



Programa espacio curricular opcional:

“DERECHO DEL CONSUMIDOR Y DEL USUARIO. LEALTAD COMERCIAL”

Profesor Titular: Andrés F. Varizat.

Profesores Dictantes: María Constanza García Faure y Andrés F. Varizat.

Créditos: 3 (30 h).

Información Importante: El desarrollo de los contenidos de la presente materia opcional, presupone el conocimiento de todos los derechos privados patrimoniales, derecho procesal civil, procesal constitucional y derecho administrativo. Por tal motivo, para cursar la presente materia opcional, el nivel de avance ideal sugerido es hallarse en sexto año de la carrera o al menos quinto año. De lo contrario se corre el riesgo de no comprender el desarrollo de los temas teóricos ni prácticos.

1. Fundamentación

Durante el siglo XX se transformó aceleradamente el contexto para el que fue pensado el tradicional derecho civil y comercial. Los bienes y servicios dejaron de tener un origen artesanal y pasaron a ser fabricados, producidos, publicitados y comercializados por empresas con un alto grado de profesionalización. En este nuevo contexto se acrecienta el “desequilibrio” entre las partes de las modernas relaciones jurídicas surgiendo dos nuevos sujetos: consumidores y empresas.

Ante esta nueva realidad surge y se desarrolla aceleradamente el derecho del consumidor. Su finalidad es brindar nuevas soluciones que las tradicionales instituciones del *ius civile* y del *derecho mercantil* ya no puede aportar. Se trata de una nueva forma de pensar y regular las relaciones jurídicas, sin ser ni derecho comercial ni derecho civil, toma lugar entre ambos. También recepta principios e instituciones propias del derecho público. En consecuencia, su carácter es “interdisciplinario”, articulado sobre una pluralidad de regulaciones, atravesando transversalmente todo el sistema jurídico.

Su importancia es cada vez mayor, como lo demuestran los cada vez más numerosos procesos administrativos y judiciales en los cuales es aplicado.

Líneas fundamentales a partir de las cuales se estructuran los contenidos de la materia: a) Relación y contrato de consumo. b) Instituciones del derecho del consumidor (obligación de información, prácticas abusivas, cláusulas abusivas, responsabilidad civil, daños punitivos, etc). c) Implementación administrativa y judicial. d) Lealtad Comercial. e) Otras cuestiones complementarias.

2. Objetivos

Objetivos generales:

- Que el alumno tome conocimiento de las razones del surgimiento, desarrollo y finalidades del Derecho del Consumidor y del Usuario a los fines de comprender su importancia práctica en el actual mercado de consumo.
- Individualizar las fuentes, principios generales e instituciones del Derecho del Consumidor y del Usuario (CN, CCyC, leyes especiales nacionales y provinciales), a los fines de comprender sus distintas regulaciones.
- Que el alumno tome conocimiento de los procedimientos de consumo, en sus tres niveles de aplicación: nacional, provincial y municipal, a los fines de comprender su implementación práctica.

3. Contenidos: Programa de la materia

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. 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 problema de los empresarios o comerciantes que actúan como consumidores.
- e. El proveedor: 1) Noción. Actividades incluidas. 2) Servicios excluidos.
- f. 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. I. Caracterización y particularidades. II. Interpretación (art. 1095). III. Influencia sobre los contratos especiales.
- 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) Aplicaciones actuales.
- c. Obligación de seguridad: 1) Noción. 2) Alcances y sujetos obligados. 3) Cosas y servicios riesgosos: noción, deberes del proveedor.

d. Aplicaciones actuales de la obligación de seguridad: espectáculos públicos, ámbito informático, otros casos.

Unidad 3. Consentimiento. Publicidad. Prácticas abusivas. Trato digno.

a. El consentimiento en el derecho del consumidor. Particularidades.

b. Oferta: noción, requisitos, efectos, retractación.

c. Prácticas abusivas. Regulación: a) Ley 24.240. b) Código Civil y Comercial de la Nación (art. 1096).

d. Publicidad: 1) Noción. 2) Efectos. 3) Regulación: a) Ley 24.240. b) Código Civil y Comercial de la Nación (art. 1103). El ofrecimiento de productos y servicios por la web.

e. Trato digno y equitativo al consumidor o usuario. Regulación: a) Ley 24.240. b) Código Civil y Comercial de la Nación.

Unidad 4. Comercialización de cosas muebles no consumibles.

a. Concepto. Regulación en el Derecho del Consumidor. Relaciones con la regulación de vicios redhibitorios del Código Civil y Comercial de la Nación.

b. Garantías: 1) Cosas incluidas. 2) Plazo de vigencia. 3) Sujetos legitimados para reclamarla. 4) Requisitos del defecto o vicio.

c. Servicio técnico. Sujetos obligados. Particularidades.

d. Responsabilidad por el otorgamiento y cumplimiento de la garantía legal: clase de mancomunación, sujetos obligados.

e. Certificado de garantía: requisitos.

Unidad 5. Prestación de servicios en general.

a. Concepto. Regulación en el Derecho del Consumidor. Relaciones con la regulación del Código Civil y Comercial de la Nación.

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 exigir las. 3) Excepciones.

f. Garantía del contrato de prestación de servicios: forma y requisitos.

Unidad 6. Prestación de servicios públicos domiciliarios

- a. El servicio público domiciliario: 1) Concepto. 2) El consumidor de servicios públicos domiciliarios: particularidades.
- b. Constancia escrita de las condiciones de prestación del servicio e información al usuario.
- 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.
- i. Facturación de consumos que exceden el promedio de consumos correspondientes al mismo período de los dos años anteriores.
- j. Facturación de sumas o conceptos indebidos o reclamo de facturas ya abonadas: derechos del usuario.

Unidad 7. Contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales y a distancia. Nuevas modalidades de contratación.

Contratos electrónicos. El consumidor Digital.

- 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).
- c. Nuevas modalidades de contratación “en línea”. Contratos electrónicos. El consumidor digital.
- 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.

Unidad 9. Los términos abusivos y las cláusulas ineficaces.

- a. Cláusulas abusivas: 1) Concepto. 2) Conceptualización del Decreto 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).

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. 5) Responsabilidad del transportista: delimitación.

c. Daño directo: 1) Concepto. Presupuestos. 2) Constitucionalidad.

d. Daño punitivo: 1) Concepto. 2) Criterios de graduación y límites. 3) Destino de la multa civil.

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. 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.

Unidad 13. Prescripción liberatoria en el derecho del consumidor. Derecho Internacional privado de consumo.

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) Regulación del Código Civil y Comercial de la Nación. 3) El problema relativo al plazo aplicable.

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.

d. Derecho internacional privado de consumo: a) Concepto. b) Regulación en el Código Civil y Comercial de la Nación.

Unidad 14. Lealtad comercial. Metrología legal. Políticas públicas en materia de derecho del consumidor

a. Lealtad Comercial: 1) Concepto. Finalidades. 2) Distintos ámbitos de Regulación. 3) Decreto 274/2018.
a. Conceptos generales. b. Regulación de la publicidad. c. Comparación con la ley 24.240 y el Código Civil y Comercial de la Nación.

b. Metrología legal: 1) Concepto. Finalidades. 2) Conceptos generales. 3) Obligaciones de los comerciantes.

c. Políticas públicas en materia de derecho del consumidor: 1) Concepto. Proyecciones prácticas. 2) Educación al consumidor. Art. 42 CN. 3) Planes educativos. Formación del consumidor.

d. Asociaciones de consumidores: 1) Concepto. 2) Regulación legal. Requisitos para obtener su reconocimiento.

4. Metodología de enseñanza

El método de enseñanza serán clases presenciales teórico-prácticas.

En cada clase se distribuirá el tiempo a los fines de:

a) En la primera parte desarrollar el tema desde el punto de vista teórico.

b) En la segunda parte incorporar actividades prácticas de los contenidos teóricos anteriormente explicitados (ej. fallos judiciales, resoluciones administrativas de las autoridades de aplicación, artículos jurídicos, etc).

Se prevé utilizar aula virtual.

5. Metodología de Evaluación

Dos (2) exámenes parciales (8 múltiples opciones y una pregunta a desarrollar). Un (1) examen recuperatorio y examen final según lo indica el Calendario Académico.

Se exigirá especialmente el 80% de asistencia a clases.

Examen final: la modalidad a utilizar será la siguiente. Se asigna al alumno una unidad del programa para preparar y exponer. Y luego se le realizan preguntas sobre otros temas del programa.

6. Bibliografía.

No se halla disponible un texto de estudio obligatorio que contenga todos los puntos del programa. En consecuencia, el primer material sugerido de estudio son las propias clases a dictarse. Por tal motivo es que se exigirá la asistencia a clase en un mínimo del 80%. Sin perjuicio de lo expuesto se señala la siguiente bibliografía de consulta complementaria.

- LEY 24.240 COMENTADA:

TINTI, Guillermo P., CALDERÓN, Maximiliano R., Derecho del Consumidor, ley 24.240, 3ra. Edición, Alveroni, Córdoba, 2011.

JUNYENT BAS, Francisco; MOLINA SANDOVAL, Carlos, GARZINO, M. Constanza; HEREDIA QUERRO, Juan S., Ley de Defensa del Consumidor, Comentad, anotada y concordada, Errepar, Buenos Aires, 2013.

FARINA, Juan M., Defensa del consumidor y usuario, 4° edición, Astrea, Buenos Aires, 2008.

- MANUALES

ALVAREZ LARRONDO, FEDERICO (dirección), varios autores, Manual de Derecho del Consumo, edit. Erreius, Bs As 2017.

RUSCONI, DANTE D., y colaboradores. Manual de Derecho del Consumidor, Abeledo Perrot, Bs As, segunda edición actualizada, 2015.

LORENZETTI, Ricardo L., Consumidores, 2da edic. Santa Fe, Rubinzal Culzoni, 2009.

- TRATADOS

STIGLITZ, GABRIEL – HERNANDEZ, CARLOS (directores), varios autores, Tratado de Derecho del Consumidor (4 tomos), La Ley, Bs As, 2015.

- OTROS

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.

VARIZAT, ANDRES F., “Las actividades empresariales ¿deben ser reguladas por el derecho del consumidor?: Análisis de un reciente fallo de la Cámara Federal de Córdoba”, Revista La Ley Córdoba (LLC) (octubre), año 2019, pag. 10 y ss. La Ley Online: AR/DOC/713/2019.

VARIZAT, Andrés F.; BARTOLACCI, Agustín; QUIROGA, Marcos; ALÉ, Martín T.; BOGINO, Mariano; “Prácticas abusivas: propuestas para su mejor regulación en el derecho argentino”, Jurisprudencia Argentina, Número especial JA-2017-IV-1403. La Ley on line: TR LALEY AR/DOC/4255/2017.

7. Cronograma.

Clase	Tema / Contenido
1	Unidad 1
2	Unidad 2
3	Unidad 3-4
4	Unidad 4-5
5	Unidad 5-6
6	Unidad 6-7
7	Primer parcial
8	Unidad 7-8
9	Unidad 8
10	Unidad 9-10
11	Unidad 10-11
12	Unidad 11-12
13	Unidad 12-13
14	Segundo parcial
15	Unidad 14. Recuperatorios