

el ordenamiento constitucional que debe interpretarse el contenido y extensión del bien jurídico tutelado por la Ley de Lealtad Comercial.

Tomo I

ÍNDICE GENERAL

Autores de este tomo	7
Presentación	9
Introducción. La regulación contractual en el Código Civil y Comercial de la Nación — <i>Carlos A. Ghersi</i>	11
Capítulo 1. El consumidor — <i>Celia Weingarten y Carlos Ghersi</i>	
1. El consumidor, concepto y clasificación	19
2. El expuesto. Ley 26.361	22
3. Principio de progresividad y no regresividad	25
Capítulo 2. El proveedor — <i>Enzo Esteban Donato Brun</i>	
1. Introducción	27
2. Concepto y regulación legal	28
3. La exclusión de los profesionales liberales	31
4. Obligaciones del proveedor	34
5. Asimetría de poder e información	43
6. La competencia de mercado frente a los consumidores	45
7. ¿El negocio de dañar?	47

Capítulo 3. Responsabilidad del Estado y protección de los consumidores— *Enzo Esteban Donato Brun*

1. Introducción	51
2. El deber de responder.....	52
3. Estado y responsabilidad	54
4. La cuestión en el Código Civil y Comercial	61
5. Ley 26.944: El camino de la irresponsabilidad estatal.....	71
6. Conclusiones	74

Capítulo 4. Los contratos de adhesión y las relaciones de consumo— *Carlos A. Gherzi*

1. Introducción	75
2. El derecho del consumo como modelo estructural y funcional.....	76
3. Un modelo socioeconómico y cultural.....	77
4. La funcionabilidad y el dinero	78
5. Contenidos.....	79
6. Conclusión.....	79

Capítulo 5. Las cláusulas abusivas. Tratamiento en el Código Civil y Comercial de la Nación y la Ley 26.361 — *Luis Ignacio Nasso González*

1. Introducción	83
2. El consentimiento contractual a la luz del nuevo Código Civil y Comercial.....	85
3. Las cláusulas abusivas en el CCyC. Una doble regulación	90
4. El control de contenido. Efectos previstos. Nulidad parcial	108

Capítulo 6. Prácticas abusivas y trato digno en los contratos de consumo— *María de las Mercedes Sisterna*

1. Introducción	115
2. Marco contextual.....	117
3. Nuestro molino de viento, el mercado	121
4. Las condiciones de trato digno y equitativo en el CCyC.....	125
5. La codificación de las prácticas prohibidas en el Código fundal	129
6. La libre elección en el mercado de consumo. ¿Auténtica libertad?	142
7. Conclusión	145

Capítulo 7. La autoridad de aplicación en los contratos de adhesión: la parte general ausente de los contratos tipo — *Carolina Gauna*

1. Introducción	147
2. Aspectos metodológicos.....	149
3. Marco teórico	151
4. Una genealogía de la normativa relativa a los contratos de adhesión.....	155
5. La autoridad de aplicación en los contratos de adhesión	167
6. Conclusión.....	181

Capítulo 8. Carga de la prueba y presunciones a la luz de la ley 26.361 y del Código Civil y Comercial de la Nación — *Segundo Méndez Acosta*

1. Introducción	185
2. La historia y sus ejes conductivos.....	186
3. La conducta de las partes en el proceso.....	188
4. La carga de la prueba desde la ley 26.361 y el Código Civil y Comercial.....	192
5. Conclusión.....	213

Capítulo 9. El derecho a la información. El Código Civil y Comercial de la Nación y la Ley de Defensa del Consumidor — *Graciela Lovece*

1. Introducción	217
2. El desequilibrio funcional del mercado y la integración normativa	221
3. La CN y la sistematización de los derechos de los consumidores	225
4. El control de la información como ejercicio de poder en la relación	227
5. La obligación legal de información del proveedor	231
6. La información, la prevención y la seguridad	233
7. Las empresas y su comportamiento en el mercado.....	234
8. El íter negocial y el proceso informativo	238
9. El incumplimiento de la obligación de informar.....	241
10. El “in dubio pro consumidor”	245
11. La obligación de informar y sus aspectos probatorios.....	246
12. Las relaciones de consumo, el daño moral y los daños punitivos	249
13. Conclusión	252

Capítulo 10. La información en resguardo de los derechos del paciente.**Consentimiento informado o asentimiento informado** — *Gabriela Nucciarone*

1. Introducción	255
2. Los distintos sujetos participantes y sus vinculaciones	257
3. La obligación de informar en el campo de derecho de salud	260
4. El consentimiento informado en el CCyC y en la Ley del paciente.....	266
5. El consentimiento informado y la dispensa de responsabilidad	270
6. Conclusión.....	271

Capítulo 11. La regulación jurídica de la publicidad — *Graciela Lovece*

1. Introducción	273
2. El consumidor como eje del negocio publicitario.....	276
3. La publicidad como fuente de vínculos jurídicos socialmente típicos.....	278
4. La regulación jurídica de la publicidad en la Ley 26.522.....	281
5. La regulación de la relación y los contratos de consumo en el CCyC	285
6. Las precisiones, la publicidad y la oferta contractual	296
7. La prestación debida y la formación del asentimiento.....	300
8. El Código Civil y Comercial y la publicidad ilícita	303
9. La responsabilidad objetiva y solidaria por los engaños publicitarios	304
10. La reparación del daño moral y la aplicación de los daños punitivos.....	306
11. La actividad publicitaria desleal y la afectación de los competidores	308
12. Conclusiones	312

Capítulo 12. Los principios generales del derecho del consumo y la responsabilidad profesional — *Celia Weingarten - Carlos A. Gherzi*

1. Introducción	313
2. El profesional como actividad privada y como organización empresarial ...	314
3. La obligación de brindar información conforme al receptor del servicio.....	315
4. Prevención de riesgos	317
5. La generación de confianza/apariencia como valor en el mercado	318
6. La seguridad como valor central para el usuario de los servicios	319
7. El trato digno como modelo de comportamiento del profesional	320
8. No realización de prácticas abusivas.....	321
9. No incorporación sorpresiva de cláusulas abusivas	322
10. Responsabilidad solidaria en caso de organización empresarial	323

11. La presunción a favor del usuario de servicios profesionales	324
12. La obligación de aportar prueba por el proveedor de servicios.....	325
13. Conclusión	325

Capítulo 13. Los abogados, la ley 26.361 y el Código Civil y Comercial de la Nación — *Carlos A. Gherzi*

1. Introducción	327
2. La función de asesoramiento.....	328
3. Derechos de los profesionales y obligaciones de sus clientes	329
4. Las obligaciones de los profesionales de la abogacía.....	329
5. Las nuevas situaciones y la información sobre riesgo al cliente	331
6. La responsabilidad contractual de los profesionales	333
7. La carga de la prueba del usuario-cliente y el profesional	334
8. Conclusión.....	335

Capítulo 14. Médicos: en profesión liberal y como médicos de cartilla— *Nidia Solignac*

1. Introducción. La protección de la salud	337
2. El contrato de prestación de servicios médicos	338
3. La formulación del contrato médico.....	339
4. La prestación médica y el derecho del consumidor	340
5. Médico en profesión liberal y como médico de cartilla.....	346
6. Corolario	351

Capítulo 15. Condiciones de la oferta pública. La Ley de Defensa del Consumidor y el Código Civil y Comercial — *Pablo Bagalá*

1. Introducción	353
2. La oferta. Normativa general.....	355
3. La oferta en la Ley de Defensa del Consumidor	359
4. Los efectos de la publicidad.....	362
5. Incumplimiento de la obligación	365
6. Modalidades especiales de contratación en el Código Civil y Comercial	366
7. Conclusión	370

Capítulo 16. Contenido del documento de venta. Ley de Defensa del Consumidor y Código Civil y Comercial de la Nación — Pablo Bagalá	
1. El derecho a la información que poseen los consumidores y usuarios.....	371
2. El deber de información en el Código Civil y Comercial.....	376
3. El documento de venta. Su régimen legal	376
4. El primigenio artículo 10 en la Ley 24.240	378
5. La reforma de la Ley 26.361. Las modificaciones al art. 10 de la Ley 24.240 ..	379
6. Análisis del contenido del documento de venta. Objetivo de la norma	380
7. Las sanciones del artículo 47.....	387
8. Utilización de medios electrónicos y documento de venta.....	388
Capítulo 17. Vicios redhibitorios. Ley de Defensa del Consumidor y Código Civil y Comercial de la Nación — Mónica Hise	
1. Introducción	389
2. Regulación legal. Conceptualización	390
3. Ampliación convencional de la garantía.....	393
4. Exclusiones de la responsabilidad por defectos ocultos.....	394
5. Plazo para el ejercicio de las acciones.....	397
6. Régimen de las acciones. Defecto subsanable.....	400
7. Pérdida o deterioro de la cosa.....	402
Capítulo 18. Servicio técnico. Certificados de garantía. Prolongación de garantía. Reparaciones no satisfactorias — Mónica Hise	
1. Introducción	403
2. Cuadro sinóptico de los artículos 11 a 17.....	404
3. Servicio técnico.....	405
4. Certificados de garantía	407
5. Prolongación del plazo de la garantía	408
6. Reparaciones no satisfactorias.....	408
7. Responsabilidad solidaria del fabricante y del servicio oficial.....	409
Capítulo 19. La regulación en autopistas y redes viales — Celia Weingarten	
1. Introducción	411

2. Las relaciones entre el Estado y las empresas concesionarias de peaje	413
3. El Estado y la obligación de seguridad e indemnidad frente a los usuarios.	414
4. El servicio de uso de corredores viales y la obligación de seguridad	417
5. Los distintos supuestos de responsabilidad y la jurisprudencia	419
6. La conexidad contractual	425
7. La ley de responsabilidad del Estado 26.944.....	427
8. Conclusión.....	428
Capítulo 20. Contrato de telefonía celular — Mara Vignola	
1. Introducción	429
2. Primera aproximación	431
3. Partes del contrato	437
4. Objeto	442
5. Clasificación del contrato	442
6. Obligaciones de las partes.....	451
7. Código Civil y Comercial de la Nación. Normas aplicables.....	457
8. Extinción del contrato.....	461
9. Conclusión.....	462
Capítulo 21. Ventas domiciliarias y fuera de los lugares propios de comercialización. Compatibilización entre la Ley 26.361 y el Código Civil y Comercial de la Nación — Néliida Graciela Vázquez	
1. Compras a distancia o fuera del establecimiento	465
2. Marco normativo nacional	470
3. Información en los contratos a distancia/fuera del comercio	477
4. Lugar de cumplimiento	481
5. El derecho de revocación	482
6. Imposibilidad de devolución	491
7. Excepciones de revocación	492
8. Conclusión.....	493
Capítulo 22. Las ventas por Internet. Coordinación entre la Ley 26.361 y el Código Civil y Comercial de la Nación — Leonel Javier Ciliberto	
1. Introducción	495

2. Su ubicación en el CCyC	495
3. Disposiciones relativas a los contratos por adhesión y cláusulas abusivas...	496
4. Modalidades ¿especiales?.....	497
5. Concepto adoptado por el CCCN y otras definiciones	498
6. Equiparación a la forma escrita.....	499
7. El deber de información específico	501
8. La oferta en las ventas por internet	503
9. La dificultad probatoria en la contratación electrónica	509
10. La conexidad contractual y los contratos electrónicos.....	511
11. Lugar de cumplimiento y jurisdicción	513
12. El derecho <i>irrenunciable</i> de retractación de la aceptación	515
13. Gastos nulos para el consumidor al retractar su aceptación.....	518
14. Responsabilidad de los portales de venta.....	518
15. Publicidad y responsabilidad en las redes sociales.....	526
16. Posibilidad de aplicación plena del daño directo y del daño punitivo	528
17. Conclusión.....	530

Capítulo 23. Tarjeta de crédito — *Diego Hernán Zentner*

1. Función económica.....	531
2. Descripción del sistema y sujetos intervinientes.....	532
3. Régimen legal.....	533
4. Conceptualización: tarjetas de crédito, de compra y de débito.....	535
5. Caracteres del contrato	536
6. Obligaciones de las partes.....	538
7. Efectos particulares	541
8. Cláusulas abusivas en el contrato de emisión.....	554
9. Aplicación de daño punitivo a emisores de tarjetas	558
10. Prescripción.....	558
11. Extinción del contrato	559

Capítulo 24. El sobreendeudamiento como situación crítica

— <i>Carlos A. Gherzi</i>	561
1. Introducción	561
2. Las causas y características económicas de los consumidores.....	562
3. La inducción al consumo por empresas y políticas de Estado	564

4. Las acciones preventivas del sobreendeudamiento	566
5. Conclusión.....	569

Capítulo 25. Contratos de turismo — *Juan Martín Brun*

1. Introducción	571
2. La relación de consumo en los contratos de turismo.....	573
3. El contrato de viaje	576
4. El contrato de hospedaje.....	588
5. Deber de seguridad.....	593
6. El deber de información	595
7. El deber de consejo en los contratos de turismo	597
8. Consideraciones finales	598

Capítulo 26. Los derechos de los usuarios en la transportación aérea

— *Alejandra Waller*

1. El consumidor de transportación aérea	601
2. La compra de pasajes a las aerolíneas. Modalidades.....	604
3. Pasaje o billete.....	606
4. Pacto de Varsovia	606
5. Código Aeronáutico	607
6. Equipaje	607
7. Ley de defensa de los consumidores	612
8. Conclusión.....	616

Capítulo 27. Aplicación de sanciones en la Ley de Lealtad Comercial

— *Graciela Lovece*.....

1. Introducción	617
2. Los aspectos esenciales regulados por la ley 22.802	619
3. La Autoridad de Aplicación y la regulación de la actividad económica	629
4. El procedimiento administrativo.....	632
5. Las facultades sancionatorias y la cuantificación de la multa	636
6. La función disuasiva de la publicación de la sentencia.....	640
7. La resolución condenatoria y la acción recursiva	642
8. El plazo de prescripción de la acción. Criterios para su cómputo	644
9. Conclusión.....	645

Dado que los contratos bancarios, como la cuenta corriente, se sustentan en una relación de confianza mutua, si la entidad decide el cese de autorización para girar en descubierto e inhabilitación de las tarjetas de un cuentacorrentista, resulta insuficiente a los fines de su notificación fehaciente su mera indicación en los resúmenes de cuenta, puesto que deben adoptarse ciertos recaudos para otorgar facilidades coherentes con la naturaleza y particularidades de la relación, para permitir al afectado solucionar los inconvenientes que naturalmente acarrea la modificación de las condiciones de contratación. (CNCom., Sala D, V, E. c. Banco Francés, 10/11/2005, LL Online AR/JUR/7455/2005)

13.5. DAÑOS AL GRUPO FAMILIAR O SOCIAL

Con independencia de quien hubiera contratado directamente con la cadena hotelera, los servicios debieron prestarse en las condiciones que fueron pactados a la totalidad del grupo familiar, por ello todos resultan merecedores de la reparación por el daño moral derivado de la sustracción de gran cantidad de pertenencias, en tanto vieron frustradas sus razonables expectativas de disfrute por el ilícito del que fueron víctimas. (CNCom., Sala F, S., D. M. I. y otros c. Plaza San Martín S.A. s/ordinario, 13/05/2014, DJ 03/09/2014, 72, DJ 24/09/2014, 83, AR/JUR/20611/2014)

Conforme a lo previsto en el artículo 42 de la Constitución Nacional, todo usuario tiene derecho, y no una mera expectativa, a encontrarse protegido frente a la existencia de una relación de consumo, produciendo una ruptura del efecto relativo de los contratos que se da tanto respecto de aquellos situados en la cadena vertical de prestación de servicios como respecto de aquellos que se encuentran en una especie de relación horizontal como posibles víctimas, a saber, el grupo familiar aludido en el artículo 1° de la ley 24.240 (Adla, LIII-D, 4125). (CNCiv., Sala E, Lencinas, Verónica Cecilia c. Grupo Concesionario Oeste S.A. y otro, 17/09/2007, RCyS 2007, 1071, DJ 19/03/2008, 711, ED, 3 ED, 228, 43, con nota de Fernando Alfredo Ubiría, AR/JUR/5836/2007)

Corresponde otorgar una indemnización por privación de uso a quien abonó un cargo por renovación de una tarjeta de crédito que no fue remitida a su domicilio, pues la falta de los plásticos importó una “privación del crédito” tanto para el actor como para su grupo familiar máxime si se tiene en cuenta el uso prioritario que se le daba a esta tarjeta sobre las restantes que el actor tenía. (CNCom., Sala E, Cherren, Alberto L. c. BBVA Banco Francés y otro, 17/05/2005, JA 2006-I, 879, AR/JUR/4392/2005)

Tomo II

ÍNDICE GENERAL

Autores de este tomo7

Capítulo 28. La aplicación de sanciones. Ley de Defensa del Consumidor 26.361

— Mariela A. Tomassino

1. Introducción9
2. El régimen sancionatorio de la Ley 24.240 y la reforma de la Ley 26.361 11
3. El art. 49 de la Ley 24240: la aplicación y graduación de las sanciones 24
4. Las nuevas sanciones creadas por la Ley 26.361: el daño directo y el daño punitivo ... 29
5. La nueva justicia del consumo y las sanciones incorporadas por la ley 26.993 38
6. Relación con el Código Civil y Comercial 48

Capítulo 29. El daño punitivo en el Código Civil y Comercial de la Nación y la Ley 26.361 — Sabrina Buccheri

1. Introducción 57
2. La ley 26.361 y la incorporación de los daños punitivos a la legislación vigente 58
3. Conceptualización, naturaleza jurídica y funciones de la multa civil 60
4. Los presupuestos de aplicación: ¿interpretación literal o integrativa? 63
5. Distintas teorías sobre la procedencia de la aplicación de los daños punitivos 69
6. La aplicación de los daños punitivos en nuestro derecho 73
7. Los daños punitivos en el derecho extranjero 83
8. Los daños punitivos en el Proyecto de Reforma del Código Civil y Comercial 85
9. Conclusión..... 89

Capítulo 30. Sanciones conminatorias o astreintes — <i>Valeria Bettina Blanco</i>	
1. Concepto y fundamento	91
2. Sanciones conminatorias y Ley de Defensa del Consumidor	98
3. Las astreintes en el Código Civil y Comercial	105
4. El Estado y las sanciones conminatorias	106
5. Conclusión	109
Capítulo 31. El sistema de reparación de daños de la Ley 26.993 — <i>Carlos A Gherzi</i>	
1. Introducción	111
2. Conciliación obligatoria	112
3. Los auditores	113
4. Los Tribunales de Consumo	115
5. Conclusión	116
Capítulo 32. Conciliación obligatoria — <i>Élida Susana Lombardi</i>	
1. Introducción.....	117
2. Antecedentes	118
3. El nuevo sistema para la resolución de conflictos en consumo.....	124
4. Legitimación activa	130
5. Legitimación pasiva	131
6. Características del procedimiento	132
7. Inicio del procedimiento.....	138
8. Notificaciones.....	139
9. Audiencias. Actas.....	140
10. La ausencia del abogado en la conciliación	141
11. Acta final. Acuerdo. Homologación. Observaciones	143
12. Conclusión sin acuerdo. Información. Sanciones	144
13. Honorarios de los conciliadores	146
14. Interrupción de la prescripción	147
Capítulo 33. El derecho del consumo y medio ambiente — <i>Romina L. Pignataro</i>	
1. El derecho del consumo y la tutela del medio ambiente.....	149
2. Crecimiento económico y desarrollo sustentable: dos conceptos diferentes	155
3. La sinergia entre ambas disciplinas. Algunas relaciones directas.....	163
4. Principio precautorio y preventivo. La función preventiva en el CCyC.....	171
5. Conclusión: certezas y aspiraciones sobre ambos campos reguladores	176

Capítulo 34. Consumidores de seguros — <i>Waldo Sobrino</i>	
1. Introducción	179
2. La Ley de Defensa del Consumidor	182
3. Los consumidores de seguros	185
4. Los asegurados como consumidores de seguros	187
5. Las empresas aseguradas como consumidores de seguros.....	188
6. Las víctimas de accidentes de tránsito como consumidores de seguros.....	191
7. El diálogo de fuentes	194
8. Aplicación de normativa consumerista a los seguros a través del CCyC y la LDC.....	196
9. Las modificaciones a la Ley de Seguros por el CCyC y la LDC	200
10. El bloque legal de derecho de consumo	201
11. Conclusiones.....	222
Capítulo 35. Delitos en las relaciones de consumo — <i>Andrea Giselle Torres Sampedro</i>	
1. Introducción.....	223
2. El Derecho Penal en el sistema de sanciones del Derecho Público.....	230
3. Delitos en las relaciones de consumo	235
Capítulo 36. Daños producidos por los cortes de energía eléctrica — <i>Jorge Luis Bilbao</i>	
1. Introducción.....	249
2. Casuística	252
3. La prestación del servicio de energía eléctrica como obligación de resultado	253
4. La presunción del art. 30 LDC y el régimen de la responsabilidad civil.....	255
5. Las eximentes de responsabilidad	256
6. Cuestiones dudosas	259
7. Otras disposiciones que alcanzan la prestación del servicio	260
8. Palabras finales.....	261
Capítulo 37. Daños producidos al grupo “familiar o social”, una perspectiva teniendo en consideración el Código Civil y Comercial — <i>Jorge Luis Bilbao</i>	
1. Introducción.....	263
2. Los consumidores equiparados.....	264
3. La responsabilidad civil unificada.....	268
4. La legitimación para el resarcimiento del daño moral (daños no patrimoniales).....	270
5. Conclusión	272
Capítulo 38. El coste y las acciones colectivas — <i>Carlos Gherzi</i>	
1. Introducción.....	273

2. Los modelos de acciones colectivas	274
3. Algunas cuestiones jurisprudenciales de importancia	274
4. Conclusión	277

Jurisprudencia sistematizada — *Silvia Ippolito*

1. Los derechos del consumidor	279
2. La contratación por adhesión y las relaciones de consumo	300
3. Información y publicidad	321
4. Servicio de profesionales	368
5. Oferta y documento de venta	388
6. Usuarios de servicios públicos	423
7. Ventas por internet	463
8. Operaciones de crédito	467
9. Relaciones de turismo	509
10. Aplicación de sanciones	529
11. Derecho procesal y consumo	558
12. Relaciones del derecho del consumo con otras disciplinas	591
13. Daños al consumidor	629