

La Protección De Los Consumidores En La Comunidad Europea Spanish Edition

Derechos del consumidor Principios de marketing Medicamentos, productos sanitarios y protección del consumidor La protección del consumidor frente a los daños Informe del Cuadro de Expertos Eminentes Sobre la Ética en la Alimentación y la Agricultura Segunda reunión, 18-20 de marzo de 2002 La protección jurídica del consumidor en la contratación en general Servicios al Consumidor Grado Superior Responsabilidad civil del médico y responsabilidad patrimonial de la Administración sanitaria Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea Casos de marketing Perspectivas del derecho del consumo La protección de los consumidores en materia contractual Sociedad de consumo y agricultura biotecnológica. El derecho de protección a los consumidores en México Protección a los consumidores en Chile Informática y libertades La protección frente a las cláusulas abusivas en préstamos y créditos United Nations Congress on the Prevention of Crime and the Treatment of Offenders Competencia desleal y protección de los consumidores Derechos de los consumidores y usuarios Derecho y consumo Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias Derecho privado europeo y modernización del derecho contractual en España. Protección penal del consumidor en la Unión Europea Los derechos del hombre Protección penal y tutela jurisdiccional de la salud pública y del medio ambiente La protección del consumidor en los créditos hipotecarios Protección de los consumidores e inversores, arbitraje y proceso Contratos electrónicos y protección de los consumidores LA PROTECCIÓN JURÍDICA DE LOS DERECHOS DE AUTOR DE LOS CREADORES DE VIDEOJUEGOS Derechos y garantías del consumidor en el ámbito contractual International Product Liability [2007] Consumidores y usuarios Manual sobre protección de consumidores y usuarios Consumo y derecho Derecho de los consumidores y usuarios: una perspectiva integral Directrices de la OCDE para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas Principios de Marketing Código turismo Política y derecho. Retos del siglo XXI

Derechos del consumidor

El Manual aborda los aspectos fundamentales de las políticas de protección y defensa de los consumidores y usuarios, ofreciendo además una visión completa respecto de las relaciones contractuales específicas: compraventa y arrendamiento de viviendas, contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles, contratos a distancia, viajes combinados, derechos de aprovechamiento por turnos y responsabilidad del fabricante. La nueva edición de la obra responde a la promulgación de dos nuevas leyes durante el pasado año 2009: la Ley 2/2009, de 31 de marzo, por la que se regula la contratación con los consumidores de préstamos o créditos hipotecarios y de servicios de intermediación para la celebración de contratos de préstamo o crédito, y la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen

legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios, que incorpora al Derecho español las Directivas 2005/29/CE, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores, y la Directiva 2006/114/CE, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa. De otro lado, a nivel reglamentario, la publicación del Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el sistema arbitral de consumo, así como a la modificación introducida en dicha norma por el Real Decreto 863/2009, de 14 de mayo, ha supuesto una revisión completa del último de los capítulos del Manual, dedicado precisamente al modélico sistema arbitral de consumo español que ya ha servido de inspiración en el desarrollo normativo de la materia en otros países extranjeros. Carlos Lasarte, antiguo becario del Real Colegio de España en Bolonia, nobilísima y más que centenaria institución a la que está dedicada este libro, es Vocal Permanente de la Comisión General de Codificación (Ministerio de Justicia) y ha sido Catedrático de Derecho Civil de la Universidad de Sevilla (1980-1989) y Vocal de la Comisión Gestora encargada de la Instauración de la Universidad Carlos III de Madrid (1989-1992). Desde octubre de 1992 desempeña la Cátedra y la dirección del Departamento de Derecho Civil en la UNED, en Madrid.

Principios de marketing

En el libro se abordan las reclamaciones judiciales que tienen su base en daños sufridos con ocasión de la prestación de un servicio médico o, en sentido más amplio, sanitario, estudiándose separadamente los casos en que se demanda a una Administración competente en materia de asistencia sanitaria pública, que en España es gratuita en el momento del uso y universal, y aquellos supuestos en que se dilucida la responsabilidad civil, generalmente fundamentada en normas de responsabilidad extracontractual, del médico, consecuente con la obligación derivada del ejercicio de su profesión, y de los centros médicos que se puedan encontrar, en su caso, fuera del Sistema Nacional de Salud, analizándose también la responsabilidad penal. Se trata de una obra, con amplia información jurisprudencial, escrita desde una perspectiva práctica que resulta imprescindible para los que en la vida profesional se mueven dentro del mundo de los Tribunales de Justicia en el presente siglo con servicios sanitarios avanzados, que trae consigo la realización de actos médicos constantes, con medios de diagnóstico y tratamiento de última generación, altamente sofisticados, que, en consecuencia, conllevan más riesgo, a todo lo cual ha de añadirse una mayor preocupación, de todo tipo, legal, judicial y social, por dichos servicios y, desde luego, por la adecuada defensa de los derechos de los consumidores y usuarios de los mismos, con una más amplia información de toda clase, incluyendo la procedente de los medios de comunicación de masas. Domingo Bello Janeiro es catedrático de Derecho Civil de la Universidad de La Coruña y ha sido designado por el Banco Mundial árbitro del CIADI (Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones). Es autor de más de una docena de libros, algunos con varias ediciones, sobre temas tan diversos como la sociedad de gananciales, el retracto, el precario o los contratos en Galicia, siendo traducida al ruso buena parte de sus publicaciones por parte del Centro de Derecho Civil Adjunto a la Oficina del Presidente de Rusia. Está en posesión de la Cruz de San Raimundo de Peñafort y es Miembro Numerario de la Academia

Gallega de Jurisprudencia y Legislación. Índice: 1. Introducción 2. Normativa aplicable *** I. Responsabilidad civil del médico y del titular del centro médico privado 1. Responsabilidad contractual y extracontractual 2. Requisito de culpa 3. Obligación de actividad 4. Inversión de la carga de la prueba 5. Carga de la prueba de la negligencia 6. Prueba de presunciones 7. Doctrina sobre el daño desproporcionado 8. Actuación negligente 9. Falta de información 10. Responsabilidad por omisión 11. Ley de Consumidores 12. Cirugía estética 13. Vasectomía 14. Actividad dentro del sistema público de salud 15. Responsabilidad del cirujano en centro privado *** II. Responsabilidad de la Administración sanitaria 1. Aproximación general 1.1. Regulación del Código Civil 1.2. Evolución de la responsabilidad administrativa 1.3. Regulación vigente de la responsabilidad de la Administración 2. Normativa constitucional: la idea de «sistema» 3. Características generales de la responsabilidad de la Administración 3.1. Principios de la responsabilidad 3.2. Liberación de responsabilidad 3.2.1. Fuerza mayor o culpa de la víctima 3.2.2. Asunción de riesgo por el paciente 3.2.3. Resultado desproporcionado 3.2.4. Riesgos de desarrollo 3.2.5. Error de diagnóstico 3.3. Nexo causal 4. El servicio público 4.1. Omisión 4.2. Retraso 4.3. Actividad jurídica 4.4. Ámbito personal de la actividad de la Administración 5. Funcionamiento normal y anormal de la Administración 5.1. Funcionamiento anormal 5.2. Funcionamiento normal 6. Momento de valoración de los daños y cuantía 6.1. Cuantía de los daños 6.2. Momento de evaluación de la indemnización 6.3. Caracteres de la lesión 6.3.1. Daño efectivo 6.3.2. Daño cuantificable 6.3.3. Daño individualizado 6.3.4. Antijuridicidad 7. Unificación de la jurisdicción ante la responsabilidad de la Administración 7.1. La competencia de los tribunales penales 7.2. Cuestiones dudosas en el ámbito jurisdiccional 7.3. Novedades en la jurisdicción contencioso-administrativa 8. La acción y el procedimiento administrativo en materia de responsabilidad 9. Consideraciones conclusivas Bibliografía básica recomendada

Medicamentos, productos sanitarios y protección del consumidor

Esta obra profundiza sobre la situación actual de la legislación comunitaria y española relativa a la biotecnología, haciendo un repaso por los temas de mayor interés social. Sin duda, aparte del análisis del marco legislativo actual, se realizan importantes aportaciones a una materia de tan reciente regulación.

La protección del consumidor frente a los daños

La nueva edición de Principios de Marketing realiza un amplio recorrido por la moderna concepción del marketing desde una perspectiva tanto estratégica como operativa. Este libro aporta, a diferencia de otras obras de marketing, la posibilidad de acercarse a los nuevos métodos en la gestión de clientes y a los instrumentos más actuales de comercialización que aplican las empresas en la realidad. • ¿Qué es el valor del tiempo de vida del cliente para la empresa? ¿Cómo se coordinan las acciones de cross-selling y up-selling en la gestión del valor del cliente? • ¿Cuál es la principal causa de fracaso en la implantación de la estrategia de gestión de relaciones con los clientes CRM? • ¿Qué tendencias actuales influyen más sobre

el comportamiento de compra de los consumidores? • ¿Qué variables y medidas integran los sistemas de control de las acciones de marketing que puede implantar la empresa? • ¿Cuáles son los principales servicios de información electrónicos a disposición de las empresas en la actualidad? • ¿Qué reglas hay que seguir para obtener el éxito en el lanzamiento de nuevos productos al mercado? • ¿Cuáles son los principales instrumentos para aumentar la rotación y rentabilidad de los productos en el punto de venta? • ¿Qué principales formas de publicidad no convencional en televisión utilizan las empresas? En este texto el lector encontrará respuesta a estas y muchas otras preguntas, además de una gran cantidad de ejemplos, ilustraciones y esquemas que facilitan la comprensión y aplicación. Un libro válido tanto para el aprendizaje de estudiantes como para la consulta del profesional de marketing. Autores: Águeda Esteban Talaya, Jesús García de Madariaga, Ma José Narros González, Cristina Olarte Pascual, Eva Marina Reinares Lara, Manuela Saco Vázquez. ÍNDICE Marketing: funciones y entorno &● Mercado y demanda en marketing &● Planificación y organización de marketing&● Información e investigación de marketing &● Producto &● Distribución comercial &● Comunicación comercial

Informe del Cuadro de Expertos Eminentes Sobre la Etica en la Alimentacion y la Agricultura Segunda reunion, 18-20 de marzo de 2002

Después de leer este libro, cualquier consumidor o profesional en el mercado de bienes y servicios sabrá qué posición tiene frente a un contrato de consumo, cuál es su ámbito de responsabilidad y cómo resolver los conflictos que surjan. Todo ello, en un ámbito tan complejo donde confluyen las normas comunitarias, nacionales, autonómicas y locales. Hay que definir los derechos de los consumidores, establecer los límites de los empresarios, dentro de la libre competencia y el principio de libertad de pactos que rige nuestro sistema de contratación { fijar los mecanismos de protección y articular vías judiciales y extrajudiciales para resolver los conflictos. Esta obra afronta la estructura general de la posición del ciudadano como consumidor, como destinatario final de los bienes y servicios cuya prestación constituye el objeto de actividad de los empresarios. A continuación, se concreta negativamente esta posición en el ámbito de los contratos, se fijan los límites de su contenido y se señalan las consecuencias y las responsabilidades derivadas de su ejecución. Por último, se definen los mecanismos procesales y extraprocesales de resolución de conflictos en materia de consumo { y se incluyen dos recopilaciones, de jurisprudencia y de modelos de solicitudes, formularios, hojas de reclamación, comunicaciones y otros documentos muy prácticos.

La protección jurídica del consumidor en la contratación en general

Esta es una monografía imprescindible para conocer la primera Directiva de la Unión Europea que pretende aproximar las legislaciones de los Estados miembros sobre créditos hipotecarios concertados para la adquisición de viviendas de uso residencial por los consumidores. Su trascendencia es triple: primero, por ser la primera Directiva que se adentra

directamente en la regulación concerniente a bienes inmuebles; segundo, por la importancia económica que tienen estos créditos hipotecarios por su cuantía y duración en relación con el patrimonio de los consumidores adquirentes. Y, tercero, porque junto a la Directiva de créditos de consumo, la Directiva 2014/17/UE completa la regulación comunitaria sobre créditos a los consumidores. Las autoras han tratado, tras una revisión general de los temas más importantes de la Directiva, de analizar los puntos más relevantes y las cuestiones más controvertidas de esta nueva regulación que ha de implementarse en nuestro ordenamiento interno. Con esta obra se pretende incitar al estudio de esta incipiente regulación en la que se dejan muchas opciones en manos de los Estados miembros, para que el lector no sea un mero destinatario, sino que delibere y tome partido ante las distintas posibilidades normativas que se ofrecen.

Servicios al Consumidor Grado Superior

Este libro explica cuáles son las reglas de responsabilidad extracontractual del Derecho español aplicables a los daños que pueden sufrir en su integridad psicofísica o en sus bienes quienes usan o consumen productos (botellas que explotan, intoxicaciones alimentarias, efectos secundarios de medicamentos) o reciben la prestación de servicios defectuosos (reparaciones de vehículos o ascensores, intervención quirúrgica que provoca la muerte, instalación o revisión de gas deficientes). Los daños pueden padecerlos también quienes no son considerados consumidores en sentido legal, pero el principio constitucional de protección del consumidor exige una mayor protección a las víctimas, lo que dio lugar a la promulgación de un régimen específico de responsabilidad. Sin embargo, la presencia de otras finalidades e intereses, como la armonización de las normas de los Estados para garantizar la libre circulación de las mercancías en el mercado interior de la Unión Europea o la posibilidad de lograr seguros de responsabilidad más baratos, ha propiciado la promulgación de normas que suponen un recorte en la protección de los intereses de los consumidores. Junto a ello, el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios regula de manera conjunta la responsabilidad del suministrador de un servicio y la del fabricante de productos defectuosos, pero la relación entre ambos regímenes es extremadamente difícil. Este libro ofrece respuestas a los complejos problemas de interpretación que se plantean en el ámbito de los daños a consumidores (¿quién debe responder?, ¿de qué daños?, ¿con arreglo a qué régimen de responsabilidad?). Dirigido fundamentalmente a los aplicadores del Derecho, en especial a abogados, jueces y magistrados, también presenta interés para otros profesionales jurídicos dedicados al Derecho del consumo, así como para los empresarios y profesionales que son responsables de los daños causados por los productos que introducen en el mercado o por los servicios que prestan. Ma Ángeles Parra, catedrática de Derecho civil en la Universidad de Zaragoza y autora de numerosas publicaciones y monografías jurídicas, es especialista en Derecho del consumo y en Derecho de daños. ÍNDICE I. LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR FRENTE A LOS DAÑOS 7 1. Protección del consumidor e indemnización de daños 7 2. Productos defectuosos y servicios defectuosos 14 3. Seguridad y responsabilidad: prevención y resarcimiento 18 A) Deber general de que los bienes y servicios sean seguros 18 B) El deber de información de riesgos 26 C) Otras

obligaciones de los empresarios para la protección de la salud y la seguridad 32 a) La retirada del mercado de los productos defectuosos o la suspensión de un servicio 32 b) Importación de productos que incumplen la normativa de seguridad 33 II. EL ÁMBITO DE PROTECCIÓN DE LA LEY GENERAL DE DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS 37 1. ¿Protección del consumidor o protección de la persona? 37 2. Personas a las que protege la ley de consumidores 39 III. DAÑOS CUBIERTOS POR LA LEY DE CONSUMIDORES 45 1. Consideración general 45 2. La indemnización de daños personales 45 3. La indemnización de los daños morales 47 4. Daños materiales indemnizables 51 A) Inaplicación del artículo 129 del TRLGDCU a los daños causados por servicios 51 B) Bienes y servicios destinados al uso o consumo privados 52 IV. LA RESPONSABILIDAD DEL FABRICANTE 57 1. Consideración general 57 2. Antecedentes 58 A) La Directiva 85/374/CEE en materia de responsabilidad por los daños causados por productos defectuosos 58 B) Transposición de la Directiva 85/374/CEE al Derecho interno español 65 C) La aplicación de las reglas tradicionales 70 V. SISTEMA DE RESPONSABILIDAD EN EL TRLGDCU 81 1. Principio general: responsabilidad por productos defectuosos 81 2. La carga de la prueba 82 VI. DELIMITACIÓN OBJETIVA: EL CONCEPTO DE PRODUCTO 89 1. Consideración general 89 2. Bienes muebles 90 3. Productos agrícolas o ganaderos 93 4. El gas y la electricidad 97 A) Consideración general 97 B) Gas 98 C) Electricidad 115 5. ¿Productos de uso o consumo privado? 124 VII. FUNDAMENTO DE LA RESPONSABILIDAD 127 1. La noción de defecto 127 2. Clases de defectos 135 3. Los productos de uso profesional 142 4. Vigilancia y retirada de los productos 145 VIII. SUJETOS RESPONSABLES 147 1. Principio general: la responsabilidad del productor 147 2. Quiénes son los productores 150 A) Los fabricantes 150 B) El productor aparente 151 C) El importador 151 D) Fabricante con licencia 155 3. La responsabilidad del proveedor 156 A) La responsabilidad del proveedor es subsidiaria 156 B) Consecuencias de la opción por la responsabilidad subsidiaria del proveedor 159 C) Responsabilidad del proveedor doloso 160 D) ¿Responsabilidad de las Administraciones Públicas? 161 4. La regla de la responsabilidad solidaria 166 A) Solidaridad de los responsables frente al perjudicado 166 B) La acción de repetición 172 IX. CAUSAS DE EXONERACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD 175 1. Exoneración de la responsabilidad por no haber puesto en circulación el producto 175 2. Exoneración de la responsabilidad porque el defecto no existía cuando el producto se puso en circulación 178 3. Ausencia de actividad empresarial o profesional 179 4. Cumplimiento de normas imperativas 180 5. Riesgos de desarrollo 280 A) Los riesgos de desarrollo como causa de exoneración de la responsabilidad 180 B) Responsabilidad de la Administración por riesgos de desarrollo 185 6. La exoneración del productor de una parte integrante 187 7. Culpa del perjudicado 188 8. Responsabilidad e intervención de un tercero 190 X. LIMITACIÓN EN EL TIEMPO A LA REPARACIÓN 193 1. Prescripción de la acción 193 2. Extinción de la responsabilidad 196 XI. DAÑOS INDEMNIZABLES 201 1. Daños personales. Límite 201 2. Daños materiales. Franquicia 203 3. Exclusión de los daños en el propio producto 207 XII. DERECHO TRANSITORIO 209 1. Daños causados por productos puestos en circulación antes del 8 de julio de 1994 209 A) Disposición transitoria tercera del TRLGDCU 209 B) Aplicación jurisprudencial del Capítulo VIII de la LGDCU a la responsabilidad por productos defectuosos 213 2. El problema de los productos agrícolas que no han sufrido transformación inicial 223 XIII. DAÑOS CAUSADOS POR SERVICIOS DEFECTUOSOS 225 1. Responsabilidad civil por servicios defectuosos 225 2. La responsabilidad civil por servicios defectuosos en el TRLGDCU 228 A) Texto Refundido y Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios 228 B) La aplicación por

los Tribunales de la LGDCU a los daños ocasionados por la prestación de servicios 231 XIV. LA RESPONSABILIDAD DEL PRESTADOR DE SERVICIOS EN EL TEXTO REFUNDIDO 237 1. El concepto de servicio 237 2. Sujetos responsables 241 A) El prestador de servicios 241 B) La regla de la solidaridad 246 3. Sujeto protegido 247 4. Dualidad de regímenes de responsabilidad 249 XV. RESPONSABILIDAD POR LOS DAÑOS OCASIONADOS EN EL CORRECTO USO DE LOS SERVICIOS 253 1. Servicios a los que se aplica este régimen 253 A) Servicios que incluyan la garantía de determinado nivel de seguridad 253 B) Servicios sanitarios 261 C) Reparación y mantenimiento de electrodomésticos, ascensores y vehículos de motor 263 D) Servicios de rehabilitación y reparación de viviendas 267 E) Servicios de revisión, instalación y similares de gas y electricidad. Remisión 271 F) Servicios relativos a medios de transporte 275 2. Límite de responsabilidad 280 3. Plazo de prescripción 281 4. El problema de la prestación de un producto defectuoso en el curso de la prestación de un servicio 283 XVI. LA COMPATIBILIDAD CON OTROS DERECHOS DEL PERJUDICADO 297 1. Antecedentes: daños por productos y daños por servicios 297 2. El Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios 299 A) Daños por productos y las reglas especiales de responsabilidad 301 B) Daños por productos y otras reglas de responsabilidad 305 XVII. INEFICACIA DE LAS CLÁUSULAS DE EXONERACIÓN O LIMITACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD 311 BIBLIOGRAFÍA 315

Responsabilidad civil del médico y responsabilidad patrimonial de la Administración sanitaria

Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea

La protección del consumidor, bien sea como adquirente de bienes por internet, bien sea como inversor, bien como usuario de bienes más específicos como los farmacéuticos, debe hacerse con carácter preventivo, regulando un sistema de información previo que le permita realizar el acto de consumo con pleno conocimiento; pero también debe garantizarse una defensa posterior a la realización de dicha actividad. De ahí la importancia en orden a recoger en la obra tanto medidas preventivas de protección, como actuaciones posteriores a la producción del daño, tanto en el ámbito nacional, como en el plano internacional. La obra reúne los aspectos más novedosos tanto desde el punto de vista material, como desde el punto de vista jurisdiccional, y siempre analizando con una mirada crítica las recientes reformas legislativas. De ahí que se hayan reunido autores procedentes del ámbito universitario y del ámbito jurídico que conocen directamente la problemática en torno al consumo. El lector podrá encontrar soluciones a problemas que ya son una realidad (comercio electrónico, diversas modalidades de inversión, sector farmacéutico), y podrá encontrar pautas jurídicas en la contratación de determinados bienes, anticipándose a las deficiencias que cualquier ley puede manifestar cuando se pretende la defensa del consumidor ante los tribunales, así como otras vías de resolución (arbitraje de consumo). Ello se completará con las consecuencias legislativas de situaciones similares en otros países. Entre los autores de la obra, se encuentran abogados con amplia experiencia ante los tribunales en la defensa de consumidores y usuarios (Julia Téllez Roca), así como miembros de

instituciones como la Comisión Nacional del Mercado de Valores encargados directamente de la protección de los inversores (M.a José Gómez Yubero). Igualmente han colaborado Catedráticos y profesores Titulares de universidad de diversas disciplinas, lo que ha permitido dar una visión material del problema (Pilar Cámara Águila), y también una perspectiva procesal (Piedad González Granda, Pedro Álvarez Sánchez de Movellán, M.a Isabel González Cano o Gilberto Pérez del Blanco). La colaboración se extiende a profesores de Chile y Argentina, los cuales vienen realizando estudios de referencia en el ámbito de consumo (José Pedro Silva, Maite Aguirrezabal y Andrea Meroi, respectivamente). Asimismo, las directoras del libro son profesoras de Derecho Procesal de la Universidad Autónoma de Madrid, habiendo impartido conferencias y publicado artículos sobre diversas cuestiones referentes a la protección de consumidores, tales como los intereses colectivos y difusos, la legitimación en la ejecución civil en procesos sobre consumidores, y el arbitraje de consumo, consolidando una línea de investigación en el ámbito universitario

Índice: ÍNDICE PRÓLOGO La responsabilidad civil por productos defectuosos La educación financiera y su contribución al reequilibrio entre inversores e instituciones financieras

1. Contexto económico-financiero: globalización, integración financiera y transferencia de riesgos

2. De la información al conocimiento y la toma informada de decisiones de inversión

3. Respuesta de gobiernos, reguladores, supervisores, entidades financieras e inversores

3.1. Prevención de malas prácticas en el lado comprador minorista

3.1.1. Diagnóstico de partida

3.1.2. Concienciación de los consumidores

3.1.3. Papel de las autoridades. Programas de formación financiera de los ciudadanos

3.1.4. Papel de las entidades financieras. La RSC como respuesta

3.2. Prevención de malas prácticas en el lado vendedor

3.2.1. MiFID: un nuevo enfoque en la relación de las entidades financieras con sus clientes

3.2.2. Cómo hacer funcionar la MiFID

4. Conclusiones

De sellos, antigüedades, bosques naturales y animales en todo caso: la protección del inversor en bienes tangibles

1. Introducción

2. El escándalo de los sellos

3. El ámbito de aplicación de la Ley 43/2007

4. Forma y contenido mínimo del contrato

5. El deber de prestar garantía de restitución del precio

6. La nulidad como remedio de protección del consumidor en estos contratos

7. Conclusión

El interés colectivo en materia de consumo: tipología, capacidad y legitimación

1. Concepto, naturaleza y tipología de los intereses colectivos y difusos de consumidores o usuarios

2. Concepto, caracteres generales y ámbito de actuación respecto a derechos e intereses colectivos

3. Capacidad para ser parte del grupo de consumidores o usuarios afectados

3.1. Ideas generales.

3.2. La determinación de los miembros del grupo y su constitución con la mayoría de afectados

3.3. La diligencia preliminar para la concreción de los integrantes del grupo de consumidores o usuarios afectados

4. Integración de la capacidad procesal del grupo de consumidores o usuarios: el representante del grupo

Protección judicial de consumidores y usuarios en el ámbito del comercio electrónico

1. Vías de resolución judicial de conflictos previstas en la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico

2. El procedimiento para la tutela de la acción de cesación

2.1. Objeto procesal

2.2. El sistema de legitimación

3. Integración procedimental

3.1. Jurisdicción y competencia territorial

3.2. Procedimiento aplicable

3.3. Peculiaridades probatorias

3.4. Medidas cautelares

3.5. La sentencia y su ejecución

Procedimiento arbitral en la ley de arbitraje 60/2003 y supletoriedad en el arbitraje de consumo

1. Evolución normativa del sistema arbitral de consumo hasta el RD 231/2008

2. Características del sistema arbitral de consumo

3. Principios inspiradores del procedimiento arbitral en la vigente Ley de Arbitraje. Eficacia de los mismos en el sistema arbitral de consumo

A) La

libertad procedimental como principio básico normativo. Virtualidad del mismo respecto del arbitraje de consumo B) Principios de orden público procesal C) Relevancia constitucional de los principios de orden público procesal D) Concreciones procedimentales en la LA/2003 y en el RD 231/2008 de los principios de orden público procesal 4. Requisitos formales de las actuaciones arbitrales A) Del «carácter privado» de las audiencias en el arbitraje de consumo a la confidencialidad como principio del procedimiento arbitral B) Forma oral o escrita de las actuaciones. Innovaciones en el RD 231/2008 C) Lugar e idioma para las actuaciones arbitrales 5. La fase de alegaciones A) Respecto del momento de iniciación del procedimiento arbitral en la LA y en el RD 231/2008 B) La definición de la pretensión. La reconvencción en el RD 231/2008 C) La falta de comparecencia e inactividad de las partes y otras normas sobre el procedimiento 6. La prueba en el procedimiento arbitral A) Sobre la flexibilidad del principio preclusivo para la aportación de documentos B) Procedimiento probatorio y aplicación al mismo del principio de libertad procedimental. Límites introducidos por el RD 231/2008 C) Menciones a la prueba pericial y testifical. Régimen especial en el sistema arbitral de consumo D) Asistencia judicial para la práctica de la prueba 7. Medidas cautelares (breve mención) 8. Fase de conclusiones. Solución (no prevista) para el Sistema Arbitral de Consumo La incidencia de la reforma procesal civil de Chile en el marco del consumidor y algunos aspectos de la actual legislación chilena sobre protección de derechos transindividuales como contexto de referencia I. Breve introducción II. Reforma procesal civil chilena 1. Antecedentes generales. Anteproyecto de Código Procesal Civil 2. Tratamiento de las acciones para la protección de los Consumidores en el Anteproyecto de Código Procesal Civil III. Protección de los consumidores y usuarios en la legislación chilena 1. Antecedentes relativos a la necesidad de legislar en materia de intereses colectivos y difusos 2. Aspectos procesales de la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores 2.1. Los Consumidores y Proveedores 2.2. Acciones y legitimación 3. Facultades especiales del juzgador y procedimiento La sentencia dictada en procesos promovidos para la defensa de los intereses colectivos y difusos de consumidores y usuarios: régimen en la nueva Ley de Enjuiciamiento Civil española (LEC) I. Generalidades II. Ámbito de aplicación del art. 221 LEC III. Exigencia de determinación individual de los beneficiarios de la condena IV. Efectos de la declaración de ilicitud de una actividad o conducta V. Pronunciamiento sobre las pretensiones en la sentencia VI. El problema de la cuantificación global del daño como requisito de admisibilidad de la demanda VII. La acción ejecutiva en el proceso de consumidores y usuarios La tutela colectiva de los derechos del consumidor en Argentina 1. Las pretensiones colectivas: un contenido perturbador 2. La situación de los derechos del consumidor 3. Tutela colectiva de los derechos del consumidor y «derechos de incidencia colectiva» 3.1. Un verdadero «leading case»: Defensoría del Pueblo de la Ciudad de Buenos Aires c. Edesur S.A. 3.2. La opinión doctrinaria en torno a los intereses plurales homogéneos 3.3. Otros precedentes jurisprudenciales 3.4. La opinión de la Corte Suprema de Justicia de la Nación 4. Prospectivas La acción de cesación en la ley 29/2006 de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios 1. Consideraciones generales sobre la protección a los consumidores en la Ley 29/2006 de Garantías y Uso Racional de los Medicamentos y Productos Sanitarios 2. Objeto procesal de la acción de cesación en la Ley 29/2006 2.1. Pretensiones de cesación o prohibición: conductas objeto de la prestación 2.2. Conductas publicitarias de medicamentos prohibidas 2.3. Conductas publicitarias de medicamentos permitidas formalmente pero que sean ilícitas 2.4. Conductas publicitarias de «productos sanitarios» prohibidas 2.5.

Publicidad de otros productos con pretendida finalidad «sanitaria» 2.6. Conductas publicitarias que tengan por objeto la oficina de farmacia: tenores legales confusos y normativa fragmentada 3. Algunos aspectos relativos a los elementos subjetivos del proceso de cesación 3.1. La legitimación en torno a la acción de cesación 3.2. Intervención procesal en el proceso de cesación 3.3. Legitimación pasiva 4. Cuestiones procedimentales

Casos de marketing

El art. II-98 de la nueva Constitución Europea establece que en las políticas de la Unión se garantizará un elevado nivel de protección de los consumidores, misión que compartirán las instituciones comunitarias y las correspondientes de cada país miembro. Dicha tutela se orienta en una doble dirección: la protección de la salud humana y el logro de una adecuada transparencia en el mercado interior. Se trata, por tanto, de un problema de primer rango para nuestra comunidad y, por ello, es objeto de protección en los distintos Códigos Penales europeos. El presente volumen recoge los trabajos elaborados por un grupo de penalistas del viejo continente que se han especializado en el análisis de los problemas dogmáticos y policriminales que plantean los delitos relativos a los consumidores, desde cuestiones relativas a la seguridad alimentaria hasta la moderna concepción del accionista como consumidor de productos financieros, pasando por la publicidad engañosa o la responsabilidad por el producto.

Perspectivas del derecho del consumo

La protección de los consumidores en materia contractual

Sociedad de consumo y agricultura biotecnológica.

La preocupación por la invasión de nuestra intimidad justifica el interés que desde mediados del siglo XX ha suscitado en las esferas democráticas occidentales la privacidad informática. La protección de datos personales no conforma, en términos generales, un nivel convencional de legislación. Francia, pionera a nivel europeo, y siempre fiel a su indiscutible tradición humanista, confiere una voz particular a este debate internacional desde que el 6 de Enero de 1978 se adoptase la llamada Ley de Informática y Libertades. En efecto, "del otro lado de los Pirineos" se reaccionó con premura: sin embargo, en los orígenes de este juego de influencias que caracteriza el sistema de regulación normativa en la Europa comunitaria, España no se ha quedado rezagada. A través del análisis comparativo de las legislaciones francesa y española, se podrán determinar cuáles son las particularidades y diferencias apreciables en este proceso de lectura diferenciada

entre, de un lado, la inspiración directa que la precursora Ley 78/17 francesa supuso para la redacción de los primeros textos internacionales, y por otro lado, las transposiciones de la Directiva 95 /46 CE a las fuentes legales específicas del derecho interno español y francés en materia de regulación de los datos de carácter personal. Habida cuenta de su extensa experiencia, Francia no sólo ha sido un modelo a seguir, sino que sigue abriendo nuevas e interesantes vías de análisis alternativas.

El derecho de protección a los consumidores en México

Protección a los consumidores en Chile

Informática y libertades

La protección frente a las cláusulas abusivas en préstamos y créditos

United Nations Congress on the Prevention of Crime and the Treatment of Offenders

Competencia desleal y protección de los consumidores

*** 1 CUESTIONES INTRODUCTORIAS *** 1. PRELIMINAR 2. EL MOVIMIENTO CONSUMERISTA 2.1. Planteamiento 2.2. Modelo económico y protección de los consumidores 2.3. El problema de la adscripción del Derecho del consumo 3. COMPETENCIA NORMATIVA 4. COMERCIO ELECTRÓNICO E INTIMIDAD 5. -EVOLUCIÓN DE LA NORMATIVA SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO 5.1. Ámbito internacional 5.2. En la Unión Europea 6. -TENDENCIAS EN LA TUTELA DE LOS CONSUMIDORES EN LA UNIÓN EUROPEA *** 2 CARACTERIZACIÓN CONCEPTUAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO *** 1. DIFICULTADES PARA SU CONCRECIÓN 1.1. En lo atinente al comercio electrónico 1.2. En lo relativo a la contratación electrónica 2. CARACTERIZACIÓN DEL CONTRATO ELECTRÓNICO 2.1. Infraestructura electrónica como medio de comunicación 2.2. Contrato a distancia 2.3. Contrato de formalismo indirecto 2.4. Contrato de adhesión 2.5. De contexto internacional 2.6. Protección de los consumidores 3. TIPOLOGÍA DE LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS 3.1. Por los sujetos intervinientes 3.2. Por la forma de prestación del servicio. 3.3. Por el ámbito de contratación 3.4. Por el entorno tecnológico 3.5. Por la forma de negociación

3.6. Otros criterios 4. DELIMITACIÓN DEL OBJETO CONTRACTUAL *** 3 ÁMBITO SUBJETIVO *** 1. LOS SUJETOS DE LA RELACIÓN NEGOCIAL 2. -PROTECCIÓN DE LOS INTERESES DEL DESTINATARIO CONSUMIDOR 2.1. Dificultades para concretar una noción de consumidor 2.2. -Concepto de consumidor en el ordenamiento jurídico comunitario 2.3. Noción de consumidor en el ordenamiento jurídico español 3. -EL PRESTADOR DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN 3.1. Caracterización 3.2. Principios que inspiran su actuación 3.3. -Obligaciones de los prestadores de los servicios de la sociedad de la información 3.4. Régimen de responsabilidad *** 4 FORMA Y DOCUMENTACIÓN EN EL CONTRATO ELECTRÓNICO *** 1. -EL PROBLEMA DE LA FORMA EN EL CONTRATO ELEC-TRÓNICO 2. EL FORMALISMO INDIRECTO 3. LA FIRMA ELECTRÓNICA 3.1. -Una respuesta a la exigencia de seguridad en las transacciones electrónicas 3.2. Delimitación conceptual 3.3. Sistemas y modalidades de firmas electrónicas 3.4. El documento electrónico y sus efectos jurídicos 3.5. Elementos que intervienen en la firma electrónica 3.5.1. Elementos personales A) El firmante B) El prestador de servicios de certificación C) El tercero afectado 3.5.2. Elementos técnicos A) Datos y dispositivos de creación de firmas B) -Datos y dispositivos de verificación de firma electrónica 4. CERTIFICADOS ELECTRÓNICOS 4.1. Noción 4.2. Los certificados electrónicos de personas jurídicas 4.3. Vigencia, validez, renovación y suspensión del certificado 5. LOS CERTIFICADOS RECONOCIDOS 5.1. Concepto y requisitos 5.2. Régimen de concesión de certificados reconocidos 5.3. Equivalencia internacional de certificados reconocidos 6. EL DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD ELECTRÓNICO *** 5 PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES COMERCIALES. *** 1. LA PUBLICIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO 1.1. Introducción 1.2. Publicidad y consumidor 1.3. Prácticas frecuentes en la Red 1.3.1. Cuestiones a tener en cuenta: hipervínculos y marcos 1.3.2. Otras prácticas: metanames, banners y cookies 2. -COMUNICACIONES COMERCIALES POR VÍA ELECTRÓNICA 2.1. Planteamiento de la cuestión 2.2. El spam en el Derecho comparado 2.3. Régimen comunitario 2.4. Régimen español 2.5. Tratamiento específico del spam 2.6. -Acciones derivadas de la recepción de comunicaciones comerciales 2.6.1. Solución judicial 2.6.2. Solución extrajudicial 2.7. Infracciones y sanciones 3. RECAPITULACIÓN CONCLUSIVA *** 6 BIOLOGÍA DEL CONTRATO ELECTRÓNICO *** 1. CONSIDERACIONES PRELIMINARES 2. -FASE PREPARATORIA Y RESPONSABILIDAD PRECONTRACTUAL 3. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA 4. INFORMACIÓN PREVIA 4.1. La regulación en la LSSICE 4.1.1. Información general del prestador del servicio 4.1.2. -Información especial en supuestos de contratación electrónica 4.2. -La información previa en la Ley de Ordenación del Comercio Minorista 4.3. Requisitos de la información previa 4.4. El problema de la revocación de la oferta 4.5. Conclusión de la oferta 5. SINGULARIDADES DE LA ACEPTACIÓN 5.1. Forma de manifestarse la aceptación 5.2. -Problemas en cuanto a la formulación de la aceptación por medios electrónicos 5.2.1. Declaración de voluntad emitida por un incapaz 5.2.2. Divergencias en la declaración de voluntad 6. PERFECCIÓN DEL CONTRATO ELECTRÓNICO 6.1. Consideraciones previas 6.2. Momento de perfección 6.3. Lugar de perfección 6.3.1. Régimen general 6.3.2. Régimen especial cuando interviene un consumidor 6.3.3. -Especialidad para el supuesto de realizarse entre empresarios o profesionales 7. INFORMACIÓN DURANTE LA EJECUCIÓN CONTRACTUAL 8. PRUEBA DEL CONTRATO 8.1. Principios generales de la prueba en la contratación electrónica 8.2. La prueba en la LSSICE 9. EJECUCIÓN DEL CONTRATO 9.1. Identidad de la prestación 9.2. Tiempo de cumplimiento 9.3. Lugar de cumplimiento 9.4. Otras circunstancias a considerar en el cumplimiento 10. EL DERECHO DE DESISTIMIENTO 10.1. Naturaleza del derecho 10.2. Análisis de la normativa jurídica al

respecto 10.2.1. Régimen comunitario 10.2.2. Derecho de desistimiento en la contratación electrónica A) -Regulación en la Ley de Ordenación del Comercio Minorista B) Derecho especial de resolución C) Efectos del desistimiento y la Resolución D) Excepciones a los derechos anteriores 10.2.3. El derecho de «resolución» en el Real Decreto 1906/1999 11. GARANTÍAS DE LOS CONSUMIDORES 12. SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS *** 7 LAS CONDICIONES GENERALES EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA *** 1. CLÁUSULAS PREDISPUESAS 2. -CLÁUSULAS ABUSIVAS EN LA CONTRATACIÓN ELEC-TRÓNICA 3. -NULIDAD PARCIAL DEL CONTRATO POR CLÁUSULAS ABUSIVAS 4. -PROTECCIÓN DEL ADHERENTE EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL 5. -LA PROTECCIÓN POR LA VÍA DE LA LIBRE PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN DERECHO COMUNITARIO *** 8 INSTRUMENTOS ELECTRÓNICOS DE PAGO *** 1. PLANTEAMIENTO GENERAL 2. TARJETAS ELECTRÓNICAS 3. MONEDEROS ELECTRÓNICOS 4. DINERO ELECTRÓNICO 4.1. El signo monetario 4.2. Régimen legal 4.3. Aproximación conceptual 4.4. Naturaleza jurídica 4.5. Funcionamiento del dinero electrónico 4.6. Régimen jurídico de las Entidades de Dinero Electrónico 4.6.1. Aspectos generales 4.6.2. Sujeción a normas de disciplina y control 5. -TÍTULOS VALORES ELECTRÓNICOS: CHEQUE ELECTRÓNICO Y DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS EN FUNCIONES DE GIRO 6. LA FACTURA TELEMÁTICA 7. TRANSFERENCIA ELECTRÓNICA DE FONDOS 8. MEDIOS DE PAGO CONVENCIONALES 9. -NORMATIVA EUROPEA SOBRE TRANSACCIONES EFECTUADAS MEDIANTE INSTRUMENTOS ELECTRÓNICOS DE PAGO 9.1. Objetivos y ámbito de aplicación 9.2. Transparencia de las condiciones aplicables a las transacciones 9.3. -Obligaciones y responsabilidades de las partes intervinientes en el contrato 9.3.1. Obligaciones y responsabilidades del titular 9.3.2. Obligaciones y responsabilidades del emisor 9.3.3. Supuestos de pérdida o extravío *** 9 PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL *** 1. LA PRIVACIDAD Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO 2. ÁMBITO DE TUTELA Y CONCEPTOS FUNDAMENTALES 2.1. Ámbito de tutela 2.2. Concepto de dato de carácter personal 2.3. Ámbito de aplicación 2.4. -Delimitación del responsable del el encargado del fichero o del tratamiento 2.5. Sujeto protegido 3. PRINCIPIOS DE LA PROTECCIÓN DE DATOS 4. -DERECHOS DE LAS PERSONAS SOBRE SUS DATOS PERSONALES 5. SUPUESTOS DE DATOS ESPECIALMENTE PROTEGIDOS 6. SEGURIDAD Y SECRETO DE LOS DATOS 7. EL PROBLEMA DE LA COMUNICACIÓN DE DATOS 7.1. Regla general y excepciones 7.2. El acceso a los datos por cuenta de terceros 8. CREACIÓN DE FICHEROS 8.1. Ficheros de titularidad pública 8.2. Ficheros de titularidad privada 8.2.1. Régimen general 8.2.2. Datos incluidos en las fuentes de acceso público 8.2.3. -Datos utilizados para la prestación de servicios de información sobre solvencia patrimonial y crédito 8.2.4. -Tratamiento con fines de publicidad y prospección comercial 8.2.5. Censo promocional 8.3. Movimiento internacional de datos 9. TUELA DE DERECHOS Y AUTORREGULACIÓN 10. RÉGIMEN SANCIONADOR 10.1. Infracciones 10.2. Sanciones 10.3. Prescripción 10.4. Facultad de inmovilización de ficheros *** 10 TUTELA JUDICIAL Y EXTRAJUDICIAL DE LOS CONSUMIDORES *** 1. LAS VÍAS DE TUTELA 2. AUTORREGULACIÓN Y CORREGULACIÓN 3. -SOLUCIONES CONFLICTUALES EN EL COMERCIO ELEC-TRÓNICO 3.1. Soluciones previstas en la LSSICE 3.1.1. Soluciones extrajudiciales A) Introducción B) Normativa española C) Características del Sistema Arbitral de Consumo D) Objeto E) La estructura del Sistema Arbitral de Consumo F) Los árbitros G) El procedimiento arbitral H) El laudo I) Impugnación del laudo J) Ejecución forzosa del laudo 3.1.2. -El arbitraje «virtual»: Sistema de Información sobre Tramitación Arbitral 3.1.3. Solución judicial: La acción de cesación 3.2. Otras soluciones judiciales 3.2.1. Introducción 3.2.2. Medidas cautelares A) Naturaleza B) Medidas cautelares concretas C) Procedimiento a) Momento

procesal para la solicitud b) Competencia c) Legitimación d) Postulación y dirección letrada e) Trámites f) Modificación y alzamientos g) Caucción sustitutoria 3.2.3. Otras acciones A) Acción en reclamación de daños y perjuicios B) Acciones «ad exhibendum» C) Acciones de Derecho común D) Acciones civiles derivadas de delito E) -Efectos de las sentencias dictadas en los procesos promovidos por asociaciones de consumidores o usuarios 4. PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR TRANSFRONTERIZO 4.1. El litigante transfronterizo 4.2. -Protección de los intereses económicos: El Reglamento de cooperación en materia de consumidores

Derechos de los consumidores y usuarios

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. Ministerio de la Presidencia Referencia: BOE-A-2007-20555 - (Análisis jurídico) Publicación: BOE núm. 287 de 30/11/2007 Entrada en vigor: 01/12/2007 Última actualización publicada el 31/12/2009

Derecho y consumo

Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias

El lector tiene en sus manos una monografía esencial para comprender los cambios que se han producido en la legislación protectora del consumidor, en cualquier tipo de contrato celebrado entre un profesional y un consumidor, ya sea de venta de bienes o de prestación de servicios y con independencia del modo o lugar en que éste se celebre. Escrito en lenguaje sencillo, sin renunciar a la precisión jurídica en los términos utilizados, este libro sirve tanto para el estudiante que quiere aprender nociones básicas de derecho de consumo, como para el profesional que, en el ejercicio de su profesión, quiere clarificar conceptos y conocer los cambios producidos en el Texto Refundido de la Ley de consumidores y usuarios tras la reforma operada por la ley 3/2014. No se trata sólo de modificaciones necesarias para adaptarse a la Directiva de Derechos de los consumidores, sino que, en algunos aspectos, suponen desviaciones de las soluciones marcadas por el derecho de contratos en general. María Teresa Álvarez Moreno es Licenciada y Doctora en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid. Fue profesora ayudante (de Escuela y de Facultad) en la citada Universidad entre 1993 y 2002, año en que obtuvo una Cátedra de Escuela Universitaria en la Universidad de León, donde impartió docencia hasta 2007. Desde esta fecha es profesora titular de Derecho Civil en la Universidad Complutense. Es coordinadora del Máster en Derecho Privado de la UCM desde junio de 2011 y Directora del Departamento de derecho Civil UCM desde mayo de 2015. Ha participado en varios proyectos de investigación I+D del Ministerio (Educación primero, y Competitividad después) sobre materias de

contratación y de protección de consumidores. Ha realizado numerosas estancias en Universidades extranjeras, de docencia y de investigación, destacando sobre todas ellas las estancias como profesora visitante en dos universidades italianas en 2014 y 2015. Es autora de numerosas publicaciones en el marco del llamado Derecho de consumo, y ha impartido conferencias, ponencias y cursos especializados tanto en Universidades españolas y extranjeras, como en el marco de las administraciones públicas, ya fuese para formación inicial o permanente del personal cualificado.

Derecho privado europeo y modernización del derecho contractual en España.

La nueva edición de Principios de Marketing realiza un amplio recorrido por la moderna concepción del marketing desde una perspectiva tanto estratégica como operativa. Este libro aporta, a diferencia de otras obras de marketing, la posibilidad de acercarse a los nuevos métodos en la gestión de clientes y a los instrumentos más actuales de comercialización que aplican las empresas en la realidad. • ¿Qué es el valor del tiempo de vida del cliente para la empresa? ¿Cómo se coordinan las acciones de cross-selling y up-selling en la gestión del valor del cliente? • ¿Cuál es la principal causa de fracaso en la implantación de la estrategia de gestión de relaciones con los clientes CRM? • ¿Qué tendencias actuales influyen más sobre el comportamiento de compra de los consumidores? • ¿Qué variables y medidas integran los sistemas de control de las acciones de marketing que puede implantar la empresa? • ¿Cuáles son los principales servicios de información electrónicos a disposición de las empresas en la actualidad? • ¿Qué reglas hay que seguir para obtener el éxito en el lanzamiento de nuevos productos al mercado? • ¿Cuáles son los principales instrumentos para aumentar la rotación y rentabilidad de los productos en el punto de venta? • ¿Qué principales formas de publicidad no convencional en televisión utilizan las empresas? En este texto el lector encontrará respuesta a estas y muchas otras preguntas, además de una gran cantidad de ejemplos, ilustraciones y esquemas que facilitan la comprensión y aplicación. Un libro válido tanto para el aprendizaje de estudiantes como para la consulta del profesional de marketing. Autores: Águeda Esteban Talaya, Jesús García de Madariaga, M^a José Narros González, Cristina Olarte Pascual, Eva Marina Reinares Lara, Manuela Saco Vázquez. **ÍNDICE**
Marketing: funciones y entorno ● Mercado y demanda en marketing ● Planificación y organización de marketing ● Información e investigación de marketing ● Producto ● Distribución comercial ● Comunicación comercial

Protección penal del consumidor en la Unión Europea

Medicamentos y productos sanitarios inciden en ámbitos tan importantes como la salud y el bienestar, se consideran instrumentos de salud e incluso bienes estratégicos. La complejidad de estos productos determina la presencia de una serie de riesgos asociados a los beneficios que genera su uso. El empleo de estos productos se producirá en condiciones determinadas por la salud del consumidor y, en ocasiones, su elección no será llevada a cabo por quien vaya a utilizarlos, sino que será un facultativo quien lo haga, aunque los posibles inconvenientes derivados de su uso recaerán sobre el

paciente. Estas particulares características establecen el marco del medicamento y el producto sanitario, como productos de consumo. Cuestiones como la publicidad, el precio, la responsabilidad derivada por productos defectuosos, los medicamentos falsificados, la adquisición de medicamentos a través de la red o el acceso a medicamentos en situaciones especiales (uso compasivo, medicamentos no autorizados y usos off label) son tratados con rigor, a través de los diferentes capítulos que configuran esta obra, aportando, sus autores, una nueva dimensión al estudio del medicamento y del producto sanitario relacionada con la protección al consumidor. El perfil profesional de los autores permite aportar una visión actual y práctica a los temas tratados por cada uno de ellos. Leopoldo Agraz, Doctor en Farmacia y profesor en la Facultad de Farmacia de la Universidad San Pablo CEU, ha desarrollado su labor profesional en los campos de la oficina de farmacia, la docencia, la Administración pública y la abogacía; Cristina Andrés, Profesora Titular de Derecho penal, ha realizado parte de su labor investigadora referida a los ilícitos relacionados con la salud pública; la trayectoria profesional de Antonio Juberías, farmacéutico del Cuerpo militar de sanidad y Doctor en Derecho, le ha llevado a ejercer su labor en el ámbito de la producción farmacéutica y la Administración pública; Arturo Molina es consultor en materia de producto sanitario y Elena Vicente, Catedrática de Derecho civil, es especialista en derecho de daños.

Los derechos del hombre

Protección penal y tutela jurisdiccional de la salud pública y del medio ambiente

La protección del consumidor en los créditos hipotecarios

El objetivo de esta monografía es ofrecer al lector las novedades introducidas por el Texto Refundido para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. En este estudio se analizan los distintos mecanismos que refuerzan la tutela del consumidor con respecto a los daños y perjuicios que éste sufre, directa o indirectamente, como consecuencia de los contratos a los que se adhiere. Se analiza la protección, tanto en el ámbito precontractual como en el contractual, las garantías posventa, la responsabilidad frente a los daños causados y la imputación de los mismos. Por último, se realiza una valoración sobre los Sistemas Alternativos en la Resolución de Conflictos en materia de consumo: Arbitraje y Mediación.

Protección de los consumidores e inversores, arbitraje y proceso

El Departamento de Derecho Comercial, en colaboración con los Departamentos de Derecho Económico y Derecho Civil de la Universidad Externado de Colombia, conscientes de la importancia de la protección de los derechos de los consumidores

presentan esta publicación a la comunidad académica con la finalidad de promover el estudio y conocimiento científico del Derecho del Consumo. El texto está compuesto por 16 artículos en los cuales se abordan los puntos cardinales de una relación de consumo, como la calidad, idoneidad y seguridad de los productos, la información y publicidad, los mecanismos de protección contractual, y algunos relacionados con la interacción de las normas de protección al consumidor con otras áreas del Derecho. Cada uno de los artículos presenta una posición crítica, integral y analítica de los temas tratados en las normas del Estatuto del Consumidor en Colombia, Ley 1480 de 2011.

Contratos electrónicos y protección de los consumidores

El contenido de esta obra colectiva es el resultado de un estudio multidisciplinar sobre los derechos de los consumidores y usuarios en el ámbito español e iberoamericano, sin olvidar la influencia que ejerce en la materia la normativa europea a través de la legislación de nuestro país. En esta investigación han participado profesores de Derecho público y privado de diez universidades y siete países intentando ofrecer una perspectiva integral en una materia que afecta a millones de ciudadanos que se encuentran inmersos en el tráfico jurídico ordinario, bien como usuarios, bien como consumidores de toda clase de servicios y bienes, en unos casos públicos, en otros privados. En efecto, no se puede olvidar que el consumo es el gran motor de la economía y que para conseguir un adecuado desarrollo social también hay que asegurar una cierta capacidad económica. La seguridad en las relaciones entre usuarios y prestadores de servicios o entre comerciantes y consumidores, la eliminación de situaciones de abuso y de cláusulas desproporcionadas o injustas, o la defensa de la libre competencia son elementos imprescindibles del normal tráfico comercial. De esta manera, protegiendo relaciones ordinarias, se coloca a la persona en el centro del ordenamiento jurídico relativo a los usuarios y consumidores de bienes y servicios. Como se pone de manifiesto en este trabajo, las constituciones de los diferentes países imponen a sus gobiernos la obligación de proteger a la parte más débil de este tipo de relaciones. Junto con las omnipresentes directivas europeas, la protección constitucional se articula, fundamentalmente, mediante disposiciones mercantiles, civiles y administrativas, lo que justifica la perspectiva integradora adoptada en esta obra.

LA PROTECCIÓN JURÍDICA DE LOS DERECHOS DE AUTOR DE LOS CREADORES DE VIDEOJUEGOS

Derechos y garantías del consumidor en el ámbito contractual

Un informe del Banco Central Europeo revelaba hace poco que España es uno de los países europeos con intereses y comisiones más caros. En un contexto generalizado de crisis económica, el presente trabajo trata de colocar la atención del lector en la necesidad de que Jueces, Notarios y Registradores actúen, dentro del ámbito de sus respectivas competencias,

los mecanismos legalmente previstos en nuestro Ordenamiento para poner freno a las cláusulas abusivas presentes en préstamos y créditos. Las ideas que se proponen en este sentido apuntan, tras realizar un análisis de las distintas normas de protección del consumidor y de la clientela bancaria (entre ellas la reciente Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo y la Orden EHA/2899/2011, de 28 de octubre, de transparencia y protección del cliente de servicios bancarios), hacia la necesidad de una mayor homogeneización de la regulación de préstamos y créditos, a ser posible en un solo texto legal; la denuncia de comisiones que cobran las entidades financieras por servicios que en realidad no prestan; la conveniencia de la apreciación de oficio por parte de Jueces y Tribunales del carácter abusivo de cláusulas, como las que prevén intereses moratorios excesivos y su consiguiente moderación; y una mayor aplicación de la Ley de Usura, ponderando no sólo los intereses usuales del mercado español, sino también los del resto de los países de la zona euro, entre otras cosas. Para ello se realiza un análisis jurisprudencial de éstos y otros aspectos que tienen que ver con las cláusulas abusivas en contratos celebrados con consumidores como: las cláusulas de redondeo al alza de los intereses en los préstamos hipotecarios, las cláusulas suelo, el pacto de anatocismo, las cláusulas que imponen garantías desproporcionadas y las de vencimiento anticipado.

International Product Liability [2007]

El Cuadro independiente de Expertos Eminentes sobre la Ética en la Alimentación y la Agricultura fue establecido por el Director General de la FAO para asesorar a la Organización y sensibilizar al público sobre consideraciones éticas relacionadas con asuntos tan vitales como la seguridad alimentaria para las generaciones presentes y futuras y la ordenación sostenible de los limitados recursos de la Tierra. La contribución del Cuadro de Expertos tanto a la labor de la Organización como al más amplio debate internacional es muy significativa en un momento en que importantes acontecimientos en la alimentación y la agricultura, en particular progresos tecnológicos cada vez rápidos, cambios en la base de recursos y mecanismos económicos y de mercado en evolución, han hecho que una variedad de cuestiones éticas ocupen un lugar destacado. En este segundo informe, el Cuadro de Expertos examina diversas cuestiones éticas relacionadas con la emergencia mundial del hambre; la intensificación de la agricultura; la globalización económica en la alimentación y la agricultura; la distribución de los beneficios de las biotecnologías como parte del progreso científico; las consecuencias del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio, de la Unión Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales y de los Derechos del agricultor; y la participación, seguimiento y rendición de cuentas en relación con los organismos modificados genéticamente.

Consumidores y usuarios

Este profesional estará capacitado para gestionar y ejecutar los planes de protección al consumidor, de acuerdo con la

normativa y la legislación vigente.

Manual sobre protección de consumidores y usuarios

En la historia constitucional española no existen antecedentes de la protección de los derechos de los consumidores y usuarios. Se suele relacionar la Constitución de 1978, en cuanto a las características constitucionales que presenta con las de 1812, 1869 y 1931 -incluso defendiendo su influencia, no obstante el título III sigue a la Constitución de 1876-. En materia de protección de los consumidores y usuarios, los antecedentes nos los encontramos en la Constitución portuguesa de 25 de abril de 1976. No se ha constitucionalizado precepto alguno en defensa de los consumidores en las vigentes Constituciones de Italia de 22 de diciembre 1947, francesa de 4 de octubre de 1958 -ni siquiera después de la reforma constitucional introducida en 2003-, ni en la Ley Fundamental de Bonn de 23 de mayo de 1949. Sin embargo, Alemania sí fue pionera en limitar la autonomía de la libertad contractual iniciando las restricciones a la libertad de mercado desde el siglo XIX -así, por ejemplo, la Ley de 1894 sobre plazos en materia de préstamos en los que se establecen requisitos y límites a las cláusulas abusivas en los contrato de créditos para compra de bienes muebles-, aunque no fue hasta la década de los sesenta cuando se inició la protección legal de los consumidores y usuarios. La defensa de los consumidores ha tenido una gran evolución desde la entrada del Código Penal de 1995. El tipo de conflicto jurídico que suele ir aparejado a esta relación entre consumidor y ofertante de los servicios ha ido evolucionando desde su respuesta civil y la administrativa, en los casos en que la administración tiene que sancionar de terminadas conductas, a su entrada en el Código penal. Un tema aparentemente sencillo sería determinar qué rama del ordenamiento jurídico debe de intervenir para proteger los intereses de los consumidores. En principio las relaciones contractuales relativas al consumo no tendrían que tener mayor problema que las derivadas del Derecho contractual civil. Sin embargo, las nuevas formas de producción y de contratación en masa hacen inviable dicha posibilidad y es por ello que el Derecho administrativo y el Derecho penal entran de lleno en la protección del consumidor como sujeto pasivo abstracto que representa a una colectividad. Por tanto, los resultados que afecten directamente al patrimonio de un sujeto individual se protegerán con los delitos patrimoniales y, dado que afecta directamente al patrimonio, el Derecho administrativo no va a actuar

Consumo y derecho

Lliçó magistral llegida en el solemne acte d'obertura del curs 2010-2011.

Derecho de los consumidores y usuarios: una perspectiva integral

"International Product Liability", 2007 edition, with nearly 600 pages, offers contributions from 18 jurisdictions in

Australasia, Europe, and North America. Expert practitioners clearly set out the liabilities and obligations of manufacturers, the defenses to and limitations of their liability, and the role of product liability insurance in international trade. The publication is replaced by updated volumes annually. Purchase of print version includes CD version and 24/7 online access. A 10% discount applies to a subscription for next year's update. A 25% discount applies to a subscription for three years of updates. Discounts are applied after purchase by rebate from publisher.

Directrices de la OCDE para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas

Principios de Marketing

Código turismo

Política y derecho. Retos del siglo XXI

[ROMANCE](#) [ACTION & ADVENTURE](#) [MYSTERY & THRILLER](#) [BIOGRAPHIES & HISTORY](#) [CHILDREN'S](#) [YOUNG ADULT](#) [FANTASY](#)
[HISTORICAL FICTION](#) [HORROR](#) [LITERARY FICTION](#) [NON-FICTION](#) [SCIENCE FICTION](#)