

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA (UNC)
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES**

**MATERIA: "DERECHO DEL CONSUMIDOR Y DEL USUARIO,
LEALTAD COMERCIAL Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA"**

Asignatura Opcional II - año 2024

PROFESORES: Francisco Junyent Bas - Andrés F. Varizat

CONTENIDO POR UNIDADES

UNIDAD 1: Principios generales y nociones básicas.

- a. Derecho del consumidor: concepto. Finalidades. Caracteres.
- b. Regulación del derecho del consumidor: 1) Constitución Nacional, 2) Ley 24.240 y posteriores modificaciones. 3) Código Civil y Comercial de la Nación (ley 26.994). 4) Otras leyes aplicables (Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia, Ley N° 22.802 de Lealtad Comercial y normas reglamentarias). 4) Criterios de integración e interpretación (art. 3 LDC y 1094 y 1095 CCC).
- c. La relación de consumo: 1) Recepción constitucional (art. 42 CN). 2) Recepción en la ley 24.240. 3) Recepción en el Código Civil y Comercial de la Nación. 4) Vinculación y diferenciación con el contrato de consumo.
- d. El consumidor y/o usuario: 1) Noción. 2) Distintas categorías y particularidades de cada una. El consumidor empresario y El proveedor profesional 3) Regulación del tercero expuesto a la relación de consumo: art. 1096 del Código Civil y Comercial de la Nación (ítem 3.1 del anexo II de la ley 26.994).
- e. El proveedor: 1) Noción. Actividades incluidas. 2) Servicios excluidos. 3) El problema de la empresa que actúa como consumidor.
- f. La informatización de las relaciones de consumo: su impacto en el contrato de consumo; los nuevos modos de concertación en la web y en los ámbitos virtuales.
- g. Principios generales del Derecho del Consumidor: 1) El orden público. 2) El criterio de interpretación a favor del consumidor. 3) Principios receptados por el art. 1094 y 1095 del Código Civil y Comercial de la Nación (protección del consumidor, acceso al consumo sustentable).

UNIDAD 2: Contrato de consumo. Relación de consumo. Obligación de información. Obligación de seguridad.

- a. El contrato de consumo: 1) Noción. 2) Regulación en el Código Civil y Comercial de la Nación (art. 1093). I. Caracterización y particularidades. II. Interpretación (art. 1095). III. Influencia sobre los contratos especiales. IV. Prohibición de prácticas que limitan la libertad de contratar del consumidor (art. 1099).
- b. Obligación de información: 1) Noción. 2) Recepción en la ley 24.240: requisitos. 3) Derechos del consumidor frente a su incumplimiento. 4) Regulación en el Código Civil y Comercial de la Nación: requisitos, prohibiciones en materia de publicidad (art. 1101). 5) Regulación en la ley N° 22.802 de Lealtad Comercial. 6) Casos de aplicación en el derecho del consumidor.
- c. Obligación de seguridad: 1) Noción. 2) Alcances y sujetos obligados. 3) Prevención de daños y obligación de seguridad, su relación con el deber de informar. 4) Cosas y servicios riesgosos: noción, deberes del proveedor.
- d. La seguridad en las redes informáticas y aspectos conexos.

UNIDAD 3: Condiciones de la oferta y de la venta.

- a. El consentimiento en el derecho del consumidor. Particularidades.
- b. Oferta: noción, requisitos, efectos, retractación.
- c. Publicidad: 1) Noción. 2) Efectos. 3) Regulación: 3.1) Ley 24.240. 3.2) Código Civil y Comercial de la Nación (art. 1103). El ofrecimiento de productos y servicios por la web.
- d. Trato digno y equitativo al consumidor o usuario. 3) Regulación: 3.1) Ley 24.240. 3.2) Código Civil y Comercial de la Nación.
- e. Prácticas abusivas. Regulación en el Código Civil y Comercial de la Nación (art. 1096).
- f. Contenido del documento de venta. Distintos requisitos.
- g. Incumplimiento de la oferta o del contrato: facultades del consumidor.
- h. Modos de rescisión en la contratación de servicios, realizados en forma telefónica, electrónica o similar. Obligaciones del proveedor. Solicitud de baja del servicio: prohibiciones para el prestador.

UNIDAD 4: Comercialización de cosas muebles no consumibles.

- a. Garantías: 1) Cosas incluidas. 2) Plazo de vigencia. 3) Sujetos legitimados para reclamarla. 4) Requisitos del *defecto o vicio*.
- b. Servicio técnico. Sujetos obligados. Particularidades.
- c. Responsabilidad por el otorgamiento y cumplimiento de la garantía legal: clase de mancomunación, sujetos obligados.
- d. Certificado de garantía: requisitos.
- e. Constancia de reparación: 1) Sujeto obligado a entregarla. 2) Contenido. 3) Prolongación del plazo de garantía: requisitos para que se produzca.
- f. Reparación no satisfactoria: concepto, facultades del consumidor.

- g. Relaciones con la regulación de vicios redhibitorios del Código Civil y Comercial de la Nación.

UNIDAD 5: Prestación de servicios en general.

- a. Contrato de prestación de servicios de consumo: noción, cuestiones generales.
- b. Obligaciones de los prestadores de servicios: distintas variantes y fuentes de las mismas.
- c. Servicios de reparación o mantenimiento: obligación implícita.
- d. Presupuesto a cargo del prestador del servicio: supuestos en los que resulta exigible. Contenido mínimo. Supuestos no incluidos en el presupuesto.
- e. Deficiencia de la prestación del servicio: 1) Obligaciones del prestador. 2) Plazo para exigirlos. 3) Excepciones.
- f. Garantía del contrato de prestación de servicios: forma y requisitos.
- g. Particularidades de ciertos ámbitos: medicina pre-paga, telefonía celular, servicios turísticos.
- h. Plataformas digitales. La informatización de las relaciones de consumo.

UNIDAD 6: Prestación de servicios públicos domiciliarios

- a. El servicio público domiciliario: 1) Concepto. 2) Prestación monopólica de los servicios públicos domiciliarios: consecuencias. 3) El consumidor de servicios públicos domiciliarios: particularidades.
- b. Constancia escrita de las condiciones de prestación del servicio e información al usuario: empresas obligadas y alcances de la obligación de informar.
- c. Prestación de servicios públicos domiciliarios con legislación específica y controlados por entes reguladores: 1) Normativa aplicable y casos de duda. 2) Autoridad ante la cual se pueden presentar los reclamos.
- c. Reciprocidad en el trato: casos de aplicación.
- d. Registro de reclamos: características.
- e. Atención personalizada: obligaciones a cargo de las empresas.
- f. Seguridad de las instalaciones: obligación a cargo de la empresa.
- g. Instrumentos y unidades de medición: facultades de la autoridad de control.
- h. Interrupción de la prestación del servicio: presunción, reintegro del importe del servicio no prestado, plazo para que el usuario interponga el reclamo.
- i. Facturación de consumos que exceden el promedio de consumos correspondientes al mismo período de los dos años anteriores: presunción, porcentaje del exceso.
- j. Facturación de sumas o conceptos indebidos o reclamo de facturas ya abonadas: derechos del usuario. Reclamo resuelto a favor del usuario. Reclamo resuelto a favor de la empresa.
- k. Particularidades en ciertos ámbitos: telefonía fija, provisión eléctrica, agua potable, gas natural por redes.

UNIDAD 7: Contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales y a distancia. El nacimiento del mundo digital. Nuevas modalidades de contratación. Contratos electrónicos. El consumidor Digital. Agentes Electrónicos. La informatización de las relaciones de consumo.

- a. Contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales: 1) Concepto. 2) Razones de su regulación diferenciada. 3) Forma. Casos excluidos. 4) Regulación en el Código Civil y Comercial de la Nación (art. 1104).
- b. Contratos a distancia (correspondencia, fax, via *on line*): 1) Concepto. Importancia actual. 2) Regulación en la ley 24.240. 3) Regulación en el Código Civil y Comercial de la Nación (art. 1105/09). La digitalización de las relaciones de consumo y su impacto en la legislación consumeril.
- c. Nuevas modalidades de contratación "en línea". Contratos electrónicos. El consumidor digital. Agentes Electrónicos. "*Wrap contracts*"
- d. Revocación de la aceptación: 1) Concepto. 2) Plazo de ejercicio. 3) Obligación de información. 4) Regulación en el Código Civil y Comercial de la Nación (art. 1110/12).
- e. Efectos del ejercicio del derecho de revocación. Regulación en el Código Civil y Comercial de la Nación (art. 1113). El botón de baja.
- f. Propuestas sobre cosas o servicios no requeridos previamente y que generen cargos automáticos. Envío de cosas no requeridas.

UNIDAD 8: Operaciones financieras para consumo y de créditos para consumo. Tarjetas de crédito.

- a. Contratos bancarios con consumidores, su regulación CCCN: reglamentación del B.C.R.A.
- b. El consumidor de servicios bancarios y financieros: 1) Nociones generales. 2) Operaciones financieras para consumo y de crédito para consumo.
- c. Requisitos que deben incluirse en el documento que corresponda. Derechos del consumidor ante la omisión de incluirlos. Facultades del Juez.
- d. Obligación de incluir la tasa efectiva anual: efectos de su omisión. Facultades del B.C.R.A.
- e. Contrato financiado mediante otorgamiento de crédito por un tercero: 1) Concepto. Breve referencia a la conexidad contractual de consumo. 2) Eficacia del contrato. 3) Hipótesis de no otorgamiento del crédito.
- f. Tribunal competente en caso de litigios: Reformas introducidas por la ley 26.993 (2014): 1) Acciones iniciadas por el consumidor. 2) Acciones iniciadas por el proveedor.
- g. Regulación de los contratos bancarios de consumo en el Código Civil y Comercial de la Nación (arts 1384 y ss). Conceptos generales.
- h. Contrato de tarjeta de crédito: 1) Concepto. 2) Finalidad. 3) Convergencia de la Ley de Defensa del Consumidor y Ley N° 25.065 de Tarjeta de Créditos.

UNIDAD 9: Los términos abusivos y las cláusulas ineficaces.

- a. Clausulas abusivas: 1) Concepto. 2) Conceptualización del Decr. ley 1798/94 (13/10/94).
- b. Regulación en la ley 24.240: 1) Sistema de control general. 2) Sistema de control particular. 3) Efectos. 4) Derecho del consumidor a demandar la nulidad de una o más cláusulas (art. 37, 3er párrafo): causales. 5) Facultades del Juez. 5) Sistemas de control de cláusulas abusivas en contratos de consumo dispuestos en otras leyes.
- c. Regulación en el Código Civil y Comercial de la Nación: 1) Concepto (art. 1119). 2) Control de incorporación (art. 1118). 3) Límites (art. 1121).
- d. Contrato de adhesión y contratos en formularios: 1) Facultades de la autoridad de aplicación. 2) Obligaciones a cargo de los proveedores (ley 27.266).
- e. Modificación de contratos tipo: facultades de la autoridad de aplicación.

UNIDAD 10: Responsabilidad civil en el derecho del consumidor.

- a. Responsabilidad por daños en el derecho del consumidor: noción, conceptos generales. El impacto de la informatización de las relaciones de consumo.
- b. Daños causados al consumidor: 1) Por el riesgo o vicio de la cosa. 2) Por la prestación del servicio. 3) Sujetos obligados a responder y características de dicha responsabilidad. 4) Eximente de responsabilidad. 4) Responsabilidad del transportista: delimitación.
- c. Daño directo: 1) Concepto. Presupuestos. 2) Reformas introducidas por la ley 26.993 (2014): forma de fijar las indemnizaciones, facultades de la autoridad de aplicación, requisitos que deben cumplir los organismos de aplicación. Casos en los que no se aplica. 3) Constitucionalidad. 4) Regulación en el Código Civil y Comercial de la Nación (ítem 3.3 del anexo II de la ley 26.994)
- d. Daño punitivo: 1) Concepto. 2) Criterios de graduación y límites. 3) Destino de la multa civil. 4) Hipótesis de varios proveedores responsables. 5) Críticas a la regulación establecida por ley Nº 26.361.

UNIDAD 11: Implementación del derecho del consumidor en el ámbito administrativo (no judicial).

- a. Concepto. Consideraciones generales.
- b. Autoridad de aplicación de la ley 24.240 en el ámbito nacional y en las provincias.
- c. Procedimiento administrativo en el orden nacional (ley 24.240 reformada por ley 26.993 (2014): 1) Inicio de actuaciones. 2) Prescendencia de la audiencia conciliatoria. 3) Trámite del sumario. 4) Distintas clases de sanciones que pueden imponerse al proveedor. Criterios de graduación. 5) Recursos contra la resolución que impone sanciones.
- d. El sistema nacional de resolución de conflictos en las relaciones de consumo (ley 26.993). Nociones generales.
- e. Implementación administrativa de protección del consumidor en la Provincia de Córdoba: ley 10.247 (2014): 1) Aspectos generales. Unificación del

procedimiento de aplicación de distintas leyes nacionales. 2) Políticas públicas de protección. 3) Facultades y atribuciones de la autoridad de aplicación. 4) Inicio de actuaciones "de oficio" o por denuncia. 5) Etapas del procedimiento. 6) Acuerdos conciliatorios. 7) Sanciones: aplicación y graduación. 8) Recursos.

UNIDAD 12: Implementación del derecho del consumidor en el ámbito judicial.

- a. Acceso al servicio de justicia de los consumidores y usuarios. Problemas generales.
- b. Acciones judiciales: 1) Generalidades. 2) Sujetos legitimados. 3) Legitimación de las asociaciones de consumidores. 4) Tribunal competente.
- c. Normas del proceso: 1) Clase de proceso aplicable. 2) Acreditación del mandato. 3) Aportes de elementos de prueba: particularidades. 4) Beneficio de gratuidad y facultades de la parte demandada. Jurisprudencia del Tribunal Superior de Justicia de Córdoba sobre esta cuestión.
- d. Acciones de incidencia colectiva: 1) acuerdo conciliatorio o transacción: trámite y particularidades. 2) Cosa juzgada: particularidades. 3) Cuestiones de contenido patrimonial, restitución de sumas de dinero, resarcimiento de daños.
- e. Arbitraje de consumo. Nociones generales. Crítica.

UNIDAD 13: Prescripción liberatoria en el derecho del consumidor.

- a. Prescripción liberatoria en el derecho del consumidor: 1) Noción. 2) Aplicación supletoria de principios e instituciones del derecho común.
- b. Plazo aplicable: 1) El originario art. 50 de la originaria ley 24.240. 2) La reforma de la ley 26.361 (2008). 3) La nueva regulación del Código Civil y Comercial de la Nación (ítem 3.4 del anexo II de la ley 26.994): Consideraciones críticas. 4) El problema relativo al plazo aplicable. Distintas situaciones.
- c. Nuevas causales de interrupción de la prescripción: 1) Ley de defensa del consumidor 24.240 reformada por ley 26.361 (2008). 2) Regulación del Código Civil y Comercial de la Nación (ítem 3.4 del anexo II de la ley 26.994).
- d. Aplicación de oficio del régimen de prescripción de consumo.

UNIDAD 14: Sobreendeudamiento del consumidor.

- a. El problema del sobreendeudamiento y la insolvencia de la persona física no comerciante: 1) Concepto. 2) Causas: auge de las ventas financiadas, la publicidad inductiva, otros.
- b. Protección preventiva del sobreendeudamiento: 1) Educación para el consumo. 2) Profundización de la obligación de información a cargo de los proveedores, especialmente de quienes proveen servicios financieros. 3) Derecho de arrepentimiento en contratos de consumo. 4) Otras medidas.

- c. Medidas destinadas al consumidor que ya se encuentra sobreendeudado (concurso o liquidativas): 1) Unificación del sistema concursal para civiles y comerciantes. 2) Distintas soluciones en el derecho comparado y argentino: acuerdos en sede administrativa, APE, etc.
- d. Necesidad de una concepción sistemática de las medidas preventivas y de las concursales o liquidativas.
- e. Proyectos de reforma.

UNIDAD 15: Lealtad comercial. Metrología legal.

a. Lealtad Comercial: 1) Concepto. Finalidades. 2) Distintos ámbitos de Regulación. 3) Ley 22.802: a. Requisitos de identificación de mercaderías. Prohibiciones. b. Publicidad. Prohibiciones. 4) Regulación de la publicidad en el Código Civil y Comercial. 5) Otros ámbitos de regulación: a. Resolución 7/2002 (exhibición al público de precios de bienes muebles o servicios y demás aspectos de la comercialización). b. Resolución 915-E/2017 (publicidad, información) de la Secretaría de Comercio de la Nación. c. Otras regulaciones. 5) Autoridad de aplicación: a. Facultades. b. Sanciones. c. Recursos. d. Criterios para la aplicación de la legislación relativa a lealtad comercial.

b. Metrología legal: 1) Concepto. Finalidades. 2) Importancia desde el punto de vista de los derechos de los consumidores y usuarios. El art. 29 de la LDC 24.240 (verificación de los instrumentos de medición en general). 3) La ley de metrología 19.511: a. SIMELA. Instrumentos de medición. b. Obligación de los proveedores. Distintos casos. c. Autoridad de aplicación. Facultades. Sanciones. d. Criterios para la aplicación de la legislación relativa a metrología legal.

UNIDAD 16:

a. Derecho internacional privado de consumo: 1) Concepto. Finalidades. 2) Importancia desde el punto de vista de los derechos de los consumidores y usuarios. 3) Regulación en el Código Civil y Comercial: a) Demandas que versen sobre relaciones de consumo. Jurisdicción: a.1. Acción entablada por el consumidor. a.2. Acción entablada contra el consumidor. b) Contratos de consumo: Derecho aplicable. Distintos casos.

b. Asociaciones de consumidores: 1) Asociaciones de consumidores: Noción. Legitimación. 2) Autorización para funcionar. Requisitos para obtener reconocimiento. 3) Reclamos.

c. Educación al consumidor: 1) Educación al consumidor. Importancia. 2) El art. 42 CN. 3) Políticas públicas y planes educativos. Formación del consumidor.

UNIDAD 17: Derecho de la Competencia

a. Breve historia del Antitrust. b. Los Arts. 42 y 43 de la Constitución Nacional. c. La Defensa de la Competencia en Argentina. Evolución legislativa. d. La nueva Ley de Defensa de la Competencia. Organismo de Aplicación. e. Conductas restrictivas de la

competencia. Concepto y clasificación. f. El Control de fusiones y adquisiciones. g. Metodología de aplicación de la LDC. h. Jurisprudencia administrativa y judicial. Principales casos.

OBJETIVOS:

- Los contenidos incluidos en el presente programa tienen por finalidad que el alumno tome conocimiento de las razones del surgimiento, desarrollo y finalidades del Derecho del Consumidor y del Usuario.
- Se pretende asimismo, que el alumno individualice las fuentes, los principios generales y la recepción normativa que en la actualidad presenta el Derecho del Consumidor y del Usuario tanto a nivel Constitucional, como así también en el Código Civil y Comercial de la Nación y leyes especiales nacionales y provinciales.
- Los aspectos anteriores se complementan con los procedimientos tendientes a la implementación del derecho del consumidor, en sus tres niveles de aplicación: nacional, provincial y municipal cuestiones que también son expuestas al alumno de un modo didáctico y asequible a los fines de su comprensión.
- Sobre la base de los conocimientos anteriores, el alumno podrá adquirir una visión de conjunto respecto a la importancia del derecho del consumidor en el mercado de consumo y la sociedad de masas en que nos hallamos inmersos.

BIBLIOGRAFÍA

- STIGLITZ, GABRIEL – HERNANDEZ, CARLOS (directores), varios autores, Tratado de Derecho del Consumidor (4 tomos), La Ley, Bs As, 2015.
- RUSCONI, DANTE D., y colaboradores. Manual de Derecho del Consumidor, Abeledo Perrot, Bs As, segunda edición actualizada, 2015.
- ALVAREZ LARRONDO, FEDERICO (dirección), varios autores, Manual de Derecho del Consumo, edit. Erreius, Bs As 2017.
- LORENZETTI, Ricardo L., Consumidores, 2da edic. Santa Fe, Rubinzal Culzoni, 2009.
- JUNYENT BAS, Francisco; MOLINA SANDOVAL, Carlos, GARZINO, M. Constanza; HEREDIA QUERRO, Juan S., Ley de Defensa del Consumidor, Comentada, anotada y concordada, Errepar, Buenos Aires, 2013.
- VITOLO, DANIEL R., "Defensa del consumidor y del usuario", Ad-Hoc, Buenos Aires, 2015.
- MOSSET ITURRASPE, Jorge, WAJNTRAUB, Javier, Ley de Defensa del Consumidor 24.240, Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2008.
- TINTI, Guillermo P., CALDERÓN, Maximiliano R., Derecho del Consumidor, ley 24.240, 3ra. Edición, Alveroni, Córdoba, 2011.

- FARINA, Juan M., Defensa del consumidor y usuario, 4° edición, Astrea, Buenos Aires, 2008.
- JUNYENT BAS, FRANCISCO - VARIZAT, ANDRES F. "Temas de Derecho del Consumidor analizados en base al método del caso", Ed. Advocatus, Córdoba, 2014.
- STIGLITZ, GABRIEL, "La defensa del consumidor en el Código Civil y Comercial de la Nación", Sup. Especial Nuevo Código Civil y Comercial 2014 (Noviembre), 17/11/2014, 137, La Ley Online: AR/DOC/3858/2014.



Universidad Nacional de Córdoba
2024

**Hoja Adicional de Firmas
Informe Gráfico**

Número:

Referencia: 2024 - Programa Dcho Consum.,Lealtad Com.y Def.Competencia VERSION FINAL.docx

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 9 pagina/s.