

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO PRIMERO

SISTEMA DE LA TARJETA DE CRÉDITO

A) INTRODUCCIÓN

§ 1.	Generalidades	1
§ 2.	Los puntos de partida	4
§ 3.	Debate en torno de la necesidad de una ley específica	6
	a) Tesis de la no intervención legislativa	6
	b) Tesis de la intervención legislativa indispensable	7
	c) El derecho aplicable	8

B) CARACTERIZACIÓN

§ 4.	Descripción del sistema	9
§ 5.	Relaciones jurídicas que se establecen	11
§ 6.	¿Qué es "el sistema"? Distintas teorías	11
	a) De la intermediación o corretaje	13
	b) Del contrato a favor de terceros	13
	c) Del contrato complejo	14
	d) Teoría de los contratos conexos	17

§ 7.	Nuestra opinión	18
	a) El sistema como “conjunto ordenado” de contratos	19
	b) La finalidad del sistema	20
	c) Conexidad contractual	21
	d) Conclusión	23

C) DERECHO APLICABLE

1) LA LEY ESPECÍFICA

§ 8.	La ley 25.065	24
	a) Juicio de valor	24
	b) Método	26
§ 9.	Artículos observados por el Poder Ejecutivo. Posterior confirmación del Congreso	27
	a) Veto parcial. El decreto 15/99	27
	b) Confirmación posterior del Congreso. El rechazo del veto	28
§ 10.	Vigencia	29
	a) Nulidad e inoponibilidad	29
	b) Contratos en curso de ejecución	31
§ 11.	Ámbito y autoridad de aplicación	33
§ 12.	Carácter de orden público	34

2) EL CÓDIGO CIVIL Y EL CÓDIGO DE COMERCIO

§ 13.	Aplicación supletoria	35
§ 14.	El Código Civil	35
§ 15.	El Código de Comercio	37
§ 16.	Unificación de la legislación civil y comercial	37

3) LA LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

§ 17.	Importancia. Plan de exposición	38
§ 18.	Necesidad de la ley de defensa del consumidor	39
	a) Avance tecnológico y masificación	39
	b) La respuesta de las Naciones Unidas	40

§ 19.	El artículo 1º de la ley de defensa del consumidor. Objeto	41
-------	------------------------------------------------------------------	----

**4) INTEGRACIÓN CON LAS LEYES DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA Y DE LEALTAD COMERCIAL**

§ 20.	Fundamentos	43
§ 21.	El artículo 3º de la ley de defensa del consumidor	44
§ 22.	Defensa de la competencia y lealtad comercial	45
	a) Introducción	45
	b) La ley de lealtad comercial (ley 22.802) ...	46
	c) La ley de defensa de la competencia (ley 25.156)	46

CAPÍTULO II

LOS SUJETOS

§ 23.	Método	51
-------	--------------	----

**A) EL “USUARIO”. LA LEY DE DEFENSA
DEL CONSUMIDOR**

§ 24.	Clases. Terminología	52
	a) El usuario titular	53
	b) El usuario adicional	54
§ 25.	El usuario como sujeto tutelado	54
§ 26.	Sujetos comprendidos	55
	a) Consumidores	55
	b) Usuarios	55
§ 27.	Adquirentes a título oneroso	56
	a) “Adquisición”	56
	b) Título oneroso	57

§ 28.	Contratos comprendidos y excluidos	58
	a) Contratos comprendidos	59
	1) Cuando el banco es acreedor (operación bancaria activa)	59
	2) Cuando el banco es deudor (operación bancaria pasiva)	59
	3) Las operaciones bancarias neutras	60
	b) Contratos excluidos	61
§ 29.	Supuestos controvertidos	62
§ 30.	La adquisición de cosas o servicios para su "consumo final" o "beneficio propio"	63
§ 31.	El contrato de emisión y el contrato de provisión	67

**B) EL EMISOR Y EL PROVEEDOR
O COMERCIO ADHERIDO**

§ 32.	Caracterización legal del emisor	68
	a) Diferentes roles	69
	1) El rol de emisor "estricto sensu"	69
	2) El rol de sujeto pagador	69
	3) Entidades "financieras" y entidades "comerciales"	70
	b) Omisión de la empresa organizadora del sistema	71
	c) Conexidad contractual. Responsabilidad ..	72
§ 33.	El proveedor o comercio adherido	73

**C) EL EMISOR Y EL COMERCIO ADHERIDO
COMO PROVEEDORES**

§ 34.	Generalidades	74
§ 35.	Sujetos obligados al cumplimiento	76
	a) Personas jurídicas de naturaleza pública o privada	77
	b) Actuación en "forma profesional, aun ocasionalmente"	78

c) Producción, importación, distribución o comercialización	80
d) Cosas o servicios a consumidores o usuarios	81
§ 36. Contratos realizados entre consumidores	82
§ 37. Integración en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros	84
§ 38. Servicios de profesionales liberales	85

CAPÍTULO III

EL CONTRATO DE EMISIÓN

A) INTRODUCCIÓN

§ 39. Método, terminología y plan de exposición ..	87
----------------------------------------------------	----

1) CONCEPTO, CARACTERES Y NATURALEZA JURÍDICA

§ 40. Concepto. El marco normativo	89
a) Definición	90
b) Notas explicativas	90
§ 41. Caracteres	92
a) Nominado	92
b) Legalmente típico	92
c) Consensual	92
d) Bilateral	95
1) Como acto jurídico	96
2) Como contrato creditorio	96
e) Sistematizado	97
f) Oneroso	98
g) Formal	98
h) Concluido por adhesión	100
i) De duración. Ejecución continuada y periódica	100

	j) De consumo	100
	k) De crédito	101
§ 42.	Naturaleza jurídica	101

2) REQUISITOS

§ 43.	Enumeración	103
§ 44.	Los sujetos	104
§ 45.	El objeto	105
§ 46.	El precio	106
§ 47.	La causa-fin	106
	a) Plurisignificación de la causa	107
	b) La causa-fin en el contrato de emisión ..	108
	c) Importancia	109
§ 48.	La forma. La tarjeta	109

B) FORMACIÓN DEL CONTRATO

1) CONSIDERACIONES GENERALES

§ 49.	Introducción	110
§ 50.	El proceso de formación del contrato. La solicitud	110
§ 51.	La emisión de la tarjeta como "oferta"	115
§ 52.	La aceptación	117
§ 53.	La firma "del contrato"	120

2) CONTENIDO

§ 54.	Ejemplares. Redacción de las cláusulas	121
§ 55.	Cláusulas que debe contener	123
	a) Plazo de vigencia	123
	b) Plazo para el pago de los consumos	124
	c) Porcentual de montos mínimos que debe pagar el titular	125
	d) Montos máximos de consumo	126
	e) Tasas de intereses. Remisión	126
	f) Fecha de cierre contable de operaciones	126

g) Cargos administrativos que debe pagar el titular	127
h) Pérdida o sustracción de la tarjeta	127
i) Seguros	128
j) Firma del titular	129
k) Comisiones por retiro en efectivo	130
l) Consecuencias de la mora	130
m) Una declaración de asunción de deuda ..	131
n) Causales de interrupción del contrato ...	131

3) CONTRATO CONCLUIDO POR ADHESIÓN A CONDICIONES Y CLÁUSULAS PREDISPUESAS

§ 56. Innegable carácter de contrato por adhesión	131
§ 57. Integración con la ley de defensa del consumidor	133
§ 58. El artículo 38 de la ley de defensa del consumidor. Contratos en formularios	133
a) Concepto y características de la contratación en masa	134
b) Las pautas del artículo 38 de la ley de defensa del consumidor para individualizar los contratos	136
§ 59. Cláusulas y condiciones generales	138
§ 60. Control administrativo	140

4) INTERPRETACIÓN

§ 61. Interpretación del contrato	142
§ 62. Reglas de interpretación	144
a) La regla "in dubio contra stipulatorem"	144
b) La regla "interpretar a favor de la parte débil"	145
c) Prioridad de una cláusula sobre otra	146

C) LA TARJETA

§ 63. Introducción	147
§ 64. Plan de exposición	149

§ 65.	Denominación legal	149
§ 66.	Definición legal	150
§ 67.	Concepto y caracteres	154
§ 68.	Naturaleza jurídica	156
	a) La tarjeta no es un título de crédito	156
	b) La tarjeta como simple medio de prueba	157
	c) La tarjeta como "carta de crédito"	158
	d) Nuestra opinión. La tarjeta como instrumento dispositivo	159
§ 69.	Función	160
	a) La tarjeta como medio de pago	160
	b) Crítica de esta teoría. Un modo subrogado de cumplimiento	161
§ 70.	Requisitos que debe contener	167
§ 71.	De los cupones. Remisión	167
§ 72.	Clases de tarjetas	167
§ 73.	Tarjeta de compra	171
§ 74.	Tarjeta de débito	172
§ 75.	Derecho aplicable	174

D) EFECTOS

§ 76.	Introducción.....	175
§ 77.	Plan de exposición	176

1) DERECHOS DEL USUARIO

§ 78.	Pertenecer al sistema	177
§ 79.	Usar el crédito que se le concede	179
§ 80.	Ser informado	179
§ 81.	Impugnar las liquidaciones	181
§ 82.	Rescindir el contrato o renunciar a la prórroga	181
§ 83.	Reposición de la tarjeta en caso de robo, pérdida o deterioro	184
§ 84.	Iniciar acciones por reparación de daños aun cuando la tarjeta hubiese sido cancelada	185
§ 85.	Recibir el resumen. Remisión	186

2) OBLIGACIONES DEL USUARIO

§ 86.	Pagar el monto de los resúmenes	186
§ 87.	Asumir responsabilidad por el uso e inversiones efectuadas	187
§ 88.	Reservar la clave de su código de identificación personal y respetar las normas de seguridad	188
§ 89.	Denunciar de inmediato la pérdida o robo de la tarjeta	189
§ 90.	Limitar sus gastos al importe que resulte de la autorización o crédito que se le concede	189

3) DERECHOS DEL EMISOR

§ 91.	Exigir el pago de los resúmenes. Pagos mínimos	190
§ 92.	Fijar un límite a la suma disponible	192
§ 93.	Establecer los procedimientos que debe observar el usuario	193
§ 94.	Exigir la restitución de las tarjetas	193
§ 95.	Suspender el uso de la tarjeta o extinguir el contrato	193
§ 96.	Preparar la vía ejecutiva. Remisión	194

4) OBLIGACIONES DEL EMISOR

§ 97.	Mantener la vigencia del sistema	194
§ 98.	Remitir el resumen mensual y el presunto "deber de cooperar" del usuario	196
	a) Planteo del problema	196
	b) Tesis de la mora del acreedor	197
	c) Tesis de la mora del deudor por falta de cooperación	198
	d) Nuestra opinión: tesis del simple retardo sin consecuencias para el deudor	198

5) DERECHO Y OBLIGACIÓN DE INFORMAR

§ 99.	Integración con la ley de defensa del consumidor	201
§ 100.	El artículo 4º de la ley de defensa del consumidor. Su defectuosa técnica	201
§ 101.	Antecedentes de la obligación de informar	202
§ 102.	Expresiones utilizadas en el artículo	204
§ 103.	Cómo debe ser la información	205
	a) Cierta	205
	b) Objetiva	205
	c) Veraz	206
	d) Detallada	206
	e) Eficaz	207
	f) Suficiente	207
	g) ¿Informar sólo lo esencial?	208
§ 104.	Carga de la prueba	210
§ 105.	Efectos del incumplimiento	210
§ 106.	El artículo 55 de la ley de tarjeta de crédito	211

E) VICISITUDES

§ 107.	Concepto. Enunciación	212
§ 108.	El artículo 37 de la ley de defensa del consumidor	212
§ 109.	Cláusulas que desnaturalicen las obligaciones	214
	a) Crítica	214
	b) Concepto	214
	c) Desnaturalización de los contratos atípicos	216
§ 110.	Cláusulas que limitan la responsabilidad por daños	217
	a) Concepto	217
	b) No pueden convalidarse mediante alguna ventaja en el precio	218

§ 111.	Cláusulas que importan renuncia o restricción a los derechos del consumidor o amplían los derechos de la otra parte	219
	a) Concepto	219
	b) Razones de la regla	220
	c) Casos	220
	d) Excepciones posibles	221
§ 112.	Inversión de la carga de la prueba en perjuicio del usuario	221
§ 113.	Efecto de la inclusión de las cláusulas prohibidas	222
§ 114.	El deber de buena fe durante las tratativas preliminares	223
§ 115.	El artículo 14 de la ley de tarjeta de crédito	225
§ 116.	El veto parcial del Poder Ejecutivo. Su justificado rechazo	231

F) DEL RESUMEN Y SU IMPUGNACIÓN

§ 117.	Concepto y naturaleza	232
§ 118.	Finalidad: información y control	234
§ 119.	Contenido	235
§ 120.	Domicilio del destinatario	237
§ 121.	Tiempo de recepción. Mora (remisión)	238
§ 122.	Canales de información	239
§ 123.	Impugnación de la liquidación	241
	a) Legitimación activa	241
	b) Plazo. Requisitos formales	242
	c) Recepción de las impugnaciones	243
	d) Explicaciones	243
	e) Aceptación tácita del titular	244
	f) Rechazo de las correcciones o de las explicaciones por el titular. Resolución final del emisor	245
§ 124.	Situación jurídica del titular durante el trámite de la impugnación	246
§ 125.	Aceptación no presumida	247

G) RÉGIMEN DE LOS INTERESES

§ 126.	Planteo del problema	248
§ 127.	La tesis de la no intromisión del Estado ...	249
§ 128.	Tesis que justifica la regulación de las ta- sas	251
§ 129.	Intereses compensatorios o financieros	252
§ 130.	Intereses punitivos. Anatocismo	253
	a) Límites	254
	b) Anatocismo	254
	c) Improcedencia	255
	d) Procedencia	256
§ 131.	Cómputo de los intereses según el artícu- lo 20	257
§ 132.	Operaciones en moneda extranjera	257

H) PREPARACIÓN DE LA VÍA EJECUTIVA

§ 133.	Planteo del problema	258
§ 134.	Respuestas al problema	259
	a) Tesis que niega acción ejecutiva	260
	b) Tesis que no admite ni la preparación de la vía ejecutiva	261
	c) Tesis que admite la preparación de la vía ejecutiva	262
§ 135.	La preparación de la vía ejecutiva	262
§ 136.	Declaraciones que debe acompañar el emisor	263
§ 137.	Pérdida de la preparación de la vía eje- cutiva	264
§ 138.	Saldo en cuenta corriente	265

I) EXTINCIÓN DEL CONTRATO

§ 139.	Causales de extinción. Prórroga automá- tica	266
--------	-------------------------------------------------------	-----

§ 140.	Rescisión por el titular	266
§ 141.	Extinción de las extensiones	267

CAPÍTULO IV

CONTRATO ENTRE EMISOR Y PROVEEDOR

A) CARACTERIZACIÓN

§ 142.	Introducción	269
§ 143.	Descripción del contrato	270
§ 144.	Caracteres	272
	a) Innominado	272
	b) Parcialmente típico	272
	c) Consensual	272
	d) Bilateral	272
	e) Oneroso	272
	f) Formal	272
	g) De tracto sucesivo y ejecución continuada	272
	h) Concluido por adhesión	272
	i) Sistematizado	273
	j) No es un contrato de consumo	273
§ 145.	Naturaleza jurídica	273
	a) Contrato a favor de tercero	273
	b) Teoría de la cesión de crédito	273
	c) Teoría de la asunción privativa de deuda	275
	d) Nuestra opinión	276

B) REQUISITOS

§ 146.	Enumeración	278
§ 147.	Los sujetos	278
	a) El emisor	278
	b) El proveedor	279

§ 148.	La forma	279
§ 149.	Contenido	280
	a) Contenido mínimo	281
	b) Control administrativo del contrato tipo	282
§ 150.	La causa fin	284
	a) Respecto del proveedor	285
	b) Respecto del emisor	285
	c) Importancia	286

C) EFECTOS

§ 151.	Plan de exposición	286
§ 152.	Obligaciones del sujeto emisor	286
	a) Brindar información	286
	1) Información a suministrar	287
	2) Consecuencias del incumplimiento de la obligación de informar	288
	3) La obligación de informar del emisor y el deber de verificación del proveedor	289
	4) Información sin cargo para el proveedor	289
	b) De proporcionar terminales electrónicas	290
	c) Entregar una copia del contrato	292
§ 153.	Obligación de pagar las liquidaciones que presente el proveedor	292
	a) Plazo de presentación y tiempo de pago	293
	b) Intereses por pagos diferidos	295
	c) Transgresiones inoponibles al proveedor	296
§ 154.	Derechos del ente emisor (las comisiones) ..	297
	a) Tesis de la limitación	297
	b) Tesis de la no limitación	298
	c) Nuestra opinión	298
§ 155.	¿Discriminación?	300
§ 156.	Obligaciones del proveedor	300
	a) Obligaciones incluidas en la ley de tarjetas de crédito	301

	b) Dos obligaciones importantes	302
	1) Obligación de aceptar las tarjetas	303
	2) Obligación de no incrementar los precios	304
	c) Otras obligaciones del proveedor	306
§ 157.	Derechos del proveedor	306
§ 158.	La preparación de la vía ejecutiva	307
	a) Documentos que se deben presentar	307
	b) La impugnación de los resúmenes como defensa oponible por el emisor.....	309
	c) Pérdida de la preparación de la vía	309

D) VICISITUDES Y EXTINCIÓN

§ 159.	Resolución del contrato	309
	a) Resolución por el ente emisor	310
	b) Resolución por el proveedor	310
§ 160.	Extinción	310

CAPÍTULO V

CONTRATO ENTRE PROVEEDOR Y USUARIO

§ 161.	Contrato de provisión. Introducción	313
§ 162.	El elemento tipificante	314
§ 163.	Partes y terceros. Responsabilidad del emisor y del proveedor frente al usuario	316
	a) Regla	316
	b) Excepciones	317
§ 164.	El contrato de provisión como contrato de consumición	319
§ 165.	Obligaciones del proveedor según la ley de defensa del consumidor	320
§ 166.	Obligaciones del usuario. El uso de la tarjeta no libera al titular	327

a) Tesis según la cual la tarjeta equivale a pago	328
b) El artículo 45 de la ley de tarjeta de crédito	329

CAPÍTULO VI

DISPOSICIONES COMUNES

§ 167. Introducción. Materias a tratar	333
§ 168. Cláusulas de exoneración de responsabilidad	334
a) La defensa del usuario	334
b) Responsabilidad del emisor y del establecimiento comercial	335
c) Conexidad contractual	336
§ 169. Prescripción de las acciones	336
a) Acciones para el recupero de créditos: del emisor contra el titular y del proveedor contra el emisor (ente pagador)	337
1) Acciones ejecutivas previa preparación de la vía	337
2) Acciones ordinarias	338
b) Otras acciones	338
c) Cómputo	338
§ 170. Competencia	339
§ 171. Sistema de denuncias	340
§ 172. Información	340
§ 173. De las sanciones	340
§ 174. Prohibición de informar	341

APÉNDICE

Ley 22.802. Lealtad comercial	345
Ley 24.240. Defensa del consumidor	352
Ley 25.065. Tarjetas de crédito	375
Ley 25.156. Defensa de la competencia	388
<i>Bibliografía</i>	401