



**FUNDACIÓN  
CIJUSO**  
CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

## **DIPLOMATURA EN DERECHO DEL CONSUMIDOR**

**Director:** Dr. Jorge Oscar Rossi

### **Presentación**

El Derecho del Consumidor está injustamente asociado a la idea de “cuestiones de menor cuantía patrimonial”, cuando, en realidad, esta disciplina produjo un profundo cambio en el Derecho Privado Argentino, con gran impacto en los contratos y la Responsabilidad Civil.

Una de las características distintivas del Derecho del Consumidor, o de los Consumidores, o de Consumo, como también se lo denomina, es que se trata de una disciplina que estudia la regulación jurídica de las conductas de individuos que se relacionan económicamente en condiciones de desequilibrio sistémico.

Dicho de otra manera, se ocupa de la regulación de conductas en un sistema de producción y distribución de bienes y servicios en el cual los individuos intervinientes no están en igualdad de condiciones.

Esta desigualdad no se da como un fenómeno ocasional, raro o extraordinario, sino que es lo normal y esperable. Por eso decimos que se trata de un "desequilibrio sistémico" (es decir, propio del sistema).

### **Perfil del participante/destinatarios**

La Diplomatura está dirigida a abogados que desean un conocimiento actualizado de esta rama del derecho.

### **Objetivos**

Analizar en detalle el marco normativo (Constitución Nacional, Código Civil y Comercial, Ley 24.240 y demás que componen el llamado Microsistema de Normas del Derecho del Consumidor)

Impartir contenidos teóricos y actividades prácticas en las diferentes áreas de desarrollo profesional referentes a la protección del usuario y consumidor.

Brindar el conocimiento de los conceptos fundamentales de los derechos de incidencia colectiva, con eje en los derechos del usuario y consumidor y de la protección ambiental, que diferencia esta materia de las demás ramas del derecho.

### **Modalidad**

La modalidad de la Carrera es mixta, existiendo materias presenciales, semi-presenciales, o mediante la modalidad online, según los requerimientos de cada Colegio de Abogados y la disponibilidad del cuerpo docente.

Cuenta con una carga horaria total de **100 horas**, dividida en dos semestres de 5 módulos cada uno, en un total de 10 módulos cuya cursada se sugiere realizar en el lapso de un año.

Cada módulo se dicta en dos clases de 5 horas cada una o su equivalente online o presencial/online.

La extensión de la carga horaria y contenidos puede adaptarse a las necesidades de cada Colegio de Abogados.

### **Requisitos de aprobación**

Evaluación por módulo, mediante un trabajo práctico, y una evaluación integradora al final del curso, mediante un trabajo monográfico

## **PROGRAMA**

### **MÓDULO I**

#### **EL NUEVO MARCO NORMATIVO DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR**

**(Derecho del Consumidor y Código Civil y Comercial. Los otros débiles jurídicos  
negociales)**

#### **TEMARIO**

1. El "Sistema General" y el "Microsistema especial" del Derecho del Consumidor. Normativa constitucional, ley 24.240 (LDC), Código Civil y Comercial y ley 26993. Integración del "Estatuto del Consumidor" con el resto del ordenamiento jurídico.
2. Relación de Consumo. Noción de proveedor y de usuario o consumidor. Personas "equiparadas" al consumidor. "Subconsumidores" y consumidores especialmente vulnerables. Relación de consumo y contrato de consumo.
3. Las condiciones generales de contratación y el equilibrio prestacional. Los contratos celebrados por adhesión y el equilibrio prestacional en el Código Civil y Comercial. El adherente como débil jurídico comercial distinto del consumidor
4. La materia del contrato de consumo. Exclusiones expresas. Caso de los profesionales liberales: El tema en el derecho latinoamericano: comparación de la normativa argentina y brasileña en la cuestión.
5. Las modernas modalidades de contratación entre proveedores y consumidores en la LDC y en el Código Civil y Comercial. La formación del consentimiento en el contrato de consumo. La Publicidad Inductiva. Modalidades de contratación: Venta domiciliaria o directa, por correspondencia, por vía telefónica, por Internet, etc. Herramientas normativas para evitar "contrataciones irreflexivas". Prohibición de propuestas al consumidor que generen débito automático. Comercio electrónico. Jurisdicción. Valor

probatorio del documento electrónico y firma digital. Pagos a través de sistemas informáticos.

## **MÓDULO II**

### **DEBER DE INFORMACIÓN Y RÉGIMEN DE LA PUBLICIDAD EN LAS RELACIONES DE CONSUMO**

#### **TEMARIO**

1. Deber de información. Concepto. Marco normativo: Constitución Nacional, ley 24.240 y leyes especiales. Diferencias entre información y publicidad.
2. La Publicidad en las relaciones de consumo. Concepto de Publicidad. Marco normativo: Código Civil y Comercial, leyes 24.240, 22.802, 26.522, Código Alimentario Argentino. ANMAT. Disposiciones Reglamentarias. Diferencia entre Publicidad y Oferta.
3. Otros temas que hacen al deber de información: Contenido del documento de venta. Garantía legal. Servicio técnico. Solidaridad. Certificado de garantía. Constancia de reparación. Presupuesto. Requisitos. Garantía en la prestación de servicios.
4. El deber de asesoramiento y el derecho a la protección de los intereses económicos.

## **Módulo III**

### **CLÁUSULAS, PRÁCTICAS Y SITUACIONES JURÍDICAS ABUSIVAS EN LAS RELACIONES DE CONSUMO.**

#### **TEMARIO**

1. Cláusulas abusivas en la LDC y en el Código Civil y Comercial. Análisis de los ejemplos más comunes Pautas doctrinarias y jurisprudenciales. Ejemplos de cláusulas abusivas.

2. Prácticas abusivas. Diferencias con las cláusulas abusivas. Análisis de los ejemplos más comunes. Pautas doctrinarias y jurisprudenciales.
3. El abuso de posición dominante en el Código Civil y Comercial y en la Ley de Defensa de la Competencia.
4. La situación jurídica abusiva en el Código Civil y Comercial. Análisis de los ejemplos más comunes Pautas doctrinarias y jurisprudenciales. Tratamiento del tema en la LDC.
5. Mecanismos administrativos y judiciales para prevenir y/o sancionar el empleo de cláusulas, prácticas y/o situaciones jurídicas abusivas.

#### **Módulo IV:**

### **PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS FINANCIEROS**

#### **TEMARIO**

1. Los Contratos Bancarios en el Código Civil y Comercial. Los contratos bancarios de consumo.
2. Cláusulas abusivas comunes en los contratos de prestación de servicios financieros.  
Análisis del art. 36 de la LDC.
3. Las operaciones “atadas” o vinculadas y los contratos conexos en la LDC y en Código Civil y Comercial.
4. Los títulos de crédito y la LDC
5. Normativa del Banco Central referente a “Protección de los Usuarios Servicios Financieros”
6. Contrato de caja de ahorros, de cuenta corriente y de cajas de seguridad.
7. Autoridad de aplicación.

#### **Módulo V**

### **DAÑOS EN LAS RELACIONES DE CONSUMO**

#### **TEMARIO**

1. La obligación tácita de seguridad. Responsabilidad concurrente objetiva: Supuestos comprendidos. Legitimación activa y pasiva. Factor de atribución y causales de exoneración en la LDC y el Código Civil y Comercial.
2. Responsabilidad por productos elaborados y servicios defectuosos. Responsabilidad por riesgos del desarrollo.
3. Los daños punitivos. Su utilidad en el Derecho del Consumidor.
4. Contratos conexos y actos jurídicos conexos. Importancia del tema en casos de responsabilidad civil e incumplimientos en la relación de consumo.
5. Elementos caracterizantes de los contratos de franquicia y concesión comercial en el Código Civil y Comercial. Su relación con la posible responsabilidad civil del franquiciante y del concedente frente al consumidor
6. Prescripción de las acciones a favor del consumidor. Cambios producidos por la ley 26.994

## **Módulo VI**

### **PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS DE SALUD**

#### **TEMARIO**

1. El Derecho a la salud y el prestador de servicios médicos en el Nuevo Código Civil y Comercial.
2. Ley 26.529 de Derechos del Paciente. El paciente como "usuario del servicio médico".
3. La ley de Defensa del Consumidor y el prestador de servicios médicos.  
La publicidad de la prestación de servicios médicos.  
El art. 40 de la LDC y la responsabilidad del fabricante de medicamentos y productos de uso médico.  
La responsabilidad del Estado como prestador de servicios médicos.
4. Ley 26.682, de medicina prepaga. Ámbito de aplicación. Descripción del sistema de medicina prepaga. El contrato de medicina prepaga como contrato de consumo.  
Aplicación de la normativa de Defensa del Consumidor. Responsabilidad del empresario de medicina prepaga

La cobertura. Vicisitudes y cláusulas abusivas en el contrato de medicina prepaga.

## **Módulo VII**

### **PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN LOS NEGOCIOS INMOBILIARIOS**

#### **TEMARIO**

1. Ley de defensa del consumidor y contratos inmobiliarios.
2. Actuación del corredor inmobiliario. Casuística jurisprudencial de la actuación del corredor inmobiliario.
3. Fideicomiso y ley de defensa del consumidor. Definición del fideicomiso. Tipos de fideicomisos inmobiliarios. Adquisición de vivienda y ley de defensa del consumidor.
4. Tiempos compartidos, clubes de campo y cementerios privados.
5. Propiedad Horizontal. La relación entre el consorcio y el administrador de consorcios.

## **Módulo VIII**

### **PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS PÚBLICOS**

#### **TEMARIO**

1. Relación usuario-prestador. Protección. La tarifa. Sistemas de determinación. Control administrativo y judicial. Responsabilidad de los prestadores privados y estatales de servicios públicos frente a los usuarios.
2. Ley de Responsabilidad del Estado.
3. Responsabilidad de los entes reguladores frente a los usuarios
4. Facturación. Intereses aplicables. Cómputo.

## Módulo IX

### ACCIONES INDIVIDUALES EN DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES

#### TEMARIO

##### 1. La tutela de los consumidores por la vía administrativa

Autoridad de Aplicación. Facultades y atribuciones de la Autoridad de Aplicación. Uso de la fuerza pública. Comparación de Procedimientos Administrativos de Defensa del Consumidor: Ámbitos Nacional, Ciudad Autónoma y Provincia de Buenos Aires. Actuaciones administrativas. Instancia conciliatoria previa a la etapa sumarial. Etapa sumarial. Valor probatorio de las actas. Otras medidas. Medidas de prueba. Incumplimiento de acuerdos conciliatorios. La Ley 26.993. Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo (COPREC), Auditoría en las Relaciones de Consumo. Sanciones administrativas. Criterio para la aplicación y graduación de las sanciones. Resarcimiento de daños en vía administrativa: Ventajas y desventajas.

##### 2. Acciones judiciales

Normas del proceso.

Legitimación para accionar de las asociaciones de consumidores.

Efectos de la sentencia en la Ley de Defensa del Consumidor y el Código de Implementación de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Provincia de Buenos Aires.

Normas del proceso en la Ley de Defensa del Consumidor y el Código de Implementación de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Provincia de Buenos Aires.

Tasa de justicia y costas.

##### 3. Procedimiento arbitral

Procedimiento arbitral. Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo. Principales características del SISTEMA NACIONAL DE ARBITRAJE DE CONSUMO (SNAC).

##### 4. Sustanciación de reclamos ante las asociaciones de consumidores

5. Las leyes 22802 de Lealtad Comercial y 27442 de Defensa de la Competencia. Su relación con los contratos de consumo. Su aplicación por la jurisprudencia.



## **Módulo X**

### **ACCIONES COLECTIVAS EN DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES**

#### **TEMARIO**

1. Acciones en defensa de derechos de incidencia colectiva que afecten a consumidores

Introducción. Efectos erga omnes de las sentencias y acuerdos conciliatorios y legitimación activa en la Ley de Defensa del Consumidor y el Código de Implementación de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Provincia de Buenos Aires. La normativa de la Provincia de Buenos Aires en materia de amparo colectivo.

Comparación con el Código Modelo de Procesos Colectivos para Íbero América y el Código de Defensa del Consumidor de Brasil.

2. El Defensor de Pueblo y las acciones colectivas en defensa de los usuarios y consumidores

\*\*\*\*\*