ÍNDICE SUMARIO

ÍNDICE GENERAL 9

ANÁLISIS INTRODUCTORIO

por JORGE MOSSET ITURRASPE

I. Introducción 13
II. Los aspectos sustanciales de la reciente reforma legislativa..... 14
1. La exclusión de los profesionales liberales 15
2. Principio de interpretación favorable..... 18
3. El deber de información..... 19
4. El régimen de la oferta 22
5. Las prácticas abusivas 23
6. Contenido del documento de venta..... 24
7. Modalidades de rescisión contractual 25
8. La cuestión de la garantía 26
9. La incorporación del denominado "daño directo" 28
10. La flamante multa civil o "daño punitivo sui géneris"..... 29
III. Conclusión 31

ANÁLISIS EXEGÉTICO DE LA LEY
EL SISTEMA DE CONTROL DE LAS CLÁUSULAS ABUSIVAS

por JAVIER H. WAJNTRAUB

INTRODUCCIÓN
..... 35

LEY 24.240 DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

TÍTULO I – NORMAS DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES

CAPÍTULO I – DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1° – *Objeto. Consumidor. Equiparación* 37
I. La noción de consumidor 38
II. Perspectiva del concepto de consumidor 40
III. Tiempos compartidos, clubes de campo y figuras afines 43
IV. Situaciones equiparadas 44
V. La definición de consumidor desde la perspectiva jurisprudencial 45

Art. 2° – *Proveedor* 47
I. Proveedor de bienes y servicios 48
II. La actividad del proveedor 49
III. La cuestión de los profesionales liberales 50
IV. Efectos de la publicidad de los profesionales liberales 51
V. Consideraciones acerca de la publicidad de los profesionales liberales 53
VI. Información relativa al Colegio Profesional 57

Art. 3° – *Relación de consumo. Integración normativa. Preeminencia* 57
I. Relación de consumo 58
II. Normas que integran el Derecho del Consumidor 59
III. Criterio de interpretación más favorable 61
IV. Conceptualización del contrato de consumo 63
V. Los principios que orientan el Derecho del Consumidor 63

CAPÍTULO II – INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR Y PROTECCIÓN DE SU SALUD

Art. 4° – *Información* 64
I. El deber de información 64
II. Fundamento 65
III. Características del deber de información 67

IV. La información debe brindarse en todas las etapas 68
V. Datos conocidos con posterioridad 70
VI. Manifestaciones puntuales del deber de información 70
VII. Algunos posibles límites 72

Art. 5° – *Protección al consumidor* 74
I. La obligación de seguridad 74
II. Una perspectiva jurisprudencial de la cuestión 82

Art. 6° – *Cosas y servicios riesgosos* 86
I. La teoría del riesgo y el presente artículo 86

CAPÍTULO III – CONDICIONES DE LA OFERTA Y VENTA

Art. 7° – *Oferta* 88
I. La oferta en el Derecho del Consumidor 89
II. La oferta dirigida a consumidores potenciales indeterminados 90
III. Insuficiencia de los elementos de la oferta 91
IV. Revocación de la oferta 91
V. No efectivización de la oferta. Negativa o restricción injustificada 92

Art. 8° – *Efectos de la publicidad* 93
I. Concepto de publicidad 93
II. Publicidad ilícita 94
1. La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución 95
2. La publicidad engañosa 95
3. La publicidad desleal 96
4. La publicidad subliminal 97
5. La publicidad que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios 97
III. Interpretación del mensaje publicitario 97
IV. Publicidad e información 98
V. La publicidad integradora del contrato de consumo 99
VI. Publicidad en la Ley de Lealtad Comercial 101

VII. Ofertas realizadas mediante sistema de compras telefónicas, por catálogos o por correos 104

Art. 8° bis – *Trato digno. Prácticas abusivas* 105

I. La incorporación del concepto de prácticas abusivas 106
II. El precedente "Decovi" 107
III. Sanciones previstas en el ordenamiento 108

Art. 9° – *Cosas deficientes usadas o reconstituidas* 108

I. Supuestos contemplados 109

Art. 10 – *Contenido del documento de venta* 109

I. Compraventa de cosas muebles 111
II. Pautas de redacción 111
III. Contenido del documento de venta 112
IV. La reglamentación 112
1. Emisión de "ticket" por parte del vendedor 112
2. Omisión de especificar los plazos y condiciones de entrega y el precio y las condiciones de pago 112
3. Cosas o servicios con garantía 112
4. Las sanciones del artículo 47 113

Art. 10 bis – *Incumplimiento de la obligación* 113

I. Efectos del incumplimiento obligacional 114
II. Las opciones que brinda el precepto 118
III. Visión jurisprudencial 122

Art. 10 ter – *Modos de rescisión* 123

I. El principio de reciprocidad en el trato 124
II. El método establecido por la norma 124
III. El otorgamiento de constancia. Publicidad 124

CAPÍTULO IV – COSAS MUEBLES NO CONSUMIBLES

Art. 11 – *Garantías* 125

I. Garantías en el Derecho del Consumidor 125
II. Los resguardos previos a la celebración del contrato 126
III. Régimen de garantías en el contrato de consumo 127

IV. El mecanismo de la garantía legal 128
V. Plazos de vigencia 129
VI. El traslado de la cosa 130

Art. 12 – *Servicio técnico* 130

I. El servicio técnico y el suministro de repuestos 131
II. El problema del plazo de vigencia 132

Art. 13 – *Responsabilidad* 133

I. Sujetos obligados 133

Art. 14 – *Certificado de garantía* 134

I. El certificado de garantía 134
II. Contenido del certificado de garantía 135
1. La identificación del vendedor, fabricante, importador o distribuidor 136
2. La identificación de la cosa con las especificaciones técnicas necesarias para su correcta individualización 136
3. Las condiciones de uso, instalación y mantenimiento necesarias para su funcionamiento 136
4. Las condiciones de validez de la garantía y su plazo de extensión 137
5. Las condiciones de reparación de la cosa con especificación del lugar donde se hará efectiva 137
III. El obligado a su otorgamiento y su falta de entrega 137
IV. El titular de la garantía 138
V. Las reformas de la ley 24.999 138

Art. 15 – *Constancia de reparación* 139

I. Supuestos contemplados 139

Art. 16 – *Prolongación del plazo de garantía* 140

I. Nuevamente, ¿a qué garantía nos referimos? 140
II. El cálculo del término 141

Art. 17 – *Reparación no satisfactoria* 142

I. El supuesto de la reparación no satisfactoria 142
II. Las opciones que brinda el precepto 143

III. La reclamación de los daños y perjuicios 144
IV. Un esquema más amplio de alternativas 145

Art. 18 – *Vicios redhibitorios* 146
I. Vicios redhibitorios 146
II. Sentido de la previsión legal 147

CAPÍTULO V – DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

Art. 19 – *Modalidades de prestación de servicios* 148
I. La prestación de servicios en la Ley de Defensa del Consumidor 148
II. Sentido de la previsión legal 149
III. Remisión 150

Art. 20 – *Materiales a utilizar en la reparación* 150
I. Supuestos contemplados 150
II. Pacto escrito en contrario 151

Art. 21 – *Presupuesto* 151
I. Servicios alcanzados 152
II. La información contenida en el presupuesto 152
1. Nombre, domicilio y otros datos de identificación del prestador del servicio 153
2. La descripción del trabajo a realizar 153
3. Una descripción detallada de los materiales a emplear 153
4. Los precios de éstos y la mano de obra 154
5. El tiempo en que se realizará el trabajo 154
6. Si otorga o no garantía y en su caso, el alcance y duración de ésta 154
7. El plazo para la aceptación del presupuesto 154
8. Los números de inscripción en la Dirección General Impositiva y en el Sistema Previsional 155
III. ¿Puede cobrarse la realización del presupuesto? 155
IV. Falta de entrega del presupuesto 155

Art. 22 – *Supuestos no incluidos en el presupuesto* 155
I. Circunstancias contempladas 156

Art. 23 – *Deficiencias en la prestación del servicio* 157
I. Servicio deficiente 157
II. La previsión expresa y en contrario como excepción 158

Art. 24 – *Garantía* 158
I. Carácter obligatorio de la garantía escrita 158
II. Contenido del certificado de garantía 159
1. La correcta individualización del trabajo realizado 159
2. El tiempo de vigencia de la garantía, la fecha de iniciación de dicho período y las condiciones de validez de la misma 159
3. La correcta individualización de la persona, empresa o entidad que la hará efectiva 159

CAPÍTULO VI – USUARIOS DE SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS

Art. 25 – *Constancia escrita. Información al usuario* 160
I. Información al usuario 160
II. Las normas aplicables a la relación entre proveedores y usuarios 161
III. Presentación de reclamos 163

Art. 26 – *Reciprocidad en el trato* 164
I. Trato equitativo y digno 164
II. Criterios aplicables a los reintegros 165

Art. 27 – *Registro de reclamos. Atención personalizada* 165
I. La finalidad perseguida por la norma 166
II. Atención personalizada 166
III. Plazo para resolver los reclamos 167

Art. 28 – *Seguridad de las instalaciones. Información* 167
I. Obligación de seguridad 167
II. Información acerca de las condiciones de seguridad 167

Art. 29 – *Instrumentos y unidades de medición* 168
I. Sentido de la norma 168

II. Función de la autoridad competente 169
III. Control individual 169
IV. Entrega de facturas 169

Art. 30 – *Interrupción de la prestación del servicio* 169
I. La "presunción" del artículo 30 170

Art. 30 bis 173
I. La cuestión de las deudas impagas 173
II. El quid del enriquecimiento sin causa 176

Art. 31 176
I. Presunción de error de facturación 177
II. Procedimiento a seguir 178
III. Facturación de sumas indebidas 179
IV. Límite a la tasa de interés 180
V. Principio de interpretación más favorable. Remisión 180
VI. Intervención de los organismos de control 181

CAPÍTULO VII – DE LA VENTA DOMICILIARIA, POR CORRESPONDENCIA Y OTRAS

Art. 32 – *Venta domiciliaria* 181
I. Introducción 182
II. El problema de la contratación fuera de los establecimientos comerciales 183
III. Supuestos comprendidos 184
IV. Requisitos de instrumentación 185
V. Bienes perecederos pagados al contado 185

Art. 33 – *Venta por correspondencia y otras* 186
I. Contrato a distancia 186
II. Prohibición 186

Art. 34 – *Revocación de aceptación* 187
I. Supuestos contemplados para el ejercicio de la prerrogativa 187
II. Modo de computar el término 188
III. Irrenunciabilidad 189

IV. Deber de información 189
V. Efectos del arrepentimiento 190
1. Contratos que tengan por objeto cosas 190
2. Contratos que tengan por objeto servicios 191
VI. La Directiva CEE 7/97 sobre contratos a distancia 191
VII. Contratos con financiación 192

Art. 35 – *Prohibición* 193
I. Contenido de la prohibición 193
II. Envío no solicitado 194

CAPÍTULO VIII – DE LAS OPERACIONES DE VENTA DE CRÉDITO

Art. 36 – *Requisitos* 194
I. Financiación para el consumo 196
II. Modalidades de financiación para el consumo 197
III. La cuestión en la Ley de Defensa del Consumidor 198
IV. Otras normas aplicables al crédito para el consumo 200
1. La ley 21.526 de entidades financieras 200
2. La ley 25.065 de tarjetas de crédito 201
3. La normativa del Banco Central de la República Argentina 201
V. El rol del Banco Central de la República Argentina 201
VI. Operación ligada a un préstamo 202
VII. Tribunal competente 202
VIII. Los derechos del consumidor frente al incumplimiento del proveedor 202
1. Derecho a suspender los pagos 203
2. Derecho a ejercer la acción para reclamar el cumplimiento 203
3. Derecho a la devolución del precio de adquisición del bien o de la prestación del servicio 204
4. Derecho a la reducción del importe del crédito inicialmente solicitado 205
5. Derecho a reclamar una indemnización por los daños sufridos 205
IX. La problemática más amplia de la contratación bancaria 206

CAPÍTULO IX – DE LOS TÉRMINOS ABUSIVOS Y CLÁUSULAS INEFICACES

Art. 37 – *Interpretación* 206
I. La problemática de las cláusulas abusivas y ambiguas 207
II. El sistema de la Ley de Defensa del Consumidor 209
III. El carácter de "no convenidas" de las cláusulas abusivas. ¿Nulidad o inexistencia? 209
IV. Criterios para la calificación de las cláusulas leoninas en la Ley de Defensa del Consumidor 212
1. Las cláusulas que desnaturalicen las obligaciones o limiten la responsabilidad por daños 213
2. Las cláusulas que importen renuncia o restricción de los derechos del consumidor o amplíen los derechos de la otra parte 214
3. Las cláusulas que contengan cualquier precepto que imponga la inversión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor 215
V. Las cláusulas ambiguas 215
VI. Incumplimiento de deberes precontractuales 216

Art. 38 – *Contrato de adhesión. Contratos de formularios* 217
I. La cuestión de las condiciones generales 217
II. El caso español 221
III. El Derecho alemán 224
IV. Autoridad de aplicación en el control de los formularios 225

Art. 39 – *Modificación contratos tipo* 225
I. Aprobación administrativa de las condiciones generales 225
II. El sentido del precepto legal 226
III. Impugnación de las cláusulas aprobadas administrativamente 226

CAPÍTULO X – RESPONSABILIDAD POR DAÑOS

Art. 40 – *Responsabilidad* 227
I. Ámbito de aplicación 228
II. La órbita de la responsabilidad 230

III. Sujetos responsables 234
IV. El factor de atribución y las eximentes 235
V. Esquema de responsabilidad civil en el régimen de defensa de los consumidores 236
1. Responsabilidad precontractual 237
2. Responsabilidad por incumplimiento contractual 238
3. Responsabilidad extracontractual 243

Art. 40 bis – *Daño directo* 245
I. Concepto de daño directo 246
II. La determinación de la existencia del daño 247
III. Recursos ante la condena a indemnizar 248
IV. Pago a cuenta 248
V. Quid de la constitucionalidad del instituto 248

TÍTULO II – AUTORIDAD DE APLICACIÓN. PROCEDIMIENTO Y SANCIONES

CAPÍTULO XI – AUTORIDAD DE APLICACIÓN

Art. 41 – *Aplicación nacional y local* 251
I. Autoridad de aplicación nacional 251
II. Autoridades locales. Delegación de funciones 252

Art. 42 – *Facultades concurrentes* 252
I. Concurrencia 252

Art. 43 – *Facultades y atribuciones* 253
I. Facultades de la autoridad de aplicación 254
II. Análisis particular de las atribuciones 254
1. Reglamentación 254
2. Registro de Asociaciones de Consumidores 254
3. Recepción de inquietudes y denuncias 254
4. Inspecciones y pericias 255
5. Solicitud de informes y opiniones 255
6. Celebración de audiencias 255
III. Delegación 255

Art. 44 – *Auxilio de la fuerza pública* 256
I. Fuerza pública 256

CAPÍTULO XII – PROCEDIMIENTO Y SANCIONES

Art. 45 – *Actuaciones administrativas* 257
I. Ilícitos de consumo 259
II. Inicio de las actuaciones 260
III. Instancia conciliatoria 260
IV. Actuaciones sumariales 260
V. Valor probatorio de las actas 261
VI. Medidas preventivas y técnicas 261
VII. Hechos controvertidos. Apertura a prueba 262
VIII. Resolución definitiva 262
IX. Recurso contra la resolución definitiva 262
X. Legislación supletoria 263

Art. 46 – *Incumplimiento de acuerdos conciliatorios* 263
I. Supuestos alcanzados 263

Art. 47 – *Sanciones* 264
I. Sanciones para las infracciones a la legislación 265
1. Apercibimiento 265
2. Multa 265
3. Decomiso de las mercaderías 266
4. Clausura del establecimiento o suspensión del servicio 266
5. Suspensión en los registros de proveedores del Estado 266
6. Pérdida de concesiones, privilegios y otros 266
II. Publicación de la sanción 267
III. Creación de fondo especial 267

Art. 48 – *Denuncias maliciosas* 268
I. Denuncia maliciosa 268

Art. 49 – *Aplicación y graduación de las sanciones* 269
I. Aplicación de las sanciones 269
II. Registro de Infractores 271

Art. 50 – *Prescripción* 271
I. Prescripción 271
II. Acciones y sanciones 271
III. Plazo. Situación más favorable para el consumidor 272
IV. Interrupción de la prescripción 272
1. Inicio de las actuaciones administrativas o judiciales 272
2. Comisión de nuevas infracciones 273

Art. 51 – *Comisión de un delito* 274
I. Remisión de las actuaciones a la justicia penal 274

CAPÍTULO XIII – DE LAS ACCIONES

Art. 52 – *Acciones judiciales* 274
I. Acciones judiciales 275
II. Intereses individuales 275
III. Derechos de incidencia colectiva 276
IV. Defensa del interés general. Carta poder 277
V. Competencia 277

Art. 52 bis – *Daño punitivo* 278
I. La incorporación de los daños punitivos en el Derecho argentino 278
II. Características del instituto. Crítica 279
III. La regulación de la multa civil 281

Art. 53 – *Normas del proceso* 282
I. Normas procesales aplicables 283
II. Representación 283
III. Cargas probatorias dinámicas 283
IV. Beneficio de justicia gratuita 284

Art. 54 – *Acciones de incidencia colectiva* 284
I. Tránsito desde la perspectiva individual hacia la colectiva 285
II. Fundamento de las acciones colectivas. Su necesidad 285
III. La perspectiva del abogado 288

IV. Marchas y contramarchas. La consolidación de una tendencia 288
1. El caso "BNL" 289
2. El precedente "BAPRO" 289
3. Los autos "Proconsumer c/Banco Ciudad" y la distinción entre conceptos meramente restitutivos y daños 290
V. La ley 26.361 y la consagración legal de los derechos de incidencia colectiva 291
VI. Efectos de la sentencia. Notificación adecuada 292
VII. El contenido patrimonial de derechos de incidencia colectiva 293
VIII. La cuestión de los acuerdos conciliatorios 293

CAPÍTULO XIV – DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

Art. 55 – *Legitimación* 294
I. Acción basada en la defensa de los derechos de incidencia colectiva y los intereses difusos 294
II. Las asociaciones legitimadas. Beneficio de justicia gratuita 295
III. Registro Nacional de Asociaciones de Consumidores 295

Art. 56 – *Autorización para funcionar* 295
I. Las asociaciones de consumidores 296
II. La participación de los usuarios 298

Art. 57 – *Requisitos para obtener el reconocimiento* 300
I. Condiciones especiales 301
II. Baja del Registro. Pérdida de personería 301

Art. 58 – *Promoción de reclamos* 301
I. Canalización de reclamos 302
II. Promoción del reclamo 302
III. Instancia conciliatoria 302

CAPÍTULO XV – ARBITRAJE

Art. 59 – *Tribunales arbitrales* 303
I. Arbitraje de consumo 303
II. Objeto del arbitraje 304

III. El Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo 305
IV. Difusión del arbitraje 305

TÍTULO III – DISPOSICIONES FINALES

CAPÍTULO XVI – EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR

Art. 60 – *Planes educativos* 307
I. Planes generales de educación 307
II. Fomento a la creación de entidades de consumidores 308
III. Planes oficiales de educación 308

Art. 61 – *Formación del consumidor* 308
I. Orientación de la formación del consumidor 308
II. Contenidos prioritarios 309

Art. 62 – *Contribuciones estatales* 309
I. Recursos para la formación de los consumidores 309
II. Criterios de selección 310

CAPÍTULO XVII – DISPOSICIONES FINALES

Art. 63 310
I. Aplicación supletoria 310
II. La necesaria interpretación restrictiva del artículo 63 312

Art. 64 312
I. Modificación de la ley 22.802 313

Art. 65 313
I. Ley de orden público 313

Art. 66 314

EL SISTEMA DE CONTROL DE LAS CLÁUSULAS ABUSIVAS

I. Introducción 315
II. Supuestos tratados en el reglamento 318
III. Conclusión 326

BIBLIOGRAFÍA

..... 329

PROTECCIÓN PROCESAL DE USUARIOS Y CONSUMIDORES

por Osvaldo Alfredo Gozaíni

I. La defensa procesal en el acceso a la justicia..... 343
II. La categoría necesaria para "ser parte"..... 345
III. La defensa del "interés" o del "derecho"..... 346
1. El derecho subjetivo..... 347
2. Los derechos subjetivos públicos..... 348
3. Los derechos difusos..... 349
IV. Características de los derechos del consumidor como intereses difusos..... 352
V. Diferencias en la categoría de consumidor/usuario con otros intereses..... 353
1. Intereses colectivos..... 354
2. Intereses legítimos..... 355
3. Intereses simples..... 357
VI. El usuario/consumidor en el nuevo emplazamiento constitucional y legal..... 358
1. Intereses tutelados..... 360
2. Las tendencias para acreditar la representación..... 361
3. El afectado con acción individual..... 363
4. La demanda de las asociaciones. Intervención coadyuvante..... 365
5. Restricciones..... 368
VII. La aparente facilidad de las asociaciones para obrar..... 369
1. Capacidad procesal de los grupos..... 370
2. Personería de las asociaciones..... 372
a) Grupos organizados con interés establecido estatutariamente..... 373
b) Grupos asociados constituidos regularmente que no establecen representación..... 374

c) Grupos indeterminados con representación..... 374
d) Grupos indeterminados sin representación..... 375
3. Evaluación procesal de la legitimación..... 376
VIII. Los incentivos económicos. Un aspecto aún sin consideración..... 378
IX. Otras cuestiones procesales..... 380
1. El caso de las acciones populares..... 381
2. La protección anticipada..... 382
X. El proceso de conocimiento más abreviado..... 386
1. El proceso de conocimiento "más adecuado"..... 390
2. Justificación de la representación y personería..... 391
a) Afectado que confiere mandato para un reclamo individual..... 392
b) Afectado que confiere mandato a una asociación de consumidores..... 393
c) Asociación que se presenta en defensa del interés colectivo..... 394
3. Oportunidad para la presentación de los documentos..... 395
XI. Intervención del Ministerio Público..... 396
XII. Prueba..... 400

Ley 24.240 de Defensa del Consumidor..... 409