

# ÍNDICE GENERAL

<b>PALABRAS PREVIAS DEL DIRECTOR</b>	7
<b>ABREVIATURAS</b>	19

1 DOCTRINA

A. DOCTRINA GENERAL

1

LA RELACIÓN JURÍDICA DE CONSUMO Y SUS LÍMITES

ESTEBAN JAVIER ARIAS CÁU

§ 1. Generalidades	27
§ 2. La relación jurídica de consumo	29
a) Punto de partida	29
b) Nuestra definición	30
c) Algunos conceptos en crisis	31
d) Conclusión provisoria	33
§ 3. Límites expresos	34
a) Profesionales liberales	34
b) Derecho comparado	35
c) Propuesta	36
§ 4. Límites implícitos	36
a) Consumidores	37
1. Consumidor empresario (consumidor mixto)	37
I. Consumidor empresario como persona humana	37
II. Consumidor empresario como persona jurídica	38
2. El Estado como consumidor	41

b) Proveedores ..... 41

1. El Estado como proveedor cuando preste actividades esenciales o de fuente constitucional (justicia, seguridad y defensa) ..... 44

2. El Estado como proveedor: prestaciones no esenciales pero de importancia social (construcción de vivienda social, educación) ..... 44

3. La aplicación de la Ley de Defensa del Consumidor al ámbito laboral (ART) ..... 48

§ 5. Conclusiones ..... 50

a) *De lege lata* ..... 50

b) *De lege ferenda* ..... 51

**2**

**«FIAT VOLUNTAS TUA». REFLEXIONES EN TORNO AL DETERMINISMO ALGORÍTMICO, EL AUXILIO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS DECISIONES DE LOS CONSUMIDORES, SU LIBERTAD Y AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD**

JOHANNA CATERINA FALIERO

§ 1. Introducción ..... 53

§ 2. Las grandes problemáticas de la inteligencia artificial en la materia consumeril desde la perspectiva jurídica ..... 55

§ 3. Reflexiones finales. «*Fiat voluntas tua*» ..... 58

**3**

**PREVISIONES SUPUESTAS ¿PREVISIBLES? EN LOS PRÉSTAMOS**

MIGUEL ÁNGEL MARTÍN

§ 1. Consideraciones preliminares ..... 61

§ 2. Términos clave ..... 62

§ 3. Sistemas de adecuación ..... 63

§ 4. Fallo sobre teoría de la imprevisión y teoría del esfuerzo compartido ..... 65

§ 5. Teoría de la imprevisión ..... 73

§ 6. Expectativas de los participantes del crédito ..... 74

§ 7. Consideraciones finales ..... 76

**4**

**ACTUALIDAD DEL CONFLICTO EN LA EJECUCIÓN DE «PAGARÉS DE CONSUMO»**

JOSÉ H. SAHIÁN

§ 1. Primera aproximación: dimensión constitucional de los derechos de los consumidores en juego ..... 79

a) Tutela efectiva ..... 79

b) Otros derechos involucrados ..... 82

**ÍNDICE GENERAL**

11

§ 2. Análisis teórico del pagaré de consumo .....	83
§ 3. Problemática equivalente en el derecho comparado .....	87
§ 4. Respuestas posibles al pagaré de consumo .....	90
a) Postura mercantilista .....	90
b) Tesis consumerista .....	92
c) Posición intermedia .....	94
§ 5. Reflexiones finales .....	100

*B. CONTRATOS DE CONSUMO*

**1**

**RELACIÓN DE CONSUMO FINANCIERA**

MACARENA AGUYARO VALENZUELA

§ 1. Introito .....	105
§ 2. Las relaciones de consumo .....	106
§ 3. El consumidor, los usuarios financieros y la contratación .....	108
a) ¿El ahorrista como consumidor? .....	108
b) Del espíritu legislativo .....	112
1. El concepto de ahorrista y su límite .....	113
2. Delimitación en función del bien .....	114
§ 4. El proveedor, el caso de los agentes liquidadores y compensadores .....	115
— La publicidad dentro de las páginas web .....	115
§ 5. Normativa involucrada .....	117
§ 6. Hablemos del derecho comparado .....	118
a) Mercosur .....	118
b) Europa .....	119
§ 7. Conclusión .....	120

**2**

**LA ILEGALIDAD DE LA CLÁUSULA DE SUSPENSIÓN  
DE COBERTURA AUTOMÁTICA POR FALTA DE PAGO  
DE LA PRIMA. «LA MORA INFORMADA»,  
UNA TENDENCIA JURISPRUDENCIAL  
QUE SE CONSOLIDA**

DIEGO SEBASTIÁN GONZÁLEZ VILA

§ 1. Introducción .....	123
§ 2. El derecho de información de rango constitucional es correlativamente una obligación constitucional del proveedor de bienes y servicios .....	124
§ 3. La inaplicabilidad de las resoluciones de la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN) que aprueban las cláusulas de mora automática y “desinformada” .....	134

§ 4. El deber de información como factor de atribución objetivo agravado (art. 10 *bis*, LDC). La ubérrima buena fe en los contratos de seguros y la sanción de nulidad por falta de información (art. 37, último párrafo, LDC) ----- 147

§ 5. La falacia “monumental” de la insuficiencia de los fondos de primas ----- 152

§ 6. La práctica habitual de otros proveedores de bienes y servicios ----- 155

§ 7. Conclusiones ----- 157

3

**PLANES DE AHORRO  
PARA ADQUISICIÓN DE AUTOMOTORES  
Y EL ESFUERZO COMPARTIDO**

JUAN CARLOS PANDIELLA MOLINA

§ 1. Introducción ----- 159

§ 2. Planes de ahorro ----- 160

§ 3. Teoría de la imprevisión ----- 163

§ 4. Daño punitivo ----- 164

§ 5. Reflexiones finales ----- 170

4

**CONSUMIDORES HIPERVULNERABLES:  
RECEPCIÓN JURISPRUDENCIAL**

GABRIELA A. ABAD

§ 1. Introducción ----- 173

§ 2. Consumidores hipervulnerables ----- 173

§ 3. Recepción jurisprudencial de la hipervulnerabilidad de los consumidores ----- 176

    a) Consumidores digitales: vulnerabilidad agravada ----- 176

    b) Hipervulnerabilidad y las circunstancias personales del consumidor ----- 178

    c) Hipervulnerabilidad por discapacidad física ----- 180

    d) Hipervulnerabilidad por la condición de persona migrante o turista ----- 180

§ 4. Conclusión ----- 183

C. COMERCIO ELECTRÓNICO

1

**COMUNICACIÓN «A» 7724 BCRA, «REQUISITOS MÍNIMOS  
PARA LA GESTIÓN Y CONTROL DE LOS RIESGOS  
DE TECNOLOGÍA Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN»**

MARÍA LUZ ALE

§ 1. Introducción ----- 187

§ 2. Legislación precedente. Comparación	188
§ 3. Análisis y resumen de puntos relevantes de las secciones de la Comunicación "A" 7724 BCRA	189
a) Sección 2ª, "Gobierno de tecnología y seguridad de la información"	189
1. Directorio	189
2. Alta gerencia	190
3. Áreas de tecnología y seguridad de la información	191
b) Sección 3ª, "Gestión de riesgos de la tecnología de la información y seguridad de la información"	192
c) Sección 4ª, "Gestión de la tecnología de información"	193
1. Gestión de datos	193
2. Del uso de inteligencia artificial y tecnología por las entidades o terceros ( <i>machine learning, software, algoritmos, inteligencia artificial en sus procesos y proyectos</i> )	194
d) Sección 5ª, "Gestión de seguridad de la información"	196
1. Marco de seguridad de la información	196
2. Programas de capacitación y concientización	197
3. Medidas de control de acceso	197
4. Métodos de autenticación	197
I. Requisitos generales. Implementación de métodos de autenticación	197
II. Datos biométricos	197
e) Sección 8ª, "Gestión de ciberincidentes"	200
§ 4. Implicancias con la ley 24.240 de Defensa del Consumidor	201
— Ley 24.240	201
1. Deber de seguridad (arts. 5º y 6º, LDC y 42, CN)	201
2. Deber de información (arts. 4º, LDC; 1100, CCCN y 42, CN)	202
3. Deber de trato digno no discriminatorio (arts. 8º bis, ley 24.240; 1097, CCCN; 42, CN)	202
§ 5. Implicancias con la ley 25.326 de Protección de Datos Personales	203
§ 6. Colofón	206
a) Observaciones	206
b) Derechos	207

## **2**

### **TECNOLOGÍA, VULNERABILIDAD Y PROTECCIÓN COLECTIVA EN CABA**

VERÓNICA O. ÁLVAREZ

§ 1. Introducción	209
§ 2. Avance tecnológico y efectos colaterales	211
a) Los nuevos "cuentos del tío" digital	211
b) Inteligencia artificial	215
§ 3. Propuestas y acciones para minimizar el impacto social	217
a) Propuestas generales	218

b) Acciones públicas ..... 219

c) Acciones judiciales. Procesos colectivos ..... 220

§ 4. Conclusión integrativa ..... 229

D. DAÑOS EN LAS RELACIONES  
DE CONSUMO

1

NUEVAS REFLEXIONES  
SOBRE EL DAÑO PUNITIVO  
CARLOS EDUARDO TAMBUSSI

..... 233

2

EL CONSUMIDOR FRENTE  
A LA INSOLVENCIA DE SU PROVEEDOR.  
NOTAS SOBRE EL RECONOCIMIENTO  
DEL CRÉDITO DE CONSUMO  
EN CONCURSOS PREVENTIVOS  
Y QUIEBRAS  
ALFREDO ALESIO EGUIAZU

§ 1. Introducción ..... 245

§ 2. Algunas notas o principios propios de los procesos concursales y su relación con el  
consumo ..... 247

§ 3. El consumidor frente a la insolvencia de su proveedor ..... 247

§ 4. La protección de ciertos créditos en los procesos de crisis. Los privilegios ..... 248

§ 5. Criterios de las preferencias en el cobro ..... 249

§ 6. El llamado acreedor involuntario ..... 249

§ 7. La insinuación del crédito con causa en una relación de consumo. Sus vías de recono-  
cimiento ..... 251

§ 8. La insinuación tempestiva y tardía del crédito de consumo ..... 252

§ 9. Prieta síntesis del proceso de verificación tempestiva ..... 252

§ 10. Inicio de procesos de conocimiento después de iniciado el proceso concursal o fa-  
lencial ..... 253

§ 11. El proceso de conocimiento en trámite ..... 253

§ 12. El juez competente en materia de consumo ..... 255

§ 13. Prescripción. Plazos y norma aplicables. Criterio rector ..... 255

§ 14. «In dubio pro consumidor» y la insinuación del crédito de consumo ..... 258

§ 15. El principio de gratuidad y el crédito de consumo ..... 260

§ 16. Excepciones al pago del arancel verificadorio ..... 260

§ 17. Costas causídicas y la gratuidad para el acreedor consumidor ..... 261

§ 18. El daño punitivo como rubro integrante del crédito de consumo como multa o sanción y su inclusión en el crédito insinuado ..... 263

§ 19. A modo de conclusión ..... 267

E. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y JUDICIAL

1

**ETAPA PREVIA EN LOS CONFLICTOS DE CONSUMO. ANÁLISIS DE LOS SISTEMAS QUE HABILITAN LA INSTANCIA JUDICIAL EN EL ÁMBITO NACIONAL Y DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES**

BRENDA BOCCHICCHIO

§ 1. Introducción ..... 271

§ 2. Mediación prejudicial obligatoria ..... 273

    a) Ley que la regula ..... 273

    b) Elección del mediador ..... 273

    c) Orden público ..... 274

    d) Confidencialidad ..... 275

    e) Obligación de comparecencia. Multa ..... 275

    f) Obligación de patrocinio ..... 276

    g) Honorarios del letrado y mediador ..... 276

    h) Prescripción y caducidad ..... 276

    i) Citación de terceros ..... 277

§ 3. Servicio de conciliación previa en las relaciones de consumo (COPREC) ..... 277

    a) Ley que la regula ..... 278

    b) Elección del conciliador ..... 279

    c) Orden público ..... 279

    d) Confidencialidad ..... 280

    e) Obligación de comparecencia. Multa ..... 280

    f) Obligación de patrocinio ..... 281

    g) Honorarios del letrado y el conciliador ..... 281

    h) Prescripción y caducidad ..... 282

    i) Citación de terceros ..... 283

§ 4. Servicio de conciliación para las relaciones de consumo del Consejo de la Magistratura del Poder Judicial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (SCJCABA) ..... 283

    a) Ley que la regula ..... 284

    b) Elección del conciliador ..... 284

    c) Orden público ..... 285

    d) Confidencialidad ..... 285

    e) Obligación de comparecencia. Multa ..... 285

    f) Obligación de patrocinio ..... 286

    g) Honorarios de letrados y conciliadores ..... 286

    h) Prescripción y caducidad ..... 287

    i) Citación de terceros ..... 287

§ 5. Conclusiones ..... 288

2

GUÍA TEÓRICA-PRÁCTICA DEL PROCESO JUDICIAL  
EN LAS RELACIONES DE CONSUMO DE LA CIUDAD

MARÍA CANDELA RUANO

§ 1. Introducción ..... 291

§ 2. La justicia en las relaciones de consumo de la Ciudad ..... 291

    a) Competencia de la justicia local ..... 293

    b) Principios procesales que rigen el proceso consumeril de la Ciudad ..... 295

        1. Informalismo ..... 296

        2. Celeridad ..... 297

        3. Inmediatez ..... 297

        4. Concentración ..... 297

        5. Economía procesal ..... 298

        6. Oralidad ..... 298

        7. Gratuidad ..... 298

    c) Procesos judiciales de conocimiento previstos en el CPJRC ..... 302

        1. Proceso ordinario ..... 303

        2. Prueba ..... 306

        3. Audiencia de vista de causa ..... 307

        4. Proceso ampliado ..... 309

        5. Audiencia preliminar ..... 312

        6. Audiencia de vista de causa ..... 313

§ 3. Reflexiones finales ..... 319

F. ANÁLISIS INTERDISCIPLINARIO

1

EL «COMPLIANCE» Y LA ACCIÓN DIRECTA POR ABUSO  
DE POSICIÓN DOMINANTE COMO HERRAMIENTAS  
DEL SISTEMA PROTECTORIO CONSUMERISTA

MARTÍN DARÍO PETASNE

§ 1. Introducción ..... 323

§ 2. Compliance consumerista como medio de prevención en materia de defensa de la competencia ..... 324

§ 3. La acción directa por abuso de posición dominante. Un punto de conexión entre la defensa de la competencia y el sistema protectorio del consumidor ..... 326

§ 4. Cierre ..... 330

2

ASPECTOS PSICOSOCIALES EN EL ENDEUDAMIENTO

MARÍA DE LOS ÁNGELES VECCHIARELLI

§ 1. Consideraciones preliminares ..... 331



§ 2. Voces clave ..... 332

§ 3. Actitudes y emociones ..... 333

§ 4. Información ..... 335

§ 5. Evolución del endeudamiento ..... 338

§ 6. Consideraciones finales ..... 340

3

CONSUMO SEGURO Y SALUDABLE: UNA MIRADA LEGAL  
Y SOCIAL DE LAS PERSONAS CELÍACAS

MÓNICA COLMAN - NORBERTO DARCY

§ 1. Introducción ..... 341

§ 2. El marco constitucional y convencional: protección de los consumidores, derecho humano a la salud y a la alimentación adecuada ..... 342

§ 3. Desafíos actuales: superar barreras para una debida inclusión social ..... 345

§ 4. Análisis de la normativa nacional. Ley 26.588 (t.o. ley 27.196) ..... 345

§ 5. La reglamentación de la ley. Decr. 218/23 ..... 347

§ 6. Normativas provinciales ..... 350

§ 7. La ley 3373 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y normas complementarias ... 352

    a) Ley 4407. Opción menú libre de gluten. Obligatoriedad ..... 353

    b) Ley 5999. Promoción a establecimientos gastronómicos ..... 353

    c) Ley 6268. Menú apto celíacos en eventos masivos ..... 354

    d) Ley 6296. Opción libre de gluten en salones de fiesta ..... 355

§ 8. Algunas cuestiones sobre la publicidad y la difusión ..... 355

§ 9. Regulaciones sobre la información y publicidad de alimentos libres de gluten ..... 356

§ 10. Apuntes sobre la publicidad engañosa en materia de alimentos ..... 358

§ 11. Normativa internacional regional ..... 362

§ 12. Educación para el consumo ..... 363

§ 13. Conclusiones ..... 364

2 ANÁLISIS JURISPRUDENCIAL

A. NOVEDADES JURISPRUDENCIALES

1

DE LA ACTUALIZACIÓN DE LA SUMA ASEGURADA.  
NUEVA VUELTA DE ROSCA SOBRE UN TEMA CANDENTE

MARIANA BESSONE

§ 1. Introducción ..... 371

§ 2. Antecedentes jurisprudenciales. Seguro obligatorio automotor: el caso «Martínez» de la SCBA ..... 371

§ 3. Seguro obligatorio y voluntario: el caso «Rodríguez» de la CACCC Mar del Plata, Sala II ..... 372

§ 4. Una vuelta de rosca. Criterio superador ..... 377

§ 5. Conclusión ..... 378

**3 ACTUALIZACIÓN LEGISLATIVA**

**ANÁLISIS DE LA RESOLUCIÓN 87/2024  
DE LA SECRETARÍA DE COMERCIO DE LA NACIÓN**

CARLOS EDUARDO TAMBUSSI ..... 383

**BIBLIOGRAFÍA GENERAL** ..... 389