

CORRELATIVIDADES

COD	ASIGNATURA	CORRELATIVIDADES
1	Introducción al Derecho	
2	Derecho Romano	
3	Derecho Político	
4	Teoría Constitucional	
5	Realidad Social Lat. Y Derecho	
6	Teoría General del Proceso	
7	Derecho Constitucional Argentino	1-3-4-6
8	Derecho Privado Parte General	1-2-6-
9	Derecho Penal Parte General	1-2-4-6
10	Sociología	
11	Derechos Humanos	1-4-5-6
12	Economía Política	
13	Derecho de las Obligaciones	8
14	Metodología de la Investigación	10
15	Derecho Público Provincial y Municipal	7
16	Derecho de los Contratos	13
17	Derecho Penal Parte Especial	9
18	Taller de Doctrina y Jurisprudencia	14
19	Derecho Internacional Público y de la Integración	11
20	Derecho Procesal Civil y Comercial	8
21	Criminología	10-17-
22	Derecho Procesal Penal y Correccional	17
23	Derecho del Consumidor y de la Empresa	13
24	Filosofía del Derecho	1-10-
25	Instituciones de Derecho Administrativo	15-16-
26	Práctica Profesional I	13-18-20-22
27	Derecho de Familia	13-20
28	Derechos Reales, Intelectuales y Registral	16
29	Derecho del Trabajo	16-20
30	Derecho del Transporte	16
31	Personas Jurídicas Privadas	23
32	Finanzas Públicas y Derecho Tributario	17-20-25
33	Derecho Procesal Administrativo	25
34	Práctica Profesional II	26-27
35	Derecho de la Seguridad Social	29
36	Derecho de las Sucesiones	28
37	Concursos, Quiebras y Títulos Circulatorios	31
38	Seminario de Ética y Formación Profesional	34
39	Derecho Ambiental y de los Recursos Naturales	28
40	Derecho Internacional Privado	36-37
41	Seminario de Problemáticas Jurídicas Contemporáneas	14-17-27
42	Práctica Profesional III	29-34

PROGRAMA 23

Derecho del Consumidor y de la Empresa
DR. BARREIRO

CONDUCCIÓN DEL CENTRO DE ESTUDIANTES

Todos X Derecho

LA ÚNICA AGRUPACIÓN 100% DE DERECHO

LISTA 1

FACULTAD DE DERECHO

Universidad Nacional de Lomas de Zamora

f/TodosxDerecho ☎ 4282-9469/70/71 interno 143 📞 15-6443-7055

WWW.TODOSXDERECHO.COM Todos X Derecho

PARTE GENERAL

UNIDAD 1.

DERECHO COMERCIAL: ANTECEDENTES. CONTENIDO. EVOLUCIÓN. LA GLOBALIZACIÓN.

CONTENIDOS:

La economía y el comercio. La satisfacción de las necesidades humanas. La noción de derecho subjetivo. El derecho de propiedad. Los límites a la autonomía de la voluntad. La regulación del mercado.

Origen del Derecho Mercantil. Nacimiento como derecho autónomo. Las corporaciones profesionales. Caracteres en la Edad Media. Ferias y Mercados. Las corporaciones y el régimen de las ciudades libres.

Evolución del Derecho Mercantil: Del derecho estatutario a la codificación: primeras experiencias. La Ordenanza francesa de 1673. El Código Francés de 1807: estructura y técnica legislativa.

Concepto y contenido del Derecho Comercial. Su concepción como categoría histórica y como derecho "de clase" o profesional. La actividad económica y el Derecho Comercial. La actividad organizada como elemento distintivo. Las Cuatro Revoluciones Industriales (s. XVIII a s. XXI) y los adelantos tecnológicos. Su influencia en las relaciones jurídicas con contenido patrimonial.

Ordenamiento nacional: el Código de 1862/1889 y sus antecedentes. Modificaciones posteriores: las leyes especiales y la carencia de unidad ideológica; impacto en la interpretación de las normas comerciales. El contenido histórico objetivo: los actos de comercio. Sistemas objetivo y subjetivo. La materia mercantil. Problemas de límites. El contenido histórico subjetivo: El comerciante individual. El llamado estatuto del comerciante: su virtualidad actual. Legislación extranjera. La apariencia en materia mercantil. De la noción de comerciante a la de empresario: el Código Civil Alemán de 1900 y el italiano de 1942 como modelos legislativos.

UNIDAD 2.

CONTENIDO ACTUAL DEL DERECHO EMPRESARIO. EL DERECHO DEL CONSUMIDOR.

La Constitución Nacional: Tutela, derechos e intereses protegidos: la vida, la salud y los intereses económicos del consumidor. La defensa de los consumidores y usuarios (arts. 42 y 43 CN). Los Tratados Internacionales. Directrices de la ONU de 1985 (Res. 70/186, 2015). El llamado Libro Verde sobre acceso a la justicia expedita y simple de la Unión Europea (1993) y otras Directivas comunitarias. La situación en el Mercosur: Protocolo de Ouro Preto y el de Santa María (1996).

El Derecho Comercial en el Código Civil y Comercial de la Nación (CCyC): fundamentos. El Derecho Empresario. Principios orientadores generales y de las leyes especiales: la buena fe, el ejercicio regular de los derechos, igualdad, libertad. El *diálogo de las fuentes*. El llamado Derecho Empresario: actos, actividades organizadas y contratos. Graduación de la responsabilidad (art. 1725 CCyC).

La atenuación de la autonomía. Los principios propios del Derecho Comercial: buena fe, celeridad, informalidad, información, libertad de contratación, protección de los vulnerables. Su influencia en el derecho unificado.

Manifestaciones concretas del Derecho Empresario en la nueva legislación: introducción al régimen contractual y sus distintas especies. Contratos de empresa, de consumo y bancarios. Influencia en el régimen de responsabilidad. La protección de los consumidores y usuarios. Reglamentación de las normas constitucionales: el CCyC y la ley 24.240 (LDC). La tutela indirecta: leyes 22.802 (de Lealtad Comercial) y 25.156 (de Defensa de la Competencia).

VIII. BIBLIOGRAFÍA.

A. BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA.

"Código Civil y Comercial de la Nación comentado", Ricardo Luis Lorenzetti (dir.), Ed. Rubinzal-Culzoni.
"Código Civil y Comercial de la Nación comentado", José M. Curá (dir.), Ed. La Ley.
"Código Civil y Comercial de la Nación comentado". Rivera-Medina (dir.). Ed. La Ley.
"Consumidores". Ricardo L. Lorenzetti. Ed. Rubinzal-Culzoni.
"Ley de Defensa del Consumidor comentada y anotada". Sebastián Picasso-Roberto A. Vázquez Ferreyra (dir.). Ed. La Ley.
"Estatuto del consumidor comentado". Demetrio Alejandro Chamatropulos. Ed. La Ley,

B. BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA:

"Codigo de Comercio Omeba" J.L. Anaya-H. Podetti (dir).
"Derecho Comercial Argentino". Rodolfo O. Fontanarrosa. Ed. Zavalía.
"Curso de Derecho Comercial". Isaac Halperin. Ed. Depalma.
"Sistemas Modernos de Distribucion Comercial". J. Marzoratti. Ed. Astrea.
"Cuestiones de Derecho Comercial Moderno". S. Le Pera. Ed. Astrea.
"Contratos de Empresa". Pablo C. Barbieri. Ed. Universidad.
"Tratado de los contratos de empresa". Ernesto E. Martorell (dir.). Ed. La Ley.
"Defensa del consumidor. Tratado jurisprudencial y doctrinario". Carlos A. Gherzi-Celia Weigarten. Ed. La Ley.
"Tratado de Derecho del Consumidor". Gabriel Stiglitz-Carlos A. Hernández (dir.). Ed. La Ley.
"Daños Punitivos. Facetas preventiva y sancionatoria de la responsabilidad civil. La Ley de Defensa del Consumidor". Florencia Nallar. Ed. Cathedra Jurídica.
"La dignidad como principio general del derecho". Carlos Alberto Gherzi. La Ley 2014-D, 1054.
"Modalidades modernas del contrato de distribución en el derecho argentino". Rafael F. Barreiro. Revista de Derecho Comercial, tercera época, N° 5, noviembre de 2012. Instituto de Derecho Comercial de la Facultad de Derecho de la Universidad de la República, Fundación de Cultura Universitaria, Montevideo, República Oriental del Uruguay, ps. 89/116.
"El contrato de factoraje en el nuevo Código". Rafael F. Barreiro, La Ley, ejemplar del 13.08.15 (2015-D, 1008/1033).
"El factor subjetivo de atribución en la aplicación de la multa civil prevista por la ley de defensa del consumidor". Rafael F. Barreiro. Revista del Derecho Comercial, del Consumidor y de la Empresa, Año V, N° 3, La Ley, junio de 2014, ps. 123/135.
"El sistema de información y publicidad en la LDC". Rafael F. Barreiro. Revista del Derecho Comercial, del Consumidor y de la Empresa, Año V, N° 6, La Ley, diciembre de 2014, ps.76/88.
"Normas sobre el gobierno, administración, representación y fiscalización de las personas jurídicas en el Código Civil y Comercial de la Nación". Rafael F. Barreiro. Temas de Derecho Civil, Persona y Patrimonio, Errejus, Bs. As., 2015, p. 45/67.
"La aplicación de la nueva ley a las relaciones jurídicas anteriores a su vigencia y las relaciones de consumo. El daño punitivo". Rafael F. Barreiro. Revista Código Civil y Comercial, año II, N° 5, La Ley, junio 2016, ps. 185/225.
"La paciencia del consumidor, la dignidad humana y las prácticas abusivas". Rafael F. Barreiro. Revista Código Civil y Comercial, año II, N° 5, La Ley, octubre 2016, ps. 151/177. También en La Ley ejemplar del 23.11.16, ps. 5/12.
"La constitucionalidad del destino de la multa civil de la ley de defensa del consumidor". Rafael F. Barreiro. La Ley ejemplar del 6.09.17, ps. 4/8.
"Las prácticas abusivas en la relación de consumo". Rafael F. Barreiro. Revista Jurídica de la Asociación de Magistrados y Funcionarios de la Justicia Nacional, N° 1, febrero de 2018.

UNIDAD 12.

LAS ACCIONES JUDICIALES. EL DAÑO PUNITIVO.

CONTENIDOS:

El origen del daño punitivo: *punitive damages* en el derecho norteamericano. Breves referencias. Su empleo en la práctica judicial. Noción de daño punitivo: multa civil. Críticas a su recepción legislativa.

Función: preventiva; disuasoria; sancionatoria. Debate sobre la constitucionalidad del destino de la multa civil.

Requisitos de procedencia: pedido de parte; incumplimiento del proveedor. Límites.

El factor de atribución: responsabilidad objetiva o subjetiva. Las pautas del art. 49 LDC. La gravedad de la infracción.

Las acciones judiciales individuales. Legitimación amplia. Gratuidad: alcance según la doctrina judicial. Reglas procesales: trámite; carga probatoria; simplificación. Publicación de las sentencias.

UNIDAD 13.

LAS ACCIONES DE INCIDENCIA COLECTIVA. ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES .LEY 26.993.

CONTENIDOS:

El art. 43 CN. La vía procesal abreviada: el amparo. Legitimación.

La actuación necesaria del Ministerio Público Fiscal: como demandante o como garante de los derechos de los consumidores. La cosa juzgada en las acciones de incidencia colectiva: su efecto expansivo.

La función asignada a las asociaciones de consumidores: como reclamante o como mediadoras extrajudiciales.

Requisitos de funcionamiento de las asociaciones de consumidores: inscripción; autorización para funcionar; reconocimiento; fines específicos.

Las acciones de clase. Su admisión en el derecho extranjero y las directivas de la CSJN. Solución transitoria: la Acordada CSJN N° 12/16.

La ley 26.993. El Servicio de Conciliación Previa (COPREC). Límite cuantitativo. Procedimiento. Audiencias. Acuerdos. El Auditor en las Relaciones de Consumo. Funciones. Competencia. Monto del reclamo por daños. La Justicia Nacional de las Relaciones de Consumo. Organización. Reglas y principios procesales. Gratuidad. Oralidad. Sentencia inmediata.

SECCIÓN CUARTA **CONTRATOS DE EMPRESA**

UNIDAD 14.

LOS CONTRATOS EMPRESARIOS.

Los contratos de empresa como categoría especial de los contratos mercantiles: criterios legales que justifican su diferenciación. Notas diferenciales. La tipicidad social devenida en tipología legal. La aplicación a los contratos innominados.

El contrato de distribución. Concepto. La noción de sistemas de distribución: su incidencia en la responsabilidad de las partes entre sí y frente a terceros. Normas que lo rigen. Diversas manifestaciones prácticas. Caracteres. Pactos de exclusividad. Responsabilidades.

El contrato de suministro. Concepto. Partes. Caracteres. Plazo. Cantidades. Precio. Pacto de preferencia. Responsabilidades: duración indeterminada. Resolución. Suspensión. Normas supletorias.

El contrato de concesión. Concepto. Clases. Caracteres. Exclusividad. Obligaciones de las partes. Plazo. Rescisión. Retribución.

El contrato de agencia. Concepto. Forma. Caracteres. Exclusividad. Obligaciones de las partes. Plazo. Preaviso. Resolución. Comisión. Compensación por clientela. Cláusula de no competencia.

El contrato de tarjeta de crédito. Ley 25.065. Concepto. Definiciones legales. Partes. Derechos y obligaciones. Clasificación. Figuras comprendidas. Medios magnéticos y electrónicos. La ejecución del saldo adeudado: requisitos.

El contrato de factoraje. Concepto. Caracteres. Naturaleza jurídica. Función económica. Masividad de créditos. Comparación con la cesión de derechos y el descuento de documentos. Partes. Derechos y obligaciones. Modalidades. Extinción.

PARTE ESPECIAL. **NOCIONES Y PRINCIPIOS**

UNIDAD 3.

FUNDAMENTOS Y PRINCIPIOS DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR.

La producción, la oferta y la demanda masivas de bienes y servicios. El desequilibrio en las relaciones patrimoniales. La desigualdad. Las asimetrías.

Las nociones técnica, económica y jurídica de consumo. La consunción del bien o servicio: significado. Importancia de su comprensión.

Las técnicas de producción y las manifestaciones actuales de la contratación. El consumo de bienes y servicios imprescindibles. El estándar constitucional de la dignidad vital. El consumo inducido. La generación de necesidades ficticias y aspiracionales. La vulnerabilidad grupal e individual.

El principio protectorio y sus manifestaciones: la salud y seguridad del consumidor; la dignidad; la no discriminación; la libertad de elección; la información; la interpretación más favorable al consumidor; la educación y formación; la actuación grupal; las normas específicas; el diseño de procesos sencillos y eficaces; la gratuidad.

El sistema normativo de tutela del consumidor: el CCyC y la LDC. Gradación jerárquica (art. 1094 CCyC). Los diversos propósitos de esos ordenamientos. Complementación.

UNIDAD 4.

LA NOCIÓN DE CONSUMIDOR.

CONTENIDOS:

La definición amplia del art. 1 LDC. El art. 1092 CCyC en relación a los contratos de consumo. Las personas equiparadas.

Elementos de las definiciones: persona humana o jurídica; adquisición de bienes o servicios; gratuidad u onerosidad; criterio finalista; beneficio propio o de terceros.

La persona jurídica como consumidora. La exclusión del bien o servicio integrado a un proceso de producción.

Los sujetos expuestos a la relación de consumo: el texto eliminado en la LDC y el art. 1096 CCyC. Consumidor y usuario: la consunción del bien y el uso del servicio. Imprecisión expositiva.

UNIDAD 5.

EL PROVEEDOR Y LA EMPRESA COMO ACTIVIDAD CALIFICADA.

CONTENIDOS:

Concepto de proveedor en el art. 2 LDC. Persona humana o jurídica, pública o privada; actividades que despliega; destino del bien o servicio. Exclusión de los profesionales liberales. Inclusión de la publicidad de su ofrecimiento.

El art. 1093 CCyC: persona humana o jurídica; naturaleza pública y privada; actuación profesional u ocasional; producción de bienes; prestación de servicios; uso privado, familiar o social. El contrato de consumo como noción diferenciada.

La empresa. Concepto jurídico y económico. La noción en el derecho comparado. Su definición en el derecho fiscal y laboral. El CCyC: El art. 320 y su interpretación. Importancia actual de su estudio. Pequeñas y medianas empresas (ley 24.467). Teorías acerca de su naturaleza jurídica: subjetivas, objetivas y tesis atomista; su indiferencia en relación al régimen tutelar de los consumidores. El empresario como sujeto de las relaciones económicas.

Elementos de la empresa. La organización y el fondo de comercio. El avviamento. El valor llave. La clientela. La organización como objeto de estudio interdisciplinario. La habitualidad y la profesionalidad (arts. 2 LDC y 1093 CCyC). La información asimétrica. La responsabilidad agravada (art. 1725 CCyC). La tutela especial de quienes no son consumidores. Transferencia de Fondos de Comercio. Análisis de la ley 11.867. Elementos que integran el fondo de comercio. Título de la transmisión. Procedimiento. Acción judicial: el embargo. Publicidad. Inscripción. Responsabilidades. Sanciones.

UNIDAD 6. LA RELACIÓN DE CONSUMO. EL CONTRATO DE CONSUMO.

La relación de consumo: la vinculación exigida por los arts. 3 LDC y 1092 CCyC. El contrato de consumo: definición del art. 1093 CCyC. Sujetos y objeto.

La prestación del consentimiento en los contratos de consumo. Las prácticas abusivas (arts. 8 bis y 1096 a 1099 CCyC). Aplicación a las personas expuestas a la relación de consumo. El trato digno, equitativo, no discriminatorio y las condiciones de atención. La libertad de contratación. El consentimiento informado. Sanciones.

Las modalidades especiales: contratos celebrados fuera del establecimiento y a distancia (arts. 32 y 33 LDC y 1104 a 1108 CCyC). Empleo de medios electrónicos: informalidad e información al consumidor. El comercio electrónico. *E-Commerce* y autenticación documental. La ley de firma digital (N° 25.506 y Dec. 2628/2002). El reemplazo de la firma autógrafa. Firma digital y electrónica. Documento digital. Presunciones de autoría e integridad. Validez y conservación. Certificados digitales y certificadores licenciados. Autoridad de aplicación. Lugar de cumplimiento e inexistencia de la cláusula de prórroga de jurisdicción.

El derecho a la revocación de la aceptación (arts. 32 y 33 LDC y 1113; 1114 y 1116 CCyC): principio y excepciones. Información. Forma. Plazo. Efectos. Gastos.

Las cláusulas abusivas (arts. 37 LDC y 1117 a 1122 CCyC). Identificación: regla general. Normas aplicables. Control de incorporación. Límites. Control judicial y facultades de la autoridad de aplicación (art. 38 LDC). Situación jurídica abusiva. Consecuencia de su incorporación. Los contratos de adhesión. Definición del art. 948 CCyC. Requisitos de las cláusulas generales unilateralmente predispuestas. Interpretación. Cláusulas particulares. Derecho de la Competencia.

SECCIÓN SEGUNDA **REGLAS PARTICULARES**

UNIDAD 7.

EL SISTEMA DE PUBLICIDAD.

CONTENIDOS:

La integración del Título I, Capítulos II y III, de la LDC. Comunidad de objetivos. La libertad de contratar. La corrección de las asimetrías y la prestación de consentimiento. Las leyes 22.802 y 25.156.

Calidad de la información. Exigencias: certeza; claridad; detalle; gratuidad. Reemplazo del soporte físico: requisitos.

Eficacia vinculante de la oferta hecha pública. Integración del contrato. Plazo de vigencia. Revocación. Las consecuencias de su incumplimiento. Opción en favor del consumidor (art. 10 bis LDC). Contenido del documento de venta. Exigencias relativas a la redacción. Cantidad de ejemplares. Cosas deficientes, usadas o reconstituidas.

Modalidades de la rescisión: medio adecuado. Prohibición de cobro de conceptos que no sean expresamente adeudados.

Exigencias publicitarias e informativas agravadas: los contratos bancarios con consumidores. El régimen del CCyC (arts. 1384 a 1389): publicidad; forma; obligaciones precontractuales; límites obligacionales; contratos de crédito. Cartera de consumo o cartera comercial (art. 1379).

UNIDAD 8.

LAS COSAS MUEBLES NO CONSUMIBLES. LOS SERVICIOS. LOS SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS.

CONTENIDOS:

Garantía legal por las cosas descritas por el art. 231 CCyC. Vigencia. Prolongación. Servicio técnico. Responsabilidad por la garantía legal. Certificado de garantía. Constancia de reparación. Reparación no satisfactoria.

Vicios rehibitorios (art. 18 LDC). Defectos ocultos: régimen de los arts. 1051 y 1052 CCyC. Exclusiones. Caducidad. Defecto subsanable.

La prestación de servicios. Modalidades. Materiales empleados. El presupuesto: contenido del instrumento; supuestos no incluidos. Deficiencias en la prestación del servicio. Garantía.

Los servicios públicos domiciliarios. Condiciones de la prestación. Derechos y obligaciones de las partes. El deber de seguridad. Normas específicas. Interpretación. Reciprocidad de trato. Los registros de reclamaciones. Instrumentos y unidades de medición. Interrupción del servicio.

La facturación en los servicios públicos domiciliarios. Mención de saldos adeudados. Variación en los consumos promedio: presunción de error. Derecho del usuario. Tasas de interés máximas.

UNIDAD 9.

LAS OPERACIONES FINANCIERAS PARA CONSUMO.

CONTENIDOS:

Ámbito de aplicación del art. 36 LDC.

Contenido del documento: precio; importe financiado; tasa de interés; costo financiero total; amortización y cancelación; periodicidad de los pagos; gastos adicionales. Omisión de la tasa efectiva anual. Facultades del Banco Central de la República Argentina.

La financiación por un tercero: consecuencias de la falta de aceptación del tercero.

La competencia territorial del juez: la opción conferida al consumidor y la regla del domicilio real del consumidor demandado.

La doctrina plenaria de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial relativa a la competencia territorial para la ejecución de títulos valores que suponen una relación de consumo (del 29/06/2011; LL ejemplar del 03/08/2011).

SECCIÓN TERCERA

PROCEDIMIENTOS. ACCIONES. SANCIONES. MULTA CIVIL.

UNIDAD 10.

LA RESPONSABILIDAD POR DAÑOS.

CONTENIDOS:

El régimen general del art. 40 LDC. Su vinculación con el art. 13.

Ámbito de aplicación. El daño por vicio o riesgo propio de la cosa.

La responsabilidad solidaria. Sujetos alcanzados.

El daño directo. Noción del art. 40 bis LDC. La determinación de la indemnización en sede administrativa. Requisitos de esos órganos. Consecuencias excluidas de la indemnización.

La autocomposición de los conflictos. El "Defensor del Cliente". Régimen de la Res. 394/2018 de la Secretaría de Comercio: cualidades del defensor; reglamentos; homologación; incumplimiento; sanciones. Informaciones periódicas.

UNIDAD 11.

LA AUTORIDAD DE APLICACIÓN NACIONAL Y LOCALES. PROCEDIMIENTO. SANCIONES.

CONTENIDOS:

La Secretaría de Comercio Interior dependiente del Ministerio de Economía y Producción. Subsecretaría de Defensa del Consumidor.

Facultades y atribuciones. Auxilio de la Fuerza Pública. Promoción del arbitraje de consumo.

Facultades concurrentes con las autoridades locales.

Las actuaciones administrativas. Inicio de oficio o por denuncia. Diligencias instructorias. Pruebas. Resolución. Apelación de sanciones: requisitos. Incumplimiento de acuerdos conciliatorios. Denuncias maliciosas.

Las sanciones. Criterios de aplicación y graduación (art. 49 LDC). Prescripción.