

CONSUMO DIGITAL E INTEGRIDAD SOSTENIBLE

Mail de contacto: observatorioicd@derecho.uba.ar, lorenagonzalezrodriguez@gmail.com

Modalidad de evaluación: Trabajo final de uno de los temas tratados en clases

Día y hora de cursada: martes, del 7 de abril al 2 de junio de 2026, de 16 a 19 hrs

Objetivos:

Reconocer los conceptos básicos sobre derecho de los consumidores y usuarios en los entornos digitales, protección de datos personales, la estructura y complejidad del comercio electrónico y del consumo a través de plataformas digitales.

Identificar las tensiones existentes entre la protección al consumidor en entornos digitales y su vinculación con la promoción del consumo sustentable.

Relacionar la protección al consumidor en entornos digitales con las nociones de equidad de género, equidad intergeneracional y desarrollo sostenible.

Diseñar estrategias institucionales para alcanzar el cumplimiento de los ODS en el mundo del consumo digital.

Analizar la importancia del concepto de compliance y, particularmente, compliance de segunda generación para alcanzar el cumplimiento de los ODS en diversas organizaciones.

Docentes: Miembros del Observatorio de Innovación y Consumo digital.

Lorena González Rodriguez, Pamela Tolosa, Teresa Mancini, Paula Pontoriero, Sheila Abed, Rosana Corti, y profesores invitados.

Programa abreviado:

Tema 1. Protección a los consumidores y entornos digitales. Nociones básicas. Derecho de los consumidores y usuarios: concepto, evolución y estructura. Entornos digitales. Relaciones de consumo digital. Principios generales aplicables al consumo digital. Inteligencia Artificial, protección de datos personales, segmentación de mercado y perfilamiento digital.

Tema 2: Los problemas de percepción y la conducta del consumidor. ¿Somos conscientes de cómo impacta la tecnología en nuestro comportamiento? Aportes de la Economía del Comportamiento. Hábitos de consumo en entornos digitales y sesgos cognitivos. Problemas de información y problemas de percepción. Cómo mejorar las decisiones de los consumidores en entornos digitales. Cómo mejorar las decisiones institucionales en relación a proteger a consumidores y usuarios y alcanzar los ODS. Estrategias institucionales para corregir sesgos cognitivos en el contexto del consumo digital: nudging, debiasing, bloating,

Tema 3: Comercio electrónico. Conexidad contractual. Economía de Plataformas

Tema 4: Consumidores en transición. Contrataciones imperceptibles. Protección de datos, vulnerabilidad, diversidad y sobreendeudamiento. Multiplicidad de perfiles digitales, identidad cultural dinámica.

Tema 5: Algoritmización verde para el consumo digital. Algoritmos verdes: nociones conceptuales. Experiencias internacionales.

Regulación vigente. Modelos comparados. Propuestas de acción e implementación

Tema 6: Integridad sostenible. Conceptos básicos. Concepto y evolución. Del cumplimiento a la integridad. Cultura corporativa. ¿Cómo influir en la conducta de las personas involucradas para lograr el cumplimiento de las normas? Compliance y sostenibilidad. ODS y aplicación práctica en la cultura organizacional

Compliance, inclusión y diversidad vinculados con la publicidad, entornos digitales y patrones de consumo. Modelos comparados. Casos internacionales y estudios empíricos de referencia.

Modulo 7: Taller de Experimentación

Modulo 8: Taller de Implementación sobre casos directos.