

Chamatropulos, Demetrio A.

Estatuto del Consumidor, 2da. ed. ampliada y actualizada: tomo I / Demetrio A. Chamatropulos.- 2a ed. ampliada.- Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Ley, 2019.

v. 1, 816 p.; 24 x 17 cm.

ISBN 978-987-03-3762-1

1. Derechos del Consumidor. I. Título.

CDD 343.071

© Demetrio Alejandro Chamatropulos, 2019
© de esta edición, La Ley S.A.E. e I., 2019
Tucumán 1471 (C1050AAC) Buenos Aires
Queda hecho el depósito que previene la ley 11.723

Impreso en la Argentina

Todos los derechos reservados
Ninguna parte de esta obra puede ser reproducida o transmitida en cualquier forma o por cualquier medio electrónico o mecánico, incluyendo fotocopiado, grabación o cualquier otro sistema de archivo y recuperación de información, sin el previo permiso por escrito del Editor y el autor.

Printed in Argentina

All rights reserved
No part of this work may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying and recording or by any information storage or retrieval system, without permission in writing from the Publisher and the author.

Tirada: 350 ejemplares

ISBN 978-987-03-3762-1 (Tomo I)

ISBN 978-987-03-3759-1 (Obra completa)

SAP 42653264

Las opiniones personales vertidas en los capítulos de esta obra son privativas de quienes las emiten.

ARGENTINA

DEMETRIO ALEJANDRO CHAMATROPULOS

Doctorando en Derecho (UBA) —culminado, con tesis actualmente en elaboración sobre Derecho del Consumidor y Behavioral Law & Economics—. Magister en Derecho del Trabajo y Relaciones Laborales Internacionales (UNTREF) —tesis aprobada con recomendación de publicación—. Magister en Derecho Empresario (ESEADE) —tesis calificada como sobresaliente cum laude con recomendación de publicación—. Ex Profesor Titular de Derecho del Consumidor y Defensa de la Competencia (Univ. Austral). Ex Profesor Titular de Concursos y Quiebras (Univ. Torcuato Di Tella). Ex Profesor Adjunto a Cargo de Derecho Empresario (Facultad de Ciencias Empresariales, Univ. Austral). Ex Profesor Adjunto de Derecho de las Obligaciones (Univ. Austral). Ex Profesor Adjunto de Derecho de Daños (Univ. Austral). Ex Coordinador del área de Derecho (Facultad de Ciencias Empresariales, Univ. Austral). Profesor de posgrado en distintas universidades argentinas y del exterior. Ex Subdirector de la Maestría en Derecho Empresario (ESEADE). Ex Director de la Diplomatura Anual en Derecho del Consumidor y Defensa de la Competencia de (ESEADE). Ex Director del Programa de Posgrado “Derecho del Consumidor y Empresa” (Univ. Austral). Ex Director del “Observatorio Jurisprudencial del Código Civil y Comercial” (Colegio de Abogados de San Isidro). Autor de varios libros y de más de 60 artículos de doctrina publicados en distintas revistas especializadas argentinas y en el exterior. Disertante en congresos, jornadas y eventos académicos nacionales e internacionales en más de 220 ocasiones. Ex Abogado en Price Waterhouse & Coopers. Ex Gerente de Contenidos de Thomson Reuters - La Ley. Relator de la Excma. Corte Suprema de Justicia de la Provincia de Tucumán.

BREVE ADENDA

Estas palabras encuentran justificación solo en la finalidad de renovar los votos realizados en el prólogo correspondiente a la primera edición. Se consignaba allí que esta obra debería recibir ediciones periódicas que sostengan una de sus virtudes basales: la completitud y actualización de sus contenidos. Ello se sostiene aun con la factura de un Anteproyecto de ley que implica una renovación absoluta del derecho del consumidor en la República Argentina; sin embargo, entre tanto, las fuentes del derecho siguen evolucionando y requiriendo de su interpretación y tratamiento, lo que hace necesario este nuevo paso editorial que estamos celebrando.

El autor da cuenta de las novedades que presenta esta nueva entrega. No es menester abundar en ello, solo asentar que constituye un testimonio que ratifica el aserto del párrafo anterior.

Restan tres consideraciones: una, la obra sostiene el estilo problemático, es decir el autor da cuenta de las cuestiones interpretativas y prácticas que presenta la aplicación concreta de los derechos de los consumidores, en una contemplación general del derecho que excede lo sectorial. La otra, las felicitaciones al autor por el esfuerzo y la erudición que la obra presenta; lo que descarta toda audacia del editor, sino que existe certeza de una obra sólida y actualizada de la materia. La tercera es doblemente redundante; esperemos la que sigue.

FULVIO G. SANTARELLI

PRÓLOGO A LA PRIMERA EDICIÓN

Le cupo su espacio a la duda acerca de si prólogo o epílogo, es que ambos trasuntan cierta soberbia —sólo mitigada por el pedido del autor— pero ante una obra de tal entidad aquel antídoto es insuficiente; entre aquellos extremos, la opción es pronunciar la primera palabra, antes que la última; y ello porque el principio es siempre provisorio, sujeto a comprobación de cada lector; en definitiva, se asumen riesgos, con lo cual la vanidad pasa a ser útil para sostener juicios apriorísticos.

Este prólogo va a prescindir de consideraciones personales del autor, por tres órdenes de razones: la primera, porque a quien se lo califica como autor se lo juzga por su obra, y esto es lo propio de este sitio; segundo, porque los bien informados saben que me acompaña en caros y ambiciosos proyectos, por lo cual resultaría ciertamente tautológico; y tercero, por razón de coherencia, ya que se hacía referencia a correr riesgos, y considerar aquellas cualidades personales sería abdicar de toda idea de aventura.

La primera aproximación a estos dos tomos revela una gran virtud que va a signar toda la obra, el autor acierta en lo metodológico, y ello está absolutamente premeditado, en sus “aclaraciones metodológicas” promete lo que luego cumple en cada uno de los artículos comentados. Allí justifica el tratamiento que le ha dado a la materia, da razón de la exégesis, aunque admite sus limitaciones y se esfuerza por superarlas, lo que consigue con comodidad. Estimado lector, está Usted ante una obra con la más exhaustiva visión del estado doctrinario, jurisprudencial y legislativo —inclusive comparado— acerca de cada una de las cuestiones del derecho de consumo.

Es necesario centrarse en este punto, para disipar ciertos equívocos de la comunidad jurídica nacional, pero a la vez para describir las páginas que siguen: si se recurriera al adjetivo práctico, se

desmerecería la obra, tal vez Planiol —seguido por Ripert y más tarde por Esmein— al titular “Tratado Práctico” su monumental obra, pretendían dar otro mensaje: el de concebir una obra que problematice las cuestiones de aplicación práctica del derecho. Cabe reivindicar lo práctico como el actuar. Y el derecho es el debate acerca de las razones de un curso de acción determinado, sea éste *ex ante* —el consejo profesional— o *ex post* —la defensa de cierta conducta conforme a derecho—. Bien, la obra es práctica. A Chamatropulos no lo motivaron las respuestas que podría haber creído tener, sino las preguntas e inquietudes que él tenía y aquellas que recogió de las fuentes; esto es evidente en la lectura. Estas características se vuelven exóticas en una actualidad dominada por cierto teoricismos que parece autorizar a generar un opúsculo a partir de algunas lecturas divorciadas de todo anclaje práctico.

Retomando la descripción, se decía que el manejo de fuentes le otorga al autor la visión más amplia respecto de cada cuestión que logra compilar con éxito, no es una erudición que confunde, es una compilación que fundamenta y orienta. Valen algunos ejemplos: al referirse al concepto de “producto” se hace cargo de las *Bitcoin*, para considerar si en rededor de su uso puede enhebrarse una relación de consumo (p. 42 del tomo I); a su turno, encara el deber de seguridad, no como una letanía tan dogmática como vacua, sino que le otorga sustancia con más de cincuenta supuestos de los más variados rubros de la actividad económica, representados por más de ochenta precedentes jurisprudenciales prolijamente sistematizados (ps. 288 y ss. del tomo I); no faltan los estudios “de campo”, pero es sumamente revelador el punto desde el cual propone observar el asunto de los daños punitivos, que a mi juicio —y pido disculpas por la intromisión de apreciación— pone en evidencia la asignatura pendiente en materia de eficacia de nuestro derecho de consumo (ps. 312 y ss. del tomo II).

Párrafo aparte merece el trabajo realizado a nivel de cada artículo con la legislación, tanto nacional como comparada, construyendo bastante más que un sistema de concordancia, sino que da sustento al concepto de estatuto a la materia —las normas de derecho interno—, llenando también la nota de completitud del sistema y a su turno, de comparación, con las concordancias externas.

En suma, el acierto de la obra es el metodológico, en tanto constituye una sistematización de información orientada a la ex-

posición problemática de las cuestiones que presenta la materia del consumidor. Esta definición de la obra parece pecar de minimalista respecto del rol autoral. Sin embargo, se imponen algunas precisiones: (i) es habitual apreciar formulaciones enredadas en los pliegues de la información; (ii) la compilación y articulación de las fuentes del derecho requiere método —tanto de la pesquisa, como de su exposición—; (iii) el manejo de fuentes está orientado a la conclusión, a la respuesta; (iv) finalmente, no acierta con lo metodológico quien desconoce la sustancia con la que trabaja.

La evolución del pensamiento jurídico va de la mano de la obra literaria, y en este sentido, el libro —más que la monografía— importa no sólo un compromiso con la dogmática, sino con la praxis, la teoría que se encarna en el ejercicio profesional —en todas sus formas— en la apertura de acciones, de defensas, en la argumentación de posturas y fundamentación de decisiones. Estas circunstancias están logradas aquí, lo que determina su nivel, la vara de la producción literaria en materia de consumo, hoy se ha elevado.

Todas estas observaciones no me son indiferentes; por el contrario, me interpelan a ejercer una suerte de representación sin mandato, no del autor, sino del lector, quien reclamará que este esfuerzo continúe, que se nutra de las novedades que se sucederán, que a todo lo ya compilado, le adicione la evolución, la madurez (tal vez las dos únicas virtudes del paso del tiempo); auguramos futuras ediciones, el método asegura un crecimiento organizado.

Todo fin encubre un principio, lo provisional del primer párrafo no era precaución, era provocación al lector para que me desmienta, asumo el desafío con toda tranquilidad. El otro que queda formulado, es el de la continuidad. Espero estar prologando el inicio de una obra que no finalice con su primera publicación, sino que las páginas acompañen la evolución de la materia, seguramente —por siglos— el rol más digno del papel.

FULVIO G. SANTARELLI

PALABRAS INTRODUCTORIAS Y AGRADECIMIENTOS DE LA SEGUNDA EDICIÓN

Siendo la razón fundamental de ser de esta obra el comentario de todos los textos legislativos que componen el sistema normativo de protección del consumidor (o “Estatuto del Consumidor”) su necesidad de actualización era evidente a poco que se advierta la inmensa cantidad de cambios y movimientos legales que ocurrieron en la materia dentro de Argentina desde la primera edición a fines de 2016. Estas modificaciones también ocurrieron fuera del país en varios de los regímenes de defensa del consumidor extranjeros que son motivo de cita frecuente en esta obra, lo cual reforzó la idea (concretamente, normativa de la Unión Europea y del Mercosur, España, Francia, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú).

Todo ello obligó a que el volumen en páginas de esta nueva versión crezca un 39% con respecto a la edición original (casi 350 páginas más), lo cual demandó innumerables noches prácticamente sin dormir de una exigencia tal que me hicieron sentir que por momentos estaba no solo actualizando un libro sino más bien escribiendo (y reelaborando) una obra completa. Obviamente no fueron pocas las situaciones en las cuales llegué a “odiar” la tarea emprendida por la magnitud que iba tomando y que no se encontraba en el plan original.

Se incorporaron más citas doctrinarias nacionales y extranjeras (un total de 588 contra las 392 de la primera edición, es decir un 49% más) y nuevos precedentes jurisprudenciales de Argentina y del exterior (concretamente, 826, casi un 34% más que los 620 de la primera edición) de interés para nuestra materia. En cuanto al relevamiento de sentencias sobre daños punitivos y el estudio de campo llevado adelante en la edición original, se incorporó ahora casi un 75% más que en la edición anterior (124 contra 71) agregán-

dose allí incluso fallos que hasta el momento no están publicados en bases de jurisprudencia.

Aproveché también la oportunidad además para reelaborar o precisar mis posiciones doctrinarias en temas controvertidos tratándolos con mayor detalle (v.gr., deber de seguridad, daño directo, prescripción, procesos colectivos, daños punitivos, transporte aéreo de personas, entre otros).

Desde fines de 2016 a la fecha hubo novedades no solo en el texto de la Ley de Defensa del Consumidor (art. 4º) sino también una inmensa actividad regulatoria nacional a nivel reglamentario que impactó en temas de los más diversos (“Precios transparentes”, “Precios cuidados”, creación de la figura del “Defensor del Cliente”, desburocratización y simplificación, publicidad, “botón” para baja directa de servicios en la página web del proveedor, protección de usuarios de servicios financieros, cláusulas abusivas en medicina prepaga, etc.). Ello se complementó también con normas locales sobre temas de los más diversos como, verbigracia, la ley porteña de fines de 2016 que obliga a la entrega de bienes sustitutos mientras dura el servicio técnico o de garantía de cosas muebles no consumibles.

Como si fuera poco, esta dinámica incesante se complementa con importantísimas y más que recientes propuestas de reformas legales que se reseñan y analizan también en este libro. Así, el Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor de diciembre de 2018 y el Anteproyecto de Reformas al Código Civil y Comercial de septiembre de dicho año. También el borrador de Anteproyecto de Ley de Procesos Colectivos de alcance nacional.

Asimismo, se abordan problemáticas que ganaron el centro de la escena en los últimos años y que no habían sido objeto de tratamiento en la primera edición (o habían sido trabajadas con menor detalle). Sin ánimo excluyente, el lector encontrará aquí análisis referidos a *compliance* y mecanismos de autorregulación legal, inteligencia artificial (IA), *blockchain*, economía del comportamiento (*behavioral economics*), responsabilidad de titulares de plataformas digitales de intermediación comercial, defensa de la competencia, “uberización” de relaciones de consumo, *startups*

y emprendedurismo, *crowdfunding*, protección de datos personales (*data privacy*), *fake news*, actividad y responsabilidad de *influencers*, perspectiva de género, consumidores hipervulnerables, deudores hipotecarios UVA, lenguaje claro e inclusivo, acceso a información pública, calidad dual de productos, *pink tax*, secuestros prendarios, daños causados por robots, IA y drones, aspectos procesales como la intervención de terceros en el proceso o la existencia de reglas especiales para los reclamos de daños, daños punitivos en defensa de la competencia, nuevas características del Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo (incluyendo el arbitraje virtual y el turístico), entre otros.

Yendo ya a lo personal, esta obra me encuentra en un momento de la vida de muchísimos y significativos cambios pues, luego de casi quince años de vivir una enriquecedora experiencia en la Ciudad de Buenos Aires, vuelvo a mi provincia de origen (Tucumán) en donde aparecen nuevos sueños a perseguir que tanto a mi familia como a mí nos tienen muy entusiasmados, obligándonos a reinventarnos (pero gracias a Dios con un horizonte que confiamos en que será muy luminoso).

Lo dicho me lleva a agradecer especialmente a la Ciudad de Buenos Aires que tan bien me ha tratado durante todo este tiempo y, especialmente, a la gente que he conocido acá y que ha sido extremadamente generosa conmigo desde el primer momento cuando tenía 24 años. Incluyo aquí a todos aquellos con los que he trabajado tanto en mi actividad profesional como abogado, como en Price Waterhouse & Coopers y Thomson Reuters La Ley. También a las casas de estudio en donde dicté clases (especialmente la Universidad Austral, la Universidad Torcuato Di Tella, ESEADE, la Universidad de Buenos Aires y UCEMA) y, fundamentalmente, a la familia de mi esposa Natalia que fueron y son “mi familia” también y mi principal contención, sobre todo en los primeros años cuando el desafío de supervivencia se presentaba como de difícil cumplimiento (bien saben ellos que sin su ayuda este presente no sería posible). ¡Ahora me toca volver y abrazar de nuevo a nuestra familia de Tucumán a la que tanto hemos extrañado durante estos maravillosos años!

Quiero recordar aquí también con particular afecto a un gran compañero de trabajo a quien ayudé durante mucho tiempo a llevar adelante cotidianamente el querido *Diario La Ley*: Jorge Ho-

racio Alterini, quien seguramente me seguirá aconsejando desde el cielo sobre la tesis doctoral que tuve el honor que acepte dirigir en su momento (y que espero algún día terminar para cumplir mi deuda con él).

También quiero agradecer a Fulvio Santarelli por “animarse” a prologar nuevamente este libro y por los grandes momentos laborales y de amistad compartidos durante estos años.

Mi eterno agradecimiento a los dos “coautores” de esta obra: mi compañera Naty y mi hijo Nacho, motores de absolutamente todo lo que intento hacer bien día a día y el motivo de la felicidad y alegría más plena que uno pueda sentir. Bien saben ellos que culminar este libro fue esta vez más que difícil pues tocó en medio de una gran mudanza familiar a Tucumán y de un verdadero cambio de trabajo (y de vida). ¡Mil gracias por bancarme siempre! ¡Los amo con todo mi corazón!!! (el resaltado no es un error de imprenta).

Por último, me tiembla el pulso mientras firmo esta presentación desde la casa en la que viví la mayor parte de mi vida (en Yerba Buena, Tucumán) y que me está viendo volver con mucha felicidad.

DEMETRIO ALEJANDRO CHAMATROPULOS

AGRADECIMIENTOS DE LA PRIMERA EDICIÓN

Este libro sólo puede ser iniciado agradeciendo. Agradeciendo a muchas personas (y lugares).

Gracias a mi provincia (Tucumán) y a mi ciudad de origen (Yerba Buena). Allí comencé a tomarme en serio aquella difusa idea originaria de transformarme en abogado.

Gracias a la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional de Tucumán (UNT), por darme el título para ejercer la profesión con la cual trato de ganar el pan para compartir con mi familia cada día. Todavía recuerdo aquel examen libre de Derecho Procesal reprobado con una ingrata nota “dos” que me hizo tomar conciencia a tiempo y saber que al Derecho se lo estudia en serio o mejor no se lo estudia.

Gracias a las ciudades de Quilmes y Buenos Aires que, allá por el 2006, me abrieron las puertas gentilmente como si fuese un viejo conocido suyo.

Gracias a las distintas personas y empresas con las que trabajé (alternando éxitos y fracasos) y que me dieron la oportunidad de sobrevivir en la “pequeña gran ciudad” los primeros años. Aún recuerdo cómo había que “maximizar la utilidad” de todo peso ganado inicialmente debiendo (cada tanto) saltar alguna comida para que la ecuación económico-financiera entregue un resultado más auspicioso.

Gracias a las distintas universidades en donde se me permite diariamente dar clases y alcanzar esos pequeños pero gloriosos momentos de felicidad profesional. Especialmente a la Universidad Austral y a ESEADE, por ser las que más confiaron en mí y me llenaron de oportunidades. Destaco especialmente aquí la generosidad de mi amigo Francisco “Pancho” Cárrega.

Gracias a los alumnos de grado y posgrado de todo el país por escucharme y exigirme con preguntas sólidas. También por obligarme a intentar entregar las respuestas. Un gran número de las dudas planteadas en esos ámbitos han sido incluidas en esta obra.

Gracias a las compañeras y compañeros de “ruta académica” con quienes compartimos la pasión por lo que estudiamos. Los de mi generación, pero también los de anteriores o posteriores. Muchísimos de ellos verdaderos amigos. Esas personas con las que podemos charlar horas y horas sobre Derecho como si el tiempo no pasara. Gran parte de lo “pensado en voz alta” con ellos también se vuelca en este libro.

Gracias a Thomson Reuters (La Ley), la mejor escuela de Derecho del país para quienes trabajamos en su Dirección Editorial. Allí uno estudia todo el tiempo y sin darse cuenta. El lugar donde voy cada mañana con felicidad y al cual siempre quise llegar desde aquel ya lejano examen reprobado con un dos que lo mostraban como un objetivo inaccesible. Gracias al prologuista (Fulvio Santarelli) por proponerme hace algunos años “cambiar de vida” y mostrarme otra forma de encarar el ejercicio de la abogacía. Gracias a todos los compañeros y personas con quienes comparto allí mi día a día (destaco aquí a Silvina Lucero y a Jorge Horacio Alterini, quien además me hizo un gran regalo aceptando dirigir mi tesis doctoral próxima a presentar). Encuentro en ese lugar de trabajo desde el pensamiento más sofisticado y elaborado hasta la mano y el consejo amigo para alguna situación incómoda que nos presenta la vida.

Gracias a mis amigos que no son abogados (son la gran mayoría). Esos que se ríen cuando alguien me dice “el doctor Chamatropulos” o leen que seré “disertante” o “expositor” en algún lugar. Es que no pueden dejar de recordar “célebres picardías en coautoría”. Sobre todo los de la infancia y la adolescencia con quienes seguimos unidos a pesar de los distintos caminos que cada uno va eligiendo. Ellos me hacen tomar conciencia de que el Derecho es importante, pero que más lo son otras cosas bien sencillas, como compartir un buen asado, reírnos y simplemente valorar momentos cotidianos.

Gracias a mi familia (la de sangre y la política). El camino se hizo menos difícil con su acompañamiento y ayuda. Especialmen-

te a mis tres hermanos (Pablo, Mariu y Exe). En nuestras recordadas peleas de chicos ensayé mis primeros alegatos.

Gracias a Marilén, mi mamá. Sinónimo de generosidad en el Diccionario de la Real Academia.

Gracias (como siempre) a Naty, mi pedacito de cielo en la tierra y con quien conformamos un equipo indestructible.

Gracias a Ignacio (Nachito), que con sus seis meses de vida me enseña todos los días (con su impresionante sonrisa) a tratar de ser un buen papá, intercalando aciertos y errores, pero siempre buscando mantener los primeros y no repetir los últimos.

Son las 00:18 hrs. de un día algo agotador. En el momento que escribo esto lo miro embobado mientras duerme plácidamente en su cunita y decido culminar el libro con la firme esperanza de que Demetrio (mi papá) también nos esté mirando (y cuidando) a ambos desde el lugar destacado que merece y obtuvo en el cielo desde aquel triste 5 de julio de 2015.

DEMETRIO ALEJANDRO CHAMATROPULOS

ÍNDICE GENERAL

Breve adenda	XI
Prólogo a la primera edición	XIII
Palabras introductorias y agradecimientos de la segunda edición	XVII
Agradecimientos de la primera edición	XXI

BREVES ACLARACIONES METODOLÓGICAS

.....	1
-------	---

INTRODUCCIÓN

1. Evolución histórica y fundamento básico del Derecho del Consumidor.....	7
2. Los derechos básicos del consumidor.....	22
3. Obligaciones o deberes generales de los consumidores.....	32
4. El <i>compliance</i> en defensa del consumidor	34
5. Innovación y defensa del consumidor. La “uberización” de las relaciones de consumo.....	37
5.1. Abordaje general y derivaciones del tema	37
5.2. El caso “Uber”	39
5.3. Otros supuestos de interés.....	43
6. Breves consideraciones sobre el Digesto Jurídico Argentino y su impacto en el Derecho del Consumidor	45
7. Estructura de la Ley de Defensa del Consumidor	50

LEY 24.240
(DEFENSA DEL CONSUMIDOR)

TÍTULO I

NORMAS DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1º —Objeto. Consumidor. Equiparación	53
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	54
Comentario	58
1. El objeto de la Ley de Defensa del Consumidor	58
2. La doble definición de consumidor	58
3. Consumidores o usuarios.....	61
4. Bienes, cosas, productos y servicios	62
5. El destino final	65
6. Beneficio propio o del grupo familiar o social	73
7. El particular caso de la empresa como consumidora	75
8. Personas humanas (o físicas) y jurídicas.....	91
9. Adquisición o utilización de bienes o servicios	94
10. Carácter oneroso o gratuito del acto de consumo	95
11. Las subcategorías de consumidores	97
11.1. El consumidor directo.....	98
11.2. El consumidor fáctico o indirecto.....	103
11.3. El sujeto expuesto a una relación de consumo (<i>bystander</i>).....	106
12. El público indeterminado.....	114
13. Los asegurados y el caso de los terceros damnificados en materia de seguros	114
14. Los inversores como consumidores	126
15. Los herederos del consumidor y los damnificados indirectos	134
16. El cesionario del consumidor.....	135
17. El consumidor cedente	135
18. La aseguradora como “consumidora”	136
19. Titulares de derechos reales, poseedores y tenedores. Incidencia de la buena fe.....	137

	Pág.
20. Los contratos entre consumidores.....	138
21. Consumidores hipervulnerables	139
22. Perspectiva e identidad de género y Derecho del Consumidor	143
23. Consumidores calificados	145
24. ¿La persona por nacer es un consumidor?.....	148
25. Consumidores inmobiliarios. Los adquirentes de créditos hipotecarios (el caso de los deudores de créditos en “UVA”). Los inversores inmobiliarios	148
26. El consorcio de propietarios.....	152
27. Tiempos compartidos, clubes de campo, cementerios privados y figuras afines	153
28. Usuarios de servicios financieros.....	158
29. Asociados a mutuales	159
30. Asociaciones de consumidores.....	160
31. Los consumidores y la energía nuclear	160
32. Los prestadores de servicios a través de plataformas digitales.....	162
33. Los consumidores de medios de prensa y de comunicación. El caso de las <i>fake news</i>	162
34. Usuarios de redes sociales y buscadores de Internet. La importancia de la protección de los datos personales.....	164
35. El alcance de la noción de consumidor en el Derecho Comparado ...	166
Art. 2º —Proveedor	177
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	178
Comentario	180
1. Persona humana (física) o jurídica. ¿El pequeño comerciante es proveedor? El caso de las <i>startups</i> y los emprendedores	180
2. Personas de naturaleza pública o privada. El Estado como proveedor.....	182
3. Desarrollo profesional de la actividad	187
4. Actividad profesional desarrollada de manera ocasional.....	192
5. Carácter enunciativo de las distintas actividades comprendidas	193
5.1. Producción.....	194
5.2. Montaje	194
5.3. Creación.....	195
5.4. Construcción	195
5.5. Transformación.....	195
5.6. Importación.....	196

	Pág.
5.7. Concesión de marca.....	196
5.8. Distribución	198
5.9. Comercialización	198
5.10. Prestación de servicios.....	198
6. ¿Se requiere realizar ofertas para el consumo para ser considerado proveedor?	199
7. ¿Pueden las entidades sin fines de lucro ser consideradas proveedores?	200
8. El proveedor equiparado	201
9. Los proveedores extranjeros.....	204
10. Los profesionales liberales	204
10.1. Requisitos para la exclusión	210
10.2. Observancia de la LDC en materia de publicidad.....	213
10.3. Aplicación de sanciones previstas en la LDC a profesionales liberales que violen la obligación de trato digno y equitativo	215
10.4. El profesional liberal que comercializa bienes en el marco de su actividad	215
10.5. El profesional liberal en el Derecho Comparado.....	216
11. El caso del transporte aerocomercial.....	224
12. Proveedores con status jurídicos particulares	224
13. Aseguradoras de Riesgos del Trabajo	224
14. Corredores inmobiliarios y administradoras de consorcios.....	226
15. La actividad del juego y la apuesta.....	228
16. Proveedores del servicio de educación privada.....	230
17. Proveedores que actúan frente a inversores bursátiles	231
18. El caso del auditor contable	233
19. Albaceas y administradores de herencias	240
20. Las Sociedades Anónimas Unipersonales (SAU) y las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS)	240
21. Contratos asociativos	241
21.1. Negocios en participación.....	242
21.2. Agrupaciones de colaboración	243
21.3. Uniones transitorias.....	243
21.4. Consorcios de cooperación	243
22. Contratos de agencia, concesión, franquicia y suministro	244
23. El fideicomiso	246
24. El cedente de la posición contractual.....	249

	Pág.
25. ¿Los <i>countries</i> , clubes de campo y consorcios de propietarios son proveedores?.....	249
Art. 3º —Relación de consumo. Integración normativa. Preeminencia	251
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	251
Comentario	253
1. La relación de consumo y el alcance del término “vínculo jurídico” ..	253
2. El contrato de consumo	259
3. Interpretación del contrato de consumo. El denominado “diálogo de las fuentes”	263
4. Los contratos conexos.....	266
5. Forma del contrato de consumo	268
6. Los contratos colectivos de consumo	269
7. El Estatuto del Consumidor.....	270
8. Vinculación entre Defensa del Consumidor y Defensa de la Competencia	273
9. El conflicto de normas en el tiempo	283
10. Vigencia del principio <i>in dubio pro consumatore</i>	287
11. Las relaciones de consumo y el Derecho Internacional Privado	290
12. La relación de consumo y el Derecho Internacional Público	297
13. La relación de consumo en el Derecho Comparado	298

CAPÍTULO II

INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR Y PROTECCIÓN DE SU SALUD

Art. 4º —Información	303
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	304
Comentario	306
1. Aclaraciones preliminares: la “no vigencia” del art. 4º.....	306
2. El deber de información	310
3. Sujetos obligados.....	317
4. Características esenciales de los bienes y servicios. Circunstancias relevantes	319
5. Condiciones de comercialización. Los denominados “precios transparentes”	321
6. Información cierta, clara y detallada	325

	Pág.
7. Carácter gratuito de la información.....	328
8. Información adecuada y veraz.....	329
9. El “soporte” en el cual debe ser brindada la información.....	331
10. La resolución 906/1998 (Secretaría de Industria, Comercio y Minería de la Nación)	335
11. Carácter “comprensible” de la información.....	337
12. El problema de la “sobreinformación”	340
13. ¿El proveedor solo debe informar lo que conoce?.....	341
14. Etapas del contrato de consumo en las cuales se debe informar. La información en relaciones de consumo que no son contratos.....	342
15. Cumplimiento del deber de información a través de terceros	343
16. Información pública y notoria	343
17. La diligencia del consumidor al informarse	345
18. El caso del <i>recall</i>	345
19. El ámbito espacial del deber de información	349
20. Lenguaje claro y defensa del consumidor. El uso del lenguaje inclusivo.....	349
21. El denominado “deber de consejo”	350
22. El deber de advertencia	354
23. El acceso a la información pública	358
24. El deber de información y sus particularidades en materia de salud .	359
25. El deber de información en la comercialización de inmuebles	362
26. Información específica en materia alimentaria.....	362
27. El deber de advertencia frente al consumo de cigarrillos y de alcohol ...	363
28. El Sistema Métrico Legal Argentino (Simela)	365
29. “Sistema Electrónico de Publicidad de Precios Argentinos” (SEPA)...	365
30. Carácter de “documento público” del documento que contiene la información destinada al consumidor	369
Art. 5º —Protección al Consumidor	371
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	371
Comentario	372
1. El deber de seguridad	372
2. Utilización de los bienes o servicios en condiciones previsibles o normales de uso	379
3. Relación entre deber de información y deber de seguridad.....	381

	Pág.
4. Legitimación activa	383
5. Legitimación pasiva	384
6. ¿El deber de seguridad tiene limitación temporal?	384
7. Daños a resarcir	385
8. Peligro para la salud o la integridad física	385
9. La casuística jurisprudencial sobre el deber de seguridad	386
10. Mecanismos de colaboración entre países para impedir la circulación de productos inseguros	398
Art. 6º —Cosas y servicios riesgosos	401
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	401
Comentario	402
1. Consagración de un deber de seguridad agravado	402
2. Productos o servicios de alto riesgo.....	403
3. Cosas y servicios riesgosos. Servicios públicos domiciliarios	405
4. Observancia de mecanismos, instrucciones y normas establecidas o razonables para garantizar la seguridad de lo comercializado	406
5. ¿Cuál es el nivel de diligencia que se requiere en el consumidor?.....	406
6. Entrega de manual de instrucciones de uso en idioma nacional.....	410
7. Artículos importados. Responsabilidad por el contenido de la traducción de los manuales	410

CAPÍTULO III

CONDICIONES DE LA OFERTA Y VENTA

Art. 7º —Oferta	411
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	411
Comentario	412
1. La oferta individual y la dirigida a público indeterminado	412
2. La oferta por medios electrónicos.....	413
3. La invitación a ofertar	413
4. Plazo de duración de la oferta. Excepción.....	414
5. Modalidades, condiciones y limitaciones de la oferta	415
6. Revocación de la oferta pública	417
7. No efectivización de la oferta	417

	Pág.
8. No efectivización de la oferta remitida por medios electrónicos	419
9. Oferta con contenidos contradictorios. Interpretación	419
10. Consecuencias de la falta de cumplimiento de la oferta	419
Art. 8º —Efectos de la publicidad	421
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	421
Comentario	423
1. ¿Doble regulación del efecto de la publicidad?	423
2. La publicidad	423
3. Clases de publicidad prohibida	425
3.1. Publicidad engañosa.....	425
3.2. Publicidad comparativa.....	434
3.3. Publicidad abusiva	439
4. Medios para la difusión de publicidad	443
5. Obligaciones que genera la publicidad	444
6. Aspectos adicionales a tener en cuenta en materia publicitaria	445
7. La acción de cesación	449
8. ¿Responsabilidad de los medios de comunicación y de la agencia de publicidad?	452
9. ¿Los <i>influencers</i> y las “figuras” contratadas en publicidades son sujetos responsables?.....	453
10. Los códigos de conducta	454
11. Datos del proveedor para el caso de contratación a distancia	456
12. Los concursos públicos.....	456
Art. 8º bis. —Trato digno. Prácticas abusivas	461
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	461
Comentario	465
1. Derecho del Consumidor y Derechos Humanos.....	465
2. La obligación de trato digno, equitativo y no discriminatorio.....	467
3. Las prácticas abusivas.....	470
4. Reclamos extrajudiciales de deudas	477
5. La conducta discriminatoria	479
6. Los controles de seguridad o de constatación de condiciones personales para acceder a servicios	481
7. La falta o deficiencia en la atención al cliente	482
8. El caso especial de la atención de usuarios de servicios financieros..	484

	Pág.
9. La afectación del derecho a la imagen de los consumidores.....	485
10. Cumplimiento del contrato que constituye un acto peligroso para la vida o la integridad de una persona.....	486
11. Exigencia al consumidor de sumas de dinero no previstas en los contratos bancarios de consumo.....	487
12. El “trato preferente” a ciertos consumidores.....	487
13. El uso de títulos valores en las relaciones de consumo.....	489
14. Obtención de ventajas indebidas en aquellos contratos de duración en los cuales el cambio de proveedor es excesivamente costoso para el consumidor.....	490
15. La influencia indebida mediante aprovechamiento de infortunios o circunstancias que afectan la capacidad de evaluación del consumidor.....	490
16. Los “premios”.....	491
17. Las ventas “bola de nieve” o “piramidales” y su diferencia con el marketing de redes.....	493
18. El <i>spam</i> , las llamadas telefónicas y los <i>whatsapps</i> masivos enviados por los proveedores.....	494
19. La puesta en el mercado de productos o servicios inseguros.....	495
20. Sobreventa de pasajes o entradas a espectáculos públicos.....	496
21. La discriminación de precios y otros aspectos relevantes de los productos y servicios. El consumidor extranjero. El problema de la denominada “calidad dual”.....	496
22. Las ventas atadas y la afectación de la libertad de elección.....	500
23. La vulneración de la privacidad.....	503
24. El marketing agresivo. El ejemplo de los Sistemas Turísticos de Tiempo Compartido (STTC).....	505
25. La falta de entrega de comprobantes fiscales a los adquirentes en el <i>e-commerce</i>	506
26. La inclusión del consumidor en registros de deudores por plazos superiores a los legales.....	506
27. La negativa injustificada de contratar.....	509
28. El abuso de posición dominante en el mercado.....	511
29. Los actos de disposición sobre derechos personalísimos.....	512
30. La investigación o experimentación médica sobre seres humanos....	513
31. Confidencialidad.....	514
32. Las cláusulas contractuales abusivas.....	515
33. Falta de talles en locales de venta de indumentaria.....	516

	Pág.
34. Esperas excesivas en lugares de atención al público.....	516
35. Registros “no llame”	518
36. La violación sistemática de los “márgenes de tolerancia” en el contenido de los envases	519
37. Inmuebles que presentan una superficie menor a la consignada en el boleto de compraventa	520
38. Negativa de prestaciones y cambios en la afiliación o en la cobertura de usuarios de medicina prepaga	520
39. Los descuentos o bonificaciones otorgados por concesionarios en los planes de ahorro previo y desconocidos por las administradoras del plan.....	521
40. Plazos mínimos de permanencia.....	521
41. Los <i>pink tax</i>	522
42. Inducción al consumo de tabaco.....	522
43. Expendio de bebidas alcohólicas a menores	524
44. Prohibición de devoluciones o cambios de productos en determinados días y horarios.....	525
45. La lesión	525
46. Prácticas abusivas enumeradas en el Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor	526
47. Valoración especial del incumplimiento del art. 8º bis a los fines de la aplicación de la multa civil	529
Art. 9º —Cosas deficientes usadas o reconstituidas	533
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	533
Comentario	533
1. Concepto de cosas deficientes, usadas o reconstituidas.....	533
2. Deber de información a cargo del proveedor	535
Art. 10. —Contenido del documento de venta.....	537
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	538
Comentario	538
1. Aplicación particular del deber de información. Contenido mínimo	538
2. Supuestos excluidos. La emisión de <i>tickets</i>	539
3. Entrega de certificado de garantía	539
Art. 10 bis. —Incumplimiento de la obligación.....	541
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	541

	Pág.
Comentario	541
1. El incumplimiento del proveedor	541
2. Eximición por caso fortuito o fuerza mayor	544
3. Eximición por incumplimiento previo a sus obligaciones por parte del consumidor.....	546
4. Cumplimiento forzado de la obligación	548
5. Aceptación de otro producto o servicio equivalente.....	548
6. Rescisión de contrato con derecho a restitución de lo abonado.....	549
7. Posibilidad en cualquier caso de accionar por daños	550
Art. 10 ter. —Modos de rescisión	553
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	553
Comentario	553
1. Rescisión de contratos a distancia	553
2. Remisión gratuita de constancia documental de rescisión contractual.....	554
3. Link de baja de servicios en página web del proveedor	555
Art. 10 quáter. —Prohibición de cobro	559
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	559
Comentario	559

CAPÍTULO IV

COSAS MUEBLES NO CONSUMIBLES

Art. 11. —Garantías.....	563
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	563
Comentario	564
1. Deber de garantía legal	564
2. Cosas muebles no consumibles	565
3. Cosas que no se comercializan	566
4. Cosas nuevas y usadas	567
5. Plazos de garantía y su cómputo	568
6. Legitimación activa	568
7. Legitimación pasiva	569

	Pág.
8. Vicios o defectos que se garantizan	569
9. ¿Se garantiza la autenticidad de la marca?.....	571
10. Garantía por defectos jurídicos	572
11. Gastos de traslado y flete. Plazo para efectuar el traslado	572
12. Cláusulas abusivas	573
13. Las garantías extendidas.....	574
14. El mal uso de la cosa como causal de exclusión de la garantía	576
Art. 12. —Servicio técnico.....	579
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	579
Comentario	580
1. Sujetos responsables	580
2. Servicio técnico adecuado.....	580
3. Suministro de partes y repuestos	581
4. Validez de la prestación del servicio a través de terceros.....	583
5. Plazo de vigencia de esta obligación.....	583
6. Imposibilidad de obtener repuestos por restricción o dificultades para importar.....	585
7. Lineamientos principales de la Ley 5672 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires	586
Art. 13. —Responsabilidad solidaria.....	589
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	589
Comentario	589
1. Sujetos responsables del deber de garantía legal	589
2. ¿Quién responde por las garantías extendidas?.....	590
Art. 14. —Certificado de garantía	591
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	592
Comentario	592
1. El certificado de garantía. Contenido mínimo	592
2. La notificación de la vigencia de la garantía a la cadena de proveedores. Efectos	592
Art. 15. —Constancia de reparación	595
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	595

	Pág.
Comentario	595
Art. 16. —Prolongación del plazo de garantía	597
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	597
Comentario	597
1. Privación de uso de la cosa.....	597
2. El cómputo del plazo de garantía.....	598
Art. 17. —Reparación no satisfactoria	599
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	599
Comentario	600
1. La reparación no satisfactoria	600
2. La triple opción del consumidor.....	602
2.1. Sustitución de la cosa por otra de iguales características	602
2.2. Devolución de la cosa en el estado en que se encuentre con restitución de las sumas ya abonadas.....	607
2.3. Quita proporcional del precio	609
2.4. Posibilidad de entablar acción por daños. Relación de esta opción con la que surge del art. 10 bis, LDC	610
3. ¿Es obligatorio para el consumidor transitar por este camino?	611
Art. 18. —Vicios redhibitorios	613
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	613
Comentario	613
1. ¿Subsistencia del régimen de vicios redhibitorios del CCyCN?	613
2. Particularidades de su aplicación en las relaciones de consumo	614
3. Plazo de prescripción.....	617

CAPÍTULO V

DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

Art. 19. —Modalidades de prestación de servicios	621
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	621
Comentario	621
1. Prestaciones de servicios incluidas.....	621

	Pág.
2. Cumplimiento de los términos de las ofertas, publicidades y contratos	622
Art. 20. —Materiales a utilizar en la reparación.....	625
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el /análisis de este artículo.....	625
Comentario	625
1. Contratos de servicios en los cuales rige	625
2. Obligación de emplear materiales nuevos o adecuados a la cosa. Carácter supletorio de la disposición.....	626
Art. 21. —Presupuesto	629
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	629
Comentario	629
1. Contratos alcanzados por la obligación de extender presupuesto	629
2. Contenido mínimo del presupuesto.....	630
3. Carácter gratuito del presupuesto.....	631
Art. 22. —Supuestos no incluidos en el presupuesto.....	633
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	633
Comentario	633
1. Supuestos no incluidos en el presupuesto	633
2. Deber de comunicar previamente al consumidor o usuario la realización de servicios, tareas o costos adicionales. Excepciones	634
Art. 23. —Deficiencias en la prestación del servicio.....	637
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	637
Comentario	637
1. Deficiencias en la prestación del servicio	637
2. Deber de garantía. Su diferencia con el previsto en el art. 11, LDC	638
Art. 24. —Garantía	641
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	641
Comentario	641

CAPÍTULO VI

USUARIOS DE SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS

Art. 25. —Constancia escrita. Información al usuario	643
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	644
Comentario	644
1. Servicios públicos domiciliarios	644
2. Proveedores tercerizados de servicios públicos domiciliarios.....	646
3. Deber de información en materia de servicios públicos domiciliarios	646
4. Interacción entre la LDC y las normas específicas que regulan cada servicio público domiciliario. Autoridad de aplicación concurrente .	648
5. Las audiencias públicas. Los fallos “CEPIS” y “Abarca” de la CSJN.....	650
6. ¿Se requiere el agotamiento previo de la vía administrativa?.....	656
Art. 26. —Reciprocidad en el trato	657
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	657
Comentario	657
Art. 27. —Registro de reclamos. Atención personalizada	659
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	659
Comentario	660
1. La atención personalizada a los usuarios.....	660
2. La utilización del servicio de atención al cliente para otras finalidades comerciales	662
3. El registro de reclamos.....	662
4. Los plazos perentorios para “satisfacer” reclamos de los usuarios.....	664
5. La experiencia de la resolución 215/2011 (ENRE).....	665
Art. 28. —Seguridad de las instalaciones. Información	667
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	667
Comentario	667
Art. 29. —Instrumentos y unidades de medición.....	669
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	669
Comentario	669

	Pág.
1. La medición de consumos y sus particularidades.....	669
2. Plazo para la obligación de entregar facturas al usuario.....	672
Art. 30. —Interrupción de la prestación del servicio.....	673
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	673
Comentario	673
1. Interrupción o alteraciones del servicio público domiciliario	673
2. Presunción de imputabilidad a la empresa prestadora	674
3. Eximición de responsabilidad del proveedor	674
4. Plazo de caducidad para interponer el reclamo	675
Art. 30 bis. —	677
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	678
Comentario	678
Art. 31. —	681
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	682
Comentario	682
1. La presunción de error de facturación	682
2. Los efectos de la presunción de error de facturación.....	684
3. El reclamo del usuario	685

CAPÍTULO VII

DE LA VENTA DOMICILIARIA, POR CORRESPONDENCIA Y OTRAS

Art. 32. —Venta domiciliaria	687
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	687
Comentario	688
1. La contratación domiciliaria, por correspondencia y “otras”	688
2. La contratación domiciliaria o fuera de los establecimientos comerciales.....	689
3. Formalidades de los contratos domiciliarios o celebrados fuera de los establecimientos comerciales	694

	Pág.
Art. 33. —Venta por correspondencia y otras	697
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	697
Comentario	698
1. La llamada “venta por correspondencia” (contratación a distancia) .	698
2. La mención obligatoria del domicilio del proveedor	703
3. Los contratos celebrados a través de Internet.....	703
4. Aplicación de sanciones por incumplimiento del contrato.....	704
5. El deber de información en los contratos de consumo a distancia.....	704
6. La regulación de las relaciones de consumo celebradas por Internet en el ámbito del Mercosur	705
7. ¿Quién debe soportar el riesgo de pérdida o deterioro de la cosa?.....	707
8. Forma de los contratos a distancia	708
9. Lugar de cumplimiento de los contratos a distancia.....	708
Art. 34. —Revocación de aceptación.....	709
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	709
Comentario	710
1. La revocación de la aceptación o derecho de “arrepentimiento”	710
2. Plazo e información de la existencia del derecho de revocación	712
3. Cómputo del plazo	715
4. Irrenunciabilidad del derecho de arrepentimiento.....	716
5. Ejercicio del derecho de revocación	716
6. Consecuencias de la efectivización del derecho de revocación.....	718
7. Supuestos excluidos	719
8. Aplicación analógica del derecho de revocación en contratos para los cuales no ha sido expresamente previsto	721
9. El derecho de revocación en los contratos financieros de consumo ..	722
10. El derecho de arrepentimiento en operaciones crediticias conexas a contratos celebrados a distancia o fuera del establecimiento	724
Art. 35. —Prohibición.....	727
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	727
Comentario	727

CAPÍTULO VIII

DE LAS OPERACIONES DE VENTA DE CRÉDITO

Art. 36. —Requisitos	731
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	733
Comentario	735
1. La sustitución del art. 36, LDC	735
2. El otorgamiento de crédito a los consumidores. Los “contratos bancarios de consumo”	738
3. Operaciones financieras incluidas y excluidas en el art. 36, LDC	741
4. Aplicación particular del deber de información a estas operaciones.	743
5. ¿A quién se debe informar?	745
6. Consecuencias del incumplimiento de los requisitos mínimos previstos en el art. 36, LDC.....	746
7. Adquisición de bienes o servicios que dependen de la previa obtención de un crédito.....	747
8. Facultades regulatorias del BCRA.....	748
9. Juez competente	749
10. La ejecución de títulos valores contra consumidores	751
11. Ejecuciones hipotecarias y de saldos impagos de cuenta corriente bancaria	761
12. Las ejecuciones y secuestros prendarios en casos que involucran a consumidores	762
13. Breve mención de la problemática del “sobreendeudamiento del consumidor”	764

Chamatropulos, Demetrio A.

Estatuto del Consumidor, 2da. ed. ampliada y actualizada: tomo II / Demetrio A. Chamatropulos.- 2a ed. ampliada.- Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Ley, 2019.

v. 2, 752 p.; 24x17 cm.

ISBN 978-987-03-3763-8

1. Derechos del Consumidor. I. Título.

CDD 343.071

© Demetrio Alejandro Chamatropulos, 2019

© de esta edición, La Ley S.A.E. e I., 2019

Tucumán 1471 (C1050AAC) Buenos Aires

Queda hecho el depósito que previene la ley 11.723

Impreso en la Argentina

Todos los derechos reservados

Ninguna parte de esta obra puede ser reproducida o transmitida en cualquier forma o por cualquier medio electrónico o mecánico, incluyendo fotocopiado, grabación o cualquier otro sistema de archivo y recuperación de información, sin el previo permiso por escrito del Editor y el autor.

Printed in Argentina

All rights reserved

No part of this work may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying and recording or by any information storage or retrieval system, without permission in writing from the Publisher and the author.

Tirada: 350 ejemplares

ISBN 978-987-03-3763-8 (Tomo II)

ISBN 978-987-03-3759-1 (Obra completa)

SAP 42653265

Las opiniones personales vertidas en los capítulos de esta obra son privativas de quienes las emiten.

ARGENTINA

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO IX

DE LOS TÉRMINOS ABUSIVOS Y CLÁUSULAS INEFICACES

Art. 37. — Interpretación	773
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo	773
Comentario	776
1. Aproximación al concepto de cláusulas abusivas	776
2. ¿El precio puede ser cláusula abusiva?	780
3. Los contratos de consumo en moneda extranjera	784
4. Los programas de “Precios cuidados” o similares	789
5. La situación jurídica abusiva	791
6. ¿Cláusulas abusivas no escritas?	792
7. Cláusulas válidas utilizadas abusivamente. Cláusulas abusivas <i>in abstracto</i>	793
8. El principio <i>in dubio pro consumatore</i> en materia contractual	796
9. Consecuencias de la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos de consumo	797
10. Enumeración de cláusulas abusivas	799
10.1. Cláusulas que desnaturalizan obligaciones	800
10.2. Cláusulas que limitan la responsabilidad por daños	801
10.3. Cláusulas que importan renuncia o restricción de los derechos del consumidor o ampliación de los derechos de la otra parte ..	803
10.4. Cláusulas que imponen la inversión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor	805
10.5. Cláusulas que por su contenido, redacción o presentación no son “razonablemente previsibles”	806

	Pág.
10.6. La prórroga de la jurisdicción en los contratos internacionales de consumo y en los celebrados fuera del establecimiento comercial, a distancia o por medios electrónicos	808
10.7. Cláusulas penales excesivas	808
10.8. Fijación de plazos de caducidad que hacen excesivamente difícil al consumidor el cumplimiento del acto requerido para el mantenimiento de su derecho	809
10.9. Cláusulas abusivas enumeradas en otras normas argentinas	810
10.9.1. Las cláusulas abusivas enumeradas en la resolución 53/2003 (Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor).....	811
10.9.2. Cláusulas que infringen normas ambientales.....	814
10.9.3. Cláusulas contenidas en la resolución 9/2004 (Secretaría de Coordinación Técnica) y en la resolución 163/2018 (Superintendencia de Servicios de Salud)	817
10.9.3.1. Medicina prepaga	818
10.9.3.2. Telefonía celular	826
10.9.3.3. Servicios financieros o bancarios.....	827
10.9.3.3.1. La normativa del BCRA	828
10.9.3.3.2. La ley 25.065 de Tarjetas de Crédito	833
10.9.3.3.3. La ley 25.093 y la elección del notario en los contratos de consumo.....	834
10.10. Enumeración de cláusulas abusivas en el Derecho Comparado...	836
10.10.1. Unión Europea	836
10.10.2. Brasil	839
Art. 38. —Contrato de adhesión. Contratos en formularios.....	843
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	844
Comentario	844
1. Los contratos por adhesión	844
2. Deber de control por parte de las autoridades administrativas	847
3. Publicación en sitios web de modelos de contratos por adhesión a suscribir. Obligación de entrega de ejemplares en locales comerciales cuando los consumidores o usuarios lo soliciten	850
Art. 39. —Modificación contratos tipo.....	853
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	853
Comentario	853

	Pág.
CAPÍTULO X	
RESPONSABILIDAD POR DAÑOS	
Art. 40. —	855
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	855
Comentario	856
1. La autonomía del régimen de reparación de daños del Derecho del Consumidor.....	856
2. Ámbito de aplicación (daños originados en el riesgo o vicio de la cosa o de la prestación del servicio).....	858
3. Daños causados por robots, inteligencia artificial, <i>blockchain</i> , drones, etc.....	871
4. ¿El incumplimiento o la insolvencia del vendedor obliga al fabricante?	872
5. La problemática de las plataformas digitales de intermediación	877
6. Daños a resarcir y ausencia de límites cuantitativos y temporales	883
7. Legitimados activos.....	886
8. Legitimados pasivos.....	887
9. El carácter ajeno del daño como causal de liberación de responsabilidad y otras eximentes de importancia.....	892
10. La tutela preventiva.....	901
11. Reglas procesales especiales para los reclamos de daños a los consumidores.....	904
Art. 40 bis. —Daño directo	905
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	906
Comentario	906
1. El daño directo: noción, alcance y reparos constitucionales.....	906
2. ¿Quién puede imponer la indemnización por daño directo?.....	912
3. El auditor en las relaciones de consumo	914
3.1. Generalidades.....	914
3.2. Requisitos que debe reunir el auditor	915
3.3. Características del cargo.....	915
3.4. Competencia del auditor en las relaciones de consumo	916
3.5. Otras facultades del auditor en las relaciones de consumo.....	918
3.6. Procedimiento ante el auditor en las relaciones de consumo....	918
3.6.1. Agotamiento de la instancia conciliatoria previa.....	918

	Pág.
3.6.2. Innecesariedad de asistencia letrada obligatoria.....	918
3.6.3. Forma del reclamo.....	919
3.6.4. Recusación o excusación del auditor.....	920
3.6.5. Citación a audiencia.....	921
3.6.6. Características y desarrollo de la audiencia.....	922
3.6.7. Causas complejas que exceden un marco de conocimiento amplio.....	923
3.6.8. Dictado de la resolución definitiva del caso.....	923
3.6.9. Recursos contra la resolución del auditor en las relaciones de consumo.....	925
3.6.10. Derecho de forma supletorio.....	925
4. Carácter ejecutivo del acto administrativo que determina la existencia de daño directo.....	926
5. Deducibilidad del monto del daño directo en caso de que se obtengan indemnizaciones en sede judicial.....	927
6. El daño directo en el ALDC.....	927

TÍTULO II

AUTORIDAD DE APLICACIÓN, PROCEDIMIENTO Y SANCIONES

CAPÍTULO XI

AUTORIDAD DE APLICACIÓN

Art. 41. —Aplicación nacional y local.....	931
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	931
Comentario.....	933
1. Autoridades de aplicación de la LDC.....	933
2. Autoridades nacionales.....	936
3. Autoridades provinciales.....	936
4. Autoridades municipales.....	938
5. Autoridades específicas de contralor en ciertas actividades.....	939
6. La Defensoría del Pueblo.....	942
7. Consejo Federal del Consumo (COFEDEC).....	942
8. La cooperación entre autoridades de aplicación de diferentes países.....	945
9. ¿Sobre qué normas ejerce su función la autoridad de aplicación de la LDC?.....	945

	Pág.
Art. 42. —Facultades concurrentes	947
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	947
Comentario	947
Art. 43. —Facultades y atribuciones.....	951
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	952
Comentario	952
1. Facultades de la autoridad de aplicación de la LDC	952
2. Enumeración de las facultades	953
2.1. Proponer la reglamentación de la LDC	953
2.2. Fomentar el consumo sustentable con protección del medio ambiente	954
2.3. Mantener un registro nacional de asociaciones de consumidores.....	954
2.4. Recibir y dar curso a inquietudes y denuncias de consumidores	955
2.5. Realizar inspecciones y pericias	955
2.6. Solicitar informes y opiniones a entidades públicas y privadas.	956
2.7. Disponer la celebración de audiencias	956
2.8. Funciones que agrega el ALDC	956
3. Facultades de la autoridad de aplicación nacional que se pueden delegar a las autoridades locales.....	957
Art. 44. —Auxilio de la fuerza pública.....	959
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	959
Comentario	959

CAPÍTULO XII

PROCEDIMIENTO Y SANCIONES

Art. 45. —Actuaciones administrativas.....	961
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	964
Comentario	966
1. El actual texto del art. 45, LDC	966
2. Encuadre y límites de las actuaciones administrativas por infracciones a la LDC	967

	Pág.
3. El procedimiento administrativo ante la autoridad de aplicación de la LDC.....	968
3.1. Modalidades de inicio.....	968
3.2. Innecesariedad de patrocinio letrado	969
3.3. Supresión de la instancia de conciliación ante la autoridad de contralor.....	969
3.3.1. Características generales del Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo (COPREC).....	971
3.3.1.1. Creación y ámbito territorial de actuación	971
3.3.1.2. Reclamos que se pueden plantear ante el COPREC.....	972
3.3.1.3. Carácter previo y obligatorio de la conciliación .	974
3.3.1.4. ¿Quiénes son los conciliadores del COPREC?	974
3.3.1.5. Gratuidad del procedimiento conciliatorio a favor del consumidor	977
3.3.1.6. Asistencia letrada no obligatoria.....	978
3.3.2. El procedimiento ante el COPREC	980
3.3.2.1. Competencia	980
3.3.2.2. Formulación del reclamo	981
3.3.2.3. Prohibición de iniciar más de un reclamo por la misma causa	982
3.3.2.4. Designación del conciliador. Recusación y excusación	982
3.3.2.5. Celeridad en el procedimiento.....	983
3.3.2.6. Comunicaciones electrónicas	984
3.3.2.7. Notificaciones	984
3.3.2.8. Comparecencia personal a las audiencias. Excepciones	985
3.3.2.9. Incomparecencia del proveedor a la audiencia..	986
3.3.2.10. Confidencialidad de las audiencias	987
3.3.2.11. Acuerdo conciliatorio. Necesidad de homologación. Ejecución judicial en caso de incumplimiento	988
3.3.2.12. Acuerdo conciliatorio celebrado sin la presencia de la persona física impedida de concurrir a la audiencia.....	991
3.3.2.13. Conciliación concluida sin acuerdo entre partes.....	991
3.3.2.14. Principios rectores y normas supletorias para el procedimiento ante el COPREC	993
3.3.3. Financiamiento del COPREC.....	993
3.3.4. El Defensor del Cliente.....	994

	Pág.
3.3.5. La conciliación <i>online</i>	998
3.3.6. Los acuerdos conciliatorios y la suspensión del procedimiento administrativo.....	998
3.4. Desestimación de la denuncia y rol del consumidor durante el procedimiento	999
3.5. Carácter público del procedimiento.....	1001
3.6. Labramiento de acta y acompañamiento de prueba documental	1001
3.7. Citación para efectuar descargo y ofrecer pruebas. Acreditación de personería.....	1001
3.8. Procedimiento recursivo en caso de denegación de medidas de prueba	1003
3.9. Producción de la prueba. Plazo. Prórroga.....	1003
3.10. Ordenamiento de medidas preventivas	1004
3.11. Dictado de la resolución definitiva	1005
3.12. Aplicación analógica de la ley 19.549, del CPCCN y del CPPN ..	1006
3.13. Obligación de la CABA y de las provincias de dictar sus propias normas procedimentales.....	1007
3.14. Recursos a entablar contra la resolución definitiva de la autoridad de aplicación	1008
3.14.1. El recurso directo y lo que se puede impugnar	1008
3.14.2. Juez competente	1008
3.14.3. Plazo y características del recurso. Consagración del principio <i>solve et repete</i>	1011
Art. 46. —Incumplimiento de acuerdos conciliatorios	1015
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1015
Comentario	1015
Art. 47. —Sanciones	1017
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1018
Comentario	1018
1. Carácter formal de las infracciones	1018
2. Las sanciones administrativas.....	1019
3. Enumeración	1021
3.1. Apercibimiento.....	1021
3.2. Multa	1022
3.3. Decomiso	1022
3.4. Clausura del establecimiento o suspensión del servicio afectado ...	1024

	Pág.
3.5. Suspensión del infractor en los registros de proveedores del Estado.....	1024
3.6. Pérdida de concesiones, privilegios, regímenes impositivos o créditos especiales	1025
3.7. Publicación de la resolución condenatoria o de su síntesis	1025
3.8. La contrapublicidad.....	1028
3.9. Otras sanciones	1029
3.10. ¿Pueden las jurisdicciones locales crear otras sanciones?	1029
4. El Derecho Penal del Consumo.....	1029
Art. 48. —Denuncias maliciosas	1031
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1031
Comentario	1031
1. Denuncias maliciosas o “sin justa causa”	1031
2. Sustanciación previa	1033
3. Sanciones aplicables	1034
Art. 49. —Aplicación y graduación de las sanciones	1035
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1035
Comentario	1036
1. Pautas de graduación de las sanciones	1036
1.1. Daño causado al consumidor	1036
1.2. Posición en el mercado del infractor	1036
1.3. Cuantía del beneficio obtenido por el infractor.....	1037
1.4. Grado de intencionalidad que exhiba la conducta del proveedor sancionado.....	1038
1.5. Gravedad de los riesgos o perjuicios sociales derivados de la infracción y su generalización	1038
1.6. Reincidencia	1038
1.7. Demás circunstancias relevantes del hecho	1040
Art. 50. —Prescripción	1043
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1043
Comentario	1044
1. La reforma del art. 50, LDC.....	1044
2. Ámbito de aplicación	1045
2.1. Sanciones y acciones administrativas	1045
2.2. Acciones judiciales.....	1049

	Pág.
2.2.1. Interpretación del art. 50, LDC, con anterioridad a la sanción de la ley 26.994	1050
2.2.2. Interpretación del art. 50, LDC, con posterioridad a la sanción de la ley 26.994	1054
3. Interrupción y suspensión de la prescripción	1059
4. Plazos de prescripción en curso	1062
5. ¿Cuándo prescriben las acciones que buscan que se restituya lo cobrado indebidamente?.....	1066
6. El plazo de prescripción de las acciones del proveedor contra el consumidor	1068
7. La prescripción en el Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor.....	1069
Art. 51. —Comisión de un delito	1073
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1073
Comentario	1073

CAPÍTULO XIII
DE LAS ACCIONES

Art. 52. —Acciones judiciales	1075
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1076
Comentario	1076
1. Posibilidad de entablar acciones judiciales cuando se afecten o amenacen derechos del consumidor	1076
2. Innecesariedad de efectuar el reclamo administrativo previo	1077
3. Legitimación activa	1078
3.1. El consumidor o usuario.....	1078
3.2. Las asociaciones de consumidores y usuarios.....	1079
3.3. Las autoridades de aplicación (nacional o locales).....	1081
3.4. El Defensor del Pueblo.....	1082
3.5. El Ministerio Público Fiscal	1084
Art. 52 bis. —Daño punitivo	1087
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1087
Comentario	1088

	Pág.
1. Generalidades. Regulación legal de los daños punitivos en las leyes de Defensa del Consumidor y de Defensa de la Competencia.....	1088
2. La denominación de la figura.....	1094
3. La naturaleza sancionatoria de los daños punitivos	1098
4. Origen legal necesario	1100
5. Finalidades: disuasión (principal) y castigo (accesoria).....	1102
6. Requisitos de admisibilidad	1106
7. Pautas de graduación.....	1114
8. Carácter excepcional.....	1120
9. Carácter accesorio.....	1122
10. Necesidad de instancia de parte	1126
11. Destino de la multa civil	1128
12. Los daños punitivos, ¿deben respetar alguna proporción? Conveniencia o no de “topes”	1133
13. ¿Puede la condena por daños punitivos consistir en algo diferente al dinero?.....	1142
14. ¿Responsabilidad solidaria por daños punitivos?	1144
15. La extensión de responsabilidad por daños punitivos.....	1145
16. Momento para pedir la aplicación de la sanción.....	1149
17. Aplicación de varias multas civiles por el mismo hecho.....	1151
18. No limitación de la figura a supuestos de “ilícitos lucrativos”	1151
19. El debate sobre la asegurable de los daños punitivos	1154
20. ¿Inconstitucionalidad de los daños punitivos?.....	1158
21. ¿Se pueden pedir daños punitivos mediante acciones colectivas?.....	1160
22. La utilización de fórmulas aritméticas para cuantificar la multa civil	1162
23. Cómputo de los intereses en el daño punitivo.....	1163
24. Panorama de la aplicación jurisprudencial de los daños punitivos en la Argentina a más de diez años de su vigencia	1164
24.1. Planteo preliminar	1164
24.2. Monto global de condenas hasta el momento.....	1164
24.3. Algunos datos prácticos de interés	1174
24.4. Conductas castigadas con daños punitivos a nivel jurisprudencial.....	1189
24.5. ¿Por qué se han aplicado tan poco los daños punitivos en la Argentina hasta el momento? Posible solución a esta situación	1205
25. La sanción punitiva del Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor	1214

	Pág.
Art. 53. —Normas del proceso.....	1219
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1219
Comentario	1221
1. Soluciones procesales en materia de consumo	1221
2. Fuero competente	1222
3. La Justicia Nacional en las Relaciones de Consumo	1224
3.1. Conformación.....	1225
3.2. Competencia	1226
3.3. El proceso ante la Justicia Nacional en las Relaciones de Consumo	1230
3.3.1. Legitimación activa.....	1230
3.3.2. Principios procesales que rigen en las causas a tramitarse en este fuero	1231
3.3.3. Características generales del proceso ante la Justicia Nacional en las Relaciones de Consumo	1232
4. Proceso de conocimiento más abreviado que rija en la jurisdicción..	1237
5. Intervención de terceros en el proceso.....	1239
6. Acreditación del carácter de representante de consumidores	1240
7. Deberes del proveedor en materia probatoria.....	1240
8. El beneficio de justicia gratuita y su alcance	1244
 Art. 54. —Acciones de incidencia colectiva	 1257
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1258
Comentario	1258
1. Las acciones colectivas. La jurisprudencia de la CSJN.....	1258
2. La regulación de algunos aspectos de los procesos colectivos en la LDC.....	1279
2.1. Acuerdos conciliatorios o transaccionales colectivos. Trámite y requisitos.....	1280
2.2. Impugnación de acuerdos transaccionales ya homologados cuya ejecución produce perjuicios a los consumidores representados	1284
2.3. Efectos. Carácter expansivo de la cosa juzgada. Excepción.....	1287
2.4. Publicidad de las acciones colectivas	1290
2.5. El Registro de Acciones Colectivas. Las acordadas 32/2014 y 12/2016 y de la CSJN	1292
2.6. Ejecución de la sentencia y posible insolvencia del proveedor....	1300
2.7. ¿Necesidad de mediación previa?	1301

	Pág.
2.8. Diligencias preliminares.....	1302
2.9. Intervención de <i>amicus curiae</i> en procesos colectivos	1302
2.10. El tipo de trámite para los procesos colectivos de consumo	1303
2.11. ¿Se puede reclamar daño moral en las acciones colectivas?.....	1303
2.12. La caducidad de instancia en los procesos colectivos	1304
2.13. Los procesos colectivos de carácter internacional	1305
2.14. Lineamientos principales de la regulación del proceso colectivo en el Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor y del Borrador de Anteproyecto de Ley de Procesos Colectivos del Programa “Justicia 2020”	1305
Art. 54 bis. —	1313
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1313
Comentario	1313

CAPÍTULO XIV

DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

Art. 55. —Legitimación	1317
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1317
Comentario	1318
1. Las asociaciones de defensa de los derechos de consumidores y usuarios	1318
2. Necesidad de que sean reconocidas por la autoridad de aplicación..	1319
3. Consejo asesor para evaluar el “comportamiento ético” de las asociaciones de consumidores	1320
4. Concesión del beneficio de justicia gratuita	1321
5. ¿Quiénes pueden ser miembros de las asociaciones de consumidores?	1322
Art. 56. —Autorización para funcionar	1323
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1324
Comentario	1324
1. Autorización para funcionar	1324
2. Finalidades de las asociaciones de consumidores y usuarios	1325
3. Normas que deben respetar las asociaciones de consumidores para funcionar	1326
4. Uniones o federaciones de asociaciones de consumidores	1331

	Pág.
Art. 57. —Requisitos para obtener el reconocimiento	1333
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1333
Comentario	1334
1. Deberes de abstención y otros adicionales a cargo de las asociaciones.....	1334
2. La baja de la personería jurídica. Su suspensión. Suspensión de contribuciones	1335
Art. 58. —Promoción de reclamos.....	1337
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1337
Comentario	1337

CAPÍTULO XV

ARBITRAJE

Art. 59. —Tribunales arbitrales.....	1339
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1339
Comentario	1340
1. El arbitraje como mecanismo de solución de conflictos de consumo	1340
2. El Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo (SNAC)	1344
2.1. Organización y composición de los Tribunales Arbitrales de Consumo.....	1345
2.1.1. Árbitros institucionales y sectoriales.....	1345
3. Oferta Pública de Adhesión al Sistema.....	1347
4. Cuestiones arbitrables	1349
5. Procedimiento arbitral.....	1350
6. Arbitraje de amigables componedores.....	1355
7. Arbitraje de derecho.....	1357
8. Procedimiento especial ante Tribunal Arbitral compuesto por un solo árbitro	1358
9. Ley procesal que rige el procedimiento arbitral	1359
10. Las cláusulas compromisorias y su validez.....	1359
11. El arbitraje “virtual”	1360
12. El arbitraje turístico.....	1362

TÍTULO III
DISPOSICIONES FINALES

CAPÍTULO XVI
EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR

Art. 60. — Planes educativos	1365
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1365
Comentario	1366
1. La educación al consumidor	1366
2. Inclusión de esos contenidos en los distintos niveles de enseñanza ..	1366
3. Sujetos obligados.....	1368
4. La obligación de fomento estatal de la formación de asociaciones de consumidores y usuarios.....	1368
5. Conmemoración del “día del consumidor”	1368
6. La educación en el Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor	1369
Art. 61. — Formación del consumidor.....	1371
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1371
Comentario	1372
Art. 62. — Contribuciones estatales	1373
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1373
Comentario	1373

CAPÍTULO XVII
DISPOSICIONES FINALES

Art. 63. —	1375
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1375
Comentario	1376
1. Aplicación supletoria de la LDC al contrato de transporte aéreo. Aplicación directa de las normas consumeriles del CCyCN.....	1376

	Pág.
2. ¿Es inconstitucional el tratamiento diferenciado previsto por el art. 63, LDC?.....	1386
Art. 64. —	1387
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1387
Comentario	1387
Art. 65. —	1389
Otras normas (fuera de la LDC) incluidas o mencionadas en el análisis de este artículo.....	1389
Comentario	1389
Art. 66. —	1393
BIBLIOGRAFÍA	1395
JURISPRUDENCIA	1437