

ÍNDICE GENERAL

<i>Prólogo a la segunda edición</i>	IX
---	----

INTRODUCCIÓN

§ 1. Consumidores y usuarios en los contratos mercantiles. § 2. Un problema de terminología. § 3. El mandato constitucional. a) Relación de consumo. b) Dignidad del consumidor. § 4. Relación del derecho del consumidor con otros principios constitucionales. § 5. La ley 24.240. § 6. Defensa del consumidor. Derecho del consumidor. § 7. Evolución del derecho del consumidor. § 8. Aspectos objetivo y subjetivo. § 9. Defensa, protección, derecho del consumidor. Su significado. § 10. Consumidores. § 11. Usuario. § 12. Consumidor y usuario. § 13. Relación entre consumo y consumidor. § 14. El consumidor y el derecho tradicional. § 15. Derechos básicos de los consumidores y usuarios. § 16. La ley 24.240 se integra en el ordenamiento jurídico argentino. § 17. Integración de la ley 24.240 con las normas de los códigos Civil y de Comercio. § 18. El consumidor frente a la cadena de comercialización. § 19. Alcances de la ley 24.240. § 20. Características de la ley 24.240. § 21. Defensa del consumidor y tutela de los intereses difusos. § 22. La ley de tarjetas de crédito. § 23. Una propuesta: las letras de consumo	1
--	---

LEY 24.240
DEFENSA DEL CONSUMIDOR

TÍTULO I

**NORMAS DE PROTECCIÓN Y DEFENSA
DE LOS CONSUMIDORES**

§ 1. Contenido. § 2. "Protección" y "defensa". § 3. Las redes en que puede caer el consumidor. § 4. Alcance de la expresión "consumidores" 35

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º [OBJETO] – § 1. Necesaria referencia al artículo 2º de la ley. § 2. Consumidor. § 3. Usuario. § 4. ¿Qué entiende la ley por consumidor? a) Consumidor con cliente en general. b) El consumidor final tutelado por la ley 24.240. § 5. ¿Cuál debería ser el texto del primer párrafo del artículo 1º? § 6. Consumidores finales que tutela la ley. § 7. El grupo familiar o social. § 8. ¿Influye en la calidad de consumidor tutelado el grado de conocimiento que tenga el adquirente del bien o servicio? § 9. Adquirentes de bienes o servicios excluidos de la tutela legal. § 10. Las profesiones liberales. § 11. Situación de los artistas, artesanos y científicos. § 12. La empresa como consumidora. § 13. Nuestra opinión. § 14. Las razones de nuestra opinión. § 15. Casos que pueden ofrecer dificultad para determinar si el comerciante o el pequeño empresario actúan como consumidores. § 16. Las personas jurídicas como con-

sumidores. § 17. Consorcios de propietarios. § 18. Adquisiciones que según el artículo 1º permiten considerar incluido al sujeto en la tutela legal. a) Adquisición de cosas muebles. 1) Planes de ahorro para fines determinados. 2) Responsabilidad de la sociedad administradora del plan de ahorro para fines determinados. 3) Protección del inversor en valores mobiliarios. b) Locación de cosas muebles. c) Prestación de servicios. 1) Regla de interpretación. 2) Protección de los usuarios de servicios públicos. 3) Otros supuestos. d) Adquisición de inmuebles nuevos destinados a vivienda. 1) Qué entiende la ley por inmuebles nuevos. 2) ¿Qué se entiende por inmueble destinado a vivienda? 3) Requisitos para que un inmueble pueda ser vendido como vivienda. 4) Autoconstrucciones. 5) Recaudos para evitar lesiones importantes a los intereses de un adquirente de vivienda. 6) Intervención de corredor inmobiliario. 7) Créditos hipotecarios para adquisición de vivienda (nueva o no). 8) Adquisición de lotes de terreno destinados a vivienda. 9) Falta de previsión en la ley 24.240 ante el ejercicio abusivo de la facultad comisoraria del vendedor. 10) Responsabilidad de los mandatarios del vendedor según la ley 14.005. 11) Supuesto en que el saldo de precio se garantice con hipoteca. 12) Venta de viviendas prefabricadas. 13) Una nueva perspectiva en favor del adquirente de inmueble por boleto privado. 14) Régimen especial de ejecución de hipotecas. § 19. Amplitud de la tutela legal según la jurisprudencia. § 20. Protección de los adquirentes en los contratos de disfrute de inmuebles a tiempo compartido. § 21. Requisitos que la autoridad de aplicación de la ley 24.240 debe exigir para permitir el funcionamiento de este sistema. § 22. Los problemas que presenta para el usuario el llamado "tiempo compartido" o "multipropiedad". § 23. Propiedad de tiempo compartido o multipropiedad ("time sharing"). Recaudos a tomar por el adquirente. § 24. Carácter de la enumeración del artículo 12. § 25. Los clientes de una entidad financiera, ¿están tutelados por la ley 24.240? 39

Art. 2º [PROVEEDORES DE COSAS O SERVICIOS] – § 1. Introducción. § 2. ¿Quiénes están obligados al cumpli-

miento de las normas destinadas a la tutela de consumidores y usuarios? § 3. ¿Quiénes están excluidos de las obligaciones que impone la ley en tutela de los consumidores? § 4. Importancia del primer párrafo de este artículo. § 5. Productores. § 6. Importadores. § 7. Distribuidores. § 8. Comercializadores. § 9. Prestadores de servicios	100
<i>Art. 3° [INTERPRETACIÓN]</i> – § 1. Derecho del consumidor y la interpretación de la ley 24.240. § 2. Ley 22.802 de lealtad comercial. § 3. Ley 25.156 de defensa de la competencia. a) Tener una posición dominante en el mercado (artículos 4° y 5°). b) Mediante la concentración económica (artículos 6° a 16). § 4. Actos y conductas que constituyen prácticas restrictivas de la competencia. § 5. La ley 25.156 y los derechos de los consumidores. § 6. Ley de tarjetas de crédito. § 7. Ley 24.754. Medicina prepaga. § 8. Leyes que contienen normas tuteladoras de los consumidores y usuarios. a) Ley de oferta pública de valores, bolsas o mercados de comercio y mercado de valores. b) Ley de abastecimiento. c) Ley de marcas y designaciones. d) Ley de abastecimiento de drogas y productos utilizados en medicina humana. e) Ley de control de drogas y productos utilizados en medicina humana. 1) Requisitos que deben reunir los medicamentos. 2) Instalación de laboratorios. 3) Identificación de los medicamentos. 4) Protección directa del consumidor. f) Código Alimentario Argentino. § 9. La interpretación en caso de duda. a) Interpretación sobre los alcances de la conformidad otorgada por el acreedor prendario a la cesión. b) Utilización de formulario proveído por acreedor. c) Nuestra observación	107

CAPÍTULO II

INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR Y PROTECCIÓN DE SU SALUD

§ 1. Normas reguladoras. § 2. Amplitud del deber de información	123
---	-----

<i>Art. 4° [INFORMACIÓN]</i> – § 1. Carácter de principio general del derecho. § 2. Consideraciones generales. § 3. Carácter y objeto de la información. § 4. Datos que debe brindar la información. § 5. El deber de información impuesto en otras leyes en defensa del consumidor. § 6. La ley de lealtad comercial. a) Capítulo I: identificación de la mercadería (artículos 1° y 4° a 6°). b) Capítulo II: denominaciones de origen (artículo 7°). c) Publicidad engañosa o confusa (artículo 9°). d) Normas de directa tutela de los consumidores contenidas en la ley 22.802. § 7. Información exigida en el Código Alimentario Argentino. Identificación comercial de los alimentos como modo de proteger al consumidor. a) Obligación de redactar el rótulo en castellano. b) Inscripción en los recipientes. c) Alimentos a los que se atribuya valor curativo. d) Productos de consumo inmediato. e) Productos dietéticos. § 8. Información según la ley de medicamentos. § 9. Resoluciones administrativas sobre información al consumidor. a) Que los prospectos y documentos sean legibles. b) Venta de combustible para vehículos autopropulsados. c) Transporte aéreo. d) Productos premedidos. e) Identificación del origen de la mercadería. § 10. Naturaleza y función de la obligación de informar al consumidor. § 11. Alcances del artículo 4° de la ley 24.240. § 12. Finalidad del artículo 4° de la ley 24.240. § 13. La responsabilidad del proveedor. § 14. El deber de informar sobre el modo de empleo de la cosa o servicio. a) Información sobre el modo de usar la cosa o el servicio. b) Deberes accesorios y que deben acompañar el cumplimiento contractual. c) Información que se debe suministrar en caso de venta de inmueble nuevo destinado a vivienda. § 15. Consecuencias por incumplimiento del artículo 4°. § 16. Diferencias entre el deber de información del artículo 4° y la publicidad prevista en el artículo 8°. a) Por el contenido y la finalidad. b) Por la objetividad. c) Por su diferente naturaleza jurídica. d) Por sus destinatarios. e) Por el ámbito de protección ...	124
<i>Art. 5° [PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR]</i> – § 1. Protección a la salud e integridad del consumidor. § 2. Carácter	

de la norma. § 3. Alcance. § 4. Condiciones de uso	150
<i>Art. 6° [COSAS Y SERVICIOS RIESGOSOS]</i> – § 1. Introducción. § 2. Inclusión de los servicios públicos domiciliarios. § 3. Caracterización y alcance. § 4. ¿Cuándo la cosa o el servicio pueden suponer un riesgo? § 5. Cómo deben comercializarse las cosas y servicios riesgosos. § 6. Riesgos para la salud. § 7. Finalidad de la norma. § 8. Reglamentación. § 9. Manual de instrucciones	154

CAPÍTULO III

CONDICIONES DE LA OFERTA Y VENTA

§ 1. Normas tuteladoras en la etapa de contratación. § 2. Opinión crítica. a) Fase de promoción de ventas o servicios. b) Momento de perfeccionamiento del contrato. c) Incumplimiento por parte del proveedor de la oferta o del contrato (artículo 10 "bis", incorporado por ley 24.787)	161
<i>Art. 7° [OFERTA]</i> – § 1. Oferta y publicidad. § 2. La oferta contractual en los códigos Civil y de Comercio. § 3. Ofertas dirigidas a consumidores potenciales indeterminados. § 4. Diferentes modos de ofrecer bienes o servicios al público. a) Mediante publicidad, prospectos o circulares, sin determinar sus características específicas ni precio. b) Variantes que pueden presentar los simples avisos y anuncios al público. c) Mediante folletos, circulares o publicidad con determinación de sus características y precio. d) Mediante la "nota de pedido". § 5. Alcances del artículo 7°. § 6. Revocación de la oferta. § 7. Situación del consumidor ante anuncios que no revisten estrictamente el carácter de ofertas. § 8. Las ofertas y anuncios al público ante la ley 22.802 de lealtad comercial. § 9. ¿El comerciante está obligado a contratar? § 10. Oferta por cantidades limitadas. § 11. Consecuencias del carácter vinculante de la oferta	163

<i>Art. 8° [EFECTOS DE LA PUBLICIDAD]</i> – § 1. La publicidad en los contratos con los consumidores. § 2. Oferta con contradicciones. § 3. La publicidad ordenada por la ley 22.802 de lealtad comercial. § 4. Responsable del anuncio. § 5. Qué entiende por publicidad el artículo 8°. a) Carteles. b) Uso de pantallas de televisión. c) Altavoces. d) Catálogos, prospectos o circulares. § 6. La publicidad en el Código Alimentario Argentino. § 7. Oferentes de sistemas de compras telefónicas, por catálogos o por correos. Obligaciones. § 8. Incumplimiento. Sanciones	181
<i>Art. 9° [COSAS DEFICIENTES USADAS O RECONSTITUIDAS]</i> – § 1. Ofertas especiales. § 2. Indicación en la oferta	189
<i>Art. 10. [CONTENIDO DEL DOCUMENTO DE VENTA]</i> – § 1. Incongruente limitación del artículo sólo al contrato de compraventa. § 2. Forma escrita. § 3. Redacción	191
<i>Art. 10 bis. [INCUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN]</i> – § 1. Incumplimiento de la oferta o del contrato. Derechos del consumidor. § 2. Ejercicio facultativo de las opciones. § 3. Operatividad de la facultad resolutoria. § 4. Indemnización por daños y perjuicios	198

CAPÍTULO IV

COSAS MUEBLES NO CONSUMIBLES

§ 1. Introducción. § 2. Exposición crítica. § 3. Metodología de este capítulo	203
<i>Art. 11. [GARANTÍAS]</i> – § 1. Definición y alcances. § 2. Supuesto en que la cosa deba ser reparada. § 3. Traslado de la mercadería defectuosa	206
<i>Art. 12. [SERVICIO TÉCNICO]</i> – § 1. Objeto. § 2. Sujetos responsables. § 3. Carácter y alcance del servicio técnico. § 4. Plazo de vigencia	209
<i>Art. 13. [RESPONSABILIDAD]</i> – § 1. Cadena de comercialización. § 2. Automotores. Responsabilidad del fabricante y del concesionario. § 3. Responsabilidad de la concesionaria vendedora	212

<i>Art. 14.</i> [CERTIFICADO DE GARANTÍA] – § 1. ¿De qué garantía se trata? § 2. ¿Existe una obligación legal de entregar el certificado de garantía? § 3. Formalidades. § 4. Falta de entrega de este certificado. § 5. Datos que deben constar. § 6. Contenido de la norma	215
<i>Art. 15.</i> [CONSTANCIA DE REPARACIÓN] – § 1. Criterio de interpretación. § 2. Finalidad de la constancia	223
<i>Art. 16.</i> [PROLONGACIÓN DEL PLAZO DE GARANTÍA] – § 1. Momento a partir del cual debe efectuarse el cómputo. § 2. Reparación por un tercero. § 3. Prueba del supuesto fáctico indicado en la norma	224
<i>Art. 17.</i> [REPARACIÓN NO SATISFACTORIA] – § 1. Introducción. § 2. Opciones que brinda el artículo 17 al consumidor. a) Pedir la sustitución de la cosa adquirida por otra de idénticas características. b) Resolución de contrato. c) Quita proporcional. d) Reclamo indemnizatorio	227
<i>Art. 18.</i> [VICIOS REDHIBITORIOS] – § 1. Consideraciones generales. § 2. Concepto de vicio o defecto a los fines previstos por la ley 24.240. § 3. ¿Acción redhibitoria o acción por vicios de fabricación?	230

CAPÍTULO V

DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

§ 1. Introducción. § 2. Referencia al contenido del capítulo	235
<i>Art. 19.</i> [MODALIDADES DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS] – § 1. Finalidad de la remisión del artículo 7° por el decreto reglamentario. § 2. Alcance. Servicios de cualquier naturaleza. § 3. Obligaciones emergentes. § 4. Ahorro previo. Responsabilidad de la sociedad administradora por incumplimiento de la aseguradora impuesta por ella al adquirente. § 5. Centro de Atención al Usuario del Sistema Nacional de Aeropuertos	238

<i>Art. 20.</i> [MATERIALES A UTILIZAR EN LA REPARACIÓN] – § 1. Contratos a los que se refiere este artículo. § 2. Características de los materiales. § 3. Pacto en contrario	243
<i>Art. 21.</i> [PRESUPUESTO] – § 1. Alcances del precepto. § 2. Otros servicios. § 3. Análisis en particular. a) Nombre, domicilio y otros datos de identificación del prestador del servicio. b) Descripción del trabajo a realizar. c) Descripción detallada de los materiales a emplear. d) Los precios de éstos y la mano de obra. e) El tiempo en que se realizará el trabajo. f) Si otorga o no garantía y, en su caso, el alcance y duración de ésta. g) Plazo para la aceptación del presupuesto. h) Los números de inscripción en la Dirección General Impositiva y en el sistema previsional. § 4. Falta de entrega del presupuesto	244
<i>Art. 22.</i> [SUPUESTOS NO INCLUIDOS EN EL PRESUPUESTO] – § 1. Alcances. § 2. Finalidad de la norma. § 3. Remisión	250
<i>Art. 23.</i> [DEFICIENCIAS EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO] – § 1. Introducción. § 2. Plazo. Cómputo. La evidencia de los efectos	252
<i>Art. 24.</i> [GARANTÍA] – § 1. Criterios de interpretación. § 2. Evaluación crítica. § 3. Tiempo de vigencia. § 4. Condiciones de validez de la garantía. § 5. Responsabilidades concurrentes. § 6. Trabajos de albañilería y pintura	254

CAPÍTULO VI

USUARIOS DE SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS

§ 1. Introducción. § 2. Servicio público. Notación. § 3. Caracteres. a) Continuidad. b) Regularidad. c) Igualdad. d) Generalidad. e) Obligatoriedad. § 4. Principio general en orden a tales caracteres. § 5. Servicios públicos “domiciliarios” ..	259
---	-----

<i>Art. 25.</i> [CONSTANCIA ESCRITA. INFORMACIÓN AL USUARIO] – § 1. Introducción. § 2. Constancia escrita de las condiciones de prestación. § 3. Información al usuario. § 4. Leyenda que debe figurar en las facturas de los servicios públicos domiciliarios. § 5. Finalidad de la obligación precedente. Alcances. § 6. Servicios públicos domiciliarios con legislación específica. a) Telecomunicaciones. b) Energía eléctrica. c) Gas natural. d) Obras y servicios sanitarios. § 7. Caso particular del servicio telefónico. a) Los derechos del usuario. b) Infracciones por incumplimiento. Sanciones. c) La ley 24.140 sobre cobro del servicio telefónico. d) ¿Es competente la justicia ordinaria o la federal para dirimir conflictos entre los titulares del servicio telefónico y la empresa privada prestataria? § 8. Aplicación de los antecedentes jurisprudenciales anteriores a los demás servicios públicos domiciliarios. § 9. Recurso de amparo	263
<i>Art. 26.</i> [RECIPROCIDAD EN EL TRATO] – § 1. Correlación con el artículo 31	277
<i>Art. 27.</i> [REGISTRO DE RECLAMOS] – § 1. Introducción. § 2. Mecánica. § 3. Carácter de la norma. § 4. Plazos	278
<i>Art. 28.</i> [SEGURIDAD DE LAS INSTALACIONES. INFORMACIÓN] – § 1. Consideración general. § 2. Alcances. § 3. Condiciones de seguridad	280
<i>Art. 29.</i> [INSTRUMENTOS Y UNIDADES DE MEDICIÓN] – § 1. Carácter y alcance del precepto. § 2. Finalidad. § 3. Posibilidad del control individual por parte de los usuarios	282
<i>Art. 30.</i> [INTERRUPCIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO] – § 1. Consideraciones generales. § 2. Valoración crítica ..	285
<i>Art. 30 bis.</i> – § 1. Empresas prestatarias de servicios públicos. Constancias sobre deudas pendientes. § 2. El deber impuesto a las empresas proveedoras de servicio. § 3. Consecuencias de la omisión para la empresa proveedora del servicio. § 4. Carácter de la presunción legal. § 5. Eficacia liberatoria del pago de las facturas por el usuario	289

<i>Art. 31.</i> [FACTURACIÓN DE CONSUMO EXCESIVO] – § 1. Modificación a la ley 24.240. § 2. Presunción. Variaciones excesivas en facturas por servicios domiciliarios: con o sin variaciones estacionales. § 3. Solución legal ante el exceso. § 4. La solución para el usuario en cuya localidad no exista oficina administrativa de la proveedora del servicio. § 5. Plazo que tiene la empresa proveedora del servicio para expedirse. § 6. Intento del usuario de pagar el promedio que prevé el párrafo primero del artículo 31. § 7. Resarcimiento por sobrefacturación. § 8. Las tasas de interés por mora del usuario en el pago de las facturas. § 9. Intervención de la autoridad de aplicación ..	292
--	-----

CAPÍTULO VII

DE LA VENTA DOMICILIARIA, POR CORRESPONDENCIA Y OTRAS

§ 1. Introducción. § 2. Características de las contrataciones comprendidas. § 3. Necesaria aclaración previa. § 4. Las ventas ambulatorias y otros sistemas para atrapar clientes	303
<i>Art. 32.</i> [VENTA DOMICILIARIA] – § 1. Amplitud que los decretos reglamentarios otorgan al artículo 32. § 2. Contrataciones comprendidas. § 3. ¿En qué consiste la tutela que brinda el artículo 32? § 4. Requisito formal de la venta domiciliaria. § 5. Venta de bienes perecederos. § 6. Ventas ambulantes	306
<i>Art. 33.</i> [VENTA POR CORRESPONDENCIA Y OTRAS] – § 1. Criterio general. § 2. Cuándo la ley considera a un contrato como celebrado por correspondencia. § 3. Propuesta y aceptación formuladas por medios distintos	313
<i>Art. 34.</i> [REVOCACIÓN DE ACEPTACIÓN] – § 1. Alcance del precepto. § 2. Carácter de orden público. § 3. Incumplimiento. Sanciones. § 4. Gastos de devolución. § 5. Interpretación del término “vendedor”. Remisión	316

<i>Art. 35.</i> [PROHIBICIÓN] – § 1. Alcance de la prohibición.	
§ 2. Envío de una cosa	320

CAPÍTULO VIII

DE LAS OPERACIONES DE VENTA DE CRÉDITO

<i>Art. 36.</i> [REQUISITOS] – § 1. Cuestión denominativa. § 2. Supuestos comprendidos. a) Alcance general. b) Operaciones de crédito de práctica habitual. 1) Tarjetas de crédito. 2) “Leasing” financiero. § 3. Crédito otorgado al consumidor o usuario por el vendedor o prestador del servicio. § 4. Análisis de los datos que requiere el artículo 36. a) Precio de contado. b) Saldo de la deuda. c) Total de los intereses a pagar. d) Tasa de interés efectiva anual. e) Forma de amortización de los intereses. f) Otros gastos si los hubiere. g) Gastos extras. h) Monto total financiado a pagar. i) Cantidad de pagos a realizar y su periodicidad. § 5. Incumplimiento. § 6. Contenido del resumen de la tarjeta de crédito. § 7. Prácticas crediticias desleales impugnables en virtud del artículo 36 y demás disposiciones legales. a) Aprovechamiento de las características o situación del deudor. b) Manera en que es otorgado el crédito. c) Divulgación de los términos del crédito. d) Manera como se celebra el contrato. e) Condiciones del contrato. f) Garantías abusivas. Pagarés y letras de cambio. Cheques posdatados y de pago diferido. g) Prácticas abusivas durante la vigencia del contrato de préstamo. 1) Mora del deudor. 2) Recargos, indemnizaciones, penalizaciones. 3) El acoso en el domicilio del deudor. h) La garantía hipotecaria y la ley 24.441	325
---	-----

CAPÍTULO IX

DE LOS TÉRMINOS ABUSIVOS Y CLÁUSULAS INEFICACES

§ 1. Introducción. § 2. Cuestiones contempladas ..	345
--	-----

<i>Art. 37.</i> [INTERPRETACIÓN] – § 1. Introducción. § 2. Ineficacia de pleno derecho de las cláusulas abusivas. a) Cláusulas que desnaturalicen las obligaciones. 1) Facultad del comerciante de desistir el contrato a su simple arbitrio. 2) Indeterminación de la fecha de cumplimiento por parte de la empresa. 3) Indeterminación del precio. 4) Imprecisión respecto del lugar de cumplimiento. 5) Falta de reciprocidad de trato. b) Prohibición de que el comerciante o empresario limite su responsabilidad por daños. 1) Cláusulas de exoneración de responsabilidad impresas en la envoltura del producto. 2) Responsabilidad del banco por robo en cajas de seguridad. c) Cláusulas que impliquen renuncia o restricción a los derechos del consumidor. d) Cláusulas que entrañen inversión de la carga probatoria en perjuicio del consumidor. e) Otra clasificación también aplicable: cláusulas ambiguas (o dudosas), cláusulas ininteligibles y cláusulas ilegibles. § 3. Reglas sobre interpretación de los contratos. § 4. Comportamiento abusivo del empresario (o proveedor). § 5. Derecho del consumidor a demandar la nulidad total o parcial. § 6. Integración del contrato en caso de nulidad parcial	346
---	-----

<i>Art. 38.</i> [CONTRATO DE ADHESIÓN. CONTRATOS EN FORMULARIOS] – § 1. Introducción. § 2. Análisis del texto legal. § 3. Cláusulas predisuestas, cláusulas uniformes y cláusulas estandarizadas. § 4. Cuestiones que contempla el artículo 38. § 5. ¿Contrato tipo o contrato de formulario? § 6. Caracterización del contrato por adhesión. § 7. El contrato de adhesión y las condiciones generales. § 8. La directiva CEE 93/13, del 5 de abril de 1993 y la ley española 7/1998 sobre condiciones generales de contratación. § 9. Problemas que plantea el contrato por adhesión. § 10. Contratos por adhesión sujetos a condiciones generales de contratación publicitadas mediante carteles y otros anuncios. a) Carteles. b) Uso de pantallas. c) Altavoces. d) Catálogos, prospectos o circulares. § 11. Nuestra jurisprudencia frente a los contratos por adhesión	373
--	-----

<i>Art. 39. [MODIFICACIÓN DE CONTRATOS TIPO]</i> – § 1. Obligación emergente de la norma. § 2. Cuestiones en torno del contrato autorizado	390
--	-----

CAPÍTULO X

RESPONSABILIDAD POR DAÑOS

<i>Art. 40. [RESPONSABILIDAD]</i> – § 1. La compleja trama de la responsabilidad de los proveedores en la ley 24.240. a) Responsabilidad del proveedor por incumplimiento defectuoso del contrato o de la oferta. Principio general. b) Cosas muebles no consumibles. c) Reparación no satisfactoria. d) Deficiencias en la prestación del servicio. e) Servicios públicos domiciliarios. f) Interrupción del servicio. § 2. Alcances de la norma. § 3. ¿Obligaciones solidarias o concurrentes? § 4. Imputabilidad concurrente. § 5. Responsabilidad del transportista. § 6. Daños comprendidos. § 7. Circunstancias que contribuyen a la causación del daño inferido al consumidor por el producto elaborado. a) Daños provocados por deficiencias en proyectos, planos o en las fórmulas químicas del producto. b) Vicios de fabricación o de manipulación del producto. c) Vicios derivados de una defectuosa conservación del producto hasta su entrega al adquirente. d) Deficiente información al consumidor. e) Daños derivados de una publicidad imprudente. § 8. Daños por privación de un servicio o prestación defectuosa. § 9. Responsabilidad del productor, fabricante o elaborador. § 10. La responsabilidad objetiva. § 11. ¿Responsabilidad contractual o responsabilidad aquiliana? § 12. Tesis de la responsabilidad aquiliana del fabricante o elaborador. § 13. Tesis de la responsabilidad contractual del fabricante. a) Teoría del negocio fiduciario. b) Teoría de la cadena ininterrumpida de contratos. c) Teoría de la cesión de acciones. d) Teoría de la acción directa. § 14. La relación de consumo.	
---	--

Respuesta adecuada al problema de los defectos de las cosas adquiridas en el mercado. § 15. La responsabilidad objetiva como principio rector en esta materia. a) Fundamento de la teoría de la responsabilidad objetiva. b) Causales de exoneración de responsabilidad del fabricante o elaborador. c) Vicio de la cosa derivado de uno de sus componentes no elaborados por el fabricante. § 16. Responsabilidad de los demás intervinientes en la relación de consumo. § 17. Responsabilidad del vendedor no fabricante ni elaborador que vende directamente al consumidor final. § 18. Responsabilidad del intermediario. § 19. Responsabilidad del importador por las cosas muebles no consumibles. § 20. Responsabilidad del franquiciante frente al consumidor por hechos del franquiciado. § 21. Responsabilidad por daño moral	393
---	-----

TÍTULO II

AUTORIDAD DE APLICACIÓN. PROCEDIMIENTO Y SANCIONES

§ 1. Contenido. § 2. Resolución SCI 400/94	423
--	-----

CAPÍTULO XI

AUTORIDAD DE APLICACIÓN

§ 1. Finalidad. § 2. Servicios públicos domiciliarios con legislación específica	425
<i>Art. 41. [APLICACIÓN NACIONAL Y LOCAL]</i> – § 1. Autoridad nacional. § 2. Autoridades locales. § 3. Delegación de las provincias en las autoridades municipales	427

<i>Art. 42.</i> [FUNCIONES CONCURRENTES] – § 1. Competencia. § 2. Opción en favor del damnificado. § 3. Cuestiones de competencia	430
<i>Art. 43.</i> [FACULTADES Y ATRIBUCIONES] – § 1. Consideraciones generales. § 2. Análisis particular. § 3. Necesidad de facilitar las denuncias de los consumidores	433
<i>Art. 44.</i> [AUXILIO DE LA FUERZA PÚBLICA] – § 1. Alcance de la facultad. § 2. Cuestiones jurisdiccionales	438

CAPÍTULO XII

PROCEDIMIENTO Y SANCIONES

§ 1. Introducción. § 2. Límites	441
<i>Art. 45.</i> [ACTUACIONES ADMINISTRATIVAS] – § 1. Autoridad de aplicación. § 2. Procedimiento administrativo para verificar la infracción y aplicar la penalidad pertinente. § 3. El artículo 45 y los derechos del consumidor, más allá de la ley 24.240. § 4. El procedimiento en la ley de lealtad comercial. § 5. Recursos contra las resoluciones administrativas. § 6. La ley 22.802 y las autoridades locales. § 7. Obligatoriedad de la instancia conciliatoria. § 8. Procedimiento a seguir si fracasa la instancia conciliatoria. § 9. Acta de inspección. § 10. Escrito de descargo. § 11. Personería. Constitución de domicilio. a) Constitución de domicilio. b) Personería. § 12. Eficacia jurídica de las actas. § 13. Medidas preventivas y otras atribuciones conferidas a la autoridad de aplicación en la tramitación del sumario. § 14. Ofrecimiento y producción de las pruebas. § 15. Recurso contra la resolución que deniegue medidas de prueba. § 16. Resolución definitiva. § 17. Recurso contra la resolución definitiva. § 18. Modo de conceder el recurso	442

<i>Art. 46.</i> [INCUMPLIMIENTO DE ACUERDOS CONCILIATORIOS] – § 1. Trámite. § 2. Legitimación. § 3. Alcance	457
<i>Art. 47.</i> [SANCIONES] – § 1. Introducción. § 2. Apercibimiento. § 3. Multa. § 4. Decomiso de mercaderías o productos objeto de la infracción. § 5. Clausura del establecimiento o suspensión del servicio afectado por un plazo de hasta treinta días. § 6. Suspensión en los registros de proveedores del Estado. § 7. Pérdida de concesiones, privilegios, regímenes impositivos o crediticios especiales de que gozare. § 8. Publicidad de la sanción	459
<i>Art. 48.</i> [DENUNCIAS MALICIOSAS] – § 1. Facultades de la autoridad de aplicación. § 2. Denuncias “maliciosas” y “sin justa causa”	465
<i>Art. 49.</i> [APLICACIÓN Y GRADUACIÓN DE LAS SANCIONES] – § 1. Criterio general. Circunstancias atenuantes y agravantes. § 2. Carácter enunciativo de la enumeración	466
<i>Art. 50.</i> [PRESCRIPCIÓN] – § 1. Consideraciones previas. § 2. Aspectos contemplados. § 3. Alcance. § 4. Interrupción de la prescripción en curso	469
<i>Art. 51.</i> [COMISIÓN DE UN DELITO] – § 1. Elevación a sede penal en caso de delito	475

CAPÍTULO XIII

DE LAS ACCIONES

§ 1. Introducción. § 2. Características del veto del Poder Ejecutivo. § 3. Algunas reflexiones. § 4. La desigual posición de las partes en el proceso. § 5. En busca de una solución	477
<i>Art. 52.</i> [ACCIONES JUDICIALES] – § 1. Consideraciones generales. § 2. Quiénes están legitimados para promover estas acciones judiciales. § 3. Acciones judiciales	

previstas por el artículo 52. a) Acción particular. b) Acciones colectivas. § 4. Legitimación del consumidor o usuario. § 5. Legitimación de las asociaciones de consumidores. § 6. Legitimación de la autoridad de aplicación nacional o local. § 7. Legitimación del Ministerio Público. § 8. Acciones colectivas típicas. § 9. ¿Es posible reparar los daños particulares mediante la acción colectiva? § 10. El problema en el derecho argentino. § 11. Las "class actions". a) La "class action" en el sistema norteamericano. b) Las "class actions" brasileñas. c) Las "class actions for damages" en otros países del "common law". d) Las "class actions" en el derecho argentino. § 12. Procedimiento arbitral. § 13. La "injonction" de hacer como protección judicial del consumidor. § 14. La tutela de los intereses amenazados	483
<i>Art. 53. [NORMAS DEL PROCESO] – § 1. Competencia. § 2. Procedimiento. § 3. Representación. § 4. Prórroga de la competencia</i>	507
<i>Art. 54. [EFECTOS DE LA SENTENCIA] – § 1. Aclaración</i>	511

CAPÍTULO XIV

LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

§ 1. Introducción. § 2. Alcance legal del término "asociación". § 3. Las sociedades comerciales. § 4. Caracterización de su finalidad específica	513
<i>Art. 55. [LEGITIMACIÓN] – § 1. Generalidades. § 2. Legitimación para accionar. § 3. Límites. Ejercicio de las acciones colectivas</i>	517
<i>Art. 56. [AUTORIZACIÓN PARA FUNCIONAR] – § 1. Consideraciones generales. § 2. ¿Pueden ser mutuales las asociaciones de consumidores? § 3. Comparación</i>	

con las cooperativas de consumidores. § 4. ¿Quiénes pueden ser los asociados? § 5. Otorgamiento de la autorización. § 6. Registro Nacional de Asociaciones de Consumidores. § 7. Condiciones exigidas para conceder la autorización. § 8. Análisis de los nueve incisos del artículo 56. § 9. Los objetivos de las asociaciones de consumidores	522
<i>Art. 57. [REQUISITOS PARA OBTENER EL RECONOCIMIENTO] – § 1. Los requisitos en particular. § 2. Requisitos no previstos. Cantidad mínima de asociados. Más de una asociación en la misma jurisdicción</i>	536
<i>Art. 58. [PROMOCIÓN DE RECLAMOS] – § 1. Interrogantes que plantea este artículo. § 2. Valoración crítica</i>	539

CAPÍTULO XV

ARBITRAJE

§ 1. Desacierto metodológico	543
<i>Art. 59. [TRIBUNALES ARBITRALES] – § 1. Organización. § 2. Competencia. § 3. Valoración crítica. § 4. Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo</i>	543

TÍTULO III

DISPOSICIONES FINALES

§ 1. Denominación	551
-------------------------	-----

CAPÍTULO XVI

EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR

§ 1. Introducción. § 2. Finalidad	553
---	-----

<i>Art. 60.</i> [PLANES EDUCATIVOS] – § 1. Finalidad. § 2. Responsables de dar cumplimiento a esta disposición del artículo 60. § 3. Nuestra opinión. § 4. Pautas de educación	554
<i>Art. 61.</i> [FORMACIÓN DEL CONSUMIDOR] – § 1. Objetivos. § 2. El consumidor y la publicidad. a) Utilización del cine con fines publicitarios. b) Publicidad comparativa. c) Publicidad comparativa con el producto de otra empresa. d) Conclusión. § 3. Análisis de la preceptiva	559
<i>Art. 62.</i> [CONTRIBUCIONES ESTATALES] – § 1. Función no sustitutiva. § 2. Criterio de selección	569

CAPÍTULO XVII

DISPOSICIONES FINALES

§ 1. Breve explicación	571
<i>Art. 63.</i> – § 1. Contrato de transporte aéreo. Introducción. § 2. Normas del Código Aeronáutico que tutelan al usuario. § 3. Exoneración o atenuación de la responsabilidad del transportador. § 4. Cláusulas limitativas de responsabilidad	571
<i>Art. 64.</i> – § 1. Modificación del artículo 13 de la ley 22.802. Finalidad de la norma. § 2. Competencia de las autoridades locales. § 3. Delegación en las autoridades municipales	575
<i>Art. 65.</i> – § 1. La ley 24.240 es de orden público. Contenido del artículo 65. Introducción. § 2. Ley de orden público. § 3. Rige en todo el territorio nacional. § 4. Fecha en que entra en vigencia. § 5. Reglamentación	577
<i>Art. 66.</i>	580

APÉNDICE

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

Ley 22.802. Lealtad comercial	581
Ley 25.156. Defensa de la competencia	590
<i>Bibliografía</i>	603