

ÍNDICE SUMARIO

INTRODUCCIÓN

LA DISCIPLINA DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR

I. La cuestión de la concurrencia de estatutos especiales.....	9
II. La Constitución como pauta armonizadora del sistema	12
III. Los principios que orientan el Derecho del Consumidor	15

LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

LEY 24.240

TÍTULO I

NORMAS DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1º – Objeto. Consumidor. Equiparación	17
I. La noción de consumidor	18
II. Consumidor equiparado	21
III. El denominado <i>bystander</i> en la normativa vigente	22
Art. 2º – Proveedor	26
I. Proveedor de bienes y servicios en el Derecho del Consumidor	27
II. La cuestión de los profesionales liberales	28
III. Conceptualización del contrato de consumo	30

Art. 3° – Relación de consumo.	
<i>Integración normativa. Preeminencia</i>	31
I. Relación de consumo	31
II. Normas que integran el Derecho del Consumidor	33
III. Principio de interpretación favorable	36
IV. La prelación en el Código Civil y Comercial	38
V. Interpretación del contrato de consumo	39

CAPÍTULO II

INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR Y PROTECCIÓN DE SU SALUD

Art. 4° – Información	40
I. El deber de información	40
II. Características del deber de información	42
III. La información debe brindarse en todas las etapas	46
IV. Manifestaciones puntuales del deber de información	48
V. El artículo 4° del estatuto del consumidor en virtud de la ley 27.250	49
Art. 5° – Protección al consumidor	51
I. La obligación de seguridad en las relaciones de consumo	52
II. La función preventiva de la obligación de seguridad	55
III. Sujetos obligados	56
IV. La jurisprudencia de la Corte Suprema de Justicia de la Nación	56
Art. 6° – Cosas y servicios riesgosos	65
I. Deber de advertencia	65
II. Manual en idioma nacional	67
III. El principio precautorio en el Derecho del Consumidor	68

CAPÍTULO III

CONDICIONES DE LA OFERTA Y VENTA

Art. 7° – Oferta	72
I. La oferta en el Derecho del Consumidor	73

II. Revocación de la oferta en el marco de las relaciones de consumo	76
III. No efectivización de la oferta. Negativa o restricción injustificada.....	76
Art. 8° – Efectos de la publicidad.....	77
I. Concepto de publicidad.....	78
II. Publicidad ilícita en el Código Civil y Comercial	79
III. La publicidad integradora del contrato de consumo	82
IV. Publicidad en la Ley de Lealtad Comercial.....	84
V. Ofertas realizadas mediante sistemas de compras telefónicas, catálogos o correo.....	86
VI. La acción de cesación publicitaria en el Código Civil y Comercial	87
Art. 8° bis – Trato digno. Prácticas abusivas	89
I. Prácticas comerciales abusivas	90
II. La profundización de la tutela en el Código Civil y Comercial	91
Art. 9° – Cosas deficientes usadas o reconstituidas	94
I. Cosas deficientes, usadas o reconstituidas	95
Art. 10 – Contenido del documento de venta	95
I. Compraventa de cosas muebles o inmuebles.....	97
II. Contenido del documento de venta	98
III. La reglamentación	99
a) Emisión de <i>ticket</i> por parte del vendedor.....	99
b) Omisión de especificar los plazos y condiciones de entrega y el precio y las condiciones de pago	99
c) Cosas o servicios con garantía.....	99
Art. 10 bis – Incumplimiento de la obligación.....	100
I. Efectos del incumplimiento obligacional	100
II. Las opciones que brinda el precepto	102
III. El resarcimiento de los daños irrogados al consumidor.....	104

Art. 10 ter – Modos de rescisión	105
I. El método establecido por la norma.....	106
II. El otorgamiento de constancia. Publicidad.....	106
Art. 10 quáter – Prohibición de cobro	107
I. Prohibición de cobro	107

CAPÍTULO IV

COSAS MUEBLES NO CONSUMIBLES

Art. 11 – Garantías	108
I. Garantías en el Derecho del Consumidor.....	109
II. Régimen de garantías en el contrato de consumo	110
III. El mecanismo de la garantía legal	110
IV. Plazos de vigencia	112
V. El traslado de la cosa.....	112
Art. 12 – Servicio técnico	113
I. El servicio técnico y el suministro de repuestos.....	113
II. El problema del plazo de vigencia.....	114
Art. 13 – Responsabilidad solidaria	115
I. Sujetos obligados	115
Art. 14 – Certificado de garantía	116
I. El certificado de garantía.....	117
II. Contenido del certificado de garantía.....	117
a) La identificación del vendedor, fabricante, importador o distribuidor	118
b) La identificación de la cosa con las especificaciones técnicas necesarias para su correcta individualización.....	118
c) Las condiciones de uso, instalación y mantenimiento necesarias para su funcionamiento.....	118
d) Las condiciones de validez de la garantía y su plazo de extensión.....	119
e) Las condiciones de reparación de la cosa con especificación del lugar donde se hará efectiva.....	119

III. El obligado a su otorgamiento y su falta de entrega	120
IV. El titular de la garantía	120
Art. 15 – Constancia de reparación	121
I. Supuestos contemplados.....	121
Art. 16 – Prolongación del plazo de garantía	122
I. Referencia a cualquier clase de garantía	122
II. El cálculo del término	122
Art. 17 – Reparación no satisfactoria	123
I. El supuesto de la reparación no satisfactoria.....	124
II. Las opciones que brinda el precepto	125
III. La reclamación de los daños y perjuicios	126
IV. Un esquema más amplio de alternativas	127
V. La evolución jurisprudencial de los casos de reparación no satisfactoria	128
Art. 18 – Vicios redhibitorios	128
I. Vicios redhibitorios	129
II. Sentido de la previsión legal.....	130
III. La norma analizada y el Código Civil y Comercial.....	131

CAPÍTULO V

DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

Art. 19 – Modalidades de prestación de servicios	131
I. La prestación de servicios en la Ley de Defensa del Consumidor.....	132
II. Sentido de la previsión legal.....	132
III. Remisión	133
IV. El tratamiento jurisprudencial	133
Art. 20 – Materiales a utilizar en la reparación	134
I. Supuestos contemplados.....	135
II. Pacto escrito en contrario	135

Art. 21 – Presupuesto	136
I. Servicios alcanzados	136
II. La información contenida en el presupuesto	137
a) Nombre, domicilio y otros datos de identificación del prestador del servicio	137
b) La descripción del trabajo a realizar	138
c) Una descripción detallada de los materiales a emplear	138
d) Los precios de éstos y la mano de obra	138
e) El tiempo en que se realizará el trabajo	138
f) Si otorga o no garantía y, en su caso, el alcance y duración de ésta	138
g) El plazo para la aceptación del presupuesto	138
h) Los números de inscripción en la Dirección General Impositiva y en el Sistema Previsional	139
III. Falta de entrega del presupuesto	139
IV. El cobro del presupuesto por parte de ciertos proveedores	139
Art. 22 – Supuestos no incluidos en el presupuesto	139
I. Aspectos contemplados	140
II. Excepción expresa. Interpretación restrictiva	141
Art. 23 – Deficiencias en la prestación del servicio	141
I. Servicio deficiente	141
II. La previsión expresa y en contrario como excepción	142
Art. 24 – Garantía	142
I. Carácter obligatorio de la garantía escrita	143
II. Contenido del certificado de garantía	143
a) La correcta individualización del trabajo realizado	143
b) El tiempo de vigencia de la garantía, la fecha de iniciación de dicho período y las condiciones de validez de la misma	143
c) La correcta individualización de la persona, empresa o entidad que la hará efectiva	143

CAPÍTULO VI

USUARIOS DE SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS

Art. 25 – Constancia escrita. Información al usuario	144
I. Información al usuario	144
II. Las normas aplicables a la relación entre proveedores y usuarios	145
III. Presentación de reclamos	146
IV. La participación ciudadana en los organismos de control	149
Art. 26 – Reciprocidad en el trato	152
I. Trato equitativo y digno	153
II. Criterios aplicables a los reintegros	153
Art. 27 – Registro de reclamos. Atención personalizada	153
I. La finalidad perseguida por la norma	154
II. Atención personalizada	154
III. Plazo para resolver los reclamos	155
Art. 28 – Seguridad de las instalaciones. Información	155
I. Obligación de seguridad	155
II. Información acerca de las condiciones de seguridad	156
Art. 29 – Instrumentos y unidades de medición	156
I. Sentido de la norma	156
II. Función de la autoridad competente	157
III. Control individual	157
IV. Entrega de facturas	157
Art. 30 – Interrupción de la prestación del servicio	158
I. La “presunción” del artículo 30	158
Art. 30 bis	162
I. La cuestión de las deudas impagas	163
II. El <i>quid</i> del enriquecimiento sin causa	164
Art. 31	165
I. Presunción de error de facturación	166

II. Procedimiento a seguir	167
III. Facturación de sumas indebidas	168
IV. Límite a la tasa de interés.....	169
V. Principio de interpretación más favorable. Remisión	169
VI. Intervención de los organismos de control	169

CAPÍTULO VII

DE LA VENTA DOMICILIARIA, POR CORRESPONDENCIA Y OTRAS

Art. 32 – <i>Venta domiciliaria</i>	169
I. La problemática abordada	170
II. Requisitos de instrumentación.....	173
III. Bienes perecederos pagados al contado.....	173
IV. El supuesto contemplado en el Código Civil y Comercial	173
Art. 33 – <i>Venta por correspondencia y otras</i>	174
I. Contratación a distancia.....	175
II. El ámbito de la problemática en función del Código Civil y Comercial.....	175
III. La utilización de medios electrónicos	176
IV. Las ofertas por medios electrónicos.....	180
V. Lugar de cumplimiento	180
Art. 34 – <i>Revocación de aceptación</i>	181
I. Supuestos contemplados para el ejercicio de la prerrogativa.....	184
II. Plazo para su ejercicio.....	184
III. Irrenunciabilidad de la prerrogativa	185
IV. Deber de informar el derecho a la revocación	185
V. Forma y plazo para notificar la revocación.....	186
VI. Efectos del ejercicio del derecho de revocación	187
VII. Excepciones al derecho de revocar.....	190
Art. 35 – <i>Prohibición</i>	191
I. Contenido de la prohibición	192
II. Envío no solicitado	193

CAPÍTULO VIII
DE LAS OPERACIONES DE VENTA DE CRÉDITO

Art. 36 – Requisitos	193
I. Financiación para el consumo.....	195
II. Modalidades de financiación para el consumo	196
III. La cuestión en la Ley de Defensa del Consumidor	197
IV. Otras normas aplicables al crédito para el consumo.....	199
a) La Ley 21.526 de Entidades Financieras	199
b) La Ley 25.065 de Tarjetas de Crédito	200
c) La normativa del Banco Central de la República Argentina	200
V. El rol del Banco Central de la República Argentina	200
VI. Operación ligada a un préstamo.....	201
VII. Tribunal competente.....	201
VIII. El sobreendeudamiento del consumidor.....	202
IX. El proceso ejecutivo sobre consumidores endeudados	206

CAPÍTULO IX
DE LOS TÉRMINOS ABUSIVOS
Y CLÁUSULAS INEFICACES

Art. 37 – Interpretación	209
I. La problemática de las cláusulas abusivas y ambiguas	211
II. Encuadre de la calificación de no convenidas para las cláusulas abusivas	213
III. Criterios para la calificación de las cláusulas leoninas en la Ley de Defensa del Consumidor	216
a) Las cláusulas que desnaturalicen las obligaciones o limiten la responsabilidad por daños	217
b) Las cláusulas que importen renuncia o restricción de los derechos del consumidor o amplíen los derechos de la otra parte	218
c) Las cláusulas que contengan cualquier precepto que imponga la inversión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor	218

IV. Las cláusulas ambiguas	219
V. Incumplimiento de deberes precontractuales	220
VI. Cláusulas abusivas en los contratos de consumo en el Código Civil y Comercial	221
VII. La regla general en la materia	223
VIII. Situación jurídica abusiva	224
IX. Excepciones al carácter abusivo de determinadas cláusulas.....	225
X. El control judicial de las estipulaciones abusivas.....	226
Art. 38 – Contrato de adhesión. Contratos de formularios	228
I. La cuestión de las condiciones generales.....	229
II. Autoridad de aplicación en el control de los formularios	232
III. Las condiciones generales deben estar a disposición del consumidor	232
IV. La reglamentación general en materia de cláusulas abusivas....	233
V. Resolución SCT 9/2004.....	240
Art. 39 – Modificación contratos tipo	243
I. Aprobación administrativa de las condiciones generales	243
II. El sentido del precepto legal.....	244

CAPÍTULO X

RESPONSABILIDAD POR DAÑOS

Art. 40	244
I. Ámbito de aplicación.....	245
II. El factor de atribución y las eximentes	246
III. Legitimación activa	248
IV. Sujetos responsables.....	248
V. La cuestión probatoria.....	251
Art. 40 bis – Daño directo.....	252
I. Introducción	253
II. La regulación de la figura.....	254
III. La fijación de la reparación	257
IV. La cuestión del pago a cuenta	258
V. El tratamiento jurisprudencial del tema	258

TÍTULO II

AUTORIDAD DE APLICACIÓN. PROCEDIMIENTO Y SANCIONES

CAPÍTULO XI

AUTORIDAD DE APLICACIÓN

Art. 41 – <i>Aplicación nacional y local</i>	265
I. Autoridad de aplicación nacional	265
II. Autoridades locales. Delegación de funciones.....	266
Art. 42 – <i>Facultades concurrentes</i>	266
I. Actuaciones concurrentes.....	266
Art. 43 – <i>Facultades y atribuciones</i>	267
I. Facultades de la autoridad de aplicación	268
II. Análisis particular de las atribuciones	268
a) Reglamentación	268
b) Registro de Asociaciones de Consumidores	268
c) Recepción de inquietudes y denuncias	268
d) Inspecciones y pericias	268
e) Solicitud de informes y opiniones	269
f) Celebración de audiencias	269
III. Delegación de facultades	269
Art. 44 – <i>Auxilio de la fuerza pública</i>	270
I. Requerimiento de la fuerza pública	270

CAPÍTULO XII

PROCEDIMIENTO Y SANCIONES

Art. 45 – <i>Actuaciones administrativas</i>	270
I. Ilícitos de consumo	273
II. Actuaciones sumariales	274
III. Hechos controvertidos. Apertura a prueba. Resolución definitiva ...	275
IV. Recurso contra la resolución definitiva	276
V. Legislación supletoria.....	279

Art. 46 – Incumplimiento de acuerdos conciliatorios	279
I. Supuestos alcanzados	279
Art. 47 – Sanciones	280
I. Sanciones para las infracciones a la legislación	281
a) Apercibimiento	281
b) Multa	281
c) Decomiso de las mercaderías	282
d) Clausura del establecimiento o suspensión del servicio	282
e) Suspensión en los registros de proveedores del Estado	282
f) Pérdida de concesiones, privilegios y otros	282
II. Publicación de la sanción	283
III. Creación de fondo especial	283
Art. 48 – Denuncias maliciosas	283
I. Denuncia maliciosa	284
Art. 49 – Aplicación y graduación de las sanciones	284
I. Aplicación de las sanciones	285
II. Registro de infractores	286
Art. 50 – Prescripción	286
I. Prescripción de las acciones emergentes de la relación de consumo	287
II. Causales de suspensión e interrupción de la prescripción	288
Art. 51 – Comisión de un delito	289
I. Remisión de las actuaciones a la justicia penal	290

CAPÍTULO XIII

DE LAS ACCIONES

Art. 52 – Acciones judiciales	290
I. Las acciones judiciales del consumidor	291
II. Intereses individuales	291
III. Derechos de incidencia colectiva	292
IV. Competencia	293

V. El Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo	293
a) Oportunidad en la que actúa el Coprec.....	294
b) Opción para el consumidor	296
c) Gratuidad en favor del consumidor. Fondo de financiamiento	301
d) Registro de Conciliadores en las Relaciones de Consumo	302
e) Procedimiento	303
Art. 52 bis – Daño punitivo	309
I. Los denominados daños punitivos de la Ley de Defensa del Consumidor	309
II. Requisitos para la viabilidad de la petición del daño punitivo.....	311
III. Cuantificación de los daños punitivos	313
IV. Beneficiarios del daño punitivo en el Derecho argentino.....	316
V. Procesos colectivos y multa civil	316
VI. La experiencia de los tribunales de justicia.....	318
Art. 53 – Normas del proceso	321
I. Normas procesales aplicables	322
II. Representación	322
III. Cargas probatorias dinámicas	322
IV. Beneficio de justicia gratuita.....	326
Art. 54 – Acciones de incidencia colectiva	327
I. La cuestión de los procesos colectivos.....	328
II. La causa “Halabi” como punto de partida.....	328
a) La precisa identificación del grupo o colectivo afectado	330
b) La idoneidad de quien asume su representación	331
c) La existencia de un planteo que involucre cuestiones comunes	334
III. La consagración de los derechos individuales homogéneos.....	334
IV. La consolidación de una tendencia.....	336
V. El Registro de Procesos Colectivos (acordada CSJN 32/2014)	338

VI. El Reglamento de Actuación en Procesos Colectivos (acordada CSJN 12/2016). El sistema en función de las normas vigentes.....	340
a) Interposición de la demanda	341
b) Cuestiones preparatorias.....	344
c) Inscripción de una nueva causa en el Registro Público de Procesos Colectivos	346
d) Certificación de la clase y continuación del proceso.....	346
e) Medidas cautelares	348
f) Facultades ordenatorias.....	348
VII. Efectos de la sentencia. Notificación adecuada.....	350
VIII. La cuestión de los acuerdos conciliatorios	350
Art. 54 bis	350
I. Publicidad de las sentencias	350

CAPÍTULO XIV

DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

Art. 55 – Legitimación	351
I. Acción basada en la defensa de los derechos de incidencia colectiva y los intereses difusos	352
II. Las asociaciones legitimadas. Beneficio de justicia gratuita	352
III. Registro Nacional de Asociaciones de Consumidores	356
Art. 56 – Autorización para funcionar	356
I. Las asociaciones de consumidores	357
Art. 57 – Requisitos para obtener el reconocimiento	359
I. Condiciones especiales.....	360
II. Baja del registro. Pérdida de personería	360
III. La regulación del Registro Nacional de Asociaciones de Consumidores	361
Art. 58 – Promoción de reclamos	362
I. Canalización de reclamos	363
II. Promoción del reclamo	363
III. Instancia conciliatoria	363

CAPÍTULO XV

ARBITRAJE

Art. 59 – Tribunales arbitrales	364
I. Arbitraje de consumo.....	364
II. Objeto del arbitraje	365
III. El Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo.....	367
IV. Funcionamiento del tribunal arbitral.....	367
a) Integración del tribunal arbitral	367
b) Competencia del tribunal arbitral.....	368
c) Procedimiento	368
d) Contenido de la decisión arbitral.....	371

TÍTULO III

DISPOSICIONES FINALES

CAPÍTULO XVI

EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR

Art. 60 – Planes educativos	373
I. Planes generales de educación	373
II. Fomento a la creación de entidades de consumidores	374
III. Planes oficiales de educación	374
Art. 61 – Formación del consumidor	374
I. Orientación de la formación del consumidor.....	374
II. Contenidos prioritarios.....	375
Art. 62 – Contribuciones estatales	375
I. Recursos para la formación de los consumidores	375
II. Criterios de selección.....	376

CAPÍTULO XVII

DISPOSICIONES FINALES

Art. 63	376
I. El transporte aerocomercial.....	376
II. La necesaria interpretación restrictiva.....	378

Art. 64	378
I. Modificación de la ley 22.802	379
Art. 65	379
I. Ley de orden público.....	379
Art. 66	380
Art. 67	380

**LAS DIRECTRICES DE LAS NACIONES
UNIDAS PARA LA PROTECCIÓN
DEL CONSUMIDOR**

Prefacio	381
I. Objetivos.....	382
II. Ámbito de aplicación.....	382
III. Principios generales	383
IV. Principios para unas buenas prácticas comerciales	385
V. Directrices.....	386
a) Políticas nacionales para la protección del consumidor	386
b) Seguridad física.....	387
c) Promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores.....	388
d) Normas para la seguridad y calidad de los servicios y bienes de consumo.....	391
e) Sistemas de distribución de servicios y bienes de consumo esenciales	391
f) Solución de controversias y compensación.....	392
g) Programas de educación e información	393
h) Promoción del consumo sostenible	395
i) Comercio electrónico	397
j) Servicios financieros.....	398
k) Medidas relativas a ámbitos específicos.....	399
VI. Cooperación internacional.....	402

VII. Mecanismo institucional internacional	405
a) Acuerdos institucionales	405
b) Funciones del grupo intergubernamental de expertos en Derecho y política de protección del consumidor	405

APÉNDICE NORMATIVO

LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR. LEY 24.240	411
REGLAMENTACIÓN DE LA LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR 24.240. DECRETO 1798/94	437