



## ÍNDICE

Prólogo	VII
<b>Introducción</b>	
I. Planteo inicial	1
II. Metodología de la obra	5
<b>Capítulo I Marco Teórico</b>	
1.1. El Derecho del Consumidor: antecedentes, nacimiento y expansión	9
1.2. El Derecho del Consumidor en Argentina	15
1.3. Los intereses colectivos: el Derecho del Consumidor como visión superadora	18
1.4. El mandato constitucional de protección del consumidor	22
1.5. La protección de consumidor es un principio general del Derecho	23
1.6. El Derecho del Consumidor y la teoría del contrato	25
1.7. Aproximación tipológica. Contratos negociados y predispuestos. Contratos tradicionales, de empresa y de consumo	26
<b>Capítulo II Evolución de la Teoría Contractual: del Contrato Tradicional al Contrato de Consumo</b>	
2.1. El contrato en su concepción tradicional. Autonomía de la voluntad y fuerza vinculante	31
2.2. El cambio de paradigma	33
2.3. Intervención estatal en el mercado contractual	35
2.4. Revisión del contrato	37
2.5. Función social del contrato	39
2.6. El nuevo paradigma: el contrato de consumo	40
<b>Capítulo III Regulación del Contrato de Consumo</b>	
3.1. El estatuto del consumidor	43
3.2. La Ley de Defensa del Consumidor	44
3.3. Integración normativa del estatuto del consumidor	46
3.4. Principios fundamentales de los contratos de consumo	49
3.4.1. Principio "favor debilis"	50
3.4.2. Principio protectorio	52
3.4.3. Principio de equidad.	54
3.4.4. Principio de confianza	55
3.4.5. Principio de transparencia	57
3.4.6. Principio de seguridad	59
<b>Capítulo IV Caracterización del Contrato de Consumo</b>	
4.1. Contrato por adhesión, cláusulas predispuestas y condiciones generales de contratación	61
4.2. El contrato de consumo como contrato por adhesión	65
4.3. El contrato de consumo y el fenómeno de la conexidad contractual	66
4.4. Relación de consumo y contrato de consumo: delimitación conceptual	67

4.5. Ámbito subjetivo de aplicación: sujetos activos y pasivos	70
4.5.1. La noción de consumidor y sus diversas categorías	70
4.5.2. Exclusiones. Caso del consumidor empresario	74
4.5.3. La noción de proveedor	78
4.6. Ámbito objetivo de aplicación: operaciones comprendidas	80
4.7. Caracteres jurídicos del contrato de consumo	83
4.8. Contenido del contrato de consumo	85
4.9. Aplicaciones del tipo contractual de consumo	87

## **Capítulo V**

### **Consentimiento en el Contrato de Consumo**

5.1. Formación del contrato de consumo	93
5.2. Consentimiento y asentimiento	95
5.3. Deberes de conducta emplazados en la etapa formativa	97
5.3.1. Deber de información	97
5.3.2. Deber de trato equitativo y digno	100
5.4. Régimen especial de la oferta y de la aceptación	102
5.4.1. Eficacia de la oferta al público	102
5.4.2. Revocabilidad de la aceptación	106
5.5. Efectos jurídicos de la publicidad	110
5.6. Otras prácticas comerciales en el período de formación	117
5.6.1. Propuesta fuera del establecimiento del proveedor	118
5.6.2. Imposición de prestaciones mediante cargos automáticos	121
5.6.3. Promociones con premios o sorteos	123

## **Capítulo VI**

### **Objeto del Contrato de Consumo**

6.1. Operaciones jurídicas comprendidas	125
6.2. Provisión de bienes	127
6.3. Prestación de servicios	130
6.4. Casos particulares	134
6.4.1. Servicios públicos domiciliarios	134
6.4.2. Operaciones de crédito al consumo	140

## **Capítulo VII**

### **Causa del Contrato de Consumo**

7.1. Fines típicos del contrato de consumo	147
7.2. Frustración del fin del contrato de consumo	150
7.3. Conexidad contractual y causa sistemática del contrato de consumo	153

## **Capítulo VIII**

### **Forma y Prueba del Contrato de Consumo**

8.1. El neoformalismo en el Derecho del Consumidor	161
8.2. Recaudos formales impuestos por la LDC	163
8.2.1. Forma escrita	164
8.2.2. Contenidos mínimos imperativos	166
8.2.3. Pluralidad de ejemplares	167
8.2.4. Requisitos de claridad y precisión	168
8.2.5. Exigencia de idioma nacional	169
8.3. Formalidades especiales para ciertos contratos de consumo	169
8.4. Aspectos probatorios del contrato de consumo	171

<b>Capítulo IX</b>	
<b>Interpretación del Contrato de Consumo</b>	
9.1. Interpretación, control de incorporación, control de contenido e integración	177
9.2. Reglas interpretativas de los contratos predispuestos	179
9.2.1. Interpretación "contra proferentem"	180
9.2.2. Regla de la prevalencia	182
9.2.3. Pautas adicionales	183
9.3. Principio de interpretación favorable al consumidor	184

<b>Capítulo X</b>	
<b>Revisión del Contrato de Consumo: Las Cláusulas Abusivas</b>	
10.1. Revisión del contenido clausular	189
10.2. Cláusulas abusivas (en general)	191
10.2.1. Antecedentes	191
10.2.2. Caracterización y delimitación	192
10.2.3. Técnicas regulatorias. Método adoptado por la LDC	195
10.2.4. Efectos: nulidad parcial e integración	198
10.3. Cláusulas abusivas (en particular)	200
10.4. Mecanismos de control de las cláusulas contractuales	208

<b>Capítulo XI</b>	
<b>Responsabilidad por Incumplimiento</b>	
11.1. Esquema general de la responsabilidad en la LDC	211
11.2. Incumplimiento contractual del proveedor	214
11.3. Responsabilidad por daños derivados de productos y servicios	216
11.3.1. El deber de seguridad en las relaciones de consumo	216
11.3.2. La responsabilidad por productos	220
11.3.3. Panorama de la cuestión en el Derecho Argentino	222
11.3.4. Ámbito de aplicación	225
11.3.5. Legitimación activa	229
11.3.6. Legitimación pasiva	229
11.3.7. Factor de atribución y eximentes	232
11.3.8. Los riesgos de desarrollo	235
11.4. Daño punitivo	239
11.5. Liquidación de daños en sede administrativa ("daño directo")	245
11.6. Garantías legales sobre bienes y servicios	248
11.6.1. Garantía sobre bienes	249
11.6.2. Garantía por vicios redhibitorios	253
11.6.3. Garantía sobre servicios	254

<b>Apéndice Normativo</b>	
Ley de Defensa del Consumidor (Nº 24.240)	259
Defensa del Consumidor - Decreto 1798/94	287
Defensa del Consumidor - Resolución 906/98	295
Defensa del Consumidor - Resolución 53/2003	299
Defensa del Consumidor - Resolución 9/2004	303

<b>Bibliografía</b>	309
---------------------	-----