

<b>NOMBRE DEL CURSO:</b>	<b>DERECHO DEL CONSUMIDOR</b>
<b>NATURALEZA:</b>	<b>ELECTIVO</b>
<b>REQUISITOS:</b>	<b>DERECHO COMERCIAL II Y DERECHO CIVIL V.</b>
<b>NÚMERO DE CRÉDITOS:</b>	<b>4</b>

#### **I. Descripción del Curso:**

Régimen de protección de los derechos de los consumidores: Fundamentos, evolución, historia de la protección, régimen de la responsabilidad, información comercial, publicidad, procedimiento de reclamos, Servicio Nacional del Consumidor.

#### **II. Objetivos Generales:**

1. El curso se estructura a partir de una revisión general de la normativa de protección al consumidor, marco normativo que tiene por finalidad promover la libre competencia en una economía moderna y globalizada.
2. El curso pretende habilitar al alumno en la comprensión y correcta aplicación de las instituciones que en la práctica reciben mayor atención en materia de la Ley de Protección al Consumidor.

#### **III. Objetivos específicos:**

El Curso Derecho del Consumidor es una asignatura que revisa los mecanismos de protección y control en las relaciones de consumo en el ámbito contractual y precontractual.

Se trata de una asignatura interdisciplinaria, que está íntimamente relacionada con la legislación comercial (ámbito de aplicación de la ley de protección al Consumidor), 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 (atentados al Derecho de la Competencia y técnicas del Orden Público Económico que incorpora la normativa de protección de los consumidores), Derecho Administrativo (facultades legales y ámbito de competencias del Servicio Nacional del Consumidor), y Derecho procesal (procedimiento judiciales establecidos para infracciones a la normativa, y en particular instituciones relacionadas con el procedimiento de defensa de los intereses colectivos y difusos).

Desde el punto de vista jurídico, esta regulación o rama especializada hace una adaptación de los tradicionales cuerpos normativos del Derecho Privado (Código Civil y de Comercio) a la nueva realidad socioeconómica, ante mercados mucho más complejos y estructurados.

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

##### **MÓDULO 1: LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES Y EL SISTEMA DE LIBRE MERCADO**

- Funcionamiento del Mercado, relación entre Orden Público Económico, Libre Competencia y Protección al Consumidor.
- El rol de los agentes económicos: El Estado, Los proveedores, El consumidor.
- Fundamentos de la protección al Consumidor

##### **MÓDULO 2: SISTEMA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**

- Atribuciones del Servicio Nacional del Consumidor y Marco jurídico institucional.
- Organismos del Estado y Sistema de protección del consumidor en Chile
- Asociaciones de Consumidores
- Rol y atribuciones de los Juzgados de Policía Local.

##### **MÓDULO 3: ÁMBITO DE APLICACIÓN DE LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**

- Revisión de las definiciones legales de consumidores, proveedores, Información básica comercial, Publicidad, Anunciante, Contrato de Adhesión, Promociones y ofertas.
- Situaciones en las que se aplican las normas que integran la Ley N° 19.496 y excepciones.
- Sujetos obligados por las normas de la Ley N° 19.496.

##### **MÓDULO 4: DERECHOS Y DEBERES DEL CONSUMIDOR**

- Derechos y deberes de los consumidores consagrados en la Ley N° 19.496.

##### **MÓDULO 5: CONTRATOS DE ADHESIÓN**

- Normas de equidad en el cumplimiento de los contratos de adhesión y sanciones aplicables a las cláusulas abusivas de contratos de adhesión.
- Revisión de legislación comparada en la materia.

##### **MÓDULO 6: RESPONSABILIDADES DE PARTE DEL PROVEEDOR**

- Obligaciones del proveedor e indemnización de perjuicios. Referencia a la responsabilidad del proveedor por la venta de productos y servicios defectuosos. Clases de responsabilidad. Revisión de casos prácticos y legislación comparada.
- Obligaciones del proveedor en cuanto infracciones asociadas a multa.

#### MODULO 7: REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD Y DEBERES DE INFORMACION

- Deberes específicos de los proveedores en la entrega de información y publicidad
- Regulación de la Publicidad falsa o engañosa.
- Infracciones asociadas al incumplimiento de los deberes.
- Principio de la integración publicitaria del contrato. Importancia práctica.
- Revisión de legislación comparada en la materia y casos prácticos.

#### MÓDULO 8: RESPONSABILIDAD DE PROVEEDORES CON RESPECTO A LA GARANTÍA Y LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

- La Garantía legal
- La Garantía Voluntaria. Diferencias con la Garantía Legal.
- Responsabilidad por incumplimiento de la garantía
- Responsabilidades del proveedor en la prestación de servicios

#### MÓDULO 9: REGULACIÓN DE LA VENTA A CRÉDITO

- Información Disponible en Operaciones de Crédito
- Sistema de cálculo de los gastos de cobranza. Revisión de obligaciones asociadas a la cobranza extrajudicial de créditos.
- Infracciones asociadas.

#### MÓDULO 10: RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN EL SISTEMA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

- Formas de resolver extrajudicialmente los conflictos entre consumidores y proveedores. Criterios de mediación y de denuncia del Servicio Nacional del Consumidor.
- Procedimiento ante los Jueces de Policía Local.
- 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. Controles y ponderación de los mismos.**

Dos controles con igual ponderación y un examen final con una ponderación de 40%.

**La prueba de rezagados será acumulativa y se tomará en la fecha que fije la Dirección de la Escuela.**

**En caso que el alumno, excepcionalmente, deba rendir ambos controles, serán de forma oral.**

**En los cursos en que hay más de un profesor el control será común para todos los alumnos.**

## **VII. Metodología:**

El análisis de los temas de cada unidad se realizará preferentemente, a través de la discusión dirigida de la bibliografía indicada como obligatoria.

El programa contempla la aplicación combinada de diferentes tipos de metodologías (clase expositiva, con énfasis en la activa participación de los alumnos) con una orientación en la cual la revisión de los contenidos sea discutida en clases a través de casos prácticos. Se utiliza como apoyo el uso de Power Point para facilitar el entendimiento de materias que exigen particularmente contenidos gráficos (como sucede con la regulación de las promociones y publicidad engañosa, entre otras).