

LEY 24.240

FERNANDO E. SHINA

LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

COMENTADA



ANÁLISIS DOCTRINAL Y JURISPRUDENCIAL

INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR Y PROTECCIÓN DE SU SALUD. CONDICIONES DE LA OFERTA Y VENTA. PUBLICIDAD ENGAÑOSA. PRÁCTICAS ABUSIVAS. SERVICIOS PÚBLICOS. TARJETA DE CRÉDITO. RESPONSABILIDAD POR DAÑOS. SANCIONES. RESCISIÓN. GARANTÍA. MEDICINA PREPAGA. FACTURACIÓN EXCESIVA. INTERNET. HÁBEAS DATA. SANCIONES. ALIMENTACIÓN SALUDABLE. DISCRIMINACIÓN Y PERSPECTIVA DE GÉNERO. MODIFICACIÓN DE MONTOS. DAÑOS PUNITIVOS. LA RESPONSABILIDAD CUASI ABSOLUTA EN RELACIONES POR CONSUMO

2ª EDICIÓN
ACTUALIZADA
Y AMPLIADA


hammurabi
JOSE LUIS DEPALMA EDITOR

ÍNDICE GENERAL

PALABRAS PREVIAS A LA SEGUNDA EDICIÓN	9
PALABRAS PREVIAS A LA PRIMERA EDICIÓN	13
ABREVIATURAS	43

PARTE PRIMERA ESTUDIO PRELIMINAR

§ 1. Los nuevos sujetos del derecho	49
a) Presentación	49
b) La raíz constitucional de los derechos colectivos	51
c) El consumidor como sujeto fragmentario del sistema	53
d) Los principios fraccionarios del derecho del consumidor	54
1. Presentación	54
2. El fraccionamiento	55
I. El proteccionismo legal	55
II. La universalidad de la ley 24.240	55
II.1. Presentación	55
II.2. El consumidor equiparado	56
II.3. La derogación de la figura del tercero expuesto a la relación de consumo	56
III. La solidaridad legal	56
IV. Las reglas de interpretación propias	57
V. La publicidad integrada	57
VI. La garantía legal	57
VII. Los vicios redhibitorios (VR)	58
VIII. Los contratos especiales, el arrepentimiento y la rescisión contractual	58
IX. La competencia territorial múltiple	58
X. La responsabilidad solidaria. El art. 40 de la LDC	59
XI. El daño directo: el art. 40 bis de la LDC	59
XII. Las cargas probatorias dinámicas	59
XIII. La gratuidad de las acciones de consumo	59
XIV. Las acciones colectivas de consumo	60

XV. Los daños punitivos	60
XVI. El orden público	60
§ 2. Los derechos humanos y los derechos del consumidor	60
a) Presentación	60
b) La Corte Suprema: contradicciones y retrocesos	62
c) Los derechos humanos y los derechos del consumidor: ¿similitud o identidad?	64
1. Presentación	64
2. La Constitución convencionalizada	67
3. El realismo mágico y el populismo jurídico	71
4. El principio <i>pro homine</i>	73
5. La progresividad y la no regresividad de los derechos humanos	75
§ 3. La constitucionalización del derecho civil	80
a) Presentación	80
b) La evolución del Código Civil y Comercial	81
c) Conclusiones	86
§ 4. Derecho y neurociencias: el futuro que ya empezó	88
a) La autonomía de la voluntad como formulación contrafáctica	88
b) Autocrítica y puesta en marcha hacia el futuro	92
c) Amigarnos con la evolución	94
d) La seguridad jurídica: ¿principio ético o regla económica?	96
§ 5. Las neurociencias y la teoría general del acto jurídico: del pánico a la perplejidad	100
a) Cuestión terminológica y preliminar	100
b) ¿Acto voluntario o combinación de neurotransmisores?	103
c) Epílogo	110

PARTE SEGUNDA

ANÁLISIS DE LA LEY 24.240 DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

TÍTULO I - NORMAS DE PROTECCIÓN Y DEFENSA
DE LOS CONSUMIDORES

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1°. OBJETO. CONSUMIDOR. EQUIPARACIÓN	115
§ 1. Presentación	115
§ 2. Características del sujeto consumidor	116
§ 3. Destinataria final	117
§ 4. El consumidor mixto	118
§ 5. La eliminación del <i>bystander</i> o tercero expuesto a la relación de consumo	119
§ 6. La figura del tercero expuesto en el Código Civil y Comercial. La acción directa de las víctimas contra las aseguradoras	120
a) Razones que justificaban el sentido universalista de la Ley de Defensa del Consumidor	120
b) El tercero expuesto a la relación de consumo	122

c) Las normas jurídicas en juego	123
1. El art. 1° de la ley 24.240, modificado por la ley 26.361	123
— El mayor acceso a la justicia en las directrices de las Naciones Unidas	126
2. El art. 1° de la Ley de Defensa del Consumidor luego de la reforma de la ley 26.994: ¿fin del <i>bystander</i> ?	127
3. Las dudas en el derecho del consumidor	128
— El nuevo <i>bystander</i> que emerge del Código Civil y Comercial	129
I.1. La definición de consumidor y los recursos idiomáticos	131
I.2. Los motivos reales que limitaron la legitimación del “tercero expuesto”	132
4. Un <i>bystander</i> sin contenido	136
d) El tercero expuesto y las compañías de seguros: la acción directa de las víctimas de accidentes de tránsito contra las aseguradoras	137
1. Presentación	137
I. Las fuentes legales de aplicación	138
II. La progresividad	139
2. El art. 1027 del CCCN y la teoría general del contrato	140
3. Análisis pormenorizado del art. 1027 del CCCN	140
I. ¿Quién es el beneficiario?	141
II. ¿Quién es el promitente?	141
III. ¿Quién es el estipulante?	142
IV. La aceptación y el rechazo del beneficiario	142
V. La revocación del estipulante	143
4. Reflexiones críticas	143
5. Las víctimas de accidentes como usuarios del servicio: la teoría de Waldo Sobrino	144
6. La posición intermedia de Alejandro Chamatropulos	146
7. Nuestra posición final en favor de la interpretación amplia del art. 1027 del CCCN	146
8. Epílogo	148
9. Conclusiones finales	150
JURISPRUDENCIA	
A. No hay relación de consumo	151
B. Destino final del uso	152
C. Consumidor mixto	153
D. El tercero expuesto. Consumidor equipado	154
E. Relación de consumo	155
F. Acción directa de las víctimas contra las aseguradoras	156
ART. 2°. PROVEEDOR	157
§ 1. Presentación	157
§ 2. Los sujetos integrantes de la cadena de proveedores solidarios	158
§ 3. Los sujetos excluidos de la cadena de proveedores solidarios	158
§ 4. La noción de “proveedor” en el Código Civil y Comercial	160
§ 5. Entidades sin fines de lucro	161
a) La fuga del microsistema legal protectorio: misión imposible	161
b) Negocios conexados	161

c) En la relación de consumo es más importante la condición de consumidor que la de proveedor	162
d) La oferta de bienes y servicios es lo que determina la existencia de una relación de consumo	163
e) El orden público	164
f) La finalidad de lucro no determina la condición de proveedor	165
g) El proveedor equiparado	166
h) Importancia de la cuestión	166
i) Terminaciones	167
JURISPRUDENCIA	
A. Los proveedores de e-commerce	168
B. Cajeros automáticos	169
C. Tarjetas de crédito	171
D. Relación de consumo. Elementos	171
E. Servicios turísticos	172
F. Relación de consumo	172
G. Proveedor sin finalidad lucrativa	173
H. Prevalencia del microsistema legal protectorio	173
I. No es proveedor	174
J. Solidaridad de los proveedores	175
K. Profesiones liberales	175
ART. 3°. RELACIÓN DE CONSUMO, INTEGRACIÓN NORMATIVA, PREEMINENCIA	176
§ 1. Presentación	177
§ 2. Relación de consumo vs. contrato de consumo	177
§ 3. La regla <i>in dubio pro consumidor</i>	178
§ 4. La integración normativa	179
§ 5. La solución congruente del Código Civil y Comercial	179
JURISPRUDENCIA	
A. <i>In dubio pro consumidor</i>	181
B. Integración normativa	183
CAPÍTULO II	
INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	
Y PROTECCIÓN DE SU SALUD	
§ 1. Una mirada distinta del deber de informar	184
a) Presentación	184
b) Las múltiples fuentes legales del deber de informar	185
1. La Constitución Nacional	186
2. Ley de Defensa del Consumidor	186
3. El Código Civil y Comercial	187
4. La información en el proyecto de Ley de Defensa del Consumidor	188
5. El común denominador del fracaso	189
6. El sujeto ausente	189
c) Las apariencias de la información y las paradojas desinformativas	190
d) La información estéril y el fraude a la ley	191

e) Las neurociencias y la información: la información eficiente y el optimismo desbordante	192
f) La información aparente y la antijuridicidad real. Procedencia de los daños punitivos	196
g) Aspectos objetivos y aspectos subjetivos de la información	196
h) La información en las relaciones de consumo y el art. 260 del CCCN	197
i) La información y el triángulo de la tecnología, la ignorancia y la confianza	198
j) Aspectos temporales de la información	198
k) Algunas conclusiones jurisprudenciales	199
l) El deber de información en el derecho comparado: el caso "Levine v. Wyeth"	200
1. Los hechos	201
2. El deber de información y los medicamentos	202
3. Información general vs. advertencias concretas	203
4. ¿Quién debe responder?	203
5. Nuestras conclusiones del fallo	204
ART. 4°. INFORMACIÓN	204
§ 1. Presentación	204
§ 2. Características	205
§ 3. Información en soporte físico	205
§ 4. La información en el Código Civil y Comercial	206
§ 5. La información en la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable o Ley de Etiquetado Frontal. La auspiciosa llegada de las neurociencias a nuestro ordenamiento jurídico	206
a) Presentación	206
b) El método científico	208
c) Breve comentario de la ley 27.642	209
1. Presentación	209
2. Objetivos de la ley 27.642	209
3. Integración normativa	210
4. Legitimación pasiva	211
5. La alimentación saludable y la moderación de los alimentos	211
6. ¿Cómo nos puede ayudar una ley a elegir buenos alimentos?	212
7. No incentivar el consumo de los alimentos que contienen nutrientes críticos	212
8. Los alimentos que consumen los niños	213
9. Las sanciones	214
10. Algunas reflexiones finales	215
JURISPRUDENCIA	
A. Información y salud. Medicina	217
B. Información y seguros	218
C. Información y transporte aéreo	218
D. Información y planes de ahorro previo	219
E. Información y planes de ahorro previo. Prueba a cargo de la demandada	220
F. La información en los contratos complejos. Homebanking	220
G. La información en operaciones de crédito para consumo	222
H. Información personalizada	223
ART. 5°. PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	223
§ 1. Presentación	223

§ 2. La prevención del daño	224
§ 3. Condiciones de uso	224
§ 4. La responsabilidad objetiva en la Ley de Defensa del Consumidor	225
§ 5. Las obligaciones de resultado y la responsabilidad en el Código Civil y Comercial	225
§ 6. Congruencia entre ambos sistemas	226

JURISPRUDENCIA

A. Deber de seguridad. Principios generales	226
B. Obligación de resultado	227
C. Deber de seguridad. Elementos de responsabilidad	228

ART. 6°. COSAS Y SERVICIOS RIESGOSOS

§ 1. Presentación	231
§ 2. Bienes y servicios	232
§ 3. Acentuación de la obligación informativa	232
§ 4. Material informativo	233

JURISPRUDENCIA

A. Cosa riesgosa	233
B. Internet como cosa riesgosa	234
C. Deber de seguridad	234
D. Deber de seguridad. Responsabilidad objetiva	235
E. Deber de seguridad. Prueba de la relación causal	233
F. Deber de seguridad. Relación contractual	236
G. Deber de seguridad y caso fortuito	236
H. Deber de seguridad y confianza del consumidor	237
I. Animales sueltos	237

CAPÍTULO III

CONDICIONES DE LA OFERTA Y VENTA

ART. 7°. OFERTA	238
§ 1. Presentación	238
§ 2. La oferta en el sistema tradicional	238
§ 3. La oferta en las relaciones de consumo	239
§ 4. Características de la oferta	240

JURISPRUDENCIA

A. Oferta. Responsabilidad del proveedor	242
B. Oferta. Omisión informativa	243
C. Incumplimiento de la oferta	244
D. Oferta. Cuestiones probatorias	245
E. Ofertas on line: Retracción de la oferta aceptada	246

ART. 8°. EFECTOS DE LA PUBLICIDAD

§ 1. Presentación	247
§ 2. El fenómeno de la publicidad y el consumo masivo	247
a) Presentación	247
b) Distintos aspectos de la cuestión	248
§ 3. La publicidad engañosa	248

a) Presentación	248
b) La doctrina de la falsedad explícita y la confusión implícita del derecho norteamericano	249
— Presentación	249
c) El caso "Castrol Inc. v. Pennzoil Company"	250

§ 4. La publicidad comparativa	251
§ 5. La publicidad comparativa y la lealtad comercial: "Rolex v. Orient"	252
§ 6. La publicidad engañosa y la salud: el tabaco <i>light</i> y los cigarrillos sanos	252
a) Presentación	252
b) El comportamiento compensatorio	254
c) La Corte Suprema de los Estados Unidos: "Altria v. Good"	255
1. Presentación	255
2. Epílogo	258

§ 7. La publicidad en el Código Civil y Comercial

§ 8. La acción de cese de publicidad engañosa	261
a) Presentación	261
b) La información	262
c) La publicidad engañosa, la información veraz y los actos voluntarios	262
d) La acción de cese de publicidad engañosa	263
e) La legitimación activa: ¿quiénes están legitimados para reclamar el cese de una publicidad engañosa?	264
f) La publicidad engañosa y el bystander	265

JURISPRUDENCIA

A. Publicidad ilícita. Prestaciones del producto	265
B. Publicidad y contrato de consumo	268
C. Publicidad e información	268
D. Publicidad. Prueba a cargo del proveedor	269
E. Publicidad y lealtad comercial	269
F. Publicidad y creación de expectativas. Abuso de confianza	270

ART. 9° BIS. TRATO DIGNO. PRÁCTICAS ABUSIVAS

§ 1. Presentación	271
§ 2. La descripción amplia y los efectos restringidos de la norma	272
§ 3. El consumidor turista	272
§ 4. El trato indigno y el daño directo	273
§ 5. El trato digno en el Código Civil y Comercial	275
§ 6. Estereotipo, prejuicios y discriminación	275
a) Presentación	275
b) ¿Qué es un estereotipo?	276
c) Confundir semejanzas con identidades: el comienzo de la discriminación	276
d) La colisión entre las intuiciones y las estadísticas	278
e) Las generalizaciones: otra fuente de prejuicios	279
f) Los errores de sesgo y las discriminaciones de género	280
g) La discriminación frente al espejo	282
h) Las neurociencias y las perspectivas de género	282
1. Presentación	282

2. Las discriminaciones de género más habituales	282
3. La acumulación de microdiscriminaciones	283
f) ¿Cómo cambiar el hábito de la discriminación automática?	284
g) Conclusiones	286
JURISPRUDENCIA	
A. Discriminación	286
B. Trato digno	286
C. Trato digno. Cuestiones probatorias	288
D. Trato discriminatorio. Contrato de transporte	288
E. Trato discriminatorio. Homosexualidad. Daños punitivos	289
F. Discriminación de género	289
ART. 9º. COSAS DEFICIENTES USADAS O RECONSTITUIDAS	291
§ 1. Presentación	291
§ 2. Las distintas hipótesis contempladas en la norma	291
§ 3. Obligación de informar	292
§ 4. Responsabilidad	292
§ 5. Garantía. Laguna legal	293
JURISPRUDENCIA	
A. Cosas usadas. Protección legal	293
B. Cosas deficientes. Protección legal	294
C. Cosas usadas o con deficiencias. Información detallada	294
D. Cosas usadas o con deficiencias. Información detallada. Prueba	294
ART. 10. CONTENIDO DEL DOCUMENTO DE VENTA	295
§ 1. Presentación	295
§ 2. Contenido del documento de venta	296
ART. 10 «BIS». INCUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN	297
§ 1. Presentación: las obligaciones como pilar del derecho privado	297
§ 2. Las obligaciones en las relaciones de consumo	298
§ 3. El incumplimiento de las obligaciones en las relaciones de consumo	299
§ 4. Las opciones del consumidor frente al incumplimiento del proveedor	300
a) El cumplimiento forzado	300
b) Aceptar otro producto similar	301
c) Rescindir el contrato	303
§ 5. El derecho del consumidor en los tiempos del COVID-19. La ley 27.563 y la responsabilidad cuasi absoluta	303
§ 6. Obligaciones de resultado y responsabilidad objetiva	305
ART. 10 «TER». MODOS DE RESCISIÓN	306
§ 1. Presentación	306
§ 2. Modos especiales de rescisión	307
§ 3. Protocolo de rescisión	307
a) Constancia fehaciente	308
b) Plazo	308
c) Información	308

ART. 10 «QUATER». PROHIBICIÓN DE COBRO	308
§ 1. Presentación	308
§ 2. Las cláusulas de permanencia mínima	310
§ 3. Derecho exclusivo de los usuarios	312
§ 4. Congruencia con el Código Civil y Comercial	312
JURISPRUDENCIA	
A. Incumplimiento de la oferta. Opciones del consumidor	312
B. Rescisión contractual. Abuso del derecho	314
C. Cumplimiento contractual en tiempos de pandemia	315
CAPÍTULO IV	
COSAS MUEBLES NO CONSUMIBLES	
ART. 11. GARANTÍAS	317
§ 1. Presentación	317
§ 2. Garantía y servicio técnico	317
§ 3. Plazos legales	318
§ 4. Plazos mínimos	319
§ 5. Garantía extendida	319
§ 6. Defectos manifiestos	320
§ 7. Traslados y gastos	320
ART. 12. SERVICIO TÉCNICO	320
§ 1. Presentación	320
§ 2. ¿Quiénes están obligados a brindar el servicio técnico?	321
§ 3. Naturaleza y contenido de la obligación	321
§ 4. Provisión de repuestos: el decr.-regl. 1798/94	322
ART. 13. RESPONSABILIDAD	323
§ 1. Comentario	323
ART. 14. CERTIFICADO DE GARANTÍA	324
§ 1. Presentación. Interpretación favorable al consumidor	325
§ 2. Requisitos del certificado	325
§ 3. Nulidad	327
ART. 15. CONSTANCIA DE REPARACIÓN	327
§ 1. Presentación	327
§ 2. La historia clínica del producto y la rescisión contractual	328
ART. 16. PROLONGACIÓN DEL PLAZO DE GARANTÍA	328
§ 1. Presentación	329
§ 2. Régimen extraordinario de la ley 24.240: diferencias con el Código Civil y Comercial	329
§ 3. La garantía autónoma de los repuestos utilizados en la reparación de la cosa	330
ART. 17. REPARACIÓN NO SATISFATORIA	331
§ 1. Presentación	331
§ 2. Carácter complementario de la norma	331
§ 3. La reparación no satisfactoria como concepto legal	331
§ 4. Opciones en favor del consumidor	332

ART. 18. VICIOS REDHIBITORIOS	334
§ 1. Presentación. Fe de erratas	334
§ 2. ¿Qué es un vicio redhibitorio (VR)?	335
§ 3. Los vicios redhibitorios en el derecho del consumidor	336
JURISPRUDENCIA	
A. Reparación no satisfactoria	337
B. Reparación no satisfactoria. Plazo razonable	338
C. Reparación insatisfactoria y daños punitivos	339
D. Reparación fuera del plazo de garantía	340
E. Repuestos	340
F. Restitución del automotor	341
G. Caducidad de garantía	342

CAPÍTULO V

DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

ART. 19. MODALIDADES DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	343
§ 1. Presentación	343
§ 2. La universalidad del art. 19 de la LDC	344
§ 3. La superficialidad del art. 19 de la LDC	344
ART. 20. MATERIALES A UTILIZAR EN LA REPARACIÓN	346
§ 1. Presentación	346
§ 2. Materiales originales	346
§ 3. Materiales usados	347
§ 4. Materiales apropiados: la redacción defectuosa del art. 19 de la LDC	348
ART. 21. PRESUPUESTO	349
§ 1. Presentación	349
§ 2. El fallido inc. f) del art. 21 de la LDC	349
§ 3. El inexplicable inc. h) del art. 21 de la LDC	351
ART. 22. SUPUESTOS NO INCLUIDOS EN EL PRESUPUESTO	351
§ 1. Presentación	352
§ 2. Situaciones urgentes	353
ART. 23. DEFICIENCIAS EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO	353
§ 1. Presentación	354
§ 2. Presunción favorable al consumidor	355
§ 3. El dudoso plazo establecido en la norma	355
§ 4. Las reparaciones complejas y las obligaciones de medios	355
ART. 24. GARANTÍA	357
§ 1. Presentación	357
§ 2. La forma escrita	357
§ 3. Plazo de la garantía: la inexplicable omisión del art. 24 de la LDC	357
§ 4. La individualización del prestador del servicio	358

§ 5. Sumario del régimen legal de garantías para la prestación de servicios	358
§ 6. Conclusiones	359
JURISPRUDENCIA	
A. Presupuesto. Ausencia	360
B. Deficiencias en la prestación del servicio	361
C. Reparación. Obligación de resultado	362
D. Prestación del servicio. Obligación de resultado	363
E. Servicios bancarios	364

CAPÍTULO VI

USUARIOS DE SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS

ART. 25. CONSTANCIA ESCRITA. INFORMACIÓN AL USUARIO	365
§ 1. Presentación	365
§ 2. Los servicios públicos domiciliarios en la Constitución Nacional	365
§ 3. Constancia escrita e información	366
§ 4. Lugar del reclamo y regulación aplicable	367
ART. 26. RECIPROCIDAD EN EL TRATO	367
§ 1. Presentación	367
§ 2. Una reciprocidad injusta es lo mismo que una hipocresía	368
ART. 27. REGISTRO DE RECLAMOS. ATENCIÓN PERSONALIZADA	369
§ 1. Presentación	369
§ 2. Aspectos relevantes de la norma	370
a) Atención personalizada	370
b) Registro de quejas	370
c) Plazos	370
ART. 28. SEGURIDAD DE LAS INSTALACIONES. INFORMACIÓN	371
§ 1. Presentación	371
§ 2. Los escalofrantes números de la inseguridad	371
ART. 29. INSTRUMENTOS Y UNIDADES DE MEDICIÓN	373
§ 1. Presentación y aspectos relevantes	373
ART. 30. INTERRUPTIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO	373
§ 1. Presentación	373
§ 2. Aspectos relevantes de la norma	374
a) Responsabilidad presunta	374
b) La sanción legal	374
c) Los plazos legales	375
ART. 30 «BIS»	375
§ 1. Presentación	375
§ 2. Deudas pendientes	375
§ 3. Certificado de libre deuda	376
ART. 31	377
§ 1. Presentación	378

§ 2. Los servicios públicos estacionales	378
§ 3. El aire acondicionado y el consumo de energía	378
§ 4. Las variaciones estacionales y la facturación excesiva	379
§ 5. Los servicios públicos domiciliarios sin variaciones estacionales	380
§ 6. Los reclamos por facturación excesiva	380
a) Reclamo favorable al usuario	380
b) Reclamo favorable al prestador	381
c) Plazo de sustanciación del reclamo	381
d) Intereses moratorios	381
EXCURSO	
LAS NEUROCIENCIAS Y LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE CONSUMO: EL «PATERNALISMO LIBERTARIO»	
a) Presentación	381
b) Algunas ideas para lograr un intervencionismo moderado, eficaz e inteligente	382
JURISPRUDENCIA	
A. Intereses moratorios	389
B. Interrupción injustificada del servicio	390
C. Régimen tarifario. Información	390
D. Interrupción del servicio. Intimidación al usuario. Nulidad del convenio de pago	391
E. Interrupción del servicio. Indemnización al usuario	391
F. Interrupción del servicio. Medida preventiva	392
G. Interrupción del servicio y daños punitivos	392
H. Facturación excesiva. Telefonía móvil	393
I. Facturación excesiva. Prueba a cargo del usuario	393
J. Facturación excesiva. Prueba a cargo del proveedor. Telefonía móvil	394
K. Consumos excesivos del usuario	394

CAPÍTULO VII

DE LA VENTA DOMICILIARIA, POR CORRESPONDENCIA Y OTRAS

§ 1. Los desafíos de un progreso asombroso	395
a) Presentación	395
b) El ocaso de la autonomía de la voluntad	399
c) Las Naciones Unidas y el consumo en el siglo XXI	401
d) El e-commerce en el mundo globalizado	404
e) El e-commerce en la Argentina	404
f) El derecho y un futuro que ya comenzó	405
ART. 32. VENTA DOMICILIARIA	407
§ 1. Presentación	408
§ 2. Análisis del texto legal	408
§ 3. Forma escrita y soporte digital: equiparación	409
§ 4. Bienes perecederos	410
ART. 33. VENTA POR CORRESPONDENCIA Y OTRAS	410
§ 1. Presentación	411

§ 2. Análisis del texto legal	411
§ 3. Contrato entre ausentes	411
ART. 34. REVOCACIÓN DE ACEPTACIÓN	412
§ 1. Presentación. Integración con el Código Civil y Comercial	412
§ 2. Las neurociencias, las compras compulsivas y el arrepentimiento en el sistema legal argentino	413
§ 3. La intervención del Estado en los contratos privados	415
§ 4. Análisis del texto legal	418
a) Condiciones	418
b) Plazo	418
c) Efectos de la revocatoria	419
d) Información	421
e) Renuncia	421
f) Gastos	421
g) Forma	422
ART. 35. PROHIBICIÓN	423
§ 1. Presentación	423
§ 2. Aspectos relevantes	424
JURISPRUDENCIA	
A. Derecho al arrepentimiento	425
B. Deber de informar el derecho al arrepentimiento	425
C. Relación de consumo	425
D. Responsabilidad del operador. Ignorancia premeditada	426
E. Compra de pasajes aéreos	427
EXCURSO	
LAS MODALIDADES DE CONTRATACIÓN ESPECIAL EN EL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL	
a) Preliminares	428
b) Ubicación sistemática	428
c) Modos específicos del derecho del consumidor	428
1. Contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales	429
I. Consumo sorpresivo y sin discernimiento	429
II. Convocatoria del consumidor	430
III. Revocatoria	430
2. Contratos celebrados a distancia	431
I. Contratación remota	431
II. Revocatoria	431
3. Utilización de medios electrónicos	431
4. Información sobre los medios electrónicos	432
5. Ofertas por medios electrónicos	433
I. Lugar de cumplimiento	433
II. Revocación	434
III. Deber de informar el derecho a la revocación	435
6. Forma y plazo para notificar la revocación	436
7. Efectos del ejercicio del derecho de revocación	437

8. Imposibilidad de devolución	438
9. Gastos	439
10. Excepciones al derecho de revocar	440
JURISPRUDENCIA AGRUPADA SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO	
A. Arrepentimiento	441
B. Arrepentimiento. Ofertas agresivas	441
C. Responsabilidad de los portales	442

CAPÍTULO VIII

DE LAS OPERACIONES DE VENTA DE CRÉDITO

§ 1. Las neurociencias y su aporte al derecho del consumidor	445
a) Presentación	445
b) El consumo de ofertas sin demandas	446
§ 2. ¿Sobreendeudamiento o pobreza estructural?	448
a) Presentación	448
b) Algunas estadísticas sobre SE y pobreza estructural en la Argentina	449
c) Definición y características propias del SE	451
d) EISE como comportamiento irracional	451
e) La reciprocidad causal	454
1. Presentación	454
2. La reciprocidad causal	454
3. ¿Muchas deudas o poca plata?	454
f) Simplificar las causas de los problemas siempre los agrava	455
g) La inoperancia de las leyes antipobreza	455
h) La visión de túnel en la psicología del comportamiento	456
i) El túnel del sobreendeudamiento	458
j) ¿Es la pobreza, estúpido!	459
k) La Argentina y la pobreza estructural	460
l) Conclusiones	460
§ 3. Las tarjetas de crédito inteligentes: cómo controlar la tentación de gastar de más	461
ART. 36. REQUISITOS	463
§ 1. Presentación	464
§ 2. Los datos que no pueden faltar en las operaciones de crédito	466
a) Descripción	466
b) Precio al contado	466
c) Financiación parcial	467
d) La tasa de interés efectiva anual (TEA)	467
e) El total de los intereses a pagar o el costo financiero total	468
f) El sistema de amortización del capital y la cancelación de los intereses	469
g) La cantidad, la periodicidad y el monto de los pagos a realizar	469
h) Los gastos extras y seguros o adicionales, si los hubiere	469
§ 3. Sanción de nulidad	469
§ 4. La omisión de consignar la tasa efectiva anual (TEA)	471

§ 5. La conexidad y la eficacia del contrato	471
§ 6. Competencia	472
a) Presentación	472
b) La competencia territorial múltiple	472
c) El domicilio del consumidor	473
§ 7. Conclusión	474
EXCURSO	
EL PAGARÉ DE CONSUMO Y EL FRAUDE A LA LEY 24.240	
a) Presentación	474
b) Una garantía falsa y un fraude real	475
c) El fraude procesal	475
d) La doctrina judicial de la integración del título ejecutivo implica la convalidación jurisprudencial del fraude	476
e) La consolidación jurisprudencial del injusto obligatorio	478
1. La opinión mayoritaria	478
2. ¿Protección suficiente?	478
3. Otra vez el insustancial diálogo de fuentes	480
4. La declaración oficiosa de la inhabilidad de título	482
f) Nuestra posición	484
1. El derecho procesal protectorio	484
2. La prohibición legal del art. 53	485
3. Conclusiones	486
JURISPRUDENCIA	
A. Título ejecutivo y Ley de Defensa del Consumidor	486
B. Cumplimiento defectuoso del art. 36. Procedencia de la ejecución	486
C. Cobranza. Hostigamiento	487
D. Conexidad entre proveedor y entidad crediticia	487
E. Competencia	488
F. Pagaré de consumo	488

CAPÍTULO IX

DE LOS TÉRMINOS ABUSIVOS Y LAS CLÁUSULAS INEFICACES

§ 1. La diversidad de fuentes legales	490
a) Presentación	490
b) Aclaración sistemática	492
ART. 37. INTERPRETACIÓN	492
§ 1. Presentación	492
§ 2. La clasificación legal de las cláusulas abusivas (CA)	493
a) La desnaturalización de las obligaciones y las limitaciones de la responsabilidad del proveedor	494
b) La renuncia y la restricción de los derechos del usuario	494
c) La inversión de las cargas probatorias en perjuicio del consumidor o del usuario	495
§ 3. Interpretación favorable al consumidor	497
§ 4. La integración del contrato	497

ART. 38. CONTRATO DE ADHESIÓN. CONTRATOS EN FORMULARIOS	498
§ 1. Presentación	498
§ 2. Los contratos de adhesión en la doctrina norteamericana	499
§ 3. El control del Estado. Responsabilidad	504
§ 4. Publicación en la web	505
a) Presentación	505
b) Nuestra opinión crítica	505
c) Nuestra solución	506
§ 5. Las neurociencias y su impacto en las relaciones de consumo. La teoría del "paternalismo libertario" de Richard Thaler y Cass Sunstein	507
§ 6. El Estado inteligente: intervenciones moderadas y eficientes	509
§ 7. El Estado inoperante	511

ART. 39. MODIFICACIÓN. CONTRATOS TIPO	514
§ 1. Presentación	514
§ 2. Revisión judicial	515

EXCURSO

DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN Y LAS CLÁUSULAS ABUSIVAS EN EL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL

a) Presentación	516
b) Nuestra posición crítica	517
c) Breve análisis de las normas del Código Civil y Comercial	519
1. La remisión del art. 1117	519
2. La importancia del art. 988: las cláusulas sorprendivas	520
3. Cláusulas negociadas y abusivas: la novedad complementaria del art. 1118	522
I. Presentación	522
II. La obligatoriedad de los contratos de adhesión y de consumo	523
d) Las cláusulas con opciones alternativas en los contratos de adhesión. La abusividad más inadvertida para los consumidores	527
1. ¿A qué llamamos estipulaciones alternativas?	527
2. Las cláusulas particulares y las alternativas	527
3. Las estipulaciones ambiguas y las alternativas	528
4. Las estipulaciones abusivas y las alternativas	529
5. El festival de las estipulaciones claras, no abusivas y perjudiciales para el consumidor	529
6. El consentimiento automático: la opción más favorable al proveedor	530
7. Las estipulaciones alternativas como señuelos	531
8. La omisión del Código Civil y Comercial	533
9. Solución legal: la aplicación analógica	534
10. Algunas conclusiones no conclusivas	534
e) La responsabilidad y los contratos no leídos	534
1. Presentación	534
2. Redacción clara vs. No lectura	535
3. El contrato no leído o no entendido también es obligatorio	535
4. El necesario equilibrio entre la seguridad jurídica y equidad	537
5. El derecho norteamericano	538
6. Las razonables presunciones legales	539

7. Daño colateral	540
8. Terminaciones no terminativas	541

JURISPRUDENCIA

A. Ampliación de los derechos de una de las partes	541
B. Restricción de los derechos del consumidor	541
C. Limitación de la responsabilidad	542
D. Autoridad de aplicación y revisión judicial	542
E. Superintendencia de seguros. Responsabilidad	542
F. Superintendencia de seguros. Responsabilidad. Carga probatoria	543
G. Cláusulas sorprendivas. Ambiguas	543
H. Interpretación de las cláusulas ambiguas	545

CAPÍTULO X

RESPONSABILIDAD POR DAÑOS

§ 1. Nociones generales de la teoría general de la responsabilidad	546
a) El sistema integral propuesto en el Código Civil y Comercial	546
b) Los presupuestos de la responsabilidad resarcitoria	548
c) ¿Castigar al agente dañador o resarcir a la víctima del daño?	548
§ 2. La responsabilidad objetiva en el derecho norteamericano	551
a) La emblemática figura del juez Roger J. Traynor	551
b) El caso "Gladys Escola v. Coca Cola" (1944)	555
1. Presentación	555
2. Los hechos	555
3. La responsabilidad objetiva: la puja histórica entre "seguridad jurídica" y "equidad"	557
4. Las primeras tensiones de la responsabilidad objetiva	557
5. La responsabilidad objetiva como cuestión de Estado	558
6. Las víctimas y la prueba de la culpa	559
7. La responsabilidad contractual	559
8. La confianza y la responsabilidad solidaria	559
9. Epílogo: la Argentina y el culto al anacronismo jurídico	560

ART. 40	562
----------------	-----

§ 1. Presentación: características singulares del microsistema legal autónomo	562
a) La responsabilidad contractual y extracontractual	563
b) El efecto relativo de los contratos	563
c) La responsabilidad solidaria	563
d) La responsabilidad objetiva	564
e) Legitimación activa y pasiva	564
f) Equiparación de los daños derivados de las cosas o de la prestación de los servicios	565
g) Las eximentes de responsabilidad	566
h) Sumario final	566

EXCURSO

LA RESPONSABILIDAD CUASI ABSOLUTA EN EL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL

a) Presentación	567
-----------------	-----

b) Su aplicación en las relaciones de consumo	568
c) Régimen excepcional de responsabilidad	569
d) Una nueva teoría general de la responsabilidad	569
e) El art. 1733, inc. e) del Código Civil y Comercial y las confusiones doctrinarias más frecuentes	570
f) El régimen disruptivo que describe el art. 1733 del Código Civil y Comercial	572
g) El art. 1757 del Código Civil y Comercial cierra el círculo de la responsabilidad cuasi absoluta	573
1. Más responsabilidad y menos eximentes	573
2. Responsabilidad sin ilicitudes	574
h) Obligar a reparar los daños es la mejor forma de prevenirlos	574
i) El apartamiento de las reglas previstas en los arts. 1718 y 1727 del Código Civil y Comercial	575
— Algunas terminaciones sin efecto terminativo	576
ART. 40 «BIS». DAÑO DIRECTO	576
§ 1. Presentación	576
§ 2. Nuestra posición	577
§ 3. El daño directo y el daño moral	578
§ 4. Multas e indemnizaciones en la sede administrativa	579
EXCURSO	
ANÁLISIS DEL TEXTO LEGAL VIGENTE	
a) Presentación	580
b) Definición y alcance	580
c) Atribuciones legales del organismo administrativo	580
d) Idoneidad del organismo administrativo. Nuestra opinión crítica	581
e) Apelación	581
f) Extensión: nuestra opinión crítica	581
JURISPRUDENCIA	
A. Responsabilidad solidaria	582
B. Responsabilidad solidaria. Deber de garantía	583
C. Responsabilidad solidaria. Comercio electrónico	583
D. Responsabilidad. Trato indigno	584
E. Responsabilidad. Trato indigno. Servicios bancarios	585
F. Responsabilidad. Deber de información	585
G. Responsabilidad. Deber de seguridad	586
H. Daño directo. Definición y alcances	587
I. Daño directo	587

TÍTULO II - AUTORIDAD DE APLICACIÓN. PROCEDIMIENTO Y SANCIONES

CAPÍTULO XI

AUTORIDAD DE APLICACIÓN

§ 1. Introducción	588
-------------------	-----

ART. 41. APLICACIÓN NACIONAL Y LOCAL	589
§ 1. Presentación	589
§ 2. La competencia	590
§ 3. Aplicación analógica del art. 36 de la LDC	591
ART. 42. FACULTADES CONCURRENTES	591
§ 1. Presentación	592
ART. 43. FACULTADES Y ATRIBUCIONES	592
§ 1. Comentario	593
a) Proponer reglamentaciones	593
b) Mantener un Registro Nacional de Asociaciones	593
c) Recibir denuncias de los consumidores	593
d) Disponer inspecciones y pericias	594
e) Solicitar informes y opiniones técnicas	594
f) Celebrar audiencias	594
ART. 44. AUXILIO DE LA FUERZA PÚBLICA	595
§ 1. Comentario	595
JURISPRUDENCIA	
A. Jurisdicción federal	595
B. Jurisdicción provincial	596
C. Jurisdicción concurrente	597

CAPÍTULO XII

PROCEDIMIENTOS Y SANCIONES

ART. 45. ACTUACIONES ADMINISTRATIVAS	597
§ 1. Presentación	599
§ 2. El inicio del procedimiento administrativo	599
§ 3. Participación del denunciante en el procedimiento administrativo	600
§ 4. Patrocinio letrado	601
§ 5. Requisitos mínimos de la denuncia	602
§ 6. Intimación y citación del denunciado	602
§ 7. Conciliación	603
§ 8. Prueba	603
§ 9. Medidas preventivas	604
a) El cese de conducta	604
b) La medida de no innovar	605
§ 10. El régimen legal de apelaciones y el pago anticipado de las multas	605
§ 11. La supletoriedad legal	608
ART. 46. INCUMPLIMIENTO DE ACUERDOS CONCILIATORIOS	608
§ 1. Comentario	608
ART. 47. SANCIONES	609
§ 1. Presentación. Opinión crítica	609
§ 2. Las sanciones	610
a) Apercibimiento	610

b) Multa	611
c) Decomiso	611
d) Clausura	611
e) Suspensión	611
f) Retiro de concesión	611
g) Publicidad	612
§ 3. Destino de la multa	613
ART. 48. DENUNCIAS MALICIOSAS	613
§ 1. Presentación	613
§ 2. Una amenaza para el sistema protectorio establecido en la ley 24.240	614
§ 3. La imposibilidad de defensa	615
§ 4. Denuncia maliciosa y denuncia sin justa causa	615
§ 5. Las denuncias efectuadas sin justa causa y sin malicia del denunciante	616
§ 6. Las graves inconsistencias de la norma	617
§ 7. Nuestra opinión	617
ART. 49. APLICACIÓN Y GRADUACIÓN DE LAS SANCIONES	618
§ 1. Presentación	618
§ 2. Los criterios legales para cuantificar las sanciones	619
a) El perjuicio resultante de la infracción	619
b) La posición en el mercado	619
c) Los beneficios derivados de la infracción	620
d) La intencionalidad	620
e) La reincidencia	621
§ 3. Fundamentación	621
ART. 50. PRESCRIPCIÓN	621
§ 1. Presentación	622
§ 2. La evolución regresiva del instituto	622
a) El viejo art. 50 de la Ley de Defensa del Consumidor	622
b) El actual art. 50 de la Ley de Defensa del Consumidor	623
c) Nuestra opinión crítica	624
§ 3. El Código Civil y Comercial como núcleo duro de protecciones al consumidor	626
a) El contrato de seguros es un contrato de consumo	627
b) Ley más favorable para los consumidores	627
c) La raíz constitucional de los derechos del consumidor	628
d) La norma más benigna	629
§ 4. La prescripción en la sede administrativa	629
ART. 51. COMISIÓN DE UN DELITO	630
§ 1. Comentario	630
JURISPRUDENCIA	
A. Sanciones	630
B. Sanciones. Procedencia	631
C. Sanciones. Graduación	631
D. Publicación de la sanción	632
E. Sanciones. Naturaleza jurídica	632

E. Incumplimiento del acuerdo	632
G. Prescripción. Seguros	633
CAPÍTULO XIII	
DE LAS ACCIONES	
ART. 52. ACCIONES JUDICIALES	636
§ 1. Presentación: intereses individuales y colectivos	637
§ 2. Legitimación activa	639
a) El usuario o consumidor afectado	639
b) Las asociaciones de defensa del consumidor	639
c) La autoridad de aplicación nacional o provincial	640
d) El Defensor del Pueblo	641
e) El Ministerio Público Fiscal	642
§ 3. El desistimiento y la caducidad en los procesos de consumo	642
ART. 52-BIS. DAÑO PUNITIVO	643
§ 1. Análisis del texto legal	644
a) Presentación	644
b) Incumplimiento obligatorio	644
c) Indemnización extraordinaria	645
d) Instancia de parte	647
e) Factor subjetivo de atribución	647
f) Solidaridad	648
§ 2. Presentación de un instituto rupturista	649
§ 3. El sentido ético de los daños punitivos	651
§ 4. La opinión mayoritaria de la doctrina nacional	652
§ 5. La opinión disidente de Sebastián Picasso	656
§ 6. Nuestra opinión crítica al pensamiento de Sebastián Picasso	658
§ 7. Aspectos controvertidos de los daños punitivos. La experiencia del derecho extranjero	659
a) Presentación	659
b) La segmentación de la producción	661
§ 8. Aspectos constitucionales	662
a) Presentación	662
b) La cuantificación de los daños punitivos	662
c) El tope previsto en la Argentina	663
§ 9. Los casos célebres del derecho extranjero	663
a) Presentación	663
b) "Grimshaw v. Ford Motor Company", 1981	664
1. Sumario de los hechos	664
2. Defecto de diseño	665
3. Las calculaciones de costo y beneficio	666
4. Los daños punitivos y la pugna entre la equidad y la seguridad jurídica	666
5. Las punitivas excesivas	667

d) "BMW of North America v. Gore", 1996	667
1. Presentación	667
2. Los hechos	668
3. Política de no información	668
4. Cuantificación excesiva de los daños punitivos	668
e) "State Farm Mutual Auto Insurance v. Campbell", 2003	672
— Presentación	672
f) "Philip Morris USA v. Williams", 2007	673
1. Presentación	673
2. Los terceros ajenos al pleito y la cuantificación de los daños punitivos	673
3. Los hechos	674
4. Los argumentos de Philip Morris	675
I. Víctimas ajenas al pleito	675
II. Proporcionalidad entre las indemnizaciones regulares y los daños punitivos	676
III. Opinión de la mayoría de la Corte, conducida por el juez Breyer	677
g) "Exxon Shipping Co. et al. v. Baker et al.", 25/6/08	680
1. Presentación	680
2. Los hechos	681
3. Cuantificación de los daños punitivos	681
I. Proporcionalidad entre los daños punitivos y las restantes indemnizaciones	682
II. La conducta del agente dañador. Finalidad preventiva de los daños punitivos	682
III. La arbitrariedad	683
IV. Criterios aplicables	683
V. El 1/1: una fórmula posible	684
VI. La situación en la Argentina	685
§ 10. Los daños punitivos en el anteproyecto de reforma de la Ley de Defensa del Consumidor	686
§ 11. Reflexiones finales: el triunfo de las minorías es una forma invertida de la democracia	688
§ 12. Conclusiones	689
ART. 53. NORMAS DEL PROCESO	691
§ 1. Presentación	691
§ 2. Juicio abreviado y de conocimiento. La exclusión del juicio ejecutivo	691
§ 3. Representación por carta poder	693
§ 4. La gratuidad de la justicia y la justicia gratuita	693
a) Presentación	693
b) La gratuidad en las acciones individuales	694
c) El incidente de solvencia en las acciones individuales de consumo	694
d) La gratuidad en las acciones colectivas	694
e) Las presunciones	695
§ 5. Las cargas probatorias	696
ART. 54. ACCIONES DE INCIDENCIA COLECTIVA	697
§ 1. Palabras preliminares	698

a) Presentación	698
b) La raíz constitucional de los derechos colectivos	700
§ 2. Presentación	702
§ 3. Intervención del Ministerio Público	702
§ 4. El acuerdo conciliatorio	702
a) Intervención pública	703
b) Homologación	703
c) Derecho de opción	703
§ 5. La sentencia	704
a) La cosa juzgada	704
b) Notificación	705
c) Sentencias que rechazan la petición de la clase	705
§ 6. El principio de la reparación integral	706
a) Presentación	706
b) Criterios legales para la asignación de las indemnizaciones particulares	707
§ 7. Evolución histórica de las acciones de clase en la Argentina	709
a) Introducción	709
b) "Kattan c. Estado Nacional", 1983	710
1. Presentación	710
2. Aspectos relevantes del fallo	710
c) "Ekmekdjian c. Sofovich", 1992	712
1. Presentación	712
2. Aspectos relevantes del fallo	712
d) "Defensoría del Pueblo c. Edesur", 2000	713
1. Presentación	713
2. Aspectos relevantes del fallo	713
e) Caso "Mujeres por la Vida", 2006	714
1. Presentación	714
2. Aspectos relevantes del fallo de minoría	714
f) El caso "Halabi", 2009	715
1. Presentación	715
2. Aspectos relevantes del fallo	716
3. La causa única de afectación y pluralidad relevante de afectados	716
4. Las acciones de clase y los montos reclamados	716
g) "Padecc. Swiss Medical", 2013	717
1. Presentación	717
2. Aspectos relevantes del fallo	717
h) "Consumidores Financieros c. Prudencia Cia. Argentina de Seguros", 2014	718
1. Presentación	718
2. Aspectos relevantes del fallo	719
3. Reflexiones críticas	720
§ 8. Las acciones de clase en el derecho argentino	720
a) Presentación	720
b) Aspectos relevantes de las acciones de clase	721
1. El interés público	721

2. Las asimetrías de origen del mercado	722
3. La rentabilidad por el juicio no realizado	723
c) Necesidad y utilidad social de los procesos colectivos	723
d) Conclusión	724
ART. 54 «BIS»	724
§ 1. Presentación	724
§ 2. Publicación obligatoria	725
§ 3. Diario judicial	725
§ 4. Gastos	725
JURISPRUDENCIA	
A. Juicio ejecutivo y relación de consumo. Reglas procesales aplicables	725
B. Relación de consumo. Reglas procesales aplicables	726
C. Cargas probatorias de la parte actora	726
D. Cargas probatorias	726
E. Daños punitivos. Conductas desaprensivas. Salud	728
F. Daños punitivos. Cuantificación. Fórmulas matemáticas	729
G. Daños punitivos. Función preventiva	730
H. Conducta reiterativa	731
I. Daños punitivos. Cuantificación. Montos elevados	732
J. Daños punitivos. Overbooking	733
K. Daños punitivos. Trato digno	733
L. Gratuidad. Extensión limitada	733
M. Gratuidad. Extensión amplia	734
N. Acciones colectivas. Cosa juzgada	736
R. Acciones colectivas. Reparación integral. Daños diferenciados	736
O. Acciones colectivas. Causa única de afectación	737
P. Acciones colectivas. Intereses difusos y colectivos	737
Q. Acciones colectivas. Legitimación	738

CAPÍTULO XIV

DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

ART. 55. LEGITIMACIÓN	739
§ 1. Presentación	739
§ 2. Legitimación activa	739
§ 3. Representación amplia	740
§ 4. La gratuidad amplia en las acciones de clase. Nuestra posición histórica	740
ART. 56. AUTORIZACIÓN PARA FUNCIONAR	742
§ 1. Presentación	743
§ 2. Finalidad de las asociaciones de defensa del consumidor	743
a) Velar por el cumplimiento de la ley	743
b) Informar	743
c) Educar	744
§ 3. Enunciación genérica de actividades	744

ART. 57. REQUISITOS PARA OBTENER EL RECONOCIMIENTO	744
§ 1. Presentación	745
§ 2. Restricciones legales	745
a) Políticas	745
b) Económicas	746
c) Donaciones	746
d) Pautas publicitarias	746
ART. 58. PROMOCIÓN DE RECLAMOS	747
§ 1. Presentación de una norma insólita	747
a) Sustanciación facultativa	748
b) Trámite	748
c) Función conciliadora	748
JURISPRUDENCIA	
A. Legitimación	749
B. Legitimación. Inscripción. Registro	751
C. Acción colectiva. Destino de la sentencia	751

CAPÍTULO XV

ARBITRAJE

ART. 59. TRIBUNALES ARBITRALES	752
§ 1. Presentación	752
§ 2. El Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo (SNAC)	753
JURISPRUDENCIA	
A. Arbitraje de consumo. Recurso único	756
B. Nulidad laudo arbitral	756
C. Apelación. Renuncia	756

TÍTULO III - DISPOSICIONES FINALES

CAPÍTULO XVI

EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR

ART. 60. PLANES EDUCATIVOS	757
§ 1. Presentación	757
§ 2. Una realidad preocupante	757
ART. 61. FORMACIÓN DEL CONSUMIDOR	759
§ 1. Comentario	759
ART. 62. CONTRIBUCIONES ESTATALES	760
§ 1. Presentación	760
§ 2. Representatividad	760
§ 3. Planes y objetivos	760

CAPÍTULO XVII

DISPOSICIONES FINALES

ART. 63	760
§ 1. Presentación	761
§ 2. Supletoriedad	761
§ 3. Aspectos relevantes del transporte aéreo en la LDC	762
ART. 64	762
§ 1. Comentario	763
ART. 65	763
§ 1. Presentación	763
§ 2. Características del orden público en la Ley de Defensa del Consumidor	764
a) Trascendencia	764
b) Irrenunciabilidad	764
§ 3. El orden público en el Código Civil y Comercial	764
a) Presentación	764
b) Análisis del art. 12 del CCCN	766
1. Presentación	766
2. Las normas imperativas y el orden público	766
3. El fraude del art. 12	767
4. La integración del acto jurídico	768
§ 4. Conclusión	768
ART. 66	769
JURISPRUDENCIA	
A. Orden público	769
B. Orden público. Nullidad de oficio	770
C. Orden público. Prelación normativa. Seguros	771
D. Orden público. Prelación normativa	771
E. Orden público y derechos humanos	772
F. Transporte aéreo. Competencia. Ley aplicable	773
BIBLIOGRAFÍA GENERAL	775