

Índice

Presentación	9
--------------------	---

ÁMBITO DE APLICACIÓN Y CUESTIONES GENERALES

ÁMBITO DE APLICACIÓN DE LA LEY N° 19.496	35
CARLOS CÉSPEDES MUÑOZ	

INTRODUCCIÓN	35
I. ÁMBITO SUBJETIVO DE APLICACIÓN	36
1. Consumidor jurídico y consumidor material. Destinatario final.....	36
2. Acto jurídico oneroso.....	38
3. Personas jurídicas y empresarios como consumidores.....	40
4. Micro y pequeñas empresas como consumidores.....	42
5. Concepto de proveedor	44
II. EL ÁMBITO OBJETIVO DE APLICACIÓN DE LA LEY N° 19.496	46
1. Actos mixtos.....	47
2. Contratos de educación, vivienda y salud.....	49
3. Otros supuestos	51
III. MATERIAS EXCLUIDAS DE LA APLICACIÓN DE LA LEY N° 19.496	51
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	54

EL CONSUMIDOR INMOBILIARIO.....	61
MACARENA DÍAZ DE VALDÉS HAASE	

INTRODUCCIÓN	61
I. EL CONSUMIDOR INMOBILIARIO A LA LUZ DEL CONCEPTO "VIENDA".....	62
II. HIPÓTESIS PARTICULARES RELACIONADAS CON LA COMPRA DE VIVIENDAS.....	65
1. La compra de una vivienda realizada por una persona jurídica	65
2. La compra de una vivienda para inversión	68
III. PROCEDIMIENTO COLECTIVO POR FALLAS O DEFECTOS EN LA CONSTRUCCIÓN	69
IV. DESAFÍOS PENDIENTES.....	72
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	73

LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN LA ADQUISICIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDAS.....	75
SANTIAGO ZÁRATE GONZÁLEZ	
INTRODUCCIÓN	75
I. CONCEPTOS DE CONSUMIDOR Y PROVEEDOR EN LA LPDC RESPECTO DE LA ADQUISICIÓN O CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDAS	77
II. DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN LA LPDC RESPECTO DE LA CONSTRUCCIÓN O ADQUISICIÓN DE UNA VIVIENDA.....	81
III. COMENTARIOS CONCRETOS.....	91
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	94
LA PERSONA JURÍDICA COMO CONSUMIDORA	97
FELIPE FERNÁNDEZ ORTEGA	
MARÍA ELISA MORALES ORTÍZ	
INTRODUCCIÓN	97
I. LEGISLACIÓN APLICABLE.....	99
1. Aplicación directa de la LPDC: escenario actual y evolución.....	99
2. Las micro y pequeñas empresas como consumidoras.....	103
2.1. Ámbito de aplicación subjetivo (sujetos tutelados y excluidos).....	103
A) ¿Las micro y pequeñas empresas son consumidoras?.....	104
B) ¿Cómo se determina qué micro y pequeñas empresas quedan incluidas bajo la tutela legal?.....	105
2.2. Ámbito de aplicación objetivo.....	107
A) Extensión de la tutela: ¿se requiere ser destinatario final?.....	107
B) ¿Qué materias pueden invocar las micro y pequeñas empresas como consumidoras?.....	109
II. LA TUTELA DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN LA <i>PRAXIS</i> JUDICIAL.....	110
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	115
EL CONTRATO POR ADHESIÓN: CONCEPTO Y SU RELACIÓN CON LAS CONDICIONES GENERALES DE LA CONTRATACIÓN	119
FRANCISCA BARRIENTOS	
LOS DERECHOS BÁSICOS DEL CONSUMIDOR DEL ARTÍCULO 3 DE LA LEY N° 19.496 SOBRE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES	127
RUPERTO PINOCHET OLAVE	
INTRODUCCIÓN	127
I. DERECHOS BÁSICOS DEL CONSUMIDOR EN PARTICULAR.....	129
1. Artículo 3 letra a) LPC: derecho a la libre elección del bien o servicio.....	129

2. Artículo 3 letra b) LPC: derecho a la información veraz y oportuna	134
3. Artículo 3 letra c) LPC: derecho a no ser discriminado arbitrariamente.....	139
4. Artículo 3 letra d) LPC: derecho a la seguridad en el consumo	145
5. Artículo 3 letra e) LPC: derecho a ser reparado por todos los daños sufridos.....	150
6. Artículo 3 letra f) LPC: derecho a la educación para un consumo responsable	157
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	159

MARKETPLACE: EL ROL DE LOS PROVEEDORES Y LA APLICACIÓN DE LA LEY N° 19.496.....

MARÍA JOSÉ MARTABIT

INTRODUCCIÓN	163
I. DERECHO COMPARADO Y SITUACIÓN JURISPRUDENCIAL EN EL EXTRANJERO	165
1. Comentarios sobre la situación en Estados Unidos.....	165
2. Comentarios sobre la situación en Europa	167
3. Comentarios sobre la situación en Latinoamérica	169
II. SITUACIÓN JURISPRUDENCIAL EN CHILE.....	171
1. Caso Pez Urbano y Groupon (1).....	172
2. Caso Groupon (2).....	174
3. Caso Cuponatic y Zhetapricing.....	175
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	179

EL DERECHO A RETRACTO. ARTÍCULO 3 BIS DE LA LEY N° 19.496 SOBRE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

RUPERTO PINOCHET OLAVE

INTRODUCCIÓN	181
I. EL DERECHO A RETRACTO	182
1. Concepto y características.....	182
2. Implicancias de su reconocimiento.....	186
3. Ámbito objetivo de procedencia.....	189
4. Fundamentos de su incorporación en la LPC.....	192
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	196

EL RESGUARDO DE LA INTEGRIDAD Y LA DIGNIDAD DEL CONSUMIDOR

LA PROTECCIÓN DE LA DIGNIDAD DEL CONSUMIDOR FRENTE A LOS (DEFECTUOSOS) SISTEMAS DE SEGURIDAD Y VIGILANCIA DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES	201
---	-----

FABIÁN GONZÁLEZ CAZORLA

INTRODUCCIÓN	201
I. LA DIGNIDAD COMO FUENTE DE INDEMNIZACIÓN DE PERJUICIOS	202
II. EL DEFECTUOSO SISTEMA DE SEGURIDAD EN LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES COMO HIPÓTESIS DE AFECTACIÓN DE LA DIGNIDAD DEL CONSUMIDOR.....	205
1. Imputación pública de un delito inexistente	206
2. Registro de vestimentas y elementos personales	209
3. Agresión física y/o verbal de parte del personal de seguridad del establecimiento comercial al consumidor.....	211
III. DAÑOS INDEMNIZABLES POR INFRACCIÓN AL ARTÍCULO 15 LPDC	213
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	213
SEGURIDAD EN EL CONSUMO DE VIDEOJUEGOS	215
FRANCISCO RUBIO VARAS	
INTRODUCCIÓN	215
I. SOBRE LA SEGURIDAD EN EL CONSUMO DE VIDEOJUEGOS	216
II. DEL DEBER DE INFORMAR EL CONTENIDO DE LOS VIDEOJUEGOS EN LA RELACIÓN DE CONSUMO.....	220
1. Determinación del nivel de violencia.....	222
2. Forma específica de la rotulación de advertencia	225
III. PROHIBICIÓN DE VENTA O ARRIENDO A MENORES DE EDAD Y SANCIÓN ANTE LA CONTRAVENCIÓN	228
IV. COMENTARIOS CRÍTICOS.....	229
Datos útiles.....	230
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	231
LA PROTECCIÓN DE LOS DATOS DEL CONSUMIDOR	235
ADOLFO SILVA WALBAUM	
INTRODUCCIÓN	235
I. REVISIÓN NORMATIVA.....	236
II. REVISIÓN DOCTRINAL.....	237
1. Alcances de la denominada legitimación activa.....	237
2. Análisis de la transparencia bajo las políticas de privacidad de Europa, Estados Unidos y Chile.....	238
III. REVISIÓN JURISPRUDENCIAL.....	239
1. Fallos jurisprudenciales.....	239
2. El recurso judicial de <i>habeas data</i>	241
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	241

INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

EL DEBER DE ROTULACIÓN	247
LAUTARO CONTRERAS	
MARÍA PAZ GATICA	
I. REGULACIÓN NORMATIVA.....	247
II. CONCEPTOS DE RÓTULO Y ROTULACIÓN	248
III. RELACIÓN ENTRE ROTULACIÓN, PUBLICIDAD E INFORMACIÓN BÁSICA COMERCIAL	249
IV. CONSAGRACIÓN DEL DEBER DE ROTULACIÓN EN EL DERECHO NACIONAL.....	250
V. FUNDAMENTO DEL DEBER DE ROTULAR O ETIQUETAR PRODUC- TOS	251
VI. DEBER DE ROTULACIÓN Y DERECHOS CONSTITUCIONALES.....	251
VII. FORMA, TIPO Y CONTENIDO DE LA ROTULACIÓN.....	252
1. Generalidades	252
2. Lugar de colocación del rótulo.....	253
3. Diseño del rótulo	254
4. Redacción del rótulo.....	254
5. Durabilidad del rótulo.....	254
6. Orientación del rótulo al círculo de usuarios.....	255
7. Directrices específicas en materia de rotulado de productos peligrosos.....	255
VIII. EL CONTENIDO DEL RÓTULO.....	256
IX. DESTINATARIOS DEL DEBER DE ROTULACIÓN	256
X. NORMAS DE LA LPC QUE SANCIONAN LA INFRACCIÓN AL DEBER DE ROTULACIÓN.....	257
1. Consideraciones previas	257
2. La norma de sanción general del artículo 29 de la LPC	257
3. La norma de sanción especial del artículo 45 de la LPC (productos y servicios peligrosos).....	258
3.1. Consideraciones generales.....	258
3.2. La aplicación del artículo 45 de la LPC a casos de incumplimiento de la obligación de obtener un certificado de aprobación.....	259
4. La norma de sanción especial del artículo 49 bis de la LPC (videojuegos)	259
5. Marcos sancionatorios y determinación de la cuantía de la multa frente a la infrac- ción al deber de rotulación.....	260
XI. PROBLEMAS DE COMPETENCIA.....	263
XII. PROBLEMAS CONCURSALES.....	264
XIII. RESPONSABILIDAD CIVIL.....	265
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	265

EL TRATAMIENTO JUDICIAL DEL ASPECTO SUBJETIVO DE LA PUBLICIDAD ENGAÑOSA	269
FELIPE FERNÁNDEZ ORTEGA	
INTRODUCCIÓN	269
I. LA CONFIGURACIÓN CASUÍSTICA DEL ASPECTO SUBJETIVO DEL ARTÍCULO 28.....	270
1. El deber de profesionalidad del proveedor	272
2. La presunción de conocimiento de la ley	280
II. LA CONDUCTA DE LAS PARTES COMO LÍMITE EN LA CONFIGURACIÓN DEL ASPECTO SUBJETIVO.....	282
III. REFLEXIONES FINALES.....	287
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	288
LA PUBLICIDAD AGRESIVA Y LA PUBLICIDAD NO DESEADA COMO LÍMITES AL MENSAJE PUBLICITARIO DIRIGIDO A LOS CONSUMIDORES: UNA PERSPECTIVA TEÓRICA Y PRÁCTICA DESDE EL DERECHO CHILENO	291
PATRICIA LÓPEZ DÍAZ	
INTRODUCCIÓN	291
I. LA PUBLICIDAD AGRESIVA: UNA PARTICULAR CATEGORÍA DE PUBLICIDAD ILÍCITA	293
1. La publicidad agresiva y la tutela del consumidor: un análisis desde el Derecho chileno.....	296
2. La publicidad molesta, no deseada o por acoso: una especial subcategoría de la publicidad agresiva.....	300
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	318

LA REGULACIÓN DE LOS SERVICIOS

LOS SERVICIOS DE ESTACIONAMIENTOS EN LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.....	323
RODRIGO FUENTES	
INTRODUCCIÓN	323
I. NATURALEZA JURÍDICA Y ESTATUTO DEL CONTRATO DE SERVICIO DE ESTACIONAMIENTO.....	324
1. Naturaleza jurídica.....	325
2. Estatuto normativo.....	327
II. CONFIGURACIÓN DEL CONTRATO DE ESTACIONAMIENTO CONTEMPLADO EN LA LDPC.....	328
1. Obligaciones del proveedor	329
1.1. Proporcionar un espacio adecuado para estacionar el vehículo	329

1.2.	Entregar un comprobante del contrato al ingresar el usuario	330
1.3.	Dar información básica al usuario: horarios, sistema de cobro y normas de funcionamiento del estacionamiento	330
1.4.	Obligación de guarda sobre el vehículo estacionado.....	331
1.5.	Restituir el vehículo a requerimiento del usuario	332
2.	Derechos del proveedor.....	333
2.1.	Establecer las normas de funcionamiento y exigir su cumplimiento	333
2.2.	Cobrar una renta o precio por el servicio	334
	A) Estacionamientos de acceso público por períodos inferiores a 24 horas.....	334
	B) Prestadores institucionales de salud, públicos o privados	335
	C) Estacionamientos en la vía pública	336
2.3.	Ser indemnizado por los daños ocasionados por el usuario.....	336
2.4.	Retener el bien, hasta el pago de la remuneración e indemnizaciones.....	337
3.	Derechos y obligaciones del usuario de estacionamiento	337
III.	LA RESPONSABILIDAD DEL PROVEEDOR.....	338
1.	La obligación de adoptar medidas de seguridad adecuadas	339
2.	Perjuicio indemnizable por infracción de la obligación de seguridad.....	341
3.	Jurisprudencia.....	342
3.1.	La obligación de seguridad.....	342
3.2.	El daño indemnizable	344
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	345

EL CONTRATO DE VIAJE COMBINADO 349

MARÍA GRACIELA BRANTT ZUMARÁN

CLAUDIA MEJÍAS ALONZO

INTRODUCCIÓN 349

I. EL CONTRATO DE VIAJE COMBINADO COMO UN CONTRATO DE SERVICIOS..... 350

II. LA NOCIÓN DE CONTRATO DE VIAJE COMBINADO..... 355

III. CUESTIONES DE INTERÉS CON RELACIÓN A SU RÉGIMEN JURÍDICO..... 357

1. El contenido del contrato y sus efectos..... 357

2. El contrato de viaje combinado y la aplicación del artículo 43 de la Ley N° 19.496 362

BIBLIOGRAFÍA CITADA..... 366

ESTABLECIMIENTOS DE LARGA ESTADÍA DE ADULTOS MAYORES DESDE LA PERSPECTIVA DEL DERECHO DEL CONSUMO..... 369

CAROLINA RIVEROS

INTRODUCCIÓN 369

I. FUENTES FORMALES..... 372

1. Fuentes internacionales..... 372

2. Fuentes nacionales..... 373

II. CARACTERIZACIÓN COMO CONTRATO DE CONSUMO	373
III. CLASIFICACIÓN.....	375
IV. RELACIONES JURÍDICAS.....	376
V. DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LAS PARTES	376
VI. CONTROL DE FONDO Y DE FORMA.....	379
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	380

EL SERVICIO DEFECTUOSO COMO SUPUESTO DE INCUMPLIMIENTO Y LOS REMEDIOS DEL CONSUMIDOR. ANÁLISIS CRÍTICO DE LA GARANTÍA LEGAL DEL ARTÍCULO 41 DE LA LEY SOBRE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES (LPDC).....	383
---	------------

GONZALO SEVERIN FUSTER

INTRODUCCIÓN.....	383
I. ÁMBITO DE APLICACIÓN.....	385
1. Exclusiones.....	385
2. Inclusión específica de los servicios de reparación.....	387
II. LOS SUPUESTOS QUE DAN LUGAR A LA GARANTÍA LEGAL (EL INCUMPLIMIENTO).....	388
1. La incorrecta inclusión del "daño" como supuesto que da lugar a la garantía legal.....	389
2. La garantía legal no cubre todos los tipos de incumplimiento.....	390
3. La determinación y prueba del carácter defectuoso del servicio.....	391
III. EL CONTENIDO DE LA GARANTÍA LEGAL (LOS REMEDIOS).....	393
IV. EL PLAZO DE LA GARANTÍA LEGAL.....	395
V. LA GARANTÍA CONVENCIONAL POR UN SERVICIO DEFECTUOSO....	396
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	397

LA TUTELA DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

PRINCIPIOS DE COBRANZA EXTRAJUDICIAL.....	401
ERIKA ISLER SOTO	
INTRODUCCIÓN.....	401
I. LOS PRINCIPIOS, SU IMPORTANCIA Y SUS FUNCIONES.....	401
II. LOS PRINCIPIOS ENUNCIADOS A PROPÓSITO DE LA COBRANZA EXTRAJUDICIAL.....	404
1. La proporcionalidad.....	404
2. La veracidad y la transparencia.....	407
3. La dignidad del consumidor y el resguardo de sus derechos de la personalidad.....	409
III. ¿EXISTEN OTROS PRINCIPIOS APLICABLES A LA COBRANZA EXTRAJUDICIAL?.....	410
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	411

LA OBLIGACIÓN PRECONTRACTUAL DE LOS PROVEEDORES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS DE INFORMAR AL CONSUMIDOR. 415
GABRIEL HERNÁNDEZ PAULSEN

INTRODUCCIÓN	415
I. IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN EN EL PERFECCIONAMIENTO Y CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.....	419
II. INSUFICIENCIA DE LA NORMATIVA SOBRE LA OBLIGACIÓN PRECONTRACTUAL DE LOS PPSF DE INFORMAR AL CONSUMIDOR	420
III. INSUFICIENCIA DE LOS REQUISITOS EXIGIDOS A LA INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL POR LA LPDC	423
IV. INSUFICIENCIA DE LA LPDC EN CUANTO A LA REGULACIÓN DE LAS CONSECUENCIAS DE DERECHO PRIVADO APLICABLES ANTE LA FALTA O DEFECTO DE INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL.....	426
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	428

LOS INTERESES Y LAS OPERACIONES DE CRÉDITO DE DINERO EN EL DERECHO DEL CONSUMO CHILENO 435
FRANCISCA LABBÉ F.
MATÍAS PASCUALI T.

INTRODUCCIÓN	435
I. LOS INTERESES EN LA LPDC (ARTÍCULO 39) Y EN LEY N° 18.010 SOBRE OPERACIONES DE CRÉDITO DE DINERO	437
II. OTRAS NORMAS DE REGULACIÓN DE LAS OPERACIONES DE CRÉDITO DE DINERO EN LA LEY N° 19.496 (LPDC)	440
1. Contrato de adhesión de productos o servicios financieros.....	440
2. Cláusulas abusivas en los contratos de adhesión.....	443
3. Irrenunciabilidad derechos consumidor.....	444
III. SANCIONES.....	445
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	445

LOS CONTRATOS DE CONSUMO FINANCIERO: REGLAS RELATIVAS AL TÉRMINO DE LA RELACIÓN CONTRACTUAL 447
FRANCISCA BARRIENTOS
IGNACIO LABRA SALDÍAS

INTRODUCCIÓN	447
I. ÁMBITO DE APLICACIÓN	448
1. Ámbito subjetivo.....	448
2. Ámbito objetivo	452
II. EL TÉRMINO UNILATERAL	454
1. El término del contrato como cláusula abusiva.....	454

2. El término del contrato financiero del proveedor y del consumidor: supuestos de desistimientos unilaterales.....	457
2.1. El desistimiento del proveedor	458
A) Causales de término anticipado	458
B) Plazo razonable para el ejercicio.....	460
C) Medio por el cual se comunicará.....	460
2.2. El desistimiento del consumidor	460
A) Fisonomía o tipo contractual.....	461
a) Contratos de duración definida e indefinida	461
b) El término parcial del contrato	463
B) La manifestación de voluntad.....	463
C) Buena fe.....	465
D) Deber de preaviso.....	466
E) La extinción total de las obligaciones.....	467
F) El pago de la comisión.....	469
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	471
LA INCORPORACIÓN DEL DEBER DE EVALUACIÓN DE LA SOLVENCIA DEL CONSUMIDOR POR EL PRESTAMISTA Y SUS CONSECUENCIAS EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO CHILENO	475
MIGUEL A. ALARCÓN CAÑUTA	
INTRODUCCIÓN	475
I. JUSTIFICACIONES DEL DEBER DE EVALUAR LA SOLVENCIA DEL CONSUMIDOR DE CRÉDITO: EL CRÉDITO RESPONSABLE	478
II. EL DEBER DE EVALUAR LA SOLVENCIA DEL CONSUMIDOR DE CRÉDITO	481
1. Evaluación de la solvencia del consumidor.....	481
2. Consecuencias a nivel comparado del incumplimiento del deber del prestamista de evaluar la solvencia del consumidor.....	482
III. EVOLUCIÓN DE LA CONSAGRACIÓN DEL DEBER DE EVALUACIÓN DE LA SOLVENCIA DEL CONSUMIDOR DE CRÉDITO EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO CHILENO.....	488
1. Etapa anterior a la Ley Pro Consumidor. Falta de regulación legal del deber en el ordenamiento nacional y sus consecuencias.....	488
1.1. Situación desde la LPDC.....	488
1.2. Situación desde la normativa bancaria	491
2. Etapa Ley Pro Consumidor. Consagración expresa del deber en el ordenamiento nacional.....	497
2.1. Incorporación del deber en el proyecto de Ley Pro Consumidor	497
2.2. El deber de evaluar la solvencia del consumidor por el prestamista en la LPDC	502
2.3. Consecuencias del deber de evaluación de solvencia del consumidor en la LPDC.....	503

A) Falta de una prohibición expresa de otorgar crédito en caso de evaluación con resultado negativo	503
B) Establecimiento de una multa para el caso de incumplimiento del deber.....	506
IV. COMENTARIOS FINALES A MODO DE CONCLUSIÓN.....	516
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	518
EL SELLO SERNAC.....	523
AGUSTÍN BARROILHET	
I. EL CONTRATO DE ADHESIÓN FINANCIERO.....	523
II. LA NATURALEZA REGULATORIA DEL SELLO SERNAC.....	526
III. VALOR JURÍDICO DEL OTORGAMIENTO DEL SELLO SERNAC.....	528
IV. REQUISITOS FORMALES DEL SELLO SERNAC.....	530
V. ¿POR QUÉ EL SELLO SERNAC NO HA FUNCIONADO?.....	534
VI. ¿QUÉ ENSEÑANZA SE PUEDE EXTRAER DEL SELLO SERNAC?.....	536
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	539
LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE CRÉDITO HIPOTECARIO	543
LUIS COLMAN VEGA	
I. CUESTIONES GENERALES	543
1. Estado de la cuestión	543
2. Precisiones respecto del crédito hipotecario	545
II. EL ITER CONTRACTUAL DEL CRÉDITO HIPOTECARIO Y SUS MECANISMOS DE PROTECCIÓN	547
1. Mecanismos de protección anteriores a la contratación	547
2. Mecanismos de protección al momento de contratar	549
3. Mecanismos durante la vigencia del contrato	552
4. Protección en la finalización del vínculo contractual o ante su adormecimiento	560
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	561
EL ABUSO FINANCIERO AL ADULTO MAYOR. ASPECTOS CONCEPTUALES Y BUENAS PRÁCTICAS PARA LA INCLUSIÓN	565
ÁNGELA ARENAS MASSA	
INTRODUCCIÓN.....	565
I. ABUSO FINANCIERO HACIA LAS PERSONAS MAYORES EN CHILE. CONCEPTO Y TIPOLOGÍAS.....	570
1. Prácticas comerciales engañosas.....	570
1.1. La venta de productos a precios exagerados, a través de un contacto “personal” con la persona mayor.....	571

1.2. La venta de productos que exceden las posibilidades de pago de las personas mayores	571
1.3. La venta telefónica de servicios no deseados	572
1.4. La venta de productos o servicios no necesarios y muchas veces, no utilizados por las personas mayores, en la contratación de productos o servicios financieros simultáneos	573
1.5. La entrega de productos o servicios no ordenada por las personas mayores, a lo que sigue el cobro, pasado cierto tiempo, de la mercadería en cuestión	573
1.6. La publicidad engañosa vía internet	574
1.7. Una mención especial requiere la discriminación por edad en la vejez cuando ella recae en productos o servicios financieros	574
2. Figuras penales	574
2.1. Las tecnologías de la información pueden ser mal utilizadas provocando abuso financiero las personas mayores, en modalidad de cibercriminalidad	575
2.2. El uso fraudulento de tarjeta de crédito o débito	575
II. BUENAS PRÁCTICAS PARA LA INCLUSIÓN FINANCIERA DE LAS PERSONAS MAYORES	577
III. COMENTARIO FINAL	580
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	581
UNA LECTURA GLOBAL SOBRE EL SEGURO EN LOS CONTRATOS DE CRÉDITO Y LAS DIVERSAS RELACIONES QUE SE GENERAN ENTRE LAS PARTES	585
MARÍA FERNANDA VÁSQUEZ PALMA	
INTRODUCCIÓN	585
I. NOCIÓN, CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS FUNDAMENTALES DEL CONTRATO DE SEGURO DE CRÉDITO	586
II. CONFIGURACIÓN DEL SINIESTRO EN EL SEGURO DE CRÉDITO	589
III. CONTENIDO DEL CONTRATO DE SEGURO Y OBLIGACIONES DE LAS PARTES	592
IV. EFECTOS DEL CONTRATO: OBLIGACIONES DEL ASEGURADO Y DEL ASEGURADOR	594
1. Obligaciones del asegurado	594
2. Obligaciones del asegurador	595
V. NUEVA NORMATIVA SOBRE TARJETAS DE CRÉDITOS Y SU IMPACTO EN LOS SEGUROS DE CRÉDITO	599
1. Obligaciones de las partes	600
2. Sobre algunas prohibiciones y responsabilidades que recaen en los emisores	602
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	603

ACCIONES Y RESPONSABILIDAD SANCIONATORIA

LOS DAÑOS PUNITIVOS Y SU TRATAMIENTO EN LA LPC.....	607
RENZO MUNTA MARAMBIO	
I. NOTA PRELIMINAR	607
II. EL CONTEXTO.....	607
III. DEFECTOS EN LA TÉCNICA LEGISLATIVA	610
IV. ASIMETRÍA Y CONFORMIDAD CON EL FONDO DE LA NORMA.....	612
V. EL PATRIMONIO DE DESTINO DE LA CONDENA PUNITIVA.....	614
VI. <i>¿NON BIS IN IDEM?</i>	615
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	615
REFLEXIONES SOBRE EL DAÑO MORAL EN EL DERECHO DEL CONSUMIDOR; CONFIGURACIÓN Y LÍMITES	619
FABIÁN GONZÁLEZ CAZORLA	
INTRODUCCIÓN.....	619
I. LA REPARACIÓN DEL DAÑO EXTRAPATRIMONIAL EN EL DERECHO DEL CONSUMIDOR: CUESTIONES PREVIAS.....	620
II. EL DAÑO MORAL CON OCASIÓN DE UNA RELACIÓN DE CONSUMO: ESTADO ACTUAL.....	620
III. HACIA LOS CONTORNOS DEL DAÑO MORAL JURÍDICAMENTE INDEMNIZABLE	624
IV. DELIMITACIÓN Y ELEMENTOS DE CONVICCIÓN DEL DAÑO MORAL EN EL DERECHO DEL CONSUMIDOR.....	625
RESUMEN	628
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	629
LA ACCIÓN INDEMNIZATORIA EN LOS PROCEDIMIENTOS POR VULNERACIÓN DEL INTERÉS COLECTIVO O DIFUSO. ESPECIAL REFERENCIA AL DAÑO MORAL COLECTIVO.....	633
CRISTIAN AEDO BARRENA	
I. DOCTRINA	633
1. El concepto: interés colectivo versus interés difuso	633
2. La demanda colectiva por daño moral.....	635
II. REGULACIÓN NORMATIVA.....	640
III. JURISPRUDENCIA RELEVANTE.....	643
1. Sobre la legitimación activa de las Asociaciones de Consumidores y el carácter del interés colectivo.....	643

2. Sobre la procedencia de la demanda de indemnización de perjuicios para la protección del interés colectivo, en caso de vulneración del deber de seguridad en la venta de viviendas	646
3. El plazo de prescripción de la acción contravencional no obsta al ejercicio de acciones civiles de interés colectivo, dado que ambos tipos de responsabilidad son independientes.....	646
4. La sola contravención no hace nacer, <i>ipso iure</i> , el derecho a la reparación, debiendo acreditarse los requisitos de ésta, conforme a las normas del Derecho común.....	647
IV. CUESTIONES ÚTILES	648
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	648

RESPONSABILIDAD INFRAACCIONAL: DETERMINACIÓN DEL *QUANTUM* INFRAACCIONAL

IVONNE PONCE HEINSOHN

INTRODUCCIÓN	653
I. BREVE REFERENCIA AL MONTO DE LAS MULTAS EN LA LPC	654
II. REGLAS PARA LA DETERMINACIÓN DEL <i>QUANTUM</i> INFRAACCIONAL CONTENIDAS EN EL ARTÍCULO 24 DE LA LPC	655
1. Atenuantes.....	658
2. Agravantes	662
3. Ponderación de las atenuantes y agravantes.....	665
III. PARÁMETROS OBJETIVOS ADICIONALES PARA LA APLICACIÓN DE LA MULTA	666
IV. REGLAS ADICIONALES PARA EL CASO DE LAS MULTAS APLICABLES A INFRAACCIONES AL INTERÉS COLECTIVO Y DIFUSO (ARTÍCULO 24 A LPC).....	668
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	670

LA ACCIÓN TEMERARIA EN LA LPDC

JOSÉ LUIS GUERRERO BECAR

I. RECONOCIMIENTO NORMATIVO DE LA ACCIÓN TEMERARIA.....	673
II. ANTECEDENTES NORMATIVOS DEL ARTÍCULO 50 E DE LA LPDC	676
III. ANÁLISIS DEL ARTÍCULO 50 E.....	678
1. Denuncia o demanda.....	678
2. Acciones individuales o colectivas o de interés difuso.....	679
3. Falta de fundamento plausible	679
4. Requiere petición de parte.....	680
5. Sanciones al declararse la temeridad de la acción	680
6. Sanción a abogados que patrocinan acciones colectivas o de interés difuso que sean declaradas temerarias.....	682
7. Responsabilidad civil o penal del sancionado por temeridad de la acción.....	682
IV. ANÁLISIS JURISPRUDENCIAL.....	684

1. Pereda, Julia con CGE Distribución S.A.	685
2. Servicio Nacional del Consumidor con Sociedad de Créditos Organización y Finanzas S.A.	686
3. Servicio Nacional del Consumidor con Servicios y Administración de Créditos Comerciales Presto S.A. y Walmart Chile S.A.	687
4. Conadecus con Isapre Consalud.....	687
V. NUEVAS PERSPECTIVAS FRENTE AL INCUMPLIMIENTO DE DEBERES DEL CONSUMIDOR.....	689
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	690

PLANES DE CUMPLIMIENTO EN LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR..... 693

KUREUSA HARA
EDUARDO REVECO

I. DESARROLLO NORMATIVO Y JURISPRUDENCIAL DE LA INCIPIENTE CULTURA DE CUMPLIMIENTO EN CHILE	693
1. Génesis de la cultura de cumplimiento: la necesidad de que Chile se incorporara a la OCDE y la Ley N° 20.393 sobre responsabilidad penal de las personas jurídicas	694
2. Libre competencia: el desarrollo de guías por la autoridad administrativa y su validación por las sentencias de los tribunales de justicia.....	695
3. Medioambiente: la Ley N° 20.417 y los programas de cumplimiento como medida para evitar la sanción dentro de los procedimientos sancionatorios	699
4. Derecho del consumo: la inclusión de los planes de cumplimiento a partir de la Ley N° 21.081.....	700
4.1. Planes de cumplimiento preventivos.....	700
4.2. Planes de cumplimiento correctivos.....	702
II. LOS PLANES DE CUMPLIMIENTO COMO ATENUANTE DE LA RESPONSABILIDAD INFRAACCIONAL Y COMO MEDIDA A IMPLEMENTAR EN EL MARCO DE UN PROCEDIMIENTO VOLUNTARIO COLECTIVO	702
1. Los planes de cumplimiento "preventivos" como atenuante de responsabilidad infraccional.....	703
2. Los planes de cumplimiento "correctivos" como medida a implementar en el marco de un Procedimiento Voluntario Colectivo	705
III. ANÁLISIS CRÍTICO DE LA CONSAGRACIÓN DE LOS PLANES DE CUMPLIMIENTO EN LA LPDC.....	706
1. La escasa discusión en el Congreso para determinar su aplicación como atenuante	706
2. Incertidumbre en cuanto a los plazos para la certificación de los planes de cumplimiento versus su ejecución	706
3. La entrada en vigencia gradual de la circunstancia atenuante en base a una diferenciación geográfica.....	707
4. Indeterminación de la LPDC para atribuir el valor de eximente de la responsabilidad infraccional a un efectivo plan de cumplimiento.....	708

2. Sobre la procedencia de la demanda de indemnización de perjuicios para la protección del interés colectivo, en caso de vulneración del deber de seguridad en la venta de viviendas	646
3. El plazo de prescripción de la acción contravencional no obsta al ejercicio de acciones civiles de interés colectivo, dado que ambos tipos de responsabilidad son independientes.....	646
4. La sola contravención no hace nacer, <i>ipso iure</i> , el derecho a la reparación, debiendo acreditarse los requisitos de ésta, conforme a las normas del Derecho común.....	647
IV. CUESTIONES ÚTILES	648
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	648
RESPONSABILIDAD INFRAACCIONAL: DETERMINACIÓN DEL QUANTUM INFRAACCIONAL	653
IVONNE PONCE HEINSOHN	
INTRODUCCIÓN	653
I. BREVE REFERENCIA AL MONTO DE LAS MULTAS EN LA LPC	654
II. REGLAS PARA LA DETERMINACIÓN DEL QUANTUM INFRAACCIONAL CONTENIDAS EN EL ARTÍCULO 24 DE LA LPC	655
1. Atenuantes.....	658
2. Agravantes	662
3. Ponderación de las atenuantes y agravantes.....	665
III. PARÁMETROS OBJETIVOS ADICIONALES PARA LA APLICACIÓN DE LA MULTA	666
IV. REGLAS ADICIONALES PARA EL CASO DE LAS MULTAS APLICABLES A INFRAACCIONES AL INTERÉS COLECTIVO Y DIFUSO (ARTÍCULO 24 A LPC).....	668
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	670
LA ACCIÓN TEMERARIA EN LA LPDC	673
JOSÉ LUIS GUERRERO BECAR	
I. RECONOCIMIENTO NORMATIVO DE LA ACCIÓN TEMERARIA	673
II. ANTECEDENTES NORMATIVOS DEL ARTÍCULO 50 E DE LA LPDC	676
III. ANÁLISIS DEL ARTÍCULO 50 E	678
1. Denuncia o demanda.....	678
2. Acciones individuales o colectivas o de interés difuso.....	679
3. Falta de fundamento plausible	679
4. Requiere petición de parte	680
5. Sanciones al declararse la temeridad de la acción	680
6. Sanción a abogados que patrocinan acciones colectivas o de interés difuso que sean declaradas temerarias.....	682
7. Responsabilidad civil o penal del sancionado por temeridad de la acción	682
IV. ANÁLISIS JURISPRUDENCIAL	684

1. Pereda, Julia con CGE Distribución S.A.....	685
2. Servicio Nacional del Consumidor con Sociedad de Créditos Organización y Finanzas S.A.	686
3. Servicio Nacional del Consumidor con Servicios y Administración de Créditos Comerciales Presto S.A. y Walmart Chile S.A.	687
4. Conadecus con Isapre Consalud.....	687
V. NUEVAS PERSPECTIVAS FRENTE AL INCUMPLIMIENTO DE DEBERES DEL CONSUMIDOR.....	689
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	690

PLANES DE CUMPLIMIENTO EN LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR..... 693

KUREUSA HARA
EDUARDO REVECO

I. DESARROLLO NORMATIVO Y JURISPRUDENCIAL DE LA INCIPIENTE CULTURA DE CUMPLIMIENTO EN CHILE	693
1. Génesis de la cultura de cumplimiento: la necesidad de que Chile se incorpore a la OCDE y la Ley N° 20.393 sobre responsabilidad penal de las personas jurídicas	694
2. Libre competencia: el desarrollo de guías por la autoridad administrativa y su validación por las sentencias de los tribunales de justicia.....	695
3. Medioambiente: la Ley N° 20.417 y los programas de cumplimiento como medida para evitar la sanción dentro de los procedimientos sancionatorios	699
4. Derecho del consumo: la inclusión de los planes de cumplimiento a partir de la Ley N° 21.081.....	700
4.1. Planes de cumplimiento preventivos.....	700
4.2. Planes de cumplimiento correctivos.....	702
II. LOS PLANES DE CUMPLIMIENTO COMO ATENUANTE DE LA RESPONSABILIDAD INFRAACCIONAL Y COMO MEDIDA A IMPLEMENTAR EN EL MARCO DE UN PROCEDIMIENTO VOLUNTARIO COLECTIVO	702
1. Los planes de cumplimiento "preventivos" como atenuante de responsabilidad infraccional.....	703
2. Los planes de cumplimiento "correctivos" como medida a implementar en el marco de un Procedimiento Voluntario Colectivo	705
III. ANÁLISIS CRÍTICO DE LA CONSAGRACIÓN DE LOS PLANES DE CUMPLIMIENTO EN LA LPDC	706
1. La escasa discusión en el Congreso para determinar su aplicación como atenuante	706
2. Incertidumbre en cuanto a los plazos para la certificación de los planes de cumplimiento versus su ejecución.....	706
3. La entrada en vigencia gradual de la circunstancia atenuante en base a una diferenciación geográfica.....	707
4. Indeterminación de la LPDC para atribuir el valor de eximente de la responsabilidad infraccional a un efectivo plan de cumplimiento.....	708

IV. BENEFICIOS Y VENTAJAS QUE BRINDA LA IMPLEMENTACIÓN Y SE- GUIMIENTO DE PLANES DE CUMPLIMIENTO POR LOS PROVEEDO- RES.....	708
V. CONSIDERACIONES FINALES.....	709
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	710

INDEMNIZACIÓN DE PERJUICIOS A CONSUMIDORES POR ATENTADOS A LA LIBRE COMPETENCIA.....	713
CRISTIÁN BOETSCH GILLET	

INTRODUCCIÓN.....	713
-------------------	-----

I. BREVE RESEÑA DEL DESARROLLO LEGISLATIVO Y LOS PRONUNCIAMIENTOS JUDICIALES SOBRE LA MATERIA.....	714
II. PRINCIPIOS BÁSICOS Y COMUNES A LAS ACCIONES INDEMNIZATORIAS POR ATENTADOS AL DL 211.....	718
1. La acción de indemnización de perjuicios por atentados contra la libre competencia solo existe en la medida que se pronuncie una sentencia definitiva ejecutoriada que declare que existió una infracción al DL 211.....	718
2. Del efecto que produce el pronunciamiento de libre competencia en el posterior juicio indemnizatorio.....	722
3. La sentencia condenatoria ejecutoriada del TDLC es un requisito necesario, pero no suficiente, para que se condene a la indemnización de perjuicios.....	724
III. ACCIÓN COLECTIVA DE PERJUICIOS POR INFRACCIÓN A LA LIBRE COMPETENCIA.....	725
1. Legitimación activa.....	725
2. Legitimación pasiva.....	727
3. Deber de alegar y probar una infracción a la LPDC.....	728
4. Consumidores amparados por la acción del artículo 30 DL 211. El caso de los "clientes indirectos" y de quienes "no pudieron adquirir" bienes.....	729
4.1. Consideraciones generales.....	729
4.2. El caso de los "clientes indirectos".....	730
4.3. El caso de quienes "no pudieron adquirir". Interés difuso.....	731
5. Daños cuya indemnización es susceptible de ser reclamada en sede colectiva, por un atentado a la libre competencia.....	733
5.1. Daño anticompetitivo versus daño civil.....	733
5.2. En cuanto a los daños patrimoniales.....	734
5.3. En cuanto a los daños morales o extrapatrimoniales.....	736
5.4. En cuanto a los perjuicios punitivos.....	738
5.5. Forma de reclamar los daños en la demanda colectiva.....	739
6. Prescripción.....	739
IV. CONSIDERACIONES DE ORDEN PROCESAL.....	740
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	741

PROTECCIÓN PENAL DE LOS INTERESES DEL CONSUMIDOR EN CHILE	745
OSVALDO ARTAZA	
I. CONSIDERACIONES PREVIAS. CONTENIDO DEL LLAMADO DERECHO PENAL DEL CONSUMIDOR.....	745
1. Breve descripción de la protección a través del Derecho penal de expectativas normativas asociadas al consumo en el ámbito comparado.....	747
2. Concepto de consumidor en sede jurídico-penal. El problema de la delimitación con el Derecho administrativo.....	750
II. BREVE ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EN CHILE. PROPUESTA DE ESTRUCTURA DE ANÁLISIS DE LA PROTECCIÓN PENAL AL CONSUMIDOR.....	751
1. La protección de las reglas de formación de precios en el ordenamiento jurídico-penal chileno.....	753
1.1. Breve descripción de los delitos de alteración o especulación relativos al precio y el abuso para el acceso a los mercados.....	753
1.2. El delito de colusión contenido en el artículo 62 DL 211.....	755
2. Breve descripción de la protección de la salud de los consumidores a través de los delitos contra la salud pública.....	759
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	763

ASPECTOS PROCESALES Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE CONSUMO

EL INTERÉS INDIVIDUAL DEL CONSUMIDOR: CONCEPTO Y PROCEDIMIENTO APLICABLE.....	767
ANDRÉS EDUARDO CELEDÓN BAEZA	
INTRODUCCIÓN.....	767
I. INTERÉS INDIVIDUAL DEL CONSUMIDOR.....	770
II. ALGUNOS ASPECTOS PROCESALES DE LA NUEVA REGULACIÓN CONTENIDA EN EL TÍTULO IV DE LA LEY N° 19.496.....	772
1. Elección del tribunal competente.....	773
2. Supletoriedad del Derecho común.....	774
3. Comparecencia ante el Juzgado de Policía Local y asistencia letrada.....	775
4. Actuaciones de los intervinientes y medios de prueba.....	779
5. Valoración y apreciación probatoria.....	780
6. Demandado persona jurídica.....	780
7. Denuncia temeraria.....	780
8. Medida cautelar preventiva.....	781
9. Cuantía de lo disputado e implicancias procesales.....	783
III. PROCEDIMIENTO INDIVIDUAL DEL CONSUMO.....	783
1. Modelo de procedimiento iniciado mediante denuncia.....	784
2. Modelo de procedimiento iniciado mediante demanda.....	784

3. Modelo de procedimiento infraccional con acción indemnizatoria y sin prueba dinamizada, es decir, sin aplicación del artículo 50 H inciso quinto	784
4. Modelo de procedimiento infraccional con acción indemnizatoria y sin prueba dinamizada	785
5. ¿Cómo impactarán las nuevas reglas en el procedimiento de policía local?	785
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	786
LA CARGA DE LA PRUEBA.....	787
CRISTIAN CONTRERAS ROJAS	
I. CUESTIONES PRELIMINARES	787
II. NORMATIVA APLICABLE	788
III. APORTES DOCTRINALES.....	789
1. Fundamento y excepcionalidad de la carga de la prueba.....	790
2. Intentos para establecer la carga de la prueba.....	793
3. La facilidad probatoria como correctivo de la regla general de carga de la prueba... ..	796
4. Las cargas probatorias dinámicas.....	798
5. La carga de la prueba en los juicios de consumo.....	801
IV. JURISPRUDENCIA DESTACADA.....	804
V. ANTECEDENTES PRÁCTICOS.....	806
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	807
PROCEDIMIENTO POR VULNERACIÓN DEL INTERÉS COLECTIVO Y DIFUSO. COMPARECENCIA Y LEGITIMACIÓN ACTIVA.....	809
NATHALIE WALKER SILVA	
INTRODUCCIÓN.....	809
I. COMPARECENCIA.....	810
1. Noción procesal de comparecencia.....	810
2. La comparecencia en el procedimiento por vulneración del interés colectivo o difuso.....	811
II. LEGITIMACIÓN ACTIVA.....	812
1. Concepto de legitimación activa.....	812
2. La legitimación activa en el procedimiento por vulneración del interés colectivo o difuso.....	813
2.1. El SERNAC como sujeto legitimado activo en este procedimiento	814
2.2. Legitimación activa para las Asociaciones de Consumidores	815
2.3. Legitimación activa para grupos de consumidores afectados.....	815
3. Situaciones especiales en que el legitimado activo se desiste o pierde su calidad de legitimado.....	816
III. JURISPRUDENCIA DESTACADA.....	816
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	817

LA ADMISIBILIDAD DE LA ACCIÓN COLECTIVA.....	819
MAITE AGUIRREZABAL	
I. NECESIDAD DE LA DECLARACIÓN DE ADMISIBILIDAD DE LA ACCIÓN COLECTIVA.....	819
II. MODIFICACIONES INTRODUCIDAS A LA ETAPA DE ADMISIBILIDAD DE LA ACCIÓN COLECTIVA.....	821
III. JURISPRUDENCIA EN TORNO A LA NATURALEZA DE LA ETAPA DE ADMISIBILIDAD DE LA ACCIÓN COLECTIVA.....	823
IV. MODIFICACIÓN INTRODUCIDA POR LA LEY N° 21.081.....	825
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	825
REGLAS PROBATORIAS EN EL PROCEDIMIENTO COLECTIVO	827
MAITE AGUIRREZABAL	
I. NORMAS GENERALES.....	827
II. NORMAS ESPECIALES.....	828
1. En cuanto a la prueba testimonial.....	828
2. En cuanto a la prueba del daño moral.....	829
III. OPORTUNIDAD PARA RENDIR PRUEBA.....	829
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	830
LA SENTENCIA DEFINITIVA DE CONDENA DEL PROCEDIMIENTO COLECTIVO	831
MAITE AGUIRREZABAL	
I. NATURALEZA.....	831
II. CONTENIDO DE LA SENTENCIA.....	832
III. IMPUGNACIÓN DE LA DECISIÓN.....	833
IV. PUBLICIDAD DE LA SENTENCIA.....	833
V. SU EFICACIA <i>ERGA OMNES</i> Y LA POSIBILIDAD DE EXCLUIRSE DE LOS EFECTOS EXTENSIVOS.....	834
VI. INCORPORACIÓN DE LA INDEMNIZACIÓN DEL DAÑO MORAL COLECTIVO COMO PRETENSIÓN SUSCEPTIBLE DE REPARACIÓN.....	836
VII. COMPARECENCIA DE LOS CONSUMIDORES AFECTADOS.....	838
VIII. EJECUCIÓN DE LA SENTENCIA DE CONDENA.....	839
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	840
NORMAS RELATIVAS A LOS ACUERDOS ALCANZADOS EN EL PROCEDIMIENTO COLECTIVO EN SEDE JUDICIAL	843
MAITE AGUIRREZABAL	
I. ADMISIBILIDAD DE LA CONCILIACIÓN EN LOS PROCESOS COLECTIVOS.....	843

II. OPORTUNIDAD PARA ALCANZAR EL ACUERDO.....	844
III. NORMAS GENERALES APLICABLES.....	844
IV. CUMPLIMIENTO DE LOS ACUERDOS Y LA INCORPORACIÓN DEL SISTEMA DE <i>FLUID RECOVERY</i>	845
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	846
EL ARBITRAJE DE CONSUMO EN CHILE.....	849
SEBASTIÁN BOZZO HAURI	
IVETTE ESIS VILLARROEL	
INTRODUCCIÓN.....	849
I. SITUACIÓN EN CHILE.....	851
1. El "SERNAC Financiero" como vía de acceso de los consumidores al arbitraje y la mediación de consumo.....	851
2. Registro de mediadores y árbitros.....	852
3. Designación del mediador o árbitro financiero.....	852
4. Competencia del mediador y árbitro.....	853
5. Inicio del procedimiento.....	853
6. Duración del procedimiento y cumplimiento de la mediación.....	853
7. Mediación sin acuerdo.....	853
8. Procedimiento de arbitraje.....	854
9. Sobre las costas del procedimiento de arbitraje.....	855
10. Sobre los recursos en el procedimiento de arbitraje.....	855
11. Cumplimiento del arbitraje.....	855
12. Costos financieros de la mediación o arbitraje.....	856
13. El arbitraje con la Ley Pro Consumidor.....	856
II. EL ARBITRAJE DE CONSUMO IMPLEMENTADO EN OTROS PAÍSES.....	857
1. El arbitraje de consumo en la Unión Europea.....	857
2. El Sistema Arbitral de Consumo de España.....	859
2.1. Definiciones.....	860
2.2. Organización del Sistema Arbitral de Consumo.....	861
2.3. Funcionamiento del Arbitraje de Consumo.....	861
3. La experiencia del arbitraje de consumo en Argentina y Perú.....	863
3.1. Argentina.....	863
3.2. Perú.....	865
III. ANTECEDENTES PRÁCTICOS.....	866
1. Formulario para solicitar designación de mediador financiero.....	867
2. Formulario para solicitar designación de árbitro financiero.....	868
3. Guía del mediador y árbitro financiero.....	869
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	871

**LA TUTELA INSTITUCIONAL DEL CONSUMIDOR: SERVICIO NACIONAL DEL
CONSUMIDOR Y ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES**

LAS FACULTADES DEL SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR: LA INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR Y LA INTERPRETACIÓN ADMINISTRATIVA	877
HANS GUTHRIE SOLÍS	
I. INTRODUCCIÓN.....	877
II. LA FACULTAD DE INFORMACIÓN DEL SERNAC	880
III. LA FACULTAD DE INTERPRETACIÓN DE LA NORMATIVA DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES.....	884
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	888
ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES.....	891
PABLO VÍCTOR SIMÓN RODRÍGUEZ ARIAS	
INTRODUCCIÓN	891
I. MARCO REGULATORIO DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES EN CHILE.....	894
1. Definición.....	894
2. Normas reguladoras.....	896
3. Funciones y atribuciones	897
4. Limitaciones, prohibiciones y sanciones.....	899
5. Financiamiento.....	902
II. EL NUEVO ESCENARIO DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES	904
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	910
ÍNDICE DE VOCES	911