



## PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO CURRICULAR

### ESPACIO CURRICULAR: DERECHO DEL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA

#### CARRERA: ABOGACIA

Plan: 2017

Resolución aprobatoria: Ordenanza No. 02/2017-C.S.

#### EQUIPO DOCENTE

Titular: LEIVA, Claudio Fabricio

Adjunto: DELLA SAVIA, Beatriz

JTP: CHICAHUALA, Nicolás – VALDEZ LÓPEZ, Carlos

AÑO ACADEMICO: 2021/22

AREA A LA QUE PERTENECE: Formación disciplinar y específica.

AÑO EN QUE SE CURSA: Segundo Año – Segundo Semestre.

REGIMEN: Promocional

FORMATO DEL ESPACIO CURRICULAR: Modalidad Taller

CARACTER: Obligatorio

CARGA HORARIA TOTAL: 70 horas totales.

CARGA HORARIA SEMANAL: 5 horas semanales

CORRELATIVAS PARA CURSAR: Aprobadas "Introducción a la Filosofía", "Problemática del Conocimiento", "Introducción al Derecho", "Derecho Romano". Regular "Derecho Constitucional".

CORRELATIVAS PARA RENDIR: Aprobada "Derecho Constitucional".

#### ENCUADRE TEORICO DE LA PROPUESTA:

El espacio curricular "Derecho del Consumidor y Defensa de la Competencia", se encuentra en el campo de la formación disciplinar y específica, que tiene por objetivo desarrollar el corpus teórico y las actividades prácticas, todo en aula taller con tratamiento de casos y simulaciones de situaciones de defensa del consumidor provenientes de las normas jurídicas, la jurisprudencia y la realidad social y que permitan conocer el procedimiento administrativo y judicial de derecho del consumidor y defensa de la competencia.

Se enmarca el derecho en los procesos históricos, constitucionales y políticos; al servicio de la defensa y protección de los derechos del consumidor y defensa de la competencia. Se estructura en el núcleo temático: "Derecho del Consumidor", junto a los espacios compartidos con el campo de formación disciplinar y específico.

En este núcleo temático y disciplinar, es donde tiene cabida el espacio "Derecho del Consumidor y Defensa de la Competencia", que permitirá al estudiante de segundo año de la carrera, poder reflexionar sobre los objetivos que se detallan a continuación.

#### OBJETIVOS GENERALES:

- Conocer los principios, las reglas y los valores del Derecho del Consumo.
- Advertir la trascendencia de la constitucionalización del derecho del consumidor.
- Identificar la categoría del consumidor y el proveedor en la relación de consumo.
- Determinar los derechos fundamentales del consumidor.
- Comprender la proyección de la protección del consumidor en los distintos ámbitos del Derecho.
- Adquirir habilidad en la solución de problemas vinculados con el derecho del consumo.
- Incentivar el juicio crítico en las soluciones de la jurisprudencia y las propuestas de la doctrina en materia de Derecho del Consumidor.



### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Comprender la problemática de los derechos del consumidor, defensa de la competencia y lealtad comercial dentro de los marcos del derecho y su contexto social.
- Identificar alternativas de solución más adecuadas y beneficiosas para el consumidor dentro el marco legal en los distintos conflictos que pueden presentarse.
- Ponderar el microsistema normativo de protección del consumidor y su relación con la realidad cotidiana del consumidor y del proveedor.

### **EXPECTATIVAS DE LOGRO**

1. Identificar el ámbito de aplicación del derecho del Consumidor, comprendiendo las normas jurídicas y los principios que integran el microsistema de protección del consumidor.
2. Delimitar con claridad el problema jurídico emergente de una relación de consumo.
3. Proponer estrategias de solución del problema dentro del marco normativo aplicable al caso, fundamentando la solución que se aprecie como más conveniente.
4. Analizar alternativas de solución a partir de textos doctrinales y jurisprudenciales propuestos para el trabajo en clase, identificando las ventajas y las desventajas de cada solución propuesta.
5. Debatir la justificación normativa seleccionada para resolver el problema.
6. Consustanciarse con los principios y los valores imperantes en el Derecho del Consumidor, apreciando las distintas alternativas de solución a problemas de consumo desde el punto de vista axiológico.
7. Pueda ponderar reglas, principios y valores jurídicos en los problemas que se susciten a partir de una relación de consumo entre un proveedor y un consumidor.

### **COMPETENCIAS DEL ALUMNO**

Las competencias que se pretenden desarrollar en la asignatura surgen del perfil profesional, objetivos generales de la carrera, espacio curricular y del área disciplinar; las que se pueden esquematizar según sus componentes del siguiente modo:

- Conocimiento del microsistema de protección del consumidor, a partir de la comprensión de las fuentes normativas en un diálogo sistémico, con especial referencia a la realidad social y a los principios y valores jurídicos comprometidos.
- Resolución de problemas profesionales que emergen de la relación de consumo, teniendo en cuenta la sociedad multicultural y los principios del Código Civil y Comercial de la Nación, la Constitución Nacional y el microsistema de protección del consumidor.
- Análisis crítico del régimen protectorio del consumidor y la defensa de la competencia e interés por la investigación y la docencia.
- Evaluación axiológica de derecho del consumidor y defensa de la competencia.
- Desarrollo de la estructura del pensamiento jurídico crítico que permita arribar a una adecuada ponderación de las reglas, los principios y los valores jurídicos comprometidos.

### **METODOLOGIA DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE**

El dictado de la materia se centrará en el planteo de los temas teóricos con una proyección fundamentalmente práctica, a través de clases de corte expositivo y la aplicación de técnicas grupales de enseñanza, teniendo especialmente en cuenta la calidad de “taller” que reviste esta asignatura.

Los talleres configuran espacios teórico prácticos que ofrecen la oportunidad a los estudiantes de adquirir capacidades poniéndose en “situación de”, lo que constituye un entrenamiento experiencial para la acción profesional.

La organización orientada al hacer, por medio de la confrontación y articulación de las teorías con las prácticas, permite la integración de saberes y posibilita la producción de procesos y/o productos. Por medio de este formato se promueve la resolución de situaciones prácticas y por ello el taller apunta al desarrollo de capacidades para la búsqueda de alternativas de acción, la toma de decisiones y la producción para encarar problemas.

Ahora bien, en este espacio curricular, el objetivo principal de la enseñanza se centrará en la aprehensión práctica de los contenidos; se partirá de la responsabilidad del alumno en el propio proceso de aprendizaje, y la construcción de los conocimientos por el alumno, basado en la figura del docente como guía o mediador en dicha proceso de aprendizaje.



Las clases buscarán la aplicación de técnicas de análisis y resolución de problemas, método de casos, lectura y análisis de jurisprudencia, etc. A esos fines, se procurará reducir el dictado de clases tradicionalmente llamadas magistrales, entendidas éstas como la exposición unilateral y exclusiva del docente durante la clase, adoptando métodos de enseñanza activa con previo diseño de trabajos a ser realizados por los alumnos en clase como tareas de aprendizaje, y bajo la programación y dirección del docente.

El aprendizaje basado en problemas se presenta como una propuesta educativa innovadora, que se caracteriza porque el aprendizaje está centrado en el estudiante, promoviendo que éste sea significativo, además de desarrollar una serie de habilidades y competencias indispensables en el entorno profesional actual.

El proceso se desarrolla en base a pequeños grupos de trabajo que aprenden manera colaborativa en la búsqueda de resolver un problema inicial, complejo y retador, planteado por el docente, con el objetivo de desencadenar el aprendizaje autodirigido de sus alumnos. En rol del profesor se convierte en el facilitador del aprendizaje.

La enseñanza tradicional está focalizada hacia los contenidos, priorizando los conceptos abstractos sobre los ejemplos concretos y las aplicaciones. Las técnicas de evaluación se limitan a comprobar la memorización de información y de hechos, ocupándose, rara vez, de desafiar al estudiante a alcanzar niveles cognitivos más altos de comprensión. De esta manera, tanto profesores como alumnos refuerzan la idea de que en el proceso de enseñanza – aprendizaje el profesor es el responsable de transferir contenidos y los estudiantes son receptos pasivos del conocimiento.

Es así y bajo un paradigma superador de los métodos tradicionales de la enseñanza en el nivel superior, es que los objetivos formulados en este currículo resultan facilitadores de una formación basada en competencias, dado que los logros en este sentido deben tender a acciones centradas en el hacer desde el conocer, operando en la realidad y en las situaciones propias en las que el Derecho debe intervenir. Se propende a la acción de resolución de situaciones propias del futuro desempeño profesional, con una adecuada articulación y comprensión de los demás espacios curriculares del plan de estudios

En el sentido señalado y de acuerdo al encuadre pedagógico didáctico del Plan de Estudios 2017, que requiere en los espacios curriculares la presencia de las nuevas tecnologías convergentes, según la Ord. N°10/2013 C.S, es que en el contexto del modelo pedagógico que estructura el presente trayecto formativo, se propenderá a desarrollar la función informativa, cognitiva y comunicativa de los estudiantes mediante las TIC, incorporando la virtualidad en los procesos de enseñanza y aprendizaje de la asignatura. Por lo expresado es que en el dictado de los conocimientos teóricos-prácticos de la asignatura, como la evaluación de los indicadores explicitados en cada unidad de este programa, se hará a través del Aula Virtual del presente espacio curricular, habilitada mediante la plataforma Moodle.

## CONTENIDOS

### PROGRAMA DE ESTUDIO

#### UNIDAD I

##### **El microsistema de protección del consumidor.**

- a. Introducción a la problemática del Derecho del usuario y del consumidor. Características y evolución en el derecho nacional. La constitucionalización del Derecho del Consumidor. Confluencia de normas tuitivas y distintos niveles de protección: el diálogo de fuentes. El consumo sustentable.
- b. Ámbito de aplicación del Derecho del Consumidor. Delimitación de la noción de consumidor y proveedor. Sujetos excluidos del microsistema. Relación de consumo: concepto y delimitación. Contratos de consumo.
- c. Los derechos del consumidor y usuario. Relación entre los derechos del consumidor y los derechos humanos. Principios fundamentales del Derecho del consumidor. El principio protectorio: in dubio pro consumidor. Principio de interpretación favorable. El consumidor hipervulnerable.
- d. La defensa de la competencia, la lealtad comercial y su relación con la Defensa del Consumidor.

#### UNIDAD II

##### **Información al consumidor y protección de su salud.**



- a. El deber de información: sujetos obligados y contenido de la información. Fundamento y características del deber de informar. La información y las etapas en las que debe brindarse. Manifestaciones puntuales del deber de información.
- b. Protección del consumidor. El deber de seguridad. Concepto y caracteres. Extensión del deber de seguridad. La seguridad en la relación de consumo. Vinculación entre información y seguridad. La función preventiva de la obligación de seguridad. Sujetos obligados. El deber de seguridad y las cosas y productos riesgosos. Deber de advertencia. Manual en idioma nacional.

### **UNIDAD III**

#### **Condiciones de la Oferta y Venta. Trato Digno. Incumplimiento del contrato. Rescisión.**

- a. Oferta. La oferta en el derecho del consumidor. La oferta dirigida a consumidores potenciales indeterminados. Su efecto vinculante: alcance. Revocación. No efectivización de la oferta: negativa o restricción injustificada.
- b. Publicidad. Concepto. Interpretación del mensaje publicitario. Publicidad e Información. Integradora del contrato de consumo. Publicidad ilícita en el Código Civil y Comercial de la Nación. La publicidad integradora del contrato de consumo. Publicidad en la ley de lealtad comercial. Ofertas realizadas mediante sistemas de compras telefónicas, catálogos o correo. Publicidad en la ley de lealtad comercial. Ofertas realizadas mediante compras telefónicas, por catálogos o por correos. La acción de cesación de la publicidad ilícita en el Código Civil y Comercial.
- c. Trato Digno y equitativo. Prácticas comerciales abusivas. Sanciones. La profundización de la tutela en el Código Civil y Comercial de la Nación.
- d. Cosas deficientes Usadas o Reconstituidas. Contenido del documento de venta.
- e. Incumplimiento de la oferta o del contrato: incumplimiento de la obligación y efectos. Opciones a favor del consumidor. Resarcimiento de los daños sufridos por el consumidor. Modos de rescisión. Prohibición de cobro.

### **UNIDAD IV**

#### **Régimen de la garantía legal en materia de cosas muebles no consumibles.**

- a. Régimen de la garantía legal. Garantías en el Derecho del Consumidor. El mecanismo de la garantía legal. Plazos de vigencia. Traslado de la cosa. Servicio técnico: suministro de repuestos. Responsabilidad solidaria: sujetos obligados.
- b. Certificado de garantía. Contenido. Constancia de reparación: supuestos comprendidos. Prolongación del plazo de garantía: referencia a cualquier clase de garantía, cálculo del término.
- c. Reparación no satisfactoria. El supuesto de la reparación no satisfactoria. Opciones que brinda el régimen. Reclamo de daños y perjuicios. Evolución jurisprudencial de los casos de reparación no satisfactoria.
- d. Vicios redhibitorios: sentido de la previsión. Relación con el régimen del Código Civil y Comercial.

### **UNIDAD V**

#### **La Prestación de Servicios. Usuarios de Servicios Públicos Domiciliarios. De la Venta Domiciliaria, por correspondencia y otras.**

- a. Prestación de servicios: modalidades contempladas en la ley. Su reglamentación. Supuestos contemplados. El pacto escrito en contrario. Servicios alcanzados y servicios excluidos. Modalidades de Prestación de Servicios. Servicio de reparación. Presupuesto. Deficiencias en la Prestación del Servicio. Garantía.
- b. Servicios públicos domiciliarios. Constancia escrita. Información al usuario. Reciprocidad en el Trato. Registro de reclamos. Atención personalizada. Seguridad de las Instalaciones. Información. Interrupción de la Prestación del Servicio. Relación usuario - prestador.
- c. Ventas efectuadas fuera del establecimiento. Ventas por correspondencia y otras. Comercio electrónico. Contratación por medios electrónicos e Internet.

### **UNIDAD VI**

#### **Operaciones de venta de crédito. Cláusulas abusivas. Contratos de adhesión.**

- a. Operaciones financieras para consumo y en las de crédito para el consumo. Requisitos. Modalidades de financiación para el consumo. Otras normas aplicables. Consumidor y contratos bancarios: el usuario de servicios financieros. El llamado Pagaré de consumo.



- b. La problemática de las cláusulas abusivas y ambiguas. El carácter de “no convenidas” de las cláusulas abusivas. Criterios de Interpretación.
- c. Contrato por adhesión. La cuestión de las condiciones generales. Modificación.

## **UNIDAD VII**

### **Responsabilidad por daños al consumidor.**

- a. Régimen de responsabilidad en las relaciones de consumo. Caracteres del régimen de reparación de daños. Lineamientos generales de la responsabilidad en el Derecho del Consumidor. La conducta del consumidor como eximente: criterio de apreciación. Prescripción aplicable. La prevención de daños a consumidores: la acción preventiva, requisitos, supuestos y alcances.
- b. Principales supuestos de responsabilidad por daños al consumidor. Violación al deber de información. Incumplimiento del deber de seguridad. Violación al trato digno y equitativo al consumidor. El daño no patrimonial en las relaciones de consumo.
- c. Responsabilidad por daños derivados de cosas riesgosas o de la prestación del servicio. La regulación en el art. 40 de la Ley 24.240. Ámbito de aplicación. Sujetos comprendidos. Responsabilidad objetiva y eximentes contempladas. Relación entre el art. 40 y el art. 10 bis de la Ley 24.240.
- d. Los daños punitivos. Concepto. Naturaleza jurídica. Requisitos de aplicación. Destino de la multa. Posiciones interpretativas del alcance de los daños punitivos. Jurisprudencia.

## **UNIDAD VIII**

### **Protección del consumidor en sede administrativa.**

- a. La autoridad de aplicación de la Ley 24.240. Facultades.
- b. Procedimiento administrativo. Lineamientos generales. Denuncia. Actuación oficiosa. Finalidad del procedimiento administrativo. Sanciones. La cuestión en la Provincia de Mendoza.
- c. El daño directo: la cuestión luego de la sanción del Código Civil y Comercial de la Nación. Delimitación: supuestos, requisitos. Autoridad competente: discusión sobre su constitucionalidad.
- d. Conciliación y consumo. Arbitraje y consumo. Asociaciones de consumidores: legitimación, autorización para funcionar y promoción de reclamos.

## **UNIDAD IX**

### **Protección del consumidor en sede judicial.**

- a. Protección del consumidor en sede judicial. Derecho procesal del consumidor. Incidencia del microsistema de protección de los consumidores en el proceso judicial.
- b. Acciones individuales y colectivas. Legitimación sustancial activa. Procedimiento judicial. La intervención del Ministerio Fiscal. Acción de amparo: individual y colectivo.
- c. Procedimiento judicial especial. El proceso de consumo en la Provincia de Mendoza. Mayor cuantía: reglas específicas. Celeridad procesal. Cargas probatorias dinámicas. Sanción por litigar sin razón valedera. Beneficio de justicia gratuita. Procesos de pequeñas causas.

## **UNIDAD X**

### **El consumidor y la Ley de defensa de la competencia.**

- a. La ley 27.442 de Defensa de la competencia. Objetivos de la ley. Relación entre la Ley de Defensa del Consumidor, la Ley de Lealtad Comercial y la Ley de Defensa de la competencia.
- b. Acuerdos y prácticas prohibidas. Prácticas restrictivas de la competencia. Posición dominante: caracterización. Concentración económica.
- c. Autoridad de aplicación: Autoridad Nacional de la Competencia. Tribunal de Defensa de la competencia. Funciones. Procedimiento. Sanciones. Recurso de apelación.

## **UNIDAD XI**

### **Defensa de la competencia. Reparación de daños. Programa de clemencia.**

- a. Reparación de los daños y perjuicios. Relación de la resolución del Tribunal de Defensa de la Competencia y la sentencia judicial sobre daños. Daños punitivos: ámbito de aplicación.
- b. Plazos de prescripción previstos en la Ley N° 27.442. Supuestos contemplados. Interrupción de la prescripción.
- c. Programa de clemencia: presupuestos y efectos.
- d. Régimen de fomento de la competencia.



## BIBLIOGRAFIA

- ACCIARRI, Hugo A., "La regulación de los contratos de consumo en el nuevo Código. Algunas notas para su análisis económico", RCCyC 2015 (septiembre), 277.
- ALVAREZ LARRONDO, Federico M., "El impacto procesal y de fondo de la nueva ley 26.361 en el Derecho del Consumo", Sup. Esp. Reforma de la Ley de defensa del consumidor 2008 (abril), 25.
- ÁLVAREZ LARRONDO, Federico, "Las medidas preventivas administrativas", LA LEY 2011 – F, 446.
- ALVAREZ LARRONDO, Federico M., (Director), "Manual de Derecho del Consumo", Buenos Aires, Errejus, 2.017.
- BAROCELLI, Sergio Sebastián, "Principios y ámbito de aplicación del derecho del consumidor en el nuevo Código Civil y Comercial", DCCyE 2015 (febrero), 24/02/2015, 63.
- BERGER, Sabrina M., "Deber de seguridad y derecho del consumidor", LA LEY 2012 – F, 198.
- CAO, Christian Alberto - GAMARRA, Gonzalo, "La relación de consumo en el Código Civil y Comercial de la Nación", RCCyC 2015 (noviembre), 17/11/2015, 249.
- CAO, Christian A., "Las acciones judiciales de la nueva Ley de Defensa de la Competencia. La protección de los derechos económicos ante actos de distorsión de la competencia en los mercados", SJA 12/09/2018, 97.
- CHAMATROPULOS, Demetrio Alejandro, "Estatuto del Consumidor comentado", Buenos Aires, La Ley, 2.016.
- DEL PINO, Miguel, "Vinculaciones entre Derecho del Consumidor y Defensa de la Competencia", Sup. Especial Comentarios al Anteproyecto de LDC, 27/03/2019, 731.
- DEL PINO, Miguel - PERUZZOTTI, Mariano, "Nuevo régimen de lealtad comercial en Argentina", LA LEY 22/05/2019, 12.
- FARINA, Juan, "Defensa del consumidor y del usuario", Buenos Aires, Astrea, 2.008.
- FILIPPINI, Aníbal, "Consumidor y "diálogo de fuentes"", DJ 12/03/2014, 1.
- FRISICALE, María Laura, "El deber de información como medida de prevención del daño y su relación con la carga de la prueba", DCCyE 2013 (febrero), 01/02/2013, 81 - RCyS2013-XII, 25.
- FRUSTAGLI, Sandra – HERNÁNDEZ, Carlos, "Régimen de la responsabilidad por daños en el Estatuto del Consumidor", Revista de Responsabilidad Civil y Seguros, 2.004, pág. 1.
- GOZAÍNI, Osvaldo Alfredo, "Derecho Procesal Constitucional. Protección constitucional del usuario y consumidor", Santa Fe, Rubinzal Culzoni, 2.005, pág. 448 y sgtes.
- GREGORINI CLUSELLAS, Eduardo L., "La obligación de seguridad en la relación de consumo y su base constitucional", LA LEY2010-F, 1242.
- HEREDIA QUERRO, Sebastián, "Información en el comercio, publicidad y promociones empresariales en el "nuevo" régimen de competencia desleal", LA LEY 22/05/2019, 15.
- HERNANDEZ, Carlos A. "El desequilibrio en los contratos paritarios, predisuestos y de consumo", en RDPyC 2007-I, p. 253.
- IRIGOYEN, Roberto, "Los derechos del consumidor", LA LEY 1995 – B, 819.
- JUNYENT BAS, Francisco A. - GARZINO, María Constanza, "El consumidor en el Código Civil y Comercial", LA LEY 2016 – E, 711.
- KELLI, Julio – ELBERT, Cristian, "El art. 40 de la ley 24.240", Revista de Derecho Privado y Comunitario, "Derecho y Economía", 1.999 – Tomo 21, pág. 247.
- LEIVA, Claudio Fabricio, "La garantía legal en los contratos de consumo", RCyS 2011 – VII, 16.
- LEIVA, Claudio Fabricio, "Daños derivados de caídas en hipermercados: La obligación de seguridad en el ámbito de la relación de consumo", LLGran Cuyo 2009 (abril), 237.
- LEIVA, Claudio Fabricio, "Daños derivados del contrato de transporte aéreo: Error del transportista en el destino del pasajero", LLGran Cuyo 2008 (agosto), 635.
- LEIVA, Claudio Fabricio, "La noción de consumidor a partir del Código Civil y Comercial", Revista Jurídica Región Cuyo - Argentina - Academia Nacional de Derecho y Ciencias Sociales de Córdoba – Número 5 - Noviembre 2018, Editorial: IJ Editores - Cita: IJ-DXL-400.
- LEIVA, Claudio Fabricio, "Algunas consideraciones sobre la prevención de daños en el microsistema de protección del consumidor", Revista Jurídica Región Cuyo - Argentina – Academia Nacional de Derecho y Ciencias Sociales de Córdoba - Número 6 - Mayo 2019, Editorial: IJ Editores - Cita: IJ-DCCXL-41.
- LORENZETTI, Ricardo L., "Consumidores", 2ª ed., Rubinzal-Culzoni, Santa Fe, 2009.



- LOVECE, Graciela, "El derecho del consumidor. La protección integral del ser humano y los nuevos daños", RCyS 2012 – III, 54.
- MOSSET ITURRASPE, Jorge, "Derecho civil constitucional", Santa Fe, Rubinzal Culzoni, 2.011.
- MOSSET ITURRASPE, Jorge, "Defensa del Consumidor", Santa Fe, Rubinzal Culzoni, 1.999.
- ONDARCHUHU, José Ignacio, "Publicidad engañosa", DJ 20/03/2013, 1.
- OSSOLA, Federico, "El trato digno y equitativo al consumidor. Un problema lamentablemente cotidiano", en Cuaderno de Obligaciones, VALLESPINOS, Carlos Gustavo (Director), Córdoba, Alveroni, 2.011, N° 5, pág. 235/237.
- PICASSO, Sebastián - VÁZQUEZ FERREYRA, Roberto (Directores), "Ley de defensa de consumidor comentada y anotada", Buenos Aires, La Ley, 2.009.
- RASCHETTI, Franco, "Sobre la incorporación de los daños punitivos a la Ley de Defensa de la Competencia", RCyS 2018 – XII, 32.
- RUSCONI, Dante D., "Manual de Derecho del Consumidor", Buenos Aires, Abeledo Perrot, 2.016.
- SANTARELLI, Fulvio Germán, "El contrato de consumo en el Código Civil y Comercial de la Nación", Sup. Esp. Nuevo Código Civil y Comercial de la Nación. Contratos 2015 (febrero), 25/02/2015, 223.
- SOZZO, Gonzalo, comentario a la ley 24.240, en BUERES, Alberto (director) – HIGHTON, Elena I. (coordinadora), "Código Civil y normas complementarias. Análisis doctrinario y jurisprudencial", Buenos Aires, Hammurabi, 2.011, Tomo 8 – A.
- SOZZO, Gonzalo, "El diálogo de fuentes en el Derecho del Consumidor Argentino", en Revista de Derecho de Daños, Santa Fe, Rubinzal Culzoni, 2.016 – 1, "Consumidores", pág. 223 y sgtes, y en especial, pág. 270 y sgtes.
- STIGLITZ, Gabriel A., "La defensa del consumidor en el Código Civil y Comercial de la Nación", Sup. Esp. Nuevo Código Civil y Comercial 2014 (Noviembre), 17/11/2014, 137.
- TAMBUSSI, Carlos E., "Práctica y estrategia. Derechos del Consumidor", Buenos Aires, LA LEY, 2.016.
- TREVISÁN, Pablo, "Reparación de daños por conductas anticompetitivas a la luz de la nueva Ley de Defensa de la Competencia", Sup. Esp. Com. Ley de Defensa 2018 (octubre), 12/10/2018, 427.
- VÁZQUEZ FERREYRA, Roberto A., "El trato digno en la ley de defensa del consumidor", LA LEY 2012 – E, 1353.
- WAJNTRAUB, Javier, "Régimen jurídico del consumidor comentado", Santa Fe, Rubinzal Culzoni Editores, 2.022.
- WAJNTRAUB, Javier H., "Las relaciones de consumo en el Código Civil y Comercial y su repercusión en la actividad profesional y los procesos de consumo", RCCyC 2015 (agosto), 17/08/2015, 74.

### EVALUACION

El alumno aprobará la asignatura mediante promoción sin examen final si rinde los tres exámenes parciales obteniendo un mínimo de seis puntos en cada una de ellos. La nota final resultará del promedio de las calificaciones obtenidas.

El examen final es una instancia oral establecida en el plan de estudio. En dicha instancia se trabajará la apropiación de contenidos, la relación entre teoría y práctica, la interpretación y valoración crítica de la materia y la aplicación de la norma y/o la jurisprudencia a casos concretos. El plan de estudio 2017 establece diversas instancias evaluadoras, constituidas por trabajos prácticos obligatorios y el examen final integrador (arts. 22 a 27 del anexo I la Ordenanza 2/2017-CD). Para obtener la regularidad se deben aprobar dos de los tres trabajos prácticos, en los términos del art. 18 del anexo I la Ordenanza 2/2017-CD.

### EXAMENES PARCIALES

Como la asignatura reviste carácter promocional, la evaluación debe adecuarse a lo dispuesto en los arts. 10 y sgtes. del Anexo I, de la Ordenanza N° 2 de fecha 10/03/2.017. En este aspecto, se tomarán tres exámenes parciales, debiendo contener el tercero una instancia integradora la cual deberá diseñarse a partir de los núcleos fundamentales del espacio curricular de carácter sustantivo para el logro de las competencias del perfil de egresado. El examen integrador tendrá una única instancia de recuperación, la cual se realizará al finalizar el cursado del espacio curricular.

### TRABAJOS PRACTICOS

La modalidad de taller que presenta la asignatura en el diseño curricular del plan de estudios, implica un enfoque didáctico que busca lograr la integración de capacidades y desarrollo de conocimientos conceptuales, procedimentales y actitudinales en torno a las competencias del perfil de desempeño explicitadas en los objetivos generales y específicos de este programa de estudios y siguiendo los



lineamientos de la Ord. N° 10/2013 del C.S., se requiere la presencia de las nuevas tecnologías convergentes en los procesos de enseñanza/aprendizaje.

A esos efectos, el equipo de la Cátedra elaborará, con independencia de las actividades prácticas que se proponga en cada clase por el profesor a cargo, una actividad evaluativa que el alumno debe realizar a través de la plataforma Moodle (aula virtual).

La actividad estará disponible para ser realizada hasta el lunes de la semana siguiente en el que los contenidos fueron abordados en las clases, es decir, el alumno deberá realizar cada actividad durante esa semana, expirando la posibilidad de hacerlo al finalizar el día lunes posterior a aquel en que se trató el contenido de cada semana.

Con el 75 % de la aprobación de los talleres, el alumno podrá contar con 1 punto adicional que obtenga en la puntuación del tercer práctico integrador. Dicho puntaje adicional se sumará solo para el caso en que el alumno, habiendo acreditado los requisitos antes señalados, no obtenga en la calificación final de la instancia evaluativa mencionada el puntaje de 6 requeridos para su aprobación.