

ÍNDICE

	Página
Abreviaturas.....	VII
Introducción.....	1

PRIMERA LECCIÓN LA RELACIÓN DE CONSUMO

I. La relación de consumo.....	3
II. El consumidor.....	6
A. Tipos de consumidores.....	8
1. Los consumidores jurídicos y los consumidores materiales.....	8
2. Los potenciales consumidores.....	11
3. Las personas naturales o personas jurídicas.....	13
4. Las micro y pequeñas empresas.....	15
5. Los consumidores determinados, determinables o indeterminados.....	17
B. Los sujetos excluidos.....	18
III. Proveedor.....	20
A. Las personas naturales o jurídicas.....	21
B. La habitualidad.....	22
C. El precio o tarifa.....	23

	Página
D. Tipos de proveedores	24
1. El fabricante	24
2. El importador.....	25
3. El constructor	25
4. El distribuidor o comercializador	26
5. El prestador del servicio o vendedor del producto.....	27
E. Exclusión de los profesionales liberales	28
F. No pueden ser consumidores	28
IV. El ámbito objetivo	30
V. Inclusiones y exclusiones de la LPDC	33
A. Los contratos de educación.....	33
B. Los contratos de venta de viviendas	35
C. Los actos o contratos celebrados o ejecutados con ocasión de la prestación médica	38
VI. La supuesta supletoriedad de la LPDC: Una opción del consumidor y el concurso de normas entre la LPDC y las leyes sectoriales.....	43
A. La supuesta supletoriedad de la LPDC.....	43
B. La supuesta especialidad de la LPDC.....	46
C. El concurso de normas y la opción del consumidor	49

SEGUNDA LECCIÓN

ALGUNAS REGLAS PRECONTRACTUALES

I. Deberes de información y transparencia	51
A. La información básica comercial.....	52
B. Lo que se debe informar	53
C. La veracidad y oportunidad de la información	57
1. La veracidad	57
2. La oportunidad	58
D. Las formas de la información	60

	Página
E. La información y la aplicación del principio de transparencia.....	62
F. El deber del consumidor de informarse responsablemente.....	63
II. Publicidad engañosa.....	65
A. A sabiendas o debiendo saberlo se emiten declaraciones publicitarias	67
B. Inducir a engaño o a error.....	68
1. La idoneidad del mensaje publicitario	69
2. Las expectativas del consumidor.....	73
III. Error en el precio.....	75
A. Los supuestos fácticos	75
B. Los problemas jurídicos.....	78
1. La oferta del proveedor	79
2. La aceptación del consumidor.....	82
IV. Ofertas y promociones	83

TERCERA LECCIÓN

EL CONTRATO POR ADHESIÓN, LAS CONDICIONES GENERALES DE LA CONTRATACIÓN Y SUS CONTROLES

I. Del contrato libremente discutido al contrato por adhesión.....	89
II. El contrato por adhesión.....	94
III. Control represivo y preventivo.....	96
IV. El control de inclusión o control de forma.....	97
A. Tipos de control de forma.....	98
B. Consecuencias jurídicas.....	101
C. Prueba del control de forma.....	103
D. Transparencia.....	105
V. El control de fondo o control por abusividad.....	107
A. El listado negro y listado gris de la regulación de las cláusulas abusivas y la regla general de la letra g)	108

	Página
B. La cláusula abusiva de modificación unilateral y arbitraria	109
1. Modificación unilateral relacionada con la prestación	112
i. Alteraciones parciales de la prestación.....	112
ii. Alteraciones totales de la prestación	114
2. Modificación unilateral relacionada con el precio.....	116
i. Aumento del precio por el mismo servicio.....	116
ii. Cobro del precio aunque no se preste el servicio	120
iii. Aumento de la comisión por mantención de los servicios	123
iv. Los casos Cencosud y BBVA	127
C. La cláusula abusiva de terminación unilateral y arbitraria.....	133
D. La cláusula abusiva que presenta un desequilibrio importante en las prestaciones del contrato	136
1. La buena fe objetiva	137
2. El equilibrio importante en las prestaciones del contrato.....	140
3. El examen de la abusividad.....	148
E. Ineficacia.....	151

CUARTA LECCIÓN
LA GARANTÍA LEGAL

I. Ejes centrales de la protección	159
II. Los supuestos de hecho de la garantía legal.....	161
A. Los vicios de cantidad	162
B. Falta de especificaciones	163
C. Integración de la publicidad.....	164

	Página
D. Los vicios de calidad	167
1. Los vicios de calidad relacionados con los vicios redhibitorios del Código Civil.....	168
2. Los vicios de calidad que nacen después de ha- berse hecho efectiva la garantía legal.....	173
III. Las consecuencias jurídicas de la garantía legal	175
A. La reparación	178
B. La sustitución y la bonificación.....	185
C. La devolución de lo pagado en exceso	187
D. La resolución del contrato o devolución del precio pagado.....	187
E. La indemnización de perjuicios	191
IV. La garantía convencional	195
A. La garantía del fabricante	195
B. La garantía del vendedor	196
C. Problemas y tendencias judiciales	198
V. Los <i>tickets</i> de cambio y la postventa.....	205

BIBLIOGRAFÍA

Obras citadas.....	207
Sentencias citadas	221
Índice analítico.....	233
CÓMO ACCEDER A ESTE LIBRO DIGITAL A TRAVÉS DE THOMSON REUTERS PROVIEW.....	237