

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS.....	19
PRÓLOGO.....	21
NUEVAS FRONTERAS DEL DERECHO.....	26
INTRODUCCIÓN.....	33

A) PRINCIPIOS GENERALES

CAPÍTULO I

Evolución histórica del consumo y de su regulación

1.1. Evolución histórica del consumo y de su regulación.....	41
1.2. Sociedad de consumo y consumismo.....	51
1.3. Instituciones y principios del Derecho del Consumidor. Medios directos e indirectos de protección al Consumidor.....	58
1.4. Lealtad comercial y su influencia en los Derechos del Consumidor.....	66
1.5. Las Asociaciones de Consumidores y la educación para el consumo.....	67
1.6. La defensa de la competencia. Control de monopolios. Monopolios jurídicos, de hecho y naturales.....	72
1.7. La relación de consumo. Consumo responsable. Consumo sustentable. Responsabilidad social empresarial.....	82

CAPÍTULO II

DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

2.1. La Constitución Nacional y los derechos de los Consumidores y Usuarios. La Ley de Defensa del Consumidor y sus reformas. La relación entre los derechos del Consumidor y otros derechos constitucionales.....	93
2.2. La protección de la salud, de la seguridad y de los intereses económicos.....	99
2.3. Información y libertad de elección.....	102
2.4. Condiciones de trato equitativo y digno, art. 8 bis de la ley 24.240. Reforma ley 26.361. Rol del Estado.....	103
2.5. Consumidores hipervulnerables. Resolución 139/2020. Ministerio de Desarrollo Productivo. Secretaría de Comercio. Rol del Estado.....	108
2.6. La ley 24.240 y sus modificaciones. Ley 26.361. Concepto de Consumidor y proveedor en la ley LDC. Consumidor y Usuario. El ámbito de aplicación. Consumidor final. Criterios jurisprudenciales. Casos. Inmuebles, ventas y locaciones.....	117
2.7. El Derecho del Consumidor en el Código Civil y Comercial (ley 26.994).....	135

CAPÍTULO III

PUBLICIDAD

3.1. La empresa, la publicidad y el proceso de consumo.....	146
3.2. Publicidad. Concepto.....	148
3.3. Tipos de publicidad. Lícita e ilícita.....	148
3.3.1. Publicidad lícita.....	148
3.3.2. Publicidad ilícita.....	149
3.4. La publicidad en la ley 24.240. Integración en contrato de la publicidad.....	157
3.5. Publicidad en el nuevo régimen de lealtad	

Elementos del Derecho del Consumidor

comercial decreto 274/2019.....	158
3.6. Norma sobre promociones de venta con entrega de premios o regalos.....	159
3.7. Las acciones judiciales.....	161
3.8. La “publicidad comparativa”.....	162
3.9. Publicidad en el Código Civil y Comercial de la Nación.....	163
3.10. La publicidad en el Derecho Comparado.....	165
3.10.1. España: la Ley General de la Publicidad.....	165
3.10.2. Brasil: el Código de Defensa del Consumidor..	165
3.10.3. Uruguay: Ley de Defensa del Consumidor.....	166
3.11. Publicidad y deber de informar (omisión).....	166
3.12. Contrapublicidad. Recepción legislativa.....	168
3.13. Oferta en la ley de Defensa del Consumidor.....	170
3.14. Oferta en el Código Civil y Comercial de la Nación.....	170
3.15. Oferta en el Derecho del Consumidor.....	170
3.16. Oferta de cosas deficientes, usadas o reconstituidas.....	172

CAPÍTULO IV

RESPONSABILIDAD EN LAS RELACIONES DE CONSUMO

4.1. Responsabilidad en las relaciones de consumo.....	173
4.1.1. Aproximación al tema.....	173
4.1.2. Sobre la responsabilidad en materia de daños derivados de productos y servicios.....	177
4.2. Factor de atribución y eximentes.....	181
4.3. Debate en torno al factor de atribución concreto.....	181
4.4. Eximentes de la responsabilidad.....	182
4.5. ¿Quiénes pueden acceder a la protección brindada por el ordenamiento jurídico?.....	183
4.5.1. Legitimación activa.....	183

4.5.2. Legitimación pasiva.....	184
4.6. Respecto de la cuestión probatoria.....	185
4.7. Los daños que fija la ley 24.240.....	186
4.8. ¿Cuáles son las notas características del daño punitivo?.....	189

B) Parte especial-Aplicación a las relaciones
de consumo

CAPÍTULO V

ADQUISICIÓN DE COSAS MUEBLES Y DE SERVICIOS. GARANTÍAS.
VENTAS ESPECIALES

5.1. Régimen de garantías en el Derecho del Consumidor.....	196
5.2. Contenido del documento de venta.....	197
5.3. Supuestos ante el incumplimiento de la obligación.....	199
5.4. Funcionamiento de la garantía legal.....	201
5.5. ¿Cuáles son los plazos de vigencia de la garantía?.....	202
5.6. ¿Qué sucede cuando haya que trasladar la cosa para su reparación?.....	202
5.7. Responsables de brindar el servicio técnico.....	203
5.8. El problema del plazo de vigencia para la entrega de repuestos.....	204
5.9. Régimen de responsabilidad solidaria.....	206
5.10. Certificado de garantía.....	207
5.11. Prolongación del plazo de garantía.....	209
5.12. ¿Qué pasa si la reparación no es satisfactoria para el Consumidor?.....	210
5.13. ¿Cuándo debemos entender que la reparación no ha sido satisfactoria?.....	211
5.14. Reclamo por daños y perjuicios.....	212
5.15. De la venta domiciliaria, por correspondencia	

Elementos del Derecho del Consumidor

y otras.....	213
5.16. Contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales.....	214
5.17. Supuesto contemplado en el Código Civil y Comercial de la Nación.....	216
5.18. Utilización de medios electrónicos.....	218
5.19. Revocación de aceptación.....	219
5.20. Prohibición de propuesta al Consumidor de cosas o servicios ajenos a los solicitados.....	221
5.21. Botón de arrepentimiento.....	222
5.22. Casos en los cuales no rige el botón de arrepentimiento.....	225

CAPÍTULO VI

EL CRÉDITO. CONTRATOS BANCARIOS Y FINANCIEROS. TARJETAS

6.1. El crédito. El crédito para el consumo.....	227
6.2. Contrato de Caja de Seguridad.....	246
6.3. Régimen de tarjeta de crédito y protección del Consumidor.....	252
6.4. Aplicación de la Ley de Defensa del Consumidor.....	255
6.5. Es un contrato de consumo. Celebrado bajo publicidad inductiva.....	256
6.6. Oferta domiciliaria. Correspondencia y otras.....	257
6.7. Deber de información.....	258
6.8. Procedimiento de cobro judicial de deudas emergentes del uso de tarjeta de crédito.....	259
6.9. Ejecución de saldo de cuenta corriente, donde se incluyen saldos de tarjeta de crédito.....	259
6.10. Notas del proceso ejecutivo en la Provincia de Buenos Aires.....	260
6.11. Prescripción.....	261

CAPÍTULO VII

CONTRATACIÓN MASIVA

7.1. Introducción.....	264
7.2. La estructura contractual de adhesión masiva e individual.....	265
7.3. El contrato de consumo y la Ley de Defensa del Consumidor.....	266
7.4. Contratos de adhesión y contratos de consumo.....	268
A) Contratos de consumo.....	268
B) Contratos celebrados por adhesión.....	268
7.5. Distingo con el contrato de consumo.....	270
7.6. Contratos de consumo y cláusulas.....	271
7.7. Las cláusulas abusivas y el artículo 37 de la ley 24.240 como marco general.....	274
7.8. La restricción y expansión del contenido de las cláusulas abusivas.....	275
7.9. Nulidad e ineficacia. Integración contractual.....	279
7.10. Control por parte del Estado del contenido contractual.....	280

CAPÍTULO VIII

SERVICIOS DE SALUD

8.1. El servicio de salud.....	283
8.2. Protección del Usuario.....	288
8.3. Medicina Prepaga.....	291
8.4. Efecto de salud.....	293
8.5. Control: Autoridad de Aplicación.....	293
8.6. Comisión Permanente-Órgano Consultivo.....	296
8.7. Enfermedades preexistentes.....	298
8.8. Admisión adversa.....	299
8.9. Contratos corporativos.....	301
8.10. Valor de las cuotas.....	301
8.11. Otros derechos de los Usuarios.....	302

8.12. Derecho a la información.....	303
8.13. Programa Médico Obligatorio (PMO).....	304

CAPÍTULO IX

LOS SERVICIOS PÚBLICOS COMO RELACIÓN DE CONSUMO

9.1. Aproximación al tema.....	314
9.2. Conceptualización de Servicio Público.....	315
9.3. Servicios Públicos y justicia social.....	322
9.4. Los Servicios Públicos en la reforma constitucional de 1994.....	323
9.5. Derecho Constitucional del Consumidor como base de la relación jurídica sustancial.....	324
9.6. Elementos caracterizantes de los Servicios Públicos.....	325
9.7. Trato equitativo y digno.....	326
9.8. Servicios Públicos como relación de consumo.....	328
9.9. Servicios Públicos Domiciliarios.....	330
a) Usuarios de Servicios Públicos. Su naturaleza jurídica.....	331
b) ¿Qué quiere decir Servicio Público Domiciliario y cuál es la diferencia con los otros Servicios Públicos?.....	331
9.10. La Ley de Defensa del Consumidor y los Servicios Públicos.....	332
a) Jerarquía de fuentes y conflicto de leyes.....	332
b) Derechos de los Usuarios de los Servicios Públicos en la LDC.....	335
9.11. La participación ciudadana en los organismos de control.....	346
9.11.1. Audiencias públicas.....	348
9.11.2. El caso CEPIS (amparo colectivo contra el Min. de Energía y Minería de la Nación).....	349
9.12. Obligación de seguridad.....	350
9.13. Sanciones.....	351

9.14. Internet y telefonía móvil como Servicio Público.....	351
9.15. Servicios Públicos Domiciliarios y no Domiciliarios. Colofón.....	353

C) PROCESO Y PROCEDIMIENTO EN LOS RECLAMOS DE CONSUMO

CAPÍTULO X

AUTORIDAD DE APLICACIÓN DE LA LDC. NORMAS NACIONALES Y LOCALES. PROCEDIMIENTO

10.1. Autoridad de aplicación de la LDC.....	355
10.2. Atribuciones y competencias.....	358
10.3. Actuación de autoridades provinciales.....	362

CAPÍTULO XI

ENTES REGULADORES

11.1. Entes reguladores.....	377
11.1.1. Aproximación al tema.....	377
11.2. Entes reguladores creados por ley a nivel nacional.....	378
11.3. Reclamo del Usuario y procedimiento administrativo sancionatorio.....	391
11.4. Entes reguladores en territorio de la Provincia de Buenos Aires.....	392
11.5. Ente Único Regulador de Servicios Públicos de la Ciudad de Buenos Aires.....	394
11.6. Características comunes a todos los entes estudiados.....	399

CAPÍTULO XII

ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES. EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR

12.1. Asociación de Consumidores.....	401
12.2. Fines. Funciones. Requisitos.....	404
12.3. Requisitos para conformar una Asociación de	

Elementos del Derecho del Consumidor

Consumidores.....	412
12.4. Educación e información.....	414

CAPÍTULO XIII

MEDIOS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS. MEDIACIÓN.

CONCILIACIÓN. ARBITRAJE DE CONSUMO

13.1. Medios de resolución de conflictos.....	417
13.2. Métodos alternativos.....	421
13.3. Sistema de resolución de conflictos en las relaciones de consumo.....	428
13.4. Sistema de arbitraje de consumo.....	434

CAPÍTULO XIV

TUTELA JUDICIAL

14.1. Acceso a la Justicia. Tutela judicial.....	445
14.2. Canalizar los conflictos en la relación de consumo.....	449
14.3. Cuestiones de fondo.....	451
14.4. Acciones del Consumidor. Tipos.....	468

BIBLIOGRAFIA.....	481
--------------------------	------------

APÉNDICE NORMATIVO, NORMAS A TENER EN CUENTA.....	485
--	------------