

PROGRAMA POSGRADO UCA DERECHOS DEL CONSUMIDOR 2025

UNIDAD 1: Los Principios Centrales del Derecho del Consumidor

Esta unidad tiene una finalidad introductoria. Partiendo de las nociones tradicionales del derecho privado, iremos viendo cómo ellas se adaptan y se aplican a esta rama del derecho. Asimismo, se hará un profundo análisis acerca de cómo impacta el Código Civil y Comercial en la ley de defensa del consumidor (Ley 24.240). En el desarrollo de la unidad se estudiarán nociones conceptuales básicas como: consumidor, cadena comercial solidaria, publicidad, cargas probatorias dinámicas, daños punitivos, entre otros.

UNIDAD 2: Los Titulares de la Relación de Consumo

Abordaremos aquí las distintas categorías de consumidores, discutiendo las particularidades del “consumidor bystander” y del consumidor “hipervulnerable”. Asimismo, se avanzará en el concepto de proveedor, y en las diversas fuentes que generan una “relación de consumo”.

UNIDAD 3: La Responsabilidad en las Relaciones de Consumo

En esta importante unidad vamos a desarrollar todos los aspectos relacionados con la Teoría General de la Responsabilidad. Se hará particular análisis del sistema de responsabilidad propio de la ley 24.240. Asimismo, se hará una revista de las nuevas acciones previstas en el Código Civil y Comercial:

- a) La acción preventiva.
- b) La acción resarcitoria.
- c) La acción de cese de publicidad falsa.
- d) Las acciones de nulidades absolutas y relativas previstas en el CCyC.
- e) La acción unilateral e incausada de resolución contractual (arts. 1279 y 1383 CCyC).
- f) Las acciones individuales de consumo.
- g) La acción de fraude prevista en los artículos 338 y 339 CCyC.

UNIDAD 4: La Información y La Publicidad en las Relaciones de Consumo

En esta unidad vamos a desarrollar el derecho/deber de información y todos los temas relacionados con la publicidad engañosa. Se hará una presentación que incluya los aspectos teóricos más relevantes, y luego una revista de cómo la jurisprudencia nacional fue ensanchando su criterio en materia de publicidades comparativas. Asimismo, se intentará mostrar cómo la publicidad interviene de manera central en las relaciones de consumo. Finalmente, se estudiarán algunos casos famosos del derecho.

UNIDAD 5: La Protección del Consumidor de Servicios Turísticos

El desarrollo económico y tecnológico ha dado como resultado que el contrato de servicios turísticos sea cada vez más habitual y, en consecuencia, se multiplican los conflictos entre este consumidor y sus proveedores. En esta unidad se desarrollarán los distintos problemas en torno a esta especie de consumidor, se analizará su marco legal, el alcance de la Ley 24.240 y el Código Civil y Comercial, las asistencias al viajero ¿son seguros?, problemas con las aerolíneas, etc., todo ello a la luz de reciente jurisprudencia.

UNIDAD 6: El Trato Digno y la Sanción de Daño Punitivo

En esta unidad se desarrollará el derecho/deber al trato digno y se logrará una comprensión teórica y práctica del daño punitivo como herramienta. Vamos a observar la normativa y evolución en la jurisprudencia argentina, comparada en algunos aspectos con la de los Estados Unidos. Se tendrán en cuenta las distintas posturas en el derecho local y se reflexionará sobre las dificultades y beneficios de su aplicación.

UNIDAD 7: La Protección del Consumidor de Servicios de Salud

Se abordará la protección de los derechos de los consumidores en el ámbito de los servicios de salud. Se analizará la particular relación entre el paciente y el prestador de servicios de salud bajo la óptica del derecho del consumidor, examinando su marco legal. Se hará foco en aspectos clave como la jurisdicción aplicable, las normas aplicables, las medidas cautelares específicas para garantizar el acceso a la salud, y un estudio de la jurisprudencia relevante que ha sentado precedentes en la materia. Además, se explorarán temas como el derecho a la información en salud, las prácticas abusivas y la responsabilidad de los profesionales y centros de salud.

UNIDAD 8: Los Seguros y el Derecho del Consumidor

El contrato de seguros está presente en casi todos los ámbitos de nuestra vida doméstica y profesional; ya sean los seguros médicos, automotores o financieros. Sin dudas, es uno de los contratos más complejos y sofisticados de todos los que existen en nuestro ordenamiento jurídico. La Ley de Defensa del Consumidor y la Ley de Seguros están en permanente crisis y colisión. En esta unidad, vamos a examinar si el seguro es un contrato de consumo o si la ley 24.240 se aplica a los contratos de seguros. Se analizará el contrato de seguros del automotor; las exclusiones de cobertura y la caducidad de derechos del asegurado; las cláusulas abusivas, entre otras cuestiones de actualidad sobre el universo del seguro. Todos los temas serán presentados con jurisprudencia reciente y tomando las últimas novedades doctrinarias y jurisprudenciales.

UNIDAD 9: La Protección del Consumidor en la Contratación a Distancia y Entornos Digitales

En esta unidad vamos a estudiar con detalle las nuevas contrataciones tecnológicas propuestas en el Código Civil y Comercial. El comercio electrónico y el consumo on-line se imponen día a día, siendo preciso estar informados acerca de todas las variantes legales que estos contratos proponen. Se examinarán los temas más importantes de esta materia, como jurisdicción, ley aplicable, lugar de cumplimiento, derecho al retracto, entre otros.

UNIDAD 10: La Protección del Consumidor de Productos y Servicios Financieros

Esta unidad está ideada para diagnosticar las diversas infracciones a la normativa bancaria y extrabancaria, como así también a la Ley de Defensa del Consumidor y al Código Civil y Comercial. Principalmente se busca identificar las distintas “patologías” que hay en el mercado financiero y que perjudican al consumidor. Se pondrá especial énfasis en la asimétrica relación jurídica entre el usuario de servicios financieros y bancarios y los proveedores de esos servicios altamente profesionalizados. En el transcurso de la unidad vamos a abordar los diferentes elementos que componen a los productos financieros, entre otros: Tasa de Interés, Costo Financiero Total (CFT), Deber de Información Específico, problemática de las Fintech.

UNIDAD 11: Protección Administrativa del Consumidor

En esta unidad se examinará el procedimiento administrativo de tutela de consumidores y usuarios. Las aplicaciones locales, las sanciones administrativas, su graduación y destino. Asimismo, se abordará la problemática del daño directo. Por último, se analizará el sistema del COPREC, el Arbitraje de Consumo y el Defensor del Cliente.

UNIDAD 12: Protección Judicial del Consumidor

En esta unidad se estudiarán los principios procesales aplicables a los procesos judiciales individuales. Legitimación activa y pasiva en el marco de la Ley de Defensa del Consumidor. Creación de la Justicia de las Relaciones de Consumo de la Ciudad de Buenos Aires. Se abordarán las características del Código Procesal de la Justicia de las Relaciones de Consumo en el Ámbito de la CABA. Causas comprendidas. Fiscalías. Montos que se pueden reclamar. Jurisdicción. Casos jurisprudenciales.

UNIDAD 13: Los Derechos de Incidencia Colectiva y las Acciones de Clase en la Argentina

Esta unidad se hará un profundo análisis de los llamados derechos de incidencia colectiva, destacando su importancia a partir de su inclusión en la Constitución Nacional y, más recientemente, en el Libro Preliminar del Código Civil y Comercial. Asimismo, se hará un estudio teórico y práctico de las acciones de clase; sus orígenes en el derecho extranjero, su aparición en el derecho nacional, las opiniones cambiantes de la jurisprudencia nacional. Se pondrá particular énfasis en la problemática que supone la legitimación activa para llevar adelante juicios de clase de contenido patrimonial.

UNIDAD 14: Los Desafíos de las Nuevas Tecnologías en el Derecho del Consumidor

En este módulo se abordarán los desafíos de la Inteligencia Artificial, los algoritmos y los sesgos cognitivos en la protección de los derechos del consumidor.

UNIDAD 15: Neurociencias en las Relaciones de Consumo

En este módulo vamos a ocuparnos de la manipulación de las expectativas de los consumidores y la responsabilidad del proveedor. El consumismo en la sociedad de consumo:

- a) Publicidad
- b) Neuromarketing
- c) Sistemas comerciales complejos
- d) Generación de confianza
- e) Acciones legales.

La relación contractual de consumo desde el prisma de las neurociencias. Casos notables.