

**GABRIEL STIGLITZ  
JOSÉ SAHIÁN**

# **EL NUEVO DERECHO DEL CONSUMIDOR**

THOMSON REUTERS  
**LA LEY**

Stiglitz, Gabriel A.  
El nuevo derecho del consumidor / Gabriel A. Stiglitz;  
José Humberto Sahián. - 1a ed - Ciudad Autónoma de  
Buenos Aires: La Ley, 2020.  
416 p.; 24 x 17 cm.

ISBN 978-987-03-4034-8

I. Defensa del Consumidor. I. Sahián, José Humberto.  
II. Título.  
CDD 343.071

© Gabriel Stiglitz, 2020  
© José Sahián, 2020  
© de esta edición, La Ley S.A.E. e I., 2020  
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 470 ejemplares

ISBN 978-987-03-4034-8

SAP 42821220

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

# ÍNDICE GENERAL

---

Abreviaturas.....	XXI
Introducción al nuevo derecho del consumidor .....	XXIII
Código QR con información complementaria .....	XXVI

## PRIMERA PARTE

### DERECHO DEL CONSUMIDOR Y DIÁLOGO DE FUENTES

#### CAPÍTULO 1

#### EL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN EL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL DE LA NACIÓN

I. El derecho del consumidor en el Código Civil y Comercial .....	3
1. El sistema de protección jurídica. Avance progresivo y jerarquía...	3
2. Eficacia y estabilidad del sistema .....	4
3. El diálogo de fuentes .....	5
4. Fortalecimiento del principio protectorio .....	6
II. Las normas sobre defensa del consumidor que, a través del Código Civil y Comercial de la Nación, se incorporaron al sistema de protección jurídica.....	6
1. Normativas específicas sobre defensa del consumidor .....	7
2. Normativas generales, aplicables a la defensa del consumidor.....	7
3. Regulaciones particulares sobre relaciones de consumo .....	7
III. Normativas específicas del Código Civil y Comercial sobre defensa del consumidor. Teoría general del contrato y contratos de consumo .....	8
1. Contratos por adhesión.....	8
2. Conexidad contractual.....	8
3. Contratos de consumo. Prácticas abusivas .....	9

a) Contratos de consumo .....	9
b) Prácticas abusivas .....	9
4. Publicidad abusiva. Cesación de la publicidad ilícita y anuncios rectificatorios .....	10
5. Cláusulas abusivas .....	11
IV. Normativas generales del Código Civil y Comercial aplicables a la defensa del consumidor. Régimen general sobre responsabilidad civil .....	11
Código QR con información complementaria .....	13
1. Función preventiva de la responsabilidad civil .....	13
2. Daños resarcibles y legitimados activos .....	13
3. Pautas adicionales en el régimen de responsabilidad objetiva .....	14
4. La eliminación de la suspensión de la sentencia civil .....	14
V. Normativas del anteproyecto de Código Civil y Comercial sobre defensa del consumidor que fueron frustradas .....	15
VI. Plazos de prescripción .....	16
VII. Perspectivas desde el Código Civil y Comercial: defensa del consumidor y diálogo de fuentes .....	17

## CAPÍTULO 2

### BASES Y FUNDAMENTOS DEL PROYECTO DE CÓDIGO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

I. Razones para codificar el derecho del consumidor en la Argentina .....	21
II. Sistematización. Constitucionalización .....	22
III. Actualización del régimen .....	23
IV. Diálogo de fuentes. Código Civil y Comercial y Código de Defensa del Consumidor .....	24
V. Ensanchamiento del principio protectorio. Las políticas públicas .....	24
1. Principios .....	24
2. Políticas .....	25
VI. Normativas novedosas. Soluciones concretas .....	26
VII. Conclusiones .....	27

**SEGUNDA PARTE**  
**DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES**

**CAPÍTULO 3**

**DERECHO DE LOS CONSUMIDORES A LA INFORMACIÓN**

I. La garantía del derecho a la información de los consumidores en el derecho internacional.....	33
1. Naciones Unidas .....	33
2. Sistema interamericano de derechos humanos.....	36
3. Consejo de Europa .....	41
II. La defensa supranacional de la información de los consumidores .....	46
1. Mercosur .....	46
2. Unión Europea .....	48
III. La garantía constitucional del derecho a la información de los consumidores y usuarios .....	60
1. Constituciones latinoamericanas .....	60
2. Constituciones de los Estados parte de la Unión Europea .....	66
IV. Naturaleza del derecho a la información de los consumidores en el ordenamiento constitucional argentino .....	69
1. “Fundamentalidad” del derecho a la información de los consumidores.....	69
2. Dimensión convencional de los derechos de los consumidores .....	77

**CAPÍTULO 4**

**DERECHO A UN TRATO DIGNO Y EQUITATIVO**

I. Derecho a un trato equitativo y digno.....	81
1. Régimen constitucional .....	82
2. Dimensión convencional .....	86
3. Mercosur .....	90
4. Derecho internacional .....	90
5. Código Civil y Comercial.....	92
II. Manifestaciones del derecho a un trato equitativo y digno.....	97
1. Condiciones de trato digno .....	98
2. Prácticas vejatorias, vergonzantes o intimidatorias.....	99

III. Trato equitativo.....	101
IV. Casuística de prácticas comerciales prohibidas .....	106
V. Condiciones de vida “digna” .....	110

### TERCERA PARTE

## PRINCIPIOS DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR

### CAPÍTULO 5

#### EL PRINCIPIO ANTIDISCRIMINATORIO EN EL DERECHO DEL CONSUMIDOR

I. Introducción .....	117
II. Anclaje constitucional.....	119
III. Derecho internacional de los derechos humanos.....	120
IV. Ámbito internacional de los consumidores.....	123
V. Derecho de la integración.....	124
VI. Legislación nacional de defensa del consumidor .....	125
VII. Derecho comparado regional .....	126
VIII. Manifestaciones jurisprudenciales .....	128
1. Discapacidad (razones de salud).....	129
2. Económicos o sociales.....	133
3. Etarios .....	134
4. Étnicos .....	134
5. Género u orientación sexual.....	135
6. Nacionalidad .....	137
7. Religiosos.....	138
IX. Proyecto de Código de Defensa del Consumidor .....	138
X. Conclusión .....	140

### CAPÍTULO 6

#### CONTROL DEL ABUSO DE POSICIÓN DOMINANTE

I. Introducción: distintos mecanismos de tutela de la empresa débil .....	141
II. Libertad de empresa: dimensión constitucional.....	141

III. Distintos sistemas de protección del mercado .....	143
IV. El abuso de posición dominante en el Código Civil y Comercial.....	145
V. El abuso de posición dominante en la Ley de Defensa de la Competencia. Concepto de posición dominante.....	147
VI. Ámbito subjetivo .....	150
VII. Interés económico general .....	151
VIII. Mercado relevante .....	151
IX. Barreras de entrada .....	156
X. Tipos de abuso .....	158
XI. Casuística de formas de abuso.....	159
XII. Dependencia económica o teoría del contratante obligatorio .....	162
XIII. Conclusiones.....	166

## CUARTA PARTE

### EL ACCESO AL CONSUMO. LA EMERGENCIA SANITARIA

#### CAPÍTULO 7

##### EL DERECHO DE ACCESO AL CONSUMO. HIPERVULNERABLES. CONSUMO SUSTENTABLE

I. Consideraciones conceptuales generales del acceso al consumo.....	171
II. Derecho constitucional implícito.....	174
III. Otras fuentes normativas.....	179
IV. Conexión del “acceso al consumo” con otros derechos .....	181
1. Derecho a un trato equitativo y digno.....	181
2. Libertad de elección .....	184
3. Derechos humanos.....	186
4. Nivel de vida adecuado y medios de subsistencia .....	192
V. Contenido del acceso al consumo.....	193
1. Vivienda.....	194
2. Alimentación.....	198
3. Salud .....	200
4. Servicios públicos.....	202
VI. Consumidores hipervulnerables.....	205

VII. Acceso al consumo “sustentable” .....	209
1. Sustentabilidad.....	209
2. Vinculación entre ambiente y consumo .....	210

## CAPÍTULO 8

### ACCESO AL CONSUMO Y CONTROL DE PRECIOS

I. La defensa del consumidor careciente y el acceso al consumo .....	217
II. La tutela especial a los consumidores hipervulnerables .....	219
III. Los derechos de los consumidores y el acceso al consumo .....	222
1. Los derechos de los consumidores.....	222
2. Ampliación de los derechos de los consumidores. Acceso al consumo.....	223
IV. El derecho a “precios justos” como contenido del acceso al consumo .....	224
V. La emergencia y normativas sobre el acceso al consumo .....	226
1. Abstención de corte de servicios en caso de mora o falta de pago..	227
2. Tarjetas de crédito: vencimiento y refinanciación .....	228
3. Hipotecas y alquileres .....	228
4. Planes de ahorro previo.....	229
VI. Las normas de emergencia y el control de precios.....	229
1. Régimen legal de abastecimiento y precios .....	229
2. Normas de emergencia sobre control de precios.....	231
3. Descentralización del control de precios en la emergencia.....	232
VII. El acceso al consumo en el Proyecto de Código de Defensa del Consumidor, en trámite parlamentario ante la Cámara de Diputados de la Nación .....	234
1. Proyecto de Código de Defensa del Consumidor.....	234
2. Acceso al consumo en el Proyecto de Código .....	234
VIII. Emergencia y diálogo de fuentes en el derecho del consumidor .....	235
1. El diálogo de fuentes en el derecho del consumidor.....	235
2. El diálogo de fuentes conforme al Código Civil y Comercial.....	236
3. Diálogo de fuentes y Proyecto de Código de Defensa del Consumidor.....	237



## QUINTA PARTE

RELACIONES CONTRACTUALES  
DE CONSUMO. EMERGENCIA

## CAPÍTULO 9

IMPACTO DE LA EMERGENCIA  
EN LAS RELACIONES DE CONSUMO

I. Marco regulatorio proteccionista de emergencia .....	243
1. Acceso al consumo .....	244
a) Salud .....	245
b) Alimentación y bienes esenciales .....	246
c) Servicios públicos .....	248
d) Vivienda .....	250
2. Regulación de otros intereses .....	256
a) Educación .....	256
b) Intereses económicos (créditos) .....	256
c) Turismo .....	258
II. Hipervulnerables.....	263
III. Tutela de las consecuencias de la emergencia sobre las relaciones contractuales y de consumo .....	265
1. Diálogo de fuentes .....	265
2. Herramientas sistémicas.....	265
a) Prevención .....	265
b) Caso fortuito o fuerza mayor.....	266
c) Imposibilidad de cumplimiento .....	267
d) Suspensión del cumplimiento .....	270
e) Frustración del fin del contrato .....	273
f) Teoría de la imprevisión .....	275
g) Otros remedios .....	279
IV. Principios.....	279
V. Abusividad.....	282
VI. Conclusión .....	282

## CAPÍTULO 10

LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR  
EN EL CONTRATO DE SEGURO

I. El equilibrio y la razonabilidad en el derecho de seguros. Defensa del consumidor en las relaciones entre asegurado y aseguradora .....	285
II. Formación del contrato de seguro (por adhesión) .....	288
III. El seguro como contrato de consumo .....	290
1. Diálogo de fuentes: seguros y consumidores.....	291
2. Armonización de los intereses de las partes: asegurado y aseguradora .....	292
IV. La franquicia en el seguro contra la responsabilidad civil. Oponibilidad y razonabilidad .....	293
1. Oponibilidad de la franquicia .....	293
2. Razonabilidad de la franquicia.....	295
V. Pronunciamiento del asegurador. Información complementaria (razonabilidad).....	296
1. Pronunciamiento del asegurador .....	296
2. Información complementaria. Razonabilidad.....	297
3. Tratamiento en el Anteproyecto de Ley de Contrato de Seguro .....	300
VI. La suspensión de cobertura. Equilibrio y razonabilidad.....	300
1. Deber de pronunciarse sobre la suspensión de cobertura. Razonabilidad. Renuncia tácita .....	301
2. Tratamiento en el Anteproyecto de Ley de Seguros. Deber de pronunciarse. Pago tardío de prima. Rehabilitación .....	302
3. Otras soluciones para el equilibrio entre las partes, en materia de suspensión de cobertura .....	303
VII. Conclusión .....	305

## SEXTA PARTE

## TUTELA JUDICIAL DE LOS CONSUMIDORES

## CAPÍTULO 11

PROCESOS INDIVIDUALES DE CONSUMO.  
HERRAMIENTAS PROCESALES PARA LA TUTELA  
DE LOS CONSUMIDORES

I. Tutela efectiva de los consumidores .....	309
1. Dimensión constitucional nacional.....	309
2. Derecho constitucional comparado .....	311
3. Convencional .....	312
4. Supranacional .....	318
5. Internacional.....	319
II. Tutela diferenciada .....	320
Código QR con información complementaria .....	322
III. Instrumentos procesales diferenciados .....	322
1. Competencia especial .....	322
IV. Legitimación activa .....	325
1. Análisis constitucional .....	325
Código QR con información complementaria .....	327
2. Dimensión colectiva .....	328
Código QR con información complementaria .....	331
3. Regulación individual .....	331
V. Celeridad procesal.....	332
VI. Amparo y otras vías constitucionales.....	335
1. Amparo.....	335
2. Declaración de inconstitucionalidad.....	337
VII. Beneficio de gratuidad .....	339
1. Fundamento.....	339
2. Extensión .....	340
VIII. Asesoramiento .....	348
IX. Principio de prevención .....	349
1. Tutela preventiva.....	349
2. Tutela anticipatoria .....	352

X. Deber de colaboración probatoria .....	353
XI. Defensa excepcional en procesos de ejecución .....	356
XII. Intervención del Ministerio Público.....	360
XIII. Otras herramientas de tutela diferenciada .....	361

## CAPÍTULO 12

### LOS DAÑOS PUNITIVOS EN EL DERECHO DEL CONSUMIDOR

I. La multa civil en la Ley de Defensa del Consumidor .....	363
II. La frustrada regulación de la “sanción pecuniaria disuasiva” en el Proyecto de Código Civil y Comercial de la Nación (2012) .....	364
III. Las deficiencias técnicas del art. 52 bis, Ley de Defensa del Consumidor .....	366
IV. Requisitos de procedencia. Dolo o culpa grave .....	367
V. Las deficiencias técnicas corregidas por el Proyecto de Código Civil y Comercial .....	369
1. Requisitos de procedencia .....	369
2. Destino de la sanción pecuniaria disuasiva .....	370
a) Decisión judicial .....	370
b) El consumidor como opción .....	370
c) Disuasión y magnitud de la sanción .....	371
VI. Las decisiones regresivas de política legislativa sobre daños punitivos .....	372
1. Sanción del Código Civil y Comercial, eliminando el texto del Proyecto .....	372
2. Ley de Responsabilidad del Estado .....	373
VII. Daños punitivos y responsabilidad del Estado en las relaciones de consumo .....	373
1. Conclusión.....	374
VIII. Daños punitivos y discriminación. “trato digno y equitativo” .....	375
IX. Daños punitivos y ciudadanía .....	377