.....	918
IV. El nuevo sistema nacional de resolución de conflictos en las relaciones de consumo. Alcance y aplicación en Santa Fe.....	919
1. Consideraciones generales	919
2. Actuación de las autoridades de aplicación provinciales	920
3. Sistema sólo accesible para los habitantes de la CABA.....	921
4. Sistema superfluo y complejo. Dispersión de organismos para reclamar.....	921
5. Creación de la justicia especializada	922
6. Registro de antecedentes	922
7. Invitación a las provincias. Consideraciones finales	923

XXX.4

PROCEDIMIENTOS JUDICIALES Y ADMINISTRATIVOS: RÉGIMEN VIGENTE Y EXPERIENCIA HABIDA EN LA PROVINCIA DE MENDOZA

POR SILVINA FURLOTTI

I. Introducción	925
II. Facultades de la Provincia de Mendoza en materia de consumo	926
III. La protección del consumidor y usuario ante la Dirección de Defensa del Consumidor	927
1. Funciones y competencia	927
2. Resoluciones, acciones, recursos	930
IV. La protección del consumidor en sede judicial	934
1. El impacto de la Ley de Defensa del Consumidor en el Código Procesal de la Provincia de Mendoza.....	934
1.1. Competencia.....	934
1.2. Beneficio de justicia gratuita	939
1.3. Intervención del Ministerio Público Fiscal	941
1.4. Procedimientos individuales y colectivos	941

	Pág.
1.5. Recurso de apelación	944
1.6. Aplicación de oficio de la ley 24.240 y el principio " <i>iura novit curia</i> "	945
1.7. La prueba, cargas y presunciones, en el proceso de consumo y la interpretación más favorable al consumidor	947
1.8. Cláusulas abusivas que restringen la prueba en contra del consumidor	952
1.9. Relación de consumo, legitimación, presunciones y eximentes	952
1.10. Supuestos especiales	960
1.10.1. Contrato de transporte	960
1.10.2. Hurto en playas de estacionamiento en supermercados o centros comerciales	962
1.10.3. La prueba del daño punitivo	965
V. Conclusión	967

XXX.5

PROCEDIMIENTOS JUDICIALES Y ADMINISTRATIVOS (SANCIONES): RÉGIMEN VIGENTE Y EXPERIENCIA HABIDA EN LA PROVINCIA DE SAN JUAN

POR ROBERTO PAGÉS LLOVERAS

I. Régimen vigente	969
1. Procesos judiciales	970
2. Proceso administrativo	974
II. Experiencia habida en la Provincia de San Juan	977

XXX.6

LA NORMATIVA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR EN LA PROVINCIA DE ENTRE RÍOS

POR ÁNGEL LUIS MOIA

I. La normativa vigente	989
II. La autoridad de aplicación	990
1. Descentralización administrativa	991
2. Facultades de la autoridad de aplicación	992
2.1. Equilibrar la situación de inferioridad, subordinación o indefensión en la que podrían hallarse los consumidores, individual o colectivamente	993

	Pág.
2.2. Realizar inspecciones y pericias velando por el debido cumplimiento de la normativa nacional y local.....	993
2.3. Recibir las denuncias de violaciones a la Ley de Defensa del Consumidor, sustanciando los respectivos sumarios. Convocar a audiencias	994
2.4. Defender y representar los intereses de los consumidores, individual o colectivamente tanto ante organismos públicos como privados.....	994
2.5. Requerir informes y antecedentes que considere necesarios, así como requerir la colaboración de laboratorios o entidades públicas y privadas	995
2.6. Realizar investigaciones en los aspectos técnicos, científicos o legales de su incumbencia	995
2.7. Dictar normas y asesorar en cuanto su elaboración, en materias relacionadas con la defensa del consumidor.....	996
2.8. Llevar un registro de las asociaciones de consumidores e infractores a la normativa tuitiva	996
2.9. Realizar cualquier otro tipo de actividad destinada a la defensa, información y educación del consumidor	997
III. Las infracciones y el procedimiento	997
1. La audiencia de conciliación	998
2. Inicio del procedimiento. Agotamiento de la instancia conciliatoria.....	998
3. Notificación y emplazamiento del supuesto infractor.....	1000
4. Los acuerdos conciliatorios	1000
5. Facultades cautelares de la administración	1001
6. Etapa probatoria	1001
7. Recursos contra la imposición de sanciones.....	1002
7.1. Vías recursivas	1002
7.2. Requisitos de interposición	1005
7.3. Efecto del recurso	1007