

**NOMBRE DEL CURSO : DERECHO DEL CONSUMIDOR**  
**PROFESOR : JOSÉ ROA RAMÍREZ**  
**NATURALEZA : ELECTIVO**  
**REQUISITOS : DERECHO COMERCIAL II Y DERECHO CIVIL V**  
**NÚMERO DE CRÉDITOS : 4**

### **I. Descripción del curso:**

El curso realiza una revisión general de la normativa de la Ley de Protección al Consumidor (en adelante LPC), estatuto que tiene por finalidad promover relaciones equilibradas y justicia en los mercados, analizando aspectos relevantes como los principios y fundamentos de la regulación, mecanismos de protección en las relaciones de consumo en el ámbito precontractual y contractual, entre otros. La asignatura tiene un carácter interdisciplinario, relacionando la aplicabilidad de la legislación comercial (ámbito de aplicación de la LPC), legislación civil o común (principios de responsabilidad civil por incumplimientos y venta de productos defectuosos, control de las cláusulas abusivas de los contratos de adhesión y Derecho de los Contratos), legislación económica (técnicas del Orden Público Económico que incorpora la normativa de protección de los consumidores), Derecho Administrativo (facultades legales y ámbito de actuación y facultades del Servicio Nacional del Consumidor, en adelante SERNAC), y Derecho Procesal (procedimientos judiciales establecidos para infracciones a la normativa, y en particular instituciones relacionadas con el procedimiento de defensa de los intereses colectivos y difusos).

### **II. Objetivo general:**

El curso tiene como objetivo general habilitar al estudiante en la comprensión y correcta aplicación de las instituciones que en la práctica reciben mayor atención en materia de la LPC.

### **III. Objetivos específicos:**

El curso tiene como objetivos específicos:

- Revisar de manera general la normativa de protección al consumidor, con especial énfasis en sus principios y fundamentos; ámbito y reglas de aplicación; derechos básicos de los consumidores; información comercial, publicidad, promociones y ofertas; pretensiones y procedimientos aplicables; y ámbito de actuación y facultades del Servicio Nacional del Consumidor.
- Examinar la normativa desde una perspectiva interdisciplinaria, y su especial relación con la legislación comercial, civil o común, económica, administrativa y procesal.

- Que el(la) alumno(a) comprenda la finalidad de la normativa como estatuto protector que promueve relaciones equilibradas y justicia en los mercados.
- Que el(la) alumno(a) comprenda la adaptación que realiza esta regulación o rama de los tradicionales cuerpos normativos del Derecho Privado (Código Civil y de Comercio) a la nueva realidad socioeconómica, contratación masiva, y mercados más complejos.

#### IV. **Contenidos:**

##### a. **Módulo 1: Introducción**

- i. Exposición del programa, reglas del juego y Ajuste de expectativas.
- ii. Fundamentos de protección al consumidor, orden público económico y actores del sistema de protección al consumidor.

##### b. **Módulo 2: Ámbito de aplicación**

- i. Ámbito de aplicación de la LPC: elementos relación de consumo, reglas especiales, extensiones elementos.
- ii. Normas de aplicación de las disposiciones de la LPC: principios de especialidad y supletoriedad.
- iii. Ámbito de actuación y facultades del SERNAC.

##### c. **Módulo 3: Régimen de responsabilidad del proveedor**

- i. Pretensiones en materia de protección al Consumidor.
- ii. Responsabilidad contravencional, nuevo régimen de multas y reglas aplicación multas: criterios de homologación de sanciones; atenuantes y agravantes en juicios individuales y colectivos; principios para la aplicación de multas; régimen de aplicación para las pymes; medidas de prevención y mitigación; relación fortalecimiento SERNAC y mercados regulados.
- iii. Sistema de daños: responsabilidad civil, derecho indemnización; 25A; daño moral colectivo; indemnización punitiva y daños consumidores en libre competencia.

##### d. **Módulo 4: Derechos y deberes básicos del consumidor**

- i. Derechos y deberes del consumidor y su desarrollo normativo.

##### e. **Módulo 5: Deberes de información y publicidad**

- i. Deberes informacionales, información básica comercial y su desarrollo normativo.
- ii. Regulación publicidad falsa, publicidad engañosa, principio de integración publicitaria,
- iii. Regulación promociones y ofertas.

- f. **Módulo 6: Cláusulas abusivas y contratos de adhesión**
  - i. Regulación contratos de adhesión, reglas formales, cláusulas abusivas y cláusula general de abusividad.
  
- g. **Módulo 7: Calidad y seguridad**
  - i. Responsabilidad del proveedor, garantía legal, garantía voluntaria y “garantía extendida”.
  - ii. Seguridad de productos y tipos de defectos.
  
- h. **Módulo 8: Contratación a distancia**
  - i. Contratación a distancia y derecho de retracto
  
- i. **Módulo 9: SERNAC Financiero y cobranzas extrajudiciales**
  - i. Principales regulaciones SERNAC Financiero
  - ii. Cobranzas extrajudiciales.
  
- j. **Módulo 10: Mecanismos prevención y resolución de problemas de consumo**
  - i. Solución individual: reclamo directo, reclamo SERNAC, reclamo asociación de consumidores, otros mecanismos de resolución, juicios individuales.
  - ii. Soluciones colectivas: Procedimiento Voluntario Colectivo, Planes de Cumplimiento y análisis de las principales instituciones de los procedimientos para la defensa de los intereses colectivos y difusos de los consumidores.

V. **Régimen de asistencia:** Voluntaria.

VI. **Evaluaciones:**

Las evaluaciones se realizarán conforme al calendario de evaluaciones que publique la Dirección de Escuela. El contenido a evaluar incluirá acumulativamente lo avanzado según el programa.

VII. **Metodología:**

El análisis de los contenidos se realizará con una exposición de los contenidos básicos. Las clases serán expositivas y se grabarán en la plataforma zoom, en los horarios asignados en la programación académica, durarán 60 minutos y en ellas podrán participar los alumnos y alumnas.

Según la materia de que se trate, podrán utilizarse como apoyo la exhibición de contenidos gráficos para facilitar el entendimiento de determinadas materias, como sucede con la regulación de las promociones y publicidad engañosa; el análisis de casos, jurisprudencia o de la bibliografía específica; discusión de noticias de la actualidad vinculadas.

Las clases podrán ser revisadas asincrónicamente, y las alumnas y alumnos podrán compartir sus preguntas y comentarios a través de U-Cursos, los que serán incorporados en la clase posterior.

#### **VIII. Bibliografía básica:**

- a. Ley 19.496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores en <http://bcn.cl/2f7cb>
- b. Presentaciones y minutas entregadas por el profesor.

#### **IX. Bibliografía complementaria:**

##### Módulo 1: Introducción

- i. Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest, John F. Kennedy, en <https://www.presidency.ucsb.edu/node/237009>. Excerpts from a Message to the Congress Protecting the Consumer Interest on Consumer Products, 15 March 1962 audio disponible en <https://www.jfklibrary.org/asset-viewer/archives/JFKWHA/1962/JFKWHA-080-003/JFKWHA-080-003>
- ii. Directrices para la Protección del Consumidor, Organización Naciones Unidas (2016) en [https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditccplpmisc2016d1\\_es.pdf](https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditccplpmisc2016d1_es.pdf)
- iii. Manual sobre protección del consumidor, UNCTAD (2017) en [https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditccplp2017d1\\_es.pdf](https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditccplp2017d1_es.pdf)
- iv. Protección a los consumidores en Chile: ¿Por qué tan poco y tan tarde?, Eduardo Engel (1998) en <http://www.cea-uchile.cl/wp-content/uploads/doctrab/ASOCFILE120030403114939.pdf>
- v. Consumer Policy Toolkit, OECD (2010) p. 15-76 en <https://read.oecd.org/10.1787/9789264079663-en>

##### Módulo 2: Ámbito de aplicación

- i. Ámbito de aplicación de la ley chilena de protección al Consumidor: aplicación de la Ley 19.496 y las modificaciones de la ley 19.555, Rony Jara Amigo (2006), p. 21-58 en [https://www.uandes.cl/wp-content/uploads/2019/03/Cuaderno-de-Extensión-Jur%C3%ADdica-N°C2%BA-12-La-Protección-de-los-Derechos-de-los-Consumidores-en-Chile.pdf](https://www.uandes.cl/wp-content/uploads/2019/03/Cuaderno-de-Extensión-Jur%C3%ADdica-N%C2%BA-12-La-Protección-de-los-Derechos-de-los-Consumidores-en-Chile.pdf)

- ii. Ámbito de Aplicación de la Ley N° 19.496 Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, Rodrigo Momberg Uribe (2004), en <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-09502004000200002>
- iii. Circular interpretativas sobre el interés general de los consumidores y su ejercicio en sede judicial, Servicio Nacional del Consumidor en [https://www.sernac.cl/portal/618/articles-57941\\_archivo\\_01.pdf](https://www.sernac.cl/portal/618/articles-57941_archivo_01.pdf)

**Módulo 3:** Régimen de responsabilidad del proveedor.

- i. El acto de consumo como hecho y la responsabilidad civil, Eduardo Fuenzalida Robledo (2018) en <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-97532018000100121>
- ii. Las normas que dan origen a la responsabilidad civil y a la responsabilidad infraccional en la Ley 19.496, Erika Isler Soto (2015) en <http://derechoycienciapolitica.uct.cl/index.php/RDCP/article/view/924/830>
- iii. La regulación contenida en la ley 19.496 sobre protección de los derechos de los consumidores y las reglas del Código Civil y Comercial sobre contratos: un marco comparativo, Jorge Baraona González (2014) en <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34372014000200002>

**Módulo 4:** Derechos y deberes básicos del consumidor

- i. La relatividad de los derechos subjetivos de los consumidores, Isler Soto, Erika. (2011) en <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-09502011000200003>

**Módulo 5:** Deberes de información y publicidad.

- ii. El suministro de información como técnica de protección de los consumidores: los deberes precontractuales de información, Iñigo de la Maza Gazmuri (2010) en <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-97532010000200002>
- iii. Circular Interpretativa en relación a la publicidad y prácticas comerciales en [https://www.sernac.cl/portal/618/articles-9190\\_archivo\\_01.pdf](https://www.sernac.cl/portal/618/articles-9190_archivo_01.pdf)
- iv. Aproximación a la publicidad engañosa, desde la perspectiva de la competencia desleal y la protección al consumidor, Erika Isler Soto (2010) en <http://www.arsboni.ubo.cl/index.php/arsbonietaequi/article/view/160/143>

**Módulo 6:** Cláusulas abusivas y contratos de adhesión.

- i. Las cláusulas relativas al uso y tratamiento de datos personales y el artículo 16 letra g) de la Ley 19.496 sobre protección de los derechos de los consumidores, Rodrigo Momberg y Maria Elisa Morales Ortíz (2019), en <https://rchdt.uchile.cl/index.php/RCHDT/article/view/54441/59012>
- ii. Sentencia SERNAC CON CENCOSUD S.A. en [https://www.sernac.cl/portal/609/articles-17416\\_recurso\\_01.pdf](https://www.sernac.cl/portal/609/articles-17416_recurso_01.pdf)

**Módulo 7:** Calidad y seguridad.

- i. Circular Interpretativa sobre el derecho a la calidad e idoneidad: régimen de garantía, Servicio Nacional del Consumidor en [https://www.sernac.cl/portal/617/articles-9194\\_archivo\\_01.pdf](https://www.sernac.cl/portal/617/articles-9194_archivo_01.pdf)
- ii. La responsabilidad por incumplimiento y por productos peligrosos en la Ley de Protección de los Derechos del Consumidor, Hernán Corral Talciani (2006) en <https://corraltalciani.files.wordpress.com/2010/04/resp-ley-19-946.pdf>
- iii. La responsabilidad civil del fabricante bajo el artículo 23 de la ley de protección de los derechos de los consumidores y su relación con la responsabilidad civil del vendedor, Francisca Barrientos Camus (2010), en <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-80722010000100004>

#### Módulo 8: Contratación a distancia

- i. Circular Interpretativa de buenas prácticas comerciales en materia de comercio electrónico en [https://www.sernac.cl/portal/618/articles-9195\\_archivo\\_01.pdf](https://www.sernac.cl/portal/618/articles-9195_archivo_01.pdf)

#### Módulo 9: Sernacfinanciero y cobranzas extrajudiciales.

- i. Circular Interpretativa sobre cobranzas extrajudiciales en [https://www.sernac.cl/portal/618/articles-9198\\_archivo\\_01.pdf](https://www.sernac.cl/portal/618/articles-9198_archivo_01.pdf)
- ii. ¿Llegar y llevar? Una mirada al crédito de las casas comerciales, Iñigo de la Maza (2007) en <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-09502007000100003>
- iii. Prácticas financieras en torno al uso del crédito en la industria de retail de Santiago, Macarena Barros (2012), p. 113-132 en <https://www.icso.cl/wp-content/uploads/2012/01/Destapando-la-Caja-Negra-Sociolog%C3%ADa-de-los-Créditos-de-Consumo-Editado-por-José-Ossandón-Enero-2012.pdf>

#### Módulo 10: Mecanismos prevención y resolución problemas de consumo.

- i. Circular Interpretativa sobre Procedimientos Voluntarios para la protección del interés colectivo o difuso de los consumidores en <https://www.sernac.cl/portal/618/w3-article-56542.html>
- ii. Circular Interpretativa sobre el interés general de los consumidores y su ejercicio en sede judicial en <https://www.sernac.cl/portal/618/w3-article-57941.html>
- iii. Circular Interpretativa sobre alcance y contenido de los Planes de Cumplimiento en <https://www.sernac.cl/portal/618/w3-article-58250.html>

En general, circulares interpretativas del SERNAC, en <https://www.sernac.cl/portal/618/w3-propertyvalue-21072.html>