

ÍNDICE GENERAL

Prólogo a la cuarta edición IX

INTRODUCCIÓN

§ 1. El derecho del consumidor y usuario. § 2. Lo esencial en esta materia: el debido respeto a la dignidad personal. § 3. El derecho del consumidor y del usuario y el derecho comercial. § 4. Consumidores y usuarios en los contratos mercantiles. § 5. El derecho del consumidor y usuario no es un "estatuto". § 6. Evolución del derecho del consumidor. § 7. La ley 24.240. § 8. La ley 26.361. § 9. Normativa que integra el derecho del consumidor. § 10. El mandato constitucional. § 11. Dignidad del consumidor. § 12. Relación del derecho del consumidor con otros principios constitucionales. § 13. Aspectos objetivo y subjetivo. § 14. Defensa, protección y derecho del consumidor. Su significado. § 15. Consumidores y usuarios. § 16. Consumidores. § 17. Usuario. § 18. Relación entre consumo y consumidor. § 19. Relación de consumo. § 20. El consumidor y el derecho tradicional. § 21. Derechos básicos de los consumidores y usuarios. § 22. Integración de la ley 24.240 con las normas de los códigos Civil y de Comercio. § 23. El consumidor frente a la cadena de comercialización. § 24. Alcances de la ley 24.240. § 25. Características de la ley 24.240. § 26. Defensa del consumidor y tutela de los intereses difusos. § 27. Una propuesta: las letras de consumo. § 28. La ley 24.240 se inte-

gra en el ordenamiento jurídico argentino. § 29. Aclaración sobre el método seguido en el análisis de la ley 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. El chantaje a que se hallan expuestos consumidores y usuarios. § 5. Alcance de la expresión "consumidores" 35

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º [OBJETO. CONSUMIDOR. EQUIPARACIÓN.] - § 1. Las modificaciones de la ley 26.361. § 2. La relación de consumo. § 3. El sujeto tutelado. § 4. Supuestos que la ley considera actos de consumo o uso tutelados por su normativa. § 5. El concepto amplio de bienes y servicios. a) Concepto genérico de actos de consumo. b) Consumidor. c) Usuario. d) Utilización de servicios. 1) Protección de los usuarios de servicios públicos. 2) Otros supuestos. § 6. El consumidor tutelado por la ley 24.240. El "destinatario final". a) Destinatarios finales que concretamente tutela la ley. b) Consumidor a título gratuito. § 7. Los destinatarios finales previstos por la ley. a) El grupo familiar o social. b) Las personas jurídicas como consumidores. c) Los profesionales liberales. d) Situación de los artistas, artesanos y científicos. e) La em-

presa como consumidora. 1) Criterio que no admite a la empresa como posible consumidor. 2) Nuestra opinión. 3) Las razones de nuestra opinión. f) Casos que pueden ofrecer dificultad para determinar si el comerciante o el pequeño empresario actúan como consumidores. g) ¿Influye en la calidad de consumidor tutelado el grado de conocimiento que tenga el adquirente del bien o servicio? § 8. Situaciones dudosas. La equidad como regla para la solución. § 9. Opiniones sobre el capítulo XIV bis del Código Civil italiano sobre derecho del consumidor. § 10. Adquisición de derechos en tiempos compartidos, clubes de campo, cementerios privados y figuras afines. a) Urbanizaciones privadas. Club de campo ("country club") y barrio cerrado. Concepto y naturaleza jurídica. b) Tiempo compartido. 1) Enfoque jurídico. El contrato. 2) Protección de los adquirentes en los contratos de disfrute de inmuebles a tiempo compartido. c) Requisitos que la autoridad de aplicación de la ley 24.240 debe exigir para permitir el funcionamiento de este sistema. d) Los problemas que presenta para el usuario el llamado "tiempo compartido" o "multipropiedad". e) Propiedad de tiempo compartido o multipropiedad ("timesharing"). Recaudos a tomar por el adquirente. f) Sistemas turísticos de tiempo compartido. § 11. Tarjetas de crédito. § 12. Daños en viaje aéreo 41

Art. 2º [PROVEEDOR] - § 1. Concepto. § 2. Proveedores en la relación de consumo. a) El requisito de la "profesionalidad". b) Los contratos "entre consumidores" que fueron eliminados por el actual. § 3. Productores. § 4. Montaje. § 5. Creación. § 6. Construcción y transformación. § 7. Construcción de edificio. La empresa constructora. § 8. Importadores. § 9. Concesión de marcas. § 10. Distribuidores. § 11. Comercialización de bienes y servicios. § 12. Prestadores de servicios. § 13. Organizaciones prestadoras de servicios medicinales. § 14. Organizador de espectáculos públicos. § 15. Entidades de seguro. § 16. Bancos y entidades financieras en general. § 17. Consorcios de propietarios en propiedad horizontal. § 18. Empresa que organiza y administra planes de ahorro para fines determinados. a) Requisitos. b) Respon-

sabilidad de la sociedad administradora del plan de ahorro para fines determinados. c) Responsabilidad de la organizadora-administradora del plan y de la terminal automotriz. § 19. Agentes de bolsa, mercados de valores, bolsas de comercio. Protección del inversor en valores mobiliarios. § 20. Locador de cosas muebles e inmuebles. § 21. Vendedor de inmuebles que desarrolla su actividad de manera profesional. Recaudos para evitar lesiones importantes a los intereses de adquirentes de inmuebles. § 22. Intervención de corredor inmobiliario. § 23. Supuesto de compra de un inmueble con préstamo otorgado por banco (u otra entidad financiera) garantizado con hipoteca. § 24. Créditos hipotecarios para adquisición de inmuebles (nuevos o no). § 25. Régimen especial de ejecución de hipotecas violatorio del derecho de los consumidores y usuarios previsto en ley 24.441. § 26. Adquisición de parcelas de terreno de inmuebles loteados. La ley 14.005. a) Falta de previsión en la ley 24.240 ante el ejercicio abusivo de la facultad comisoraria del vendedor en el caso de compraventa de lotes de terrenos comprendida en la ley 14.005. b) Responsabilidad de los mandatarios del vendedor según la ley 14.005. c) Supuesto en que el saldo de precio se garantice con hipoteca. § 27. Una nueva perspectiva en favor del adquirente de inmueble por boleto privado. § 28. Las cooperativas y mutuales como proveedores según el artículo 2° de la ley 24.240. § 29. Las profesiones liberales. § 30. Las profesiones no encuadrables en la categoría de profesiones liberales previstas en la segunda parte del artículo

82

Ayt. 3° [RELACIÓN DE CONSUMO. INTEGRACIÓN NORMATIVA. PREEMINENCIA] – § 1. Caracterización. § 2. La relación jurídica surgida de la relación de consumo. § 3. Interpretación de la normativa sobre los derechos del consumidor en caso de duda. § 4. El seguro de responsabilidad civil y la “relación de consumo”. § 5. Integración del derecho del consumidor y usuario. § 6. La integración normativa según dispone el actual texto del artículo. § 7. Ley 22.802 de lealtad comercial. § 8. Modificaciones introducidas por la ley 26.361 a la ley de lealtad comercial. § 9. Ley de defensa de la competencia. a) Tener una posición do-

minante en el mercado (artículos 4° y 5°). b) Mediante la concentración económica (artículos 6° a 16). c) Actos y conductas que constituyen prácticas restrictivas de la competencia. § 10. La ley 25.156 y los derechos de los consumidores. § 11. Ley de tarjetas de crédito. a) Relación entre entidad emisora y el banco. b) Contratos conexados. c) La responsabilidad frente al usuario. d) Violaciones más frecuentes. e) Prohibición del anatocismo. f) El resumen. 1) Impugnaciones. 2) Aceptación de explicaciones. g) Cláusulas nulas. h) Responsabilidad de la emisora y del banco interviniente. 1) Por inhabilitación indebida de la tarjeta. 2) Cierre sin causa de la cuenta abierta en el banco para pago del resumen. 3) Caso de productos promocionados por la emisora. i) Acción judicial de la emisora (o del banco) por cobro del saldo deudor. j) Infracciones. 1) Graves incógnitas. 2) Cargos por gestión de cobranza y otros débitos. k) El artículo 53 de ley 25.065. Su constitucionalidad. § 12. La ley 26.361 modifica el artículo 50 de la ley 25.065. § 13. Hábeas data. 1) El orden público. 2) Derechos de consumidores y usuarios. 3) Derechos del afectado frente al banco de datos. 4) Responsabilidad del acreedor como informante. 5) La acción de hábeas data como garantía jurisdiccional. 6) Juez competente. 7) El trámite sumarísimo. 8) Medidas cautelares. 9) Responsabilidad penal en materia de datos personales. § 14. Medicina prepaga. a) Prestaciones obligatorias. b) Ejercicio abusivo de la facultad de rechazar el pedido de ingreso al sistema. § 15. Otras 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. g) Ley 20.680, de abastecimiento, control de producción, distribución y consumo. § 16. Cláusulas abusivas

116

CAPÍTULO II

INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR
Y PROTECCIÓN DE SU SALUD

§ 1. Normas reguladoras. § 2. Amplitud del deber de información	157
<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) Identificación de la mercadería (artículos 1° y 4° a 6°). b) Publicidad engañosa o confusa (artículo 9°). c) Normas de directa tutela de los consumidores. § 7. Indicación de procedencia y denominación de origen. § 8. Código Alimentario Argentino y Mercosur. Identificación comercial de los alimentos. a) Rotulación. b) Alimentos a los que se atribuya valor curativo. c) Productos dietéticos. § 9. Información según la ley de medicamentos. § 10. 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. § 11. Naturaleza y función de la obligación de informar al consumidor. § 12. Alcances del artículo 4° de la ley 24.240. § 13. Finalidad de la norma. § 14. Responsabilidad del proveedor. § 15. El deber de informar sobre el modo de empleo de la cosa o servicio. a) 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. § 16. Consecuencias por incumplimiento del artículo 4°. § 17. 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	158

<i>Art. 5° [PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR]</i> - § 1. Tutela de la salud e integridad física del consumidor. § 2. Carácter de la norma. § 3. Criterio interpretativo. § 4. Alcance. § 5. Condiciones de uso	188
<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. Manual de instrucciones	193

CAPÍTULO III

CONDICIONES DE LA OFERTA Y VENTA

§ 1. Epígrafe incorrecto de este capítulo. § 2. Crítica al método y terminología empleados en este capítulo. a) Fase de promoción de ventas o servicios. b) Momento de perfeccionamiento del contrato	199
<i>Art. 7° [OFERTA]</i> - § 1. La oferta vista desde el derecho del consumidor. § 2. El concepto de oferta según la ley 24.240 y la normativa del Código Civil. § 3. La oferta contractual en los códigos Civil y de Comercio. § 4. La jurisprudencia frente a la normativa del Código Civil. § 5. El concepto de oferta en el derecho del consumidor. § 6. Ofertas dirigidas a consumidores potenciales indeterminados. § 7. El comercio y la publicidad. § 8. Diversos medios de ofertas al público además de la publicidad. a) Circulares. b) Prospectos y "volantes". c) Mediante la "nota de pedido". d) Ofertas telefónicas. § 9. Alcances del artículo 7°. § 10. Incumplimiento de la oferta. § 11. Revocación. § 12. Situación del consumidor ante anuncios que no revisten estrictamente el carácter de ofertas. § 13. Las ofertas y anuncios al público ante la ley 22.802 de lealtad comercial. § 14. ¿El comerciante está obligado a contratar? § 15. Oferta por cantidades limitadas. § 16. Consecuencias del carácter vinculante de la oferta	201

<i>Art. 8°</i> [EFECTOS DE LA PUBLICIDAD] – § 1. La publicidad en los contratos con los consumidores. § 2. Oferta o propuesta con contradicciones. § 3. Qué entiende por publicidad el artículo 8°. § 4. Diferentes modos de ofrecer bienes o servicios al público. a) Mediante publicidad, prospectos o circulares, sin determinar sus características específicas ni precio. 1) Carteles. 2) Uso de pantallas de televisión. 3) Altavoces. 4) Catálogos, prospectos o circulares. 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. § 5. El proveedor y el responsable del anuncio. § 6. La publicidad ordenada por la ley de lealtad comercial. § 7. La publicidad en el Código Alimentario Argentino. § 8. Oferentes de sistemas de compras telefónicas. § 9. Incumplimiento. Sanciones. § 10. El poder de la publicidad comercial	217
<i>Art. 8° bis.</i> [TRATO DIGNO. PRÁCTICAS ABUSIVAS] – § 1. Comportamiento que la norma le impone a los proveedores. § 2. Análisis de los supuestos enunciados precedentemente. a) Atención y trato digno. b) Conductas vergonzantes, vejatorias o intimidatorias. c) Utilizar términos propios de una demanda judicial. d) No imponer a los consumidores extranjeros mayores precios o diferencias relevantes. e) Sanciones	228
<i>Art. 9°</i> [COSAS DEFICIENTES USADAS O RECONSTITUIDAS] – § 1. Ofertas especiales. § 2. Indicación en la oferta	233
<i>Art. 10.</i> [CONTENIDO DEL DOCUMENTO DE VENTA] – § 1. ¿“Documento” o “instrumento”? § 2. Incongruente limitación, en el epígrafe del artículo, sólo al contrato de compraventa. § 3. El objetivo de la norma. § 4. Forma escrita. § 5. Redacción	235
<i>Art. 10 bis.</i> [INCUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN] – § 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 ..	240
<i>Art. 10 ter.</i> [MODOS DE RESCISIÓN] – § 1. Extinción del contrato de servicio por voluntad del usuario	244

CAPÍTULO IV

COSAS MUEBLES NO CONSUMIBLES

§ 1. Introducción. § 2. Exposición crítica. § 3. Metodología de este capítulo	247
<i>Art. 11.</i> [GARANTÍAS] – § 1. Definición y alcances. § 2. Supuesto en que la cosa deba ser reparada. § 3. Vigencia de la garantía legal. § 4. Traslado de la mercadería defectuosa	250
<i>Art. 12.</i> [SERVICIO TÉCNICO] – § 1. Objeto. § 2. Sujetos responsables. § 3. Carácter y alcance del servicio técnico. § 4. Los repuestos necesarios fuera del plazo de garantía. § 5. Plazo de vigencia	253
<i>Art. 13.</i> [RESPONSABILIDAD] – § 1. Cadena de comercialización. § 2. Automotores. Responsabilidad del fabricante y del concesionario. § 3. Responsabilidad de la concesionaria vendedora	256
<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. Datos que deben constar. § 5. Contenido de la norma. § 6. Falta de entrega de este certificado	259
<i>Art. 15.</i> [CONSTANCIA DE REPARACIÓN] – § 1. Criterio de interpretación. § 2. Finalidad de la constancia	266
<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	268
<i>Art. 17.</i> [REPARACIÓN NO SATISFACTORIA] – § 1. Introducción. § 2. Opciones del consumidor. a) Pedir la sustitución de la cosa adquirida por otra de idénticas características. b) Resolución de contrato. c) Quita proporcional. d) Reclamo indemnizatorio	269
<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? a) La diferenciación en la ley 24.240. b) Aplicación del artículo 2176 del Código Civil	272

CAPÍTULO V

DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

§ 1. Introducción. § 2. Referencia al contenido del capítulo. § 3. Falta de organicidad. § 4. Servicios contemplados	277
<i>Art. 19. [MODALIDADES DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS]</i> – § 1. Alcance. Servicios de cualquier naturaleza. § 2. Obligaciones impuestas al proveedor. a) Los términos y los plazos. b) Los plazos. c) Las “condiciones”. d) Modalidades. e) Reservas. f) Las “demás circunstancias”. § 3. El texto del artículo y los derechos del usuario. § 4. Casos particulares. a) Ahorro previo. Responsabilidad de la sociedad administradora por incumplimiento de la aseguradora impuesta por ella al adquirente. b) Centro de Atención al Usuario del Sistema Nacional de Aeropuertos. c) Agencias de viajes. d) El turismo estudiantil. 1) Ampliación de la responsabilidad de la agencia de viajes de turismo estudiantil. 2) La disposición 6/08 sobre servicios de turismo estudiantil. e) Compañías de seguro. 1) Las compañías de seguros y la cláusula “claims made”. 2) Una sentencia aleccionadora	280
<i>Art. 20. [MATERIALES A UTILIZAR EN LA REPARACIÓN]</i> – § 1. Contratos a los que se refiere este artículo. § 2. Características de los materiales. § 3. Pacto en contrario	296
<i>Art. 21. [PRESUPUESTO]</i> – § 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. § 5. Evaluación crítica de los artículos 20 y 21	298

<i>Art. 22. [SUPUESTOS NO INCLUIDOS EN EL PRESUPUESTO]</i> – § 1. Alcances. § 2. Finalidad de la norma. § 3. Remisión	304
<i>Art. 23. [DEFICIENCIAS EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO]</i> – § 1. Introducción. § 2. Plazo. Cómputo. La evidencia de los defectos	306
<i>Art. 24. [GARANTÍA]</i> – § 1. Criterios de interpretación. § 2. Individualización del trabajo realizado. § 3. Tiempo de vigencia. § 4. Condiciones de validez de la garantía. § 5. Responsabilidades concurrentes. § 6. Trabajos de albañilería y pintura	307

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” ...	313
<i>Art. 25. [CONSTANCIA ESCRITA. INFORMACIÓN AL USUARIO]</i> – § 1. Introducción. § 2. Las condiciones de prestación. § 3. Información al usuario. § 4. Leyenda que debe figurar en las facturas de los servicios públicos domiciliarios. § 5. Servicios públicos domiciliarios con legislación específica. a) Energía eléctrica. b) Gas natural. c) Obras y servicios sanitarios. § 6. Responsabilidad de la concesionaria de servicio público. § 7. Caso particular del servicio telefónico. § 8. Telefonía celular (servicios de comunicaciones móviles). § 9. ¿Es competente la justicia ordinaria o la federal para dirimir conflictos entre los titulares del servicio telefónico y la empresa privada prestataria? § 10. Aplicación de los antecedentes jurisprudenciales anteriores a los demás servicios públicos domiciliarios. § 11. Recurso de amparo	319
<i>Art. 26. [RECIPROCIDAD EN EL TRATO]</i> – § 1. La equidad en el trato al usuario	333

<i>Art. 27.</i> [REGISTRO DE RECLAMOS. ATENCIÓN PERSONALIZADA] – § 1. Introducción. § 2. Mecánica. § 3. Carácter de la norma. § 4. Plazos. § 5. Atención personalizada	333
<i>Art. 28.</i> [SEGURIDAD DE LAS INSTALACIONES. INFORMACIÓN] – § 1. Consideración general. § 2. Alcances. § 3. Condiciones de seguridad	337
<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	339
<i>Art. 30.</i> [INTERRUPCIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO] – § 1. Consideraciones generales. § 2. Valoración crítica	342
<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	346
<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. § 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. § 10. La prueba en juicio del consumidor contra la empresa de servicio telefónico	349

CAPÍTULO VII

DE LA VENTA DOMICILIARIA, POR CORRESPONDENCIA Y OTRAS

§ 1. Introducción. § 2. Características de las contrataciones comprendidas. § 3. Otros sistemas para atraer clientes. § 4. Necesaria aclaración previa	359
--	-----

<i>Art. 32.</i> [VENTA DOMICILIARIA] – § 1. El epígrafe de este artículo y su contenido. § 2. Contrataciones comprendidas. § 3. Propuesta u oferta efectuada al consumidor o usuario fuera del establecimiento del proveedor. § 4. Ventas ambulantes. § 5. Venta domiciliaria. § 6. ¿En qué consiste la tutela que brinda el artículo 32? § 7. Requisito formal de los contratos previstos en el artículo. § 8. Venta de bienes perecederos	362
<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	368
<i>Art. 34.</i> [REVOCACIÓN DE ACEPTACIÓN] – § 1. La modificación por ley 26.361. § 2. Alcance del precepto. § 3. Carácter de orden público. § 4. Incumplimiento. Sanciones. § 5. Gastos de devolución. § 6. Interpretación del término "vendedor". Remisión	371
<i>Art. 35.</i> [PROHIBICIÓN] – § 1. Alcance de la prohibición. § 2. Envío de una cosa	374

CAPÍTULO VIII

DE LAS OPERACIONES DE VENTA DE CRÉDITO

<i>Art. 36.</i> [REQUISITOS] – § 1. Cuestión denominativa. § 2. Supuestos comprendidos. § 3. Alcance general. § 4. Operaciones financieras para consumo. § 5. Operaciones de crédito de práctica habitual. a) Tarjetas de crédito. b) Leasing. § 6. Crédito otorgado al consumidor o usuario por el vendedor o prestador del servicio y en las operaciones financieras del consumo. § 7. Sanciones. § 8. Análisis de los datos que requiere el artículo. a) La descripción del bien o servicio objeto de la contratación. b) El precio al contado. c) El pago inicial. d) La tasa de interés efectiva anual. e) El costo financiero total. f) Sistema de amortización del capital y de los intereses. g) Cantidad, periodicidad y monto de los pagos a realizar. h) Gastos extras. § 9. Consecuencias del in-

cumplimiento. § 10. Contrato sujeto a que un tercero otorgue el crédito. § 11. Contenido del resumen de la tarjeta de crédito. § 12. 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. Pagares 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. 4) La garantía hipotecaria y la ley 24.441 379

CAPÍTULO IX

DE LOS TÉRMINOS ABUSIVOS Y CLÁUSULAS INEFICACES

§ 1. Introducción. § 2. Cuestiones contempladas .. 401
Art. 37. [INTERPRETACIÓN] – § 1. Introducción. § 2. La interpretación del contrato. § 3. 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 del proveedor. 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 importen renuncia o restricción de los derechos del usuario o amplíen los derechos de la otra parte. 1) Derechos irrenunciables del usuario. 2) Cláusulas que amplíen los derechos del prestador. e) Cláusula sobre preexistencia

de enfermedad. f) Cláusulas que entrañen inversión de la carga probatoria en perjuicio del consumidor. g) Otra clasificación también aplicable: cláusulas ambiguas (o dudosas), cláusulas ininteligibles y cláusulas ilegibles. § 4. Reglas sobre interpretación de los contratos. § 5. Comportamiento abusivo del empresario (o proveedor). § 6. Derecho del consumidor a demandar la nulidad total o parcial. § 7. Integración del contrato en caso de nulidad parcial. § 8. Resolución complementaria del artículo 37. § 9. Las cláusulas abusivas en los contratos de medicina prepaga. a) Cláusulas que desnaturalizan las obligaciones. b) Cláusulas que limitan la responsabilidad por daños 403

Art. 38. [CONTRATO DE ADHESIÓN. CONTRATOS EN FORMULARIOS] – § 1. Análisis del texto legal. § 2. Cláusulas predispuestas, cláusulas uniformes y cláusulas estandarizadas. § 3. Cuestiones que contempla el artículo 38. § 4. ¿Contrato tipo o contrato de formulario? § 5. Caracterización del contrato por adhesión. § 6. El contrato por adhesión y las condiciones generales. § 7. La directiva CEE 93/13, del 5 de abril de 1993; y la ley española 7/1998 sobre condiciones generales de contratación. § 8. Problemas que plantea el contrato por adhesión. § 9. Contratos por adhesión sujetos a condiciones generales de contratación publicitadas mediante carteles y otros anuncios. a) Carteles. b) Uso de pantallas televisivas. c) Altavoces. d) Catálogos, prospectos o circulares. § 10. Nuestra jurisprudencia frente a los contratos por adhesión 434

Art. 39. [MODIFICACIÓN DE CONTRATOS TIPO] – § 1. Obligación emergente de la norma. § 2. Cuestiones en torno del contrato autorizado 448

CAPÍTULO X

RESPONSABILIDAD POR DAÑOS

§ 1. Introducción. § 2. La responsabilidad de los proveedores como norma básica 451

Art. 40. [RESPONSABILIDAD] – § 1. ¿Obligaciones solidarias o concurrentes? § 2. Imputabilidad concurrente. § 3. La compleja trama de la responsabilidad de los proveedores en la ley 24.240. a) Responsabilidad del proveedor por incumplimiento o cumplimiento 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. g) Riesgos a la salud o integridad física del consumidor o usuario. § 4. Los responsables mencionados en el artículo 40. § 5. Daños comprendidos. § 6. Circunstancias que contribuyen a la producción 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. § 7. Daños por privación de un servicio o prestación defectuosa. § 8. Depósito en caja de seguridad. Responsabilidad del banco. § 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. ¿Responsabilidad contractual o negocial? § 15. La relación de consumo. Respuesta adecuada al problema de los defectos de las cosas adquiridas en el mercado. § 16. Playa de estacionamiento libre anexa del establecimiento comercial. La relación de consumo. § 17. 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. § 18. Responsabilidad de los demás intervinientes en la relación de consu-

mo. § 19. Responsabilidad de quien haya puesto su marca. § 20. Responsabilidad del vendedor no fabricante ni elaborador que vende directamente al consumidor final. § 21. Responsabilidad del intermediario. § 22. Responsabilidad del importador por las cosas muebles no consumibles. § 23. Responsabilidad del franquiciante frente al consumidor por hechos del franquiciado. § 24. Responsabilidad por daño moral. § 25. El daño moral. Un fallo aleccionador. § 26. La responsabilidad en el contrato de medicina prepaga. a) Urgencias médicas prepagas. b) Antecedentes jurisprudenciales. c) Medida cautelar en defensa del abonado. d) Recurso de amparo respecto al programa médico obligatorio. Competencia. § 27. Medicina prepaga y obras sociales. El caso "Cemic". § 28. Medicina prepaga y empresa de asistencia al viajero. § 29. Obligación y responsabilidad de las mutuales asimilándolas al sistema de medicina prepaga. § 30. La responsabilidad en el caso de cirugía estética § 31. Responsabilidad del transportista. § 32. Responsabilidad en espectáculos públicos 451

Art. 40 bis. [DAÑO DIRECTO] – § 1. Alcances de la norma. § 2. Daños directos. § 3. Qué se entiende por "daño directo". § 4. Facultad conferida a la autoridad de aplicación en caso de "daño directo". § 5. Apelabilidad del acto administrativo. § 6. Deducibilidad de otras indemnizaciones 490

TÍTULO II

AUTORIDAD DE APLICACIÓN. PROCEDIMIENTO Y SANCIONES

§ 1. Contenido 495

CAPÍTULO XI

AUTORIDAD DE APLICACIÓN

§ 1. Finalidad. § 2. Servicios públicos domiciliarios con legislación específica 497

<i>Art. 41.</i> [APLICACIÓN NACIONAL Y LOCAL] – § 1. Reparto de competencias. § 2. Autoridad nacional. § 3. Autoridades locales. § 4. Delegación de las provincias en las autoridades municipales	499
<i>Art. 42.</i> [FACULTADES CONCURRENTES] – § 1. Competencia. § 2. Opción en favor del damnificado	501
<i>Art. 43.</i> [FACULTADES Y ATRIBUCIONES] – § 1. Consideraciones generales. § 2. Análisis particular. § 3. Información sobre los precios de venta al público. Resolución SCT 102/03. § 4. Necesidad de facilitar las denuncias de los consumidores. § 5. Cuestiones de competencia	503
<i>Art. 44.</i> [AUXILIO DE LA FUERZA PÚBLICA] – § 1. Alcance de la facultad. § 2. Cuestiones jurisdiccionales	512

CAPÍTULO XII

PROCEDIMIENTO Y SANCIONES

§ 1. Introducción. § 2. Límites	513
<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 y 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	514

<i>Art. 46.</i> [INCUMPLIMIENTO DE ACUERDOS CONCILIATORIOS] – § 1. Trámite. § 2. Legitimación. § 3. Alcance	528
<i>Art. 47.</i> [SANCIONES] – § 1. Introducción. § 2. Aperci-bimiento. § 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. § 9. Destino de las multas y otras penalidades	530
<i>Art. 48.</i> [DENUNCIAS MALICIOSAS] – § 1. Facultades de la autoridad de aplicación. § 2. Denuncias “maliciosas” y “sin justa causa”	536
<i>Art. 49.</i> [APLICACIÓN Y GRADUACIÓN DE LAS SANCIONES] – § 1. Criterio general. Circunstancias atenuantes y agravantes. § 2. Carácter enunciativo de la enumeración	537
<i>Art. 50.</i> [PRESCRIPCIÓN] – § 1. Consideraciones previas. § 2. Aspectos contemplados. § 3. Alcance. § 4. Interrupción de la prescripción en curso	540
<i>Art. 51.</i> [COMISIÓN DE UN DELITO] – § 1. Elevación a sede penal en caso de delito	545

CAPÍTULO XIII

DE LAS ACCIONES

§ 1. Introducción. § 2. Algunas reflexiones. § 3. La desigual posición de las partes en el proceso. § 4. En busca de una solución	547
<i>Art. 52.</i> [ACCIONES JUDICIALES] – § 1. Consideraciones generales. § 2. Legitimados para promover estas acciones judiciales. a) Consumidor o usuario. b) Asociaciones de consumidores. c) Autoridad de aplicación nacional o local. Defensor del pueblo. d) Ministerio Público. § 3. Acciones judiciales previstas por el artículo 52. a) Acción particular. b) Acciones colectivas en el derecho argentino. § 4. ¿Es posible reparar los daños particulares mediante la acción colectiva? § 5. El problema en el derecho argentino.	

§ 6. Procedimiento arbitral. § 7. La tutela de los intereses amenazados	551
<i>Art. 52 bis.</i> [DAÑO PUNITIVO] – § 1. Concepto de daño punitivo. § 2. Objeto. § 3. Antecedentes. § 4. ¿Es lo mismo el daño punitivo que multa civil? § 5. Responsabilidad solidaria	566
<i>Art. 53.</i> [NORMAS DEL PROCESO] – § 1. Competencia. § 2. Procedimiento. § 3. Representación. Forma de acreditarla. § 4. Prórroga de la competencia	569
<i>Art. 54.</i> [ACCIONES DE INCIDENCIA COLECTIVA] – § 1. Introducción. § 2. Acciones colectivas en el derecho comparado. Las “class actions”. a) La “class actions” en el sistema estadounidense. b) Las “class actions for damages” en otros países del “common law”. c) Las “class actions” brasileñas. § 3. Una variante. La “injonction” de hacer como protección judicial del consumidor	572

CAPÍTULO XIV

ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

§ 1. Introducción. § 2. Disposición del capítulo ..	583
<i>Art. 55.</i> [LEGITIMACIÓN] – § 1. Generalidades. § 2. Requisitos. § 3. ¿Quiénes pueden ser los asociados? § 4. Las fundaciones. § 5. Alcance legal del término “asociación”. Las cooperativas. § 6. ¿Pueden ser mutuales las asociaciones de consumidores? § 7. Las sociedades comerciales. § 8. Legitimación para accionar. § 9. Límites. Ejercicio de las acciones colectivas	584
<i>Art. 56.</i> [AUTORIZACIÓN PARA FUNCIONAR] – § 1. Otorgamiento de la autorización. § 2. Facultades de las autoridades locales. § 3. Registro Nacional de Asociaciones de Consumidores. § 4. Condiciones exigidas para conceder la autorización. § 5. Análisis de los nueve incisos del artículo 56. § 6. Objetivos de las asociaciones de consumidores	595
<i>Art. 57.</i> [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	606
<i>Art. 58.</i> [PROMOCIÓN DE RECLAMOS] – § 1. Interrogantes que plantea este artículo. § 2. Valoración crítica	609

CAPÍTULO XV

ARBITRAJE

§ 1. Desacierto metodológico	613
<i>Art. 59.</i> [TRIBUNALES ARBITRALES] – § 1. Organización. § 2. El rol de las asociaciones de consumidores y de las cámaras empresarias. § 3. Tribunales arbitrales. § 4. Competencia. § 5. Valoración crítica. § 6. Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo. § 7. Proveedor que hace oferta pública de sometimiento al Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo	613

TÍTULO III

DISPOSICIONES FINALES

§ 1. Denominación	625
-------------------------	-----

CAPÍTULO XVI

EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR

§ 1. Introducción. § 2. Objetivos	627
<i>Art. 60.</i> [PLANES EDUCATIVOS] – § 1. Finalidad. § 2. Responsables de dar cumplimiento a la disposición de este artículo. § 3. Nuestra opinión. § 4. Pautas de educación	628
<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. § 4. La información básica que debe	

brindarse. § 5. Las previsiones formuladas en la norma	633
<i>Art. 62.</i> [CONTRIBUCIONES ESTATALES] - § 1. Función no sustitutiva. § 2. Criterio de selección	643

CAPÍTULO XVII

DISPOSICIONES FINALES

§ 1. Introducción. § 2. Denominación	645
<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. § 5. Responsabilidad de la empresa aérea por daño moral. § 6. Supuestos de aplicación directa de la ley 24.240 al contrato de transporte aéreo	645
<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	651
<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	653
<i>Art. 66.</i> - § 1. Comentario crítico	656

APÉNDICE

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

Ley 22.802. Lealtad comercial	659
Ley 25.156. Defensa de la competencia	668
Decreto 1798/94. Reglamentación de la ley de defensa del consumidor 24.240	689
<i>Bibliografía</i>	691
<i>Índice alfabético</i>	697