

INDICE

PARTE GENERAL

1) Introducción a la problemática del consumo.

1.a) Consumidores somos todos.....	17
1.b) La protección jurídica del consumidor y los derechos humanos.....	18
1.c) El derecho de consumo como rama jurídica autónoma.....	20
1.d) El derecho de consumo en el orden jurídico argentino.....	21

2) Principios del derecho del consumidor.

2.a) Introito.....	25
2.b) Principios jurídicos (en particular)	
2.b.1) Principio protectorio.....	27
2.b.2) Principio de sustentabilidad.....	30
2.b.3) Principio de irrenunciabilidad de los derechos.....	31
2.b.4) Principio de buena fe.....	32
2.b.5) Principio de trato digno.....	34
2.c) Colofón.....	35
2.d) Caso “Salvaneschi”	36

3) Ámbitos de aplicación.

3.a) Ámbito subjetivo de aplicación.....	39
3.a.1) Caso “Racing Club”	44
3.a.2) Caso “Santellán”	47
3.a.3) Caso “Aguilar”	50
3.b) Ámbito objetivo de aplicación.....	53

3.b.1) Caso “Collado”	57
3.c) Ámbito temporal de aplicación.....	62
3.c.1) Caso “Dapra”	66

PARTE ESPECIAL

4) El contrato de consumo electrónico.

4.a) Introito.....	71
4.b) La contratación electrónica como fenómeno social.....	72
4.c) Actualizando el paradigma contractual.....	76
4.d) El quid de la contratación electrónica.....	78
4.e) Clasificación de los contratos electrónicos.....	80
4.f) Reglas aplicables a la contratación electrónica.....	82
4.f.1) Equivalencia funcional.....	83
4.f.2) Inalteración del derecho preexistente en materia de obligaciones y contratos.....	84
4.f.3) Neutralidad tecnológica.....	86
4.f.4) Buena fe.....	87
4.f.5) Libertad contractual.....	88
4.g) La formación del contrato electrónico.	
4.g.1) Oferta.....	89
4.g.2) Aceptación.....	91
4.g.3) Consentimiento.....	94
4.h) El contrato de consumo electrónico.....	95
4.i) El deber de información en el contrato de consumo electrónico.....	96
4.i.1) Sujetos obligados.....	99
4.i.2) Forma.....	101
4.i.3) Contenido.....	104
4.j) Colofón.....	114
4.k) Caso “Lohidoy”	117

5) Estafas bancarias digitales.

5.a) La digitalización de los procesos bancarios y las nuevas formas de estafa.....	120
5.b) Encuadramiento jurídico de las relaciones entre el Banco y los usuarios.....	123
5.c) Implicancia normativa de las reglamentaciones emitidas por el Banco Central.....	132
5.d) La dimensión técnica de la obligación de seguridad: ¿cuáles son los sistemas de protección idóneos?.....	137
5.e) El hecho de la víctima: ¿Línea de fuga de la responsabilidad bancaria frente a estafas digitales?.....	140
5.f) Efectos.....	145
5.g) Colofón.....	146
5.h) Caso “Raggio”.....	147
5.i) Caso “Bustos”.....	149
5.j) Caso “Juárez”.....	151
5.k) Caso “Piccardo”.....	158

6) Los daños punitivos en el derecho de consumo.

6.a) Los daños punitivos como ilícito agravado.....	165
6.b) El factor de atribución aplicable a los daños punitivos.	
6.b.1) Tesis objetiva simple.....	169
6.b.2) Tesis objetiva calificada.....	170
6.b.3) Tesis subjetiva.....	171
6.c) Cuantificación del daño punitivo.....	174
6.d) Casuística.	
6.d.1) Caso “Salituri”.....	180
6.d.2) Caso “Collado”.....	185
6.d.3) Caso “Carozzino”.....	186
6.d.4) Caso “Salvaneschi”.....	188

6.d.5) Caso “Bertone”	192
6.d.6) Caso “Flores”	194
7) La responsabilidad solidaria en el derecho de consumo.	
7.a) Introducción.....	196
7.b) Una distinción necesaria: obligaciones solidarias, concurrentes y mancomunadas.....	197
7.c) La responsabilidad solidaria del art. 40 de la LDC.....	203
7.d) El problema de la solidaridad en la responsabilidad por daños punitivos.	
7.d.1) Tesis de la solidaridad amplia.....	207
7.d.2) Tesis de la mancomunación.....	209
7.d.3) Tesis de la solidaridad limitada.....	211
7.d.4) Nuestra postura.....	215
7.e) Quid de la imputación subjetiva del destinatario de la condena punitiva.....	223
7.f) Distintos tipos de responsabilidad según la modalidad de participación.....	232
7.f.1) Responsabilidad solidaria directa.....	233
7.f.2) Responsabilidad solidaria indirecta.....	235
7.f.3) Responsabilidad concurrente.....	238
7.f.4) Responsabilidad mancomunada.....	239
7.g) Régimen jurídico aplicable a las acciones de regreso.....	240
7.h) Balance.....	244
7.i) Caso “Martini”	245
8) El pagaré de consumo como título ejecutivo “integrable”.	
8.a) El pagaré como título de crédito.....	250
8.b) El pagaré de consumo.....	254
8.c) El “leading case” de la SCBA.....	256
8.d) El problema de la yuxtaposición del derecho cambiario y	

el derecho del consumidor en la regulación del pagaré de consumo.

8.d.1) Postura clásica.....	259
8.d.2) Postura favorable a la aplicación excluyente del derecho de consumo.....	261
8.d.3) Postura intermedia.....	264
8.e) Derrumbando objeciones.	
8.e.1) Principio de dispositivo vs. Principio de oficiosidad.....	266
8.e.2) Principio de congruencia vs. Principio protectorio.....	269
8.e.3) Principio de defensa en juicio vs. Principio de prevención procesal.....	270
8.e.4) Principios de derecho procesal vs. Principios de derecho sustantivo.....	271
8.e.5) Principio republicano vs. Facultades interpretativas del juez.....	272
8.f) Colofón.....	274
8.g) Precedentes relevantes.	
8.g.1) Integración de la legislación cambiaria y consumeril. Exigencia de recaudos informativo.....	276
8.g.2) Intimación para integrar título ejecutivo.....	278
8.g.3) Oportunidad para la integración del título ejecutivo.....	280
8.h) Panorama jurisprudencial y doctrinario en relación a la oportunidad procesal útil para integrar el pagaré de consumo.	
8.h.1) Tesis de la demanda.....	281
8.h.2) Tesis de la intimación previa.....	282
8.h.3) Tesis de la notificación de demanda.....	283
8.h.4) Tesis del período probatorio.....	283
8.h.5) Tesis de la sentencia como límite absoluto...	284

8.h.6) Nuestra posición.....	284
8.h.7) Posición de la Cámara de Pergamino.....	286
8.i) Cuestión atinente a la preparación de la vía ejecutiva.....	288
8.j) Objeto de la ejecución y oportunidad para el control de abusividad de los intereses.....	290
8.k) Requisitos informativos del pago parcial.....	294
8.l) Irrelevancia de la cláusula de caducidad de plazos.....	296
8.m) Presunción de consumo.....	298
8.n) Consentimiento de la resolución que califica al vínculo jurídico como relación de consumo.....	300
8.o) Control de abusividad de los intereses pactados en el pagaré de consumo.....	301
 9) El beneficio de gratuidad.	
9.a) Caracterización de la figura.....	303
9.b) Sobre la autonomía del beneficio de gratuidad.....	305
9.c) Alcances de la exención.....	308
9.d) Colofón.....	320
9.e) Caso “Escobar”.....	321
 10) La competencia del Ministerio Público Fiscal en materia de consumo.	
10.a) Introito.....	324
10.b) Encuadre constitucional.....	324
10.c) Encuadre legal.....	325
10.d) La cuestión en el derecho de consumo.....	326
10.e) Interpretación previsor de la cuestión analizada a la luz de la garantía convencional a un plazo razonable en el proceso.....	328
10.f) La doctrina legal de la SCBA.....	331
10.g) Caso “Salituri”.....	334

10.h) Colofón.....	339
---------------------------	-----

11) Los pequeños incumplimientos.

11.a) Hacia una conceptualización general.....	340
11.b) Exigencia de un adecuado sistema de atención de reclamos y reparación de daños.....	342
11.c) La actitud frente al reclamo.....	346
11.d) Colofón.....	349
11.e) Caso “Labuntes”.....	351