

Índice General

	<i>Página</i>
PRÓLOGO	17
INTRODUCCIÓN.....	27
CAPÍTULO I	
LA CONFORMIDAD EN LA RELACIÓN JURÍDICA OBLIGATORIA	33
1.1. La inserción de la conformidad en la modernización del Derecho de contratos	33
1.1.1. <i>Origen y trayectoria de la conformidad. De la CISG al New Deal for Consumers.....</i>	36
1.1.2. <i>Naturaleza jurídica de la conformidad</i>	47
1.1.3. <i>Concepto de conformidad</i>	53
1.1.3.1. El objeto del contrato y el derecho subjetivo a la conformidad	58
1.1.3.2. El interés de cumplimiento.....	59
1.1.3.3. Falta de conformidad e incumplimiento. ¿Identidad de conceptos?	65
1.1.3.4. La idea unitaria de la conformidad.....	71
1.1.4. <i>Régimen de responsabilidad generado por la falta de conformidad</i>	75
1.1.5. <i>Criterios generales para la exclusión de la responsabilidad ante una falta de conformidad</i>	79
1.1.6. <i>El principio de autonomía de la voluntad frente al principio de conformidad</i>	83

CAPÍTULO II

**LA RELACIÓN JURÍDICA DE CONSUMO Y EL DEBER
GENERAL DE CONFORMIDAD.**

	85
2.1. De las relaciones jurídicas B2C	85
2.1.1. <i>Ámbito subjetivo</i>	86
2.1.1.1. El consumidor como sujeto de tutela	87
2.1.1.1.1. De las nociones de «consumidor» .	91
2.1.1.1.2. El consumidor medio como recep- tor del estándar de conformidad ..	96
2.1.1.1.3. El principio <i>pro consumatore</i> . Esbo- zo sobre su conceptualización y al- cance	97
2.1.1.1.3.1. El principio <i>pro consumatore</i> des- de el ordenamiento jurídico ita- liano	103
2.1.1.1.3.2. El principio <i>pro consumatore</i> des- de el ordenamiento jurídico espa- ñol.....	107
2.1.1.1.3.3. <i>Pro consumatore</i> y armonización máxima. ¿Convergencia o diver- gencia?	109
2.1.1.2. El profesional como contraparte del consumi- dor.....	114
2.1.2. <i>Ámbito objetivo</i>	115
2.1.2.1. El deber general de conformidad del objeto del contrato de consumo	115
2.1.2.2. El objeto del contrato de consumo	117
2.1.2.2.1. De los productos objeto de los ac- tos de consumo.....	118
2.1.2.2.2. El contrato de compraventa y de suministro de contenido y servi- cios digitales en régimen de plura- lidad objetiva compleja	121

	<u><i>Página</i></u>
2.1.2.2.3. Los datos personales como contra- prestación en los contratos de con- sumo	122
2.1.3. <i>Ámbito espacial</i>	126
2.1.3.1. La protección al consumidor desde la determi- nación de la ley aplicable y la competencia ju- dicial en el espacio europeo.....	127
2.1.3.1.1. De la definición del consumidor pa- ra la determinación de la ley aplica- ble y la competencia judicial.	129
2.1.3.1.2. La competencia judicial exclusiva en los contratos suscritos por un consumidor	134
2.1.3.1.3. La determinación de la ley aplica- ble a las obligaciones contractuales derivadas de actos de consumo. Todos los caminos conducen a Ro- ma I	142
2.1.3.2. Contratación B2C. Norma general y norma es- pecial. Un conflicto de larga data.	149
CAPÍTULO III	
EL CONTENIDO DEL DERECHO A LA CONFORMIDAD EN LAS RELACIONES B2C	151
3.1. Instituciones integradas en los criterios que conforman el modelo de vinculación en torno al deber de conformidad .	151
3.2. El contenido del derecho a la conformidad	155
<i>3.2.1. Los criterios de conformidad</i>	155
3.2.1.1. El estándar de conformidad.....	156
3.2.1.1.1. Aptitud para los fines a los que normalmente se destinan los bie- nes, los contenidos o servicios di- gitales	157

	<i>Página</i>
3.2.1.1.2. Correspondencia con la muestra o modelo de los bienes o la versión de prueba o vista previa de los contenidos y servicios digitales	162
3.2.1.1.3. Los criterios de cantidad, calidad, compatibilidad, seguridad, durabilidad, reparabilidad, funcionalidad, continuidad, accesibilidad, y «otras características»	165
3.2.1.1.4. Criterios de proporcionar accesorios, instrucciones para la instalación y la integración, actualizaciones y embalaje	183
3.2.1.1.5. Ausencia de vulneración de derechos de terceros	188
3.2.1.1.6. Las declaraciones públicas del profesional integradas al objeto del contrato	190
3.2.1.2. Criterios contractuales de conformidad como ampliación de los estándares objetivos	196
3.2.1.2.1. Aptitud para los fines específicos para los que el consumidor necesite los bienes, contenidos o servicios digitales	197
3.2.1.2.2. Interoperabilidad y asistencia al consumidor de los contenidos o servicios digitales	198
3.2.2. <i>Situaciones análogas de no conformidad</i>	199
3.2.2.1. <i>Aliud pro alio</i> y conformidad: ¿instituciones paralelas?	199
3.2.2.2. La noción de productos defectuosos como criterio de conformidad. ¿Responsabilidad contractual o extracontractual? ¿Contornos justificados?	203
3.2.2.3. Las legítimas expectativas del consumidor	209

CAPÍTULO IV

EL SISTEMA DE RESPONSABILIDAD POR VULNERACIÓN DEL DEBER DE CONFORMIDAD EN LAS RELACIONES

B2C		215
4.1.	Del saneamiento al incumplimiento y del incumplimiento a la falta de conformidad. Cambios en los paradigmas de vinculación contractual	216
4.2.	Caracterización del sistema de responsabilidad contractual basado en el deber de conformidad	224
4.3.	Principios que informan la aplicación de los remedios	226
4.3.1.	<i>El principio de jerarquía</i>	227
4.3.2.	<i>El Principio de proporcionalidad</i>	228
4.3.3.	<i>El principio de razonabilidad</i>	229
4.3.4.	<i>El principio de desarrollo sostenible</i>	231
4.3.5.	<i>La declaración de derechos y principios digitales</i>	237
4.4.	La inserción de los remedios en el sistema de responsabilidad por falta de conformidad	238
4.4.1.	<i>Los presupuestos comunes de la aplicación de los remedios ante la falta de conformidad</i>	239
4.4.1.1.	Momento a partir del cual se fija la responsabilidad ante la falta de conformidad	243
4.4.1.2.	La graduación de la falta de conformidad como presupuesto del ejercicio de los remedios	244
4.4.2.	<i>Catálogo de remedios</i>	248
4.4.2.1.	La reparación	248
4.4.2.2.	La sustitución	251
4.4.2.3.	Otras medidas <i>ad hoc</i>	253
4.4.2.4.	Reducción proporcional del precio	254
4.4.2.5.	La resolución del contrato	256
4.4.2.6.	Remedios ante la falta de conformidad por mora	261
4.4.2.7.	Remedios ante la falta de conformidad jurídica	262

	<u><i>Página</i></u>
4.4.2.8. Compatibilidad de los remedios especiales ante la falta de conformidad con los remedios generales ante el incumplimiento	267
4.4.2.8.1. La pretensión de cumplimiento	267
4.4.2.8.2. La indemnización por daños y perjuicios	270
4.4.2.8.3. Otros remedios	273
4.5. Otros derechos de los consumidores afines al derecho a la conformidad	274
4.5.1. <i>El derecho al desistimiento</i>	<i>274</i>
4.5.2. <i>La garantía comercial y la «garantía legal»</i>	<i>276</i>
4.6. Supuestos de exclusión de la responsabilidad del vendedor ante la falta de conformidad	278
4.7. Particularidades del sistema de vinculación a mediante el deber de conformidad en el Derecho de consumo italiano.	279
4.8. Particularidades del sistema de vinculación mediante el deber de conformidad en el Derecho de consumo español.	283
IDEAS CONCLUSIVAS	289
BIBLIOGRAFÍA	295