

# **¿Qué debo tener en cuenta cuando Consumo?**

Manual de Autoaprendizaje y Guía para el Educador  
(Basado en la Ley del Consumidor Chilena (19.496 de 1997 y sus  
modificaciones posteriores y Legislación complementaria)

**Pablo Víctor Simón Rodríguez Arias  
FOJUCC - CHILE**



# Prólogo

Escribir un libro es realmente todo un desafío: Te invita a explorar en tu conocimiento y tratar de exponer todo aquello que por mucho tiempo has tenido como cierto, pero que otras personas lo ven como algo totalmente ajeno.

Escribir un libro es todo un desafío a tu vocabulario: Tienes que explorar en todas aquellas palabras y conceptos que duermen en tu mente y que siempre han esperado salir a la luz.

Escribir un libro es toda una aventura: comienzas primero pensando cuál será la ruta a seguir, cuales serán los pasos que se deben dar, qué herramientas y utensilios deben estar en tu bolso y, finalmente, cómo recorreré todo el camino que me queda, para llegar airoosamente al final.

Escribir este libro significa un primer paso a lo que siempre pensé hacer: educar.

Este libro significa mi primer intento por ilustrar a todos quienes tengan esa inquietud, como yo, y quieran averiguar más y conocer más.

En el año 2001, cuando me aventuré en una insípida organización juvenil de consumidores llamada ODEKIKE, entrando en contacto por primera vez con la denominada “protección al consumidor”, nunca pensé que fundaría una asociación la cual se ha mantenido vigente por más de ocho años y que ha dado muchos aciertos, como también tropiezos.

El fenómeno del consumo no debe ser siempre mirado como un fenómeno económico o jurídico, sino que se debe ampliar la visión y pensarlo como un fenómeno social, cultural, político que determina muchas veces a nuestros pueblos. Sin perjuicio de ello, en este libro pretendo entregar, primeramente, una visión amplia del consumo, para luego caer en el vicio jurídico-técnico y entregar herramientas para ejercer efectivamente la protección jurídica del consumidor y consumidora.

Agradezco a mi familia por siempre seguir mi ritmo y nunca coartarme, a FOJUCC por significar un sueño y una esperanza, a Anita Arosteguy por ser ella

quien me vinculó a este tema, a mi Liceo de Hombres Enrique Molina Garmendia A-35 por constituir la inspiración a mi lucha, a ODECU y Stefan Larenas Riobó por apoyar mi crecimiento como dirigente en materias de consumo, a la Fundación AVINA, especialmente a Paola Berdichevsky e Iván Salazar por siempre motivarme a seguir pensando y soñando en una sociedad mejor, a los profesores Eduardo Jury Santibañez y Gonzalo Cortez Matcovich por haber cedido su tiempo en leer y revisar esta aventura que hoy presento, a don Jose Luis Guarderas porque en su rol de funcionario público siempre impulsó nuestros sueños, a todos y todas los dirigentes sociales que constituyeron una inspiración en mi camino, a todos y todas los estudiantes que han escuchado por más de ocho años lo que les he querido enseñar, a todas las personas que se han detenido a escuchar mis ideas y mis sueños, a todos aquellos y aquellas jóvenes latinoamericanos que han inspirando la construcción de un planeta mejor y a mí, por nunca bajar los brazos y siempre seguir adelante.

Invito a todos a leer, a investigar, a entender, a reflexionar con este libro y a contribuir a la creación de una sociedad más justa y participativa, desconstruyendo los conceptos impuestos para así generar un cambio social, construyendo nuevas realidades sobre la base de vivencias, experiencia, espiritualidad, corporalidad, la naturaleza y nuestra identidad.

**PVSRA**

# INTRODUCCIÓN A LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR (A).

## 1.- ¿Qué importancia tiene el Consumo?.

¿Qué hacemos cuando surge una necesidad de índole corporal o espiritual?, lo más seguro es que primero atenderemos a qué tipo de necesidad nos estamos refiriendo y segundo veremos si los medios para satisfacer esta necesidad están o no disponibles. Es así como la persona se transforma en lo que comúnmente se denomina “Consumidor”.

Desde los orígenes de nuestra historia, la satisfacción de las múltiples necesidades ha sido el pilar fundamental del desarrollo humano. Es así como la Revolución Neolítica marcó el inicio de la historia de las civilizaciones por cuanto se instauró por primera vez un sistema de satisfacción de necesidades de forma ordenada y constante, estableciendo sistemas de domesticación de animales, la agricultura, sistemas de trueque, etc. Es menester recalcar que el Consumo, o mejor dicho los “Patrones de Consumo”, han determinado en gran medida la orgánica e identidad de toda cultura o civilización. Es así como vemos que en la antigüedad el patrón de consumo de las distintas culturas permitía una sustentabilidad en aquella época, aprovechando los recursos naturales de forma responsable y sostenible. Sin embargo, con el avanzar de los siglos, el desarrollo implicó la invención de nuevas formas de satisfacción de necesidades y es así cómo los patrones de consumo de la población a fines de la edad media cambiaron drásticamente, dando origen a la denominada “Revolución Industrial”. En este periodo, ya se avanza a la “mecanización” en la satisfacción de necesidades, desplazando el trabajo humano por el de las máquinas y utilizando formas de producción masiva que muchas veces se acompañaban de procesos productivos que no eran sostenibles. Y así, sucesivamente, los patrones de consumo fueron evolucionando o adaptándose a las nuevas necesidades que

surgían del conglomerado, determinando economías y formas de organización de los pueblos.

Es así como llegamos a nuestros tiempos y nos percatamos que la historia ha sido sabia en su evolución: Hoy tenemos como resultado que los patrones de consumo de la población han determinado el nacimiento de dos actores claves en la regulación de la satisfacción de necesidades, refiriéndonos particularmente a la actuación clave del Sector Privado (empresas, holding, transnacionales, etc) pero además, teniendo como agente regulador y en muchas ocasiones como oferente, al Estado como Sector Público a través de sus instituciones, órganos y, también, a través de sus Empresas. Es así como hoy tenemos que el “libre juego” del mercado se maneja o regula entre dos actores claves: Sector Privado versus Sector Público.

Pero en este libre juego del mercado, claramente hay un actor que no se considera, o al menos que tiene una participación: la persona humana, ciudadano común y corriente, que en conjunto es mayormente conocido como *Sociedad Civil*<sup>1</sup>. La Sociedad Civil cada vez es menos considerada en la regulación del mercado, quedando a la total indefensión de los agentes que intervienen en la economía, causando desequilibrio y desigualdad en los actos de consumo que cotidianamente se ejecutan. Es así, como frente a la economía de mercado, por hoy imperante en nuestra orbe, el más débil o desprotegido es “el Consumidor” (análisis que desarrollaremos en el posterior desarrollo del texto).

También, a modo de demostrar la importancia que tiene el consumo en nuestra cotidianidad, a través de este hecho o concepto, a nivel económico, se determina el *Índice de Precios al Consumidor (IPC)*, teniendo este indicador la finalidad de medir las variaciones en el Nivel de Precios de aquellos bienes y

---

1 El concepto de Sociedad Civil ha sido un elemento muy discutido y analizado. Diversos son los estudiosos que han pretendido dar una aproximación de lo que debemos entender por tal término; así en el iusnaturalismo, particularmente a través de los aportes de Thomas Hobbes, el término sociedad civil es la antítesis del estado de naturaleza, caótico y anárquico por definición. En contraposición, la *societas civilis* surge como producto de un pacto entre hombres que deciden salir de ese estado de naturaleza, de la sociedad natural. El concepto de sociedad civil solía también designar el espacio de competencia del poder civil o del Estado frente a la iglesia o poder religioso; por otro lado, Fernando de Trazegnies Granda (1994) expresa que la sociedad civil, si bien es el campo de acción de la libertad individual, donde se actúa de acuerdo a los intereses privados, no es una libertad salvaje sino una libertad organizada a través de restricciones y mecanismos que facilitan el ejercicio de dicha libertad; No obstante lo anterior, Norberto Bobbio, en su libro “Estado, Gobierno y Sociedad: por una teoría general de la política” entrega diversas acepciones del concepto de Sociedad Civil, así señala que “negativamente” este concepto se refiere a la esfera de las relaciones sociales que no está regulada por el Estado, entendiendo restrictivamente, y casi siempre polémicamente, como el conjunto de los aparatos que en un sistema social organizado ejercen poder coactivo.

servicios que satisfacen directamente las necesidades de los consumidores(as) como alimentación, vestuario, vivienda, etc.; así como también interviene en el cálculo del *Producto Nacional Bruto (PNB)*<sup>2</sup>, donde se tienen en cuenta todo el Consumo Privado (Valor de todas las compras de bienes y servicios realizados por las unidades familiares, las empresas privadas y las instituciones privadas sin ánimo de lucro. Se incluye en su cálculo las remuneraciones en especie recibidas por los asalariados, la producción de bienes para autoconsumo y el valor imputado por las viviendas ocupadas por sus propietarios. Se excluyen las compras de tierra y edificios para viviendas.) y el Consumo Público (Valor de todas las compras y gastos que realizan las administraciones públicas en el desempeño de sus funciones y objetivos) de un país.

Así las cosas, el Consumo es sustento primordial de la existencia humana ya que si la sociedad no “consume” lo que requiere para su sobre vivencia y desarrollo, lisa y llanamente ésta se estanca o deja de existir y frente a la economía, el Consumo determina la oferta – demanda, el IPC, los ciclos económicos, etc.

## 2.- Hacia una visión antropológica del Consumo.

Consumo, Consumir y Consumidor, hoy por hoy, son conceptos o realidades estudiadas y analizadas desde una perspectiva puramente económica, otorgando su estudio a la Economía y su regulación al Derecho Económico.

Debemos señalar que Consumo deriva del latín *consumĕre* que significa gastar o destruir. El Consumo es la acción y efecto de consumir o gastar, ya sean productos alimenticios y otros géneros de vida efímera, sea energía, entendiendo por consumir como el hecho de destruir, utilizar comestibles u otros bienes para satisfacer necesidades o deseos, o gastar energía o un producto energético. La Real Academia de la Lengua Española define Consumo como “acción y efecto de consumir”; y se entiende consumir, por el mismo diccionario, como “destruir, extinguir”.

---

2 **El producto nacional bruto** (abreviado **PNB**), actualmente conocido como **Ingreso Nacional Bruto** (abreviado **INB**) o también como **producto bruto nacional**, es un baremo utilizado en economía para calcular el volumen económico de un territorio. Se define como el valor de todos los bienes y servicios producidos por residentes de un país durante un tiempo determinado, generalmente un año.

Así, cuando hablamos de Consumir, la primera idea que atraviesa nuestra mente es “acto jurídico por el cual se adquiere un bien o contrata un servicio mediante el pago de un precio o tarifa con el objetivo de satisfacer necesidades”. Sin embargo, olvidamos la connotación pura e intrínseca a este acto y su materialidad en la sociedad. Del mismo modo, cuando hablamos de Consumidor lo reconocemos inmediatamente como “agente de mercado que actúa como demandante de los bienes y servicios producidos por otros agentes económicos” y nos olvidamos de su esencia o característica principal dentro de la sociedad. Es así como llegamos a la conclusión que **hoy se analiza y estudia el fenómeno del Consumo como parte integrante de la ciencia económica y no como parte integrante de la ciencia social.**

¿Es posible desprender el acto del Consumo de su esencia social?. Podemos cuestionarnos muchas veces esta interrogante y cada vez serán mayores las respuestas que tendremos al respecto; sin embargo, hay consenso en que el **Consumo no puede ser mirado sólo como un fenómeno económico, sino que debe necesariamente ser analizado y estudiado como un fenómeno social.** Es así como desde los albores de nuestra historia universal el ser humano, en su búsqueda por la sobre vivencia, ha ido adquiriendo y desarrollando diversos métodos de producción de bienes y servicios, todo con el fin de satisfacer sus necesidades para así evolucionar hacia una situación social mejor, buscando su bienestar y contribuyendo al bien común. De esta manera, cuando el ser humano consume no sólo está ejecutando una transacción de índole económica, sino además está poniendo en movimiento toda la estructura social, ya sea desde la invención del bien o servicio que adquiere hasta la comercialización del mismo; y esto ocurre así ya que los factores productivos que intervienen en este proceso son múltiples y constituyen elementos esenciales de toda sociedad, así fácilmente podemos reconocer los recursos naturales que implica este acto, los recursos humanos, los recursos financieros, la regulación jurídica, la distribución, etc..

De tal manera, el Consumo en sí mismo, o los patrones o modalidades que este adquiere, puede determinar y configurar fácilmente toda una estructura social, cultural, económica, política, ya que serán estos factores los que determinarán los intereses de la sociedad toda y el fin o bien común a que ella propende. Así, si una sociedad busca generar tecnologías limpias para su supervivencia, los patrones de consumo que adoptarán serán de acuerdo a esta realidad y todo el aparato social, político y económico que se desarrolle estará encaminado a fortalecer tal fin.



El Consumo determina culturas y civilizaciones. Así se ha demostrado que las antiguas y grandes civilizaciones, según las formas de producción y consumo que poseían, fueron desarrollando diversas formas de organización social, económica, cultural, política, etc. que les otorgaron estabilidad y continuidad en el tiempo, para así llegar a convertirse en los cimientos de nuestras culturas actuales.

Así entonces, desconocer la importancia social del consumo y sólo encasillar este fenómeno en las ciencias económicas es desconocer abiertamente la evolución y desarrollo de nuestra historia.

Consumidor(a) y Ser Humano son la misma persona. No debemos olvidar que toda persona en todo momento consume y así entonces se debe tener presente que todos ejecutamos actos de consumo de diversos bienes y servicios, ya sean bienes libres o bienes materiales o económicos<sup>3</sup> y no se reserva este título o categoría a determinadas personas que poseen poder adquisitivo. La calidad de Consumidor es independiente a la existencia de poder adquisitivo o capital en las personas; de esta manera, cualquier persona es consumidora de aire, o todo infante consume en algún momento leche; o todo ser humano consume la luz solar, etc. Por otro lado hay bienes que son accesibles a toda persona y que por su utilidad se les asigna un *“valor de uso”* (capacidad de un bien para satisfacer una necesidad); en cambio, los bienes a los cuales se puede acceder a cambio de una prestación pecuniaria se les asigna un *“valor de cambio”* (precio por el cual se puede acceder a ciertos bienes para satisfacer una necesidad). En esta circunstancia se forma la llamada **“Paradoja del Valor”**, ya que hay bienes que tienen un gran valor de uso pero un nulo valor de cambio, como lo son el aire o la luz solar; y en cambio hay otros bienes que tienen un escaso valor de uso pero un gran valor de cambio, como lo son todos los bienes suntuarios (aquellos bienes de lujo como joyas, alimentos refinados, etc.).

Se reafirma así, entonces, que toda sociedad se ha dado sus propios patrones de consumo y en consideración a éstos se ha ido desarrollando toda nuestra civilización, ya sea atendiendo la relación entre consumo y sociedad; consumo y cultura; consumo y medio ambiente; consumo y política; etc..

---

3 **1.- Bienes libres:** Se entiende por ellos todos aquellos bienes que existen en suficiente cantidad y de forma gratuita, los cuales podrán ser utilizados en cualquier momento y en la cantidad que ellos estimen convenientes.

**2.- Bienes materiales o económicos:** Por otro lado, se define a estos bienes como los que existen de forma escasa al compararlos con las necesidades que pueda satisfacer, demás de cobrar un precio por su uso o consumo.

### **3.- La Sociedad Civil en relación con el fenómeno del Consumo.**

Como anteriormente se ha señalado, la Sociedad Civil, en las relaciones de mercado, es un actor fundamental, por no decir esencial, para el funcionamiento de nuestra estructura social, en su sentido amplio e íntegro.

Definir el concepto de Sociedad Civil ha sido una cuestión de difícil consenso. A lo largo de la historia son muchos los conceptos que se han pretendido entregar. Desde Locke, Bodín hasta Hegel, Marx y Gramsci, son diversas las acepciones que se han brindado a este concepto.

Así, por ejemplo, desde una perspectiva iusnaturalista, la sociedad civil en el modelo aristotélico (*societas civilis*), siempre es una sociedad natural, en cambio, en el modelo hobbesiano es la antítesis del Estado y se explica básicamente como el acuerdo de los individuos para salir del estado de naturaleza.

Sin querer agotar el tema pero sí dando paso a un análisis del rol que juega la Sociedad Civil en el consumo, Karl Marx ha sido quien más ha interrelacionado a este fenómeno con la economía. Así, este pensador y economista prusiano prescribe que la Sociedad Civil se debe entender como la sede de las relaciones económicas, es decir, aquellas relaciones que constituyen la base real sobre la cual se eleva una superestructura jurídica y política (que comúnmente denominamos “Estado”). Entiende que la Sociedad Civil es un conjunto de las relaciones interindividuales que se encuentran fuera o antes del Estado y expone que siguiendo a Hegel llegó a la convicción de que las instituciones jurídicas y políticas tienen sus raíces en las relaciones materiales que éste llamaba “Sociedad Civil”. Según se desprende de su obra “La sagrada familia” (Marx y Engels 1845) “el Estado moderno tiene como base natural a la Sociedad Civil (infraestructura)”; de ahí podemos desprender que la Sociedad Civil es un actor clave en la configuración de la superestructura “Estado”, ya que para él las relaciones y tensiones económicas, en particular los sistemas de producción, son los que condicionan la cultura, la religión, las costumbres y la moral de una comunidad. De esta manera, surge la denominada corriente del “materialismo dialéctico” que se resume muy generalmente en defender que la historia avanza dialécticamente impulsada por las tensas relaciones de producción. De esta forma, del enfrentamiento entre uno (sistema económico concreto) y otro (su negación) (tesis y antítesis) surge una situación económica y social nueva (síntesis).

Podemos afirmar que la Sociedad Civil, dentro del plano económico, tiene importantes funciones: como regulador, como fiscalizador, como demandante

y como educador. Respecto a esto último es menester mencionar que para un real protagonismo de la Sociedad Civil en la economía se debe fomentar permanentemente un proceso educativo dirigido a la comunidad toda, la cual proporcione herramientas suficientes para poder articularse e incidir en la economía.

Finalmente, tratando de concluir pero no zanjar el tema, nos quedaremos con el planteamiento de que la Sociedad Civil es un agente relevante en la regulación del mercado, es un conjunto interindividualista que influye en la configuración del Estado y que, al fin y al cabo, configura nuestra historia pasada, presente y futura.

#### **4.- La Educación para ejercer un Consumo Responsable, Informado, Inteligente y Sustentable.**

Todo proceso evolutivo, en un ámbito social, debe necesariamente ser acompañado de un proceso educativo que prepare a todos los individuos para asumir los cambios que se presenten y enfrentar los desafíos de una forma preparada. Esta educación puede ser difundida ya sea a través de canales informales (charlas, conversaciones, etc) como canales formales (entendida como todo medio legalmente aceptado), no constituyendo, de ninguna forma, un elemento privativo de un sector en particular.

La Educación para un Consumo consciente, responsable y solidario tiene como propósito principal dotar a las personas de las herramientas necesarias para desempeñarse con eficacia y eficiencia en sus relaciones de mercado. Es esencial que se promueva, a nivel ciudadano, herramientas que permitan a los integrantes de la comunidad nacional desenvolverse “adecuadamente y en condiciones iguales” en el Mercado. Esto hace que las herramientas educativas sean prioridad al momento de hablar de “Protección al Consumidor”.

Así, Nieves Álvarez Marín de la Escuela Europea de Consumidores define la educación al Consumidor como “una actividad permanente por la que se intenta conseguir personas libres, conscientes, críticas, solidarias, responsables, comprometidas con su entorno medioambiental, conocedoras de sus derechos y listas para asumir sus responsabilidades en un mundo globalizado en cambio permanente, generador de desigualdades y desequilibrios”. Es decir, se trata de educar a las personas como ciudadanas-consumidoras capaces de elegir, de detectar problemas y resolverlos aplicando alternativas justas y racionales;

personas que tienen conceptos claros, capaces de aplicar procedimientos eficaces para hacer valer sus derechos y asumir sus responsabilidades; desarrollar actitudes positivas hacia la participación activa, la información permanente, el comercio justo y sostenible, el consumo responsable, ético y racional. En resumen: capaces de conseguir libertad individual y colectiva dentro de la justicia social y el respeto al ser humano.

Desde esta perspectiva, la educación al Consumidor entonces no sólo debe concebirse como educar para saber cómo ejercer una transacción comercial de adquisición de bienes y servicios, sino más bien en cómo estar informado y ser responsable, crítico, etc, en los actos donde comprometo mi consumo.

El Consumo es un acto esencial e inevitable de la vida humana. Para satisfacer sus Necesidades, los seres humanos utilizan bienes y servicios; vale decir, consumen.

Podemos definir el Consumo como **“la actividad que nos permite satisfacer gran parte de nuestras necesidades mediante la utilización de bienes y servicios”**. Debemos convenir en que Consumo ha habido y hay en todas las sociedades y en todas las etapas de sus respectivos desarrollos; así como producción e intercambio<sup>4</sup>.

Cabe señalar que los actos de Consumo no sólo consisten en la adquisición de bienes y servicios para satisfacer una necesidad personal o grupal, sino que además comprometen, al mismo tiempo, todas las esferas de la vida humana: la Material, la Social y la Psicológica.

***Relacionado con lo anterior entonces, podemos señalar que el CONSUMO tiene en sí tres componentes: Utilitario, de Comunicación y Psicológico.***

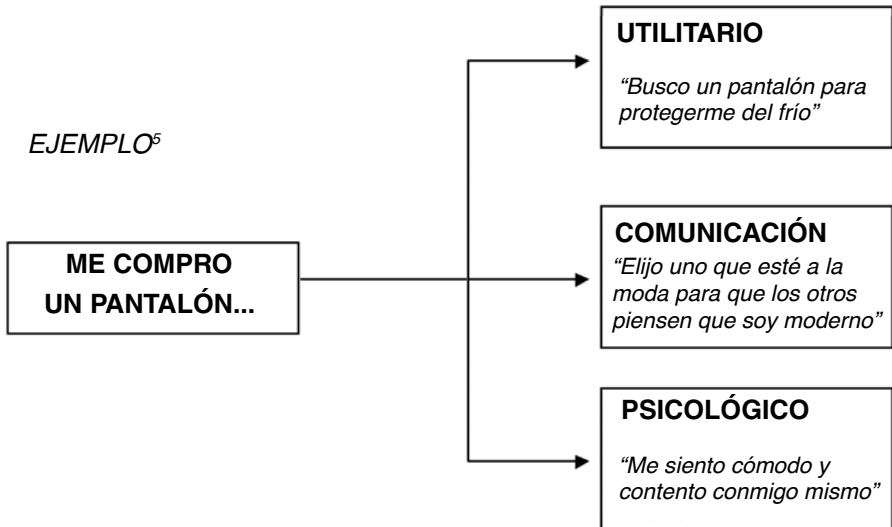
- a) El **COMPONENTE UTILITARIO**, es el valor útil del objeto, es decir, es el valor que le asigna la persona que lo adquiere, disfruta o utiliza para satisfacer la necesidad por la cual lo ha adquirido. Es la “utilidad” que le dará en el hecho que ha convocado su adquisición.
  
- b) El **COMPONENTE DE COMUNICACIÓN** está referido a la imagen que deseo proyectar a mi entorno, directo e indirecto, respecto de mi personalidad y estilo de vida. El acto de consumo, también, está motivado

---

4 Educación, Consumo y Calidad de Vida. Material de Autoaprendizaje. Consumers International – UNESCO. (1998) P.20

por el propósito de comunicarse con los otros, de mostrarles que se respetan las convenciones sociales, que se está a la moda o que se es completamente diferente.

- c) El *COMPONENTE PSICOLÓGICO* es el que impulsa a consumir para probarse algo a sí mismo y para asemejarse a la imagen que uno tiene de sí. Esto se refiere básicamente al confort o satisfacción interna que tendré por el bien o servicio efectivamente adquirido.



5 Educación de Consumidor. Democracia y Ciudadanía. Manual para comprender, compartir y actuar. Consumers International – CEAAAL. (1996) p. 13

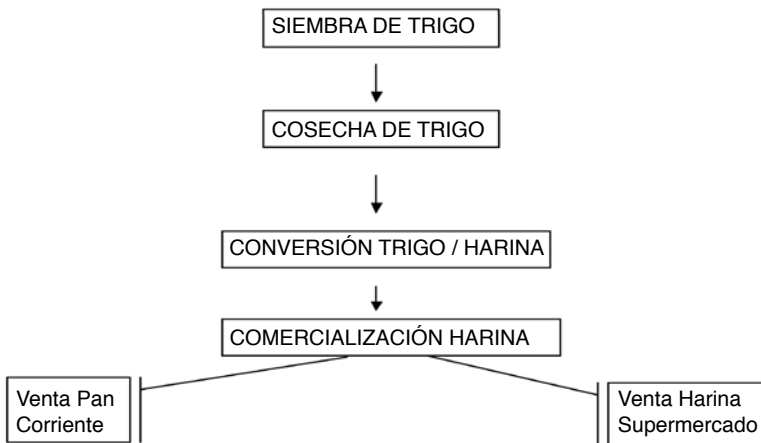


# CONCEPTOS BÁSICOS

Comenzar a entender la protección al consumidor, en un principio, puede ser complejo si no se conocen o dominan los conceptos elementales que rigen esta materia (económicos, sociales, etc). Con el fin de comprender mejor lo que implica la PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, se debe tener presente la “CADENA DEL CONSUMIDOR FINAL<sup>6</sup>” que a continuación explicaremos, fundándonos principalmente en la legislación de protección al consumidor chilena, sin perjuicio de citar autores y textos que tienen un alcance mucho más amplio:

- 1) COMIENZO CADENA:** Se puede entender que comienza esta cadena con todas las etapas previas a las actividades de comercialización, venta u ofrecimientos de bienes o servicio. Cabe señalar que la Ley del Consumidor considera proveedores a quienes participan habitualmente en la fase de producción, fabricación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o prestación servicios, para lo efectos de la responsabilidad frente al consumidor.

Ejemplo de estas etapas previas puede ser, por ejemplo, en la venta de Pan Corriente o Harina cruda para cocinar:



6 La CADENA DEL CONSUMIDOR FINAL se refiere a los procesos o etapas productivas que comprende la elaboración de todo bien o servicio, es decir, desde la etapa inicial hasta la destrucción (civil o material) del bien o servicio. Sin perjuicio de lo anterior, esta “cadena del consumidor final” no es rígida y puede estar sujeta a variaciones, según las etapas productivas que contemple o más aún, puede que no contemple ninguna etapa previa y sea de consumo directo.

**2) PROVEEDOR:** Podemos dar diversos significados. Sin embargo, con el afán de entregar un concepto más técnico y útil, indicaremos el que la Ley de Protección al Consumidor chilena, en su artículo 1 N°2, nos proporciona. Cabe señalar la salvedad que el Profesor Sandoval<sup>7</sup> indica respecto a que proveedor es un concepto más amplio que comerciante, porque puede intermediar sobre bienes inmuebles (raíces) lo que no puede hacer el comerciante. Pero a la vez se trata de un concepto más restringido, porque el proveedor sólo puede actuar en relación a los consumidores; en cambio, el comerciante puede actuar y contratar con consumidores y con otros comerciantes o proveedores. Ahora, podemos definir proveedor como:

Art. 1° n° 2 Ley 19.496.- : “Son Proveedores las personas naturales o jurídicas, de carácter público o privado, que HABITUALMENTE desarrollen actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores, por las que se cobre precio o tarifa.  
No se considerará proveedores a las personas que posean un título profesional y ejerzan su actividad en forma independiente”.

Respecto de esta definición cabe hacer algunos alcances:

- a) Los Proveedores pueden ser tanto personas NATURALES, esto es, personas que tienen una existencia real y legal, que son de “carne y hueso”; que son susceptibles de ser percibidas por los sentidos, como también pueden ser personas JURÍDICAS, esto es, personas ficticias, entes abstractos creados por la Ley los cuales adquieren Derechos y Obligaciones y que en la vida jurídica tienen una existencia legal y son representados, judicial y extrajudicialmente, por sus representantes legales. Ejemplo de estas últimas pueden ser los Centros Deportivos, las Juntas de Vecinos, las Empresas, Las Asociaciones Gremiales, etc. Cabe destacar que sólo para algunos efectos una Persona Natural es considerada Proveedor, no siempre será así (ejemplo de esto son los Profesionales; haremos el alcance más adelante).

---

7 SANDOVAL LÓPEZ, Ricardo. “Manual de Derecho Comercial”. Séptima edición, Santiago de Chile, Tomo I Volumen I. Editorial Jurídica de Chile. 2007



- a) Los Proveedores pueden ser tantos PARTICULARES (empresas del sector privado), como también agentes PÚBLICOS, es decir, empresas de propiedad o bajo la administración o con una participación del Estado. En este sentido, es posible someter a juicio al Estado cuando cometa una infracción a la Ley del Consumidor. En estos casos, el Estado será representado judicialmente a través del Fisco de Chile, que es la “riqueza” de cada país. El Fisco actúa judicialmente representado a través del Consejo de Defensa del Estado (CDE). Sin perjuicio de lo anterior, si las empresas estatales o que tienen participación del Estado están reguladas por estatuto jurídico especial, regirá este último, quedando sin efecto alguno la Ley de Protección al Consumidor.
- b) La Ley sentencia que sólo serán Proveedores aquellas personas naturales o jurídicas que HABITUALMENTE desarrollen las actividades que se describen como requisito esencial. Esta habitualidad la podemos desprender del carácter de mercantil que debe tener el acto de consumo para el proveedor, los cuales están taxativamente enumerados en el artículo 3° del Código de Comercio chileno. De ahí que si la actividad no está comprendida dentro de éste número y no tiene carácter de mercantil para el proveedor, no se considerará “habitual” su actividad y, por lo tanto, no se considerará proveedor para los efectos de la Ley del Consumidor chilena. Ahora, respecto de aquellas personas que “ocasionalmente” desarrollen las actividades que constituyen requisitos para considerarse proveedor, no lo serán para la Ley. En este aspecto la Ley es incompleta porque no señala de forma clara qué se debe considerar como un ejercicio “habitual” de una persona para ser considerado Proveedor, aunque podemos entenderlo como aquellos que lo hacen periódica o constantemente y no de forma aislada. Gran discusión ha causado esta frase, ya que hay proveedores que tiene servicios “complementarios” a sus servicios o funciones principales, como por ejemplo, el típico caso de los estacionamientos. A este respecto se debe señalar que si bien el servicio de estacionamiento es gratuito, por lo cual no entraría dentro de la definición que da la ley (ya que exige el pago de un precio o tarifa) está sujeto al servicio principal el cual otorga la empresa y, más aún, lo ofrece de forma habitual en “sus dependencias”. De esta manera, la empresa se debe hacer responsable por los perjuicios que se puedan ocasionar en estos espacios de su propiedad y administración.

c) Siguiendo con la idea anterior, se prescribe que las personas que posean un título profesional y que ejerzan su actividad de forma independiente **NO SE CONSIDERARÁN PROVEEDORES**. A este respecto, la normativa apuntaría a focalizar las causas de consumo en Proveedores “instalados” con giros comerciales en la forma de sociedades comerciales (Sociedad Anónima, Sociedad de Responsabilidad Limitada, EIRL, etc), empresas, locales o establecimientos de atención, dejando el ejercicio libre de la profesión sujeto a las reglas generales de la legislación común.

Por ejemplo, un médico que ejerza su actividad de forma independiente e incurra en un incumplimiento al servicio que ofrece no podrá ser perseguido por la Legislación de Protección al Consumidor sino por otras normas particulares que se refieran al asunto. Sin embargo, si el médico pertenece a una clínica, centro médico u hospital y que tengan el giro de “prestación de salud”, según se entendería del tenor de la Ley, podría ser perseguido por las infracciones que hubiera incurrido, todo ello sin perjuicio de la responsabilidad civil y penal que puedan configurarse, aunque la ley del consumidor regula de forma “irrisoria” la temática de las prestaciones de salud, restringiéndolas y normándolas como sólo un mero “servicio de hotelería hospitalario”.

Al respecto cabe señalar que nuevamente la Ley es confusa, ya que no explica “qué debemos entender por personas con títulos profesionales”, ¿acaso personas egresadas sólo de universidades o también de institutos profesionales y centro de formación técnica?, se debe recordar que la Ley norma expresamente las carreras que cuentan con Título Profesional.

#### **OTRAS DEFINICIONES DE PROVEEDOR:**

**PROVEEDOR:** Es toda persona que ejerce profesionalmente la función de producir, distribuir o vender bienes (mercancías) o la de prestar servicios (realizar trabajos para otros).

**PROVEEDOR:** Son los que producen y ofrecen bienes y servicios para que los Consumidores los adquieran. La forma de adquirirlos, de traspasar la propiedad del Proveedor al Consumidor, es la compra-venta o compra.

El objetivo de los Proveedores que concurren con sus productos al mercado es la venta, y su motivación es la ganancia.

- 3) CONSUMIDOR(A) FINAL: Si bien existe una definición legal a este respecto, **para los efectos de la ley consumidor chilena**<sup>8</sup>, la definición que se entregará acá es la siguiente, tomando en consideración factores sociales y económicos:

Son Personas Naturales o Jurídicas, que en virtud de su libertad democrática en el ámbito económico, **ADQUIEREN, UTILIZAN o DISFRUTAN**, como destinatarios finales, Bienes y/o Servicios para **SATISFACER SUS NECESIDADES**, por las que pagan un precio o tarifa.

Es más propio hablar de Ciudadanos ejerciendo actos de consumo que “Consumidores”.

**DEBE TENERSE PRESENTE LA DIFERENCIA ENTRE CONSUMIDOR Y CONSUMISTA.**<sup>9</sup>.

Respecto de la antecesora definición, cabe hacer algunos alcances:

- a) Al igual que los Proveedores, los “Consumidores Finales” (aunque ya dijimos que es más propio hablar de “Ciudadanos ejerciendo actos de consumo”, pero, para la presente guía, hablaremos de “Consumidores”) también pueden ser Personas **NATURALES O JURÍDICAS**. No obstante lo anterior, hay algunos Proveedores (personas jurídicas) que no son considerados Consumidores Finales, de acuerdo a la cantidad que compren o a los servicios que contraten y la destinación que les den. Hay ciertos actos de Comercio que no son amparados por la Ley del Consumidor y que, por lo tanto, no los rige ni tampoco los sanciona. Ejemplo es quien compra para revender, donde claramente no hay una intención o ánimo de “consumirlo o destruirlo” para sí.
- b) Cabe hacer mención que las personas, individuos de un país, a raíz del reconocimiento, expreso o tácito, que hace su Carta Fundamental, en nuestro caso, la Constitución Política de la República, de su Libertad Económica (esto es, de adquirir todo tipo de Bienes), posibilita su rol y papel dentro de las relaciones de mercado que se desarrollan en su Economía (macro y micro), ya sea como Agentes activos o pasivos o como

---

8 **Artículo 1° n°1 Ley 19.496:** “Consumidores o Usuarios son las personas naturales o jurídicas que, en virtud de un acto jurídico oneroso, adquieren, disfrutan o utilizan, como destinatarios finales, bienes o servicios”.

9 FOJUC – Chile. Cuaderno de Trabajo “Consumo y Ciudadanía”. 2008 p.2

centro de las relaciones económicas, como ya antes lo mencionamos. Así, la Constitución Política de la República, en su artículo 19° número 23<sup>10</sup> prescribe la referida Libertad Económica, donde se establece que las personas tienen la posibilidad cierta de ADQUIRIR el dominio de toda clase de bienes, EXCEPTO aquellos comunes a todos los hombres o toda la Nación; de esta forma, por ejemplo, no se podría comercializar el aire, ya que la Naturaleza la ha hecho común a todos los hombres, pero respecto de esto, ¿Qué pasa con el Agua, y los mares u otros bienes de esa Naturaleza?. Tampoco se podría comercializar una Plaza Pública, o una calle cualquiera, ya que esos bienes son comunes a toda la Nación, pero ¿Qué pasa con nuestros Recursos Naturales o las Privatizaciones de ciertos estamentos públicos, acaso no se podrían entender también pertenecientes a toda la Nación?. Podríamos decir entonces que nuestra Constitución, indirectamente, reconoce el rol e importancia del “Consumidor” dentro de la Sociedad, pero no logra fortalecer tal disposición, dejando una confusión respecto a la interpretación que se le podría dar. A nuestro parecer, acá se puede apreciar la orientación neoliberal de la Constitución, ya que consagra y protege jurídicamente las libertades económicas de las empresas y sus titulares, pero hace un silencio frente a la protección del agente que tiene directa relación con esta libertad, que es el Consumidor.

- c) La calidad de Consumidor Final siempre estará determinada porque el consumo del bien o servicio del cual goza, será siempre para su propio uso final, extinguiéndose de esta forma en este Consumidor. En otras palabras, el Bien o Servicio llegará a su término (se destruirá civilmente<sup>11</sup>) en este sujeto llamado Consumidor Final, lo cual significa que no pasará a otra etapa de la “Cadena del Consumidor Final”. Así lo prescribe la Ley

---

10 Artículo 19 número 23 Constitución Política de la República: “La Constitución asegura a todas las personas... N° 23: La Libertad para ADQUIRIR el DOMINIO de TODA CLASE DE BIENES, excepto aquellos que la naturaleza ha hecho comunes a todos los hombres o que deban pertenecer a la Nación toda y la ley lo declare así. Lo anterior es sin perjuicio de lo prescrito en otros preceptos de esta Constitución.

Una ley de quórum calificado y cuando así lo exija el interés nacional puede establecer limitaciones o requisitos para la adquisición del dominio de algunos bienes;”

11 Según el profesor Daniel Peñailillo Arévalo (Profesor de Derecho Civil) se debe entender por destrucción material o natural de un bien cuando desaparecen físicamente o sufren una alteración substancial.

del Consumidor cuando expresamente señala que el acto de consumo, para el consumidor final, debe tener el carácter de CIVIL y no mercantil.

- d) Importante es señalar que el objetivo de todo Acto de Consumo y la motivación que debe tener toda persona para la adquisición de un bien o contratación de un servicio debe ser la SATISFACCIÓN DE NECESIDADES, ya sean éstas de primera necesidad, fisiológicas o esenciales o aquellas de jerarquía más baja, según lo planteaba Abraham Maslow en su teoría jerárquica de las necesidades. De esta forma, las personas que ejecuten actos de consumo con el sólo fin de poseer y acumular pertenencias, más que un Consumidor Responsable pasará a ser agente no deseado por la sociedad, pero apetecido por el mercado, denominado CONSUMISTA (lo veremos más adelante).
- e) Un hecho que distingue un Acto de Consumo a un simple trueque o intercambio o, incluso, donación, es que el Consumidor Final paga o desembolsa dinero u otro medio de pago por lo que está adquiriendo, a través del pago de un precio o tarifa, que es fijado por el Proveedor, sin perjuicio de las normas que regulen la fijación de precios o tarifas. A este respecto, cabe señalar que muchas veces los precios y tarifas son fijados unilateralmente por los Proveedores, a su solo arbitrio, creando muchas veces trabas al acceso de estos bienes y servicios, pero también, en otras ocasiones, el Estado o la Ciudadanía interviene en la fijación de estos precios y/o tarifas, a través de las mesas que se forman de carácter intersectorial.
- f) Se menciona que es más propio hablar de “Ciudadanos ejerciendo actos de Consumo”<sup>12</sup> en vez de “Consumidores”, ya que desde una perspectiva más global y menos económica, el Consumidor no sólo debe o puede ser considerado como Agente Económico, sino además puede ser factor

---

12 Se debe aclarar que cuando hablamos de “Ciudadanos” no estamos aludiendo a los descritos en el artículo 13° de la Constitución Política de la República, sino más bien lo extendemos a todo sujeto perteneciente a la Sociedad Civil o Humana, tenga o no el reconocimiento constitucional de ciudadano. Hablamos de una ciudadanía extensiva y no restrictiva a ciertos individuos que reúnen requisitos para tener la calidad de tal, entendiendo por tal ciudadanía el libre y legítimo derecho de participar en la construcción democrática de su sociedad, en las condiciones que le sea posible, siempre respetando el legítimo ejercicio democrático.

determinante de muchos fenómenos económicos, o actor dentro de procesos sociales, culturales, políticos, etc.. En este sentido, Consumidor es un término demasiado restrictivo, rígido y que muchas veces no corresponde a la realidad de las personas, naturales o jurídicas, que ejecutan actos de consumo; ¿qué pasa con el Consumo de Drogas?; ¿Qué sucede con la venta de armas?, ¿Podemos llamar Consumidores a aquellas personas que ejecutan este tipo de Transacciones Económicas, muchas veces amparadas por normas nacionales o supranacionales?.

- g) Por último, debemos señalar, como anteriormente lo expresamos, que el Consumidor siempre, en todo acto de consumo, debe buscar la **SATISFACCIÓN DE SUS NECESIDADES**. De este modo, si consumimos sin tener en claro o en cuenta nuestra necesidad y muchas veces contribuimos a la destrucción innecesaria de nuestros ecosistemas, así como también a los abusos laborales u otras prácticas empresariales repudiadas globalmente, nos transformamos en el mal de nuestra sociedad que es el denominado **CONSUMISTA**. En simple palabras, podemos definir **CONSUMISTA** como “La persona, natural o jurídica, que a través de transacciones comerciales, adquiere, utiliza o disfruta bienes y/o servicios los cuales no están dentro de sus prioridades a satisfacer, creando muchas veces una demanda ficticia en el mercado, fomentando el crecimiento y generación de empresas para que comiencen a producir estos bienes y/o servicios, implementando para ello técnicas y prácticas poco éticas, todo con el fin de obtener utilidades. Es el que Consume sin tener la Necesidad de Consumir”. Así, por ejemplo, una persona que compra 20 zapatos y sólo utiliza uno; o aquellos que gustan de comer carnes de animales en peligro de extinción. No obstante lo anterior, no podemos criticar a aquellos que disponen de los medios económicos u otros medios para el disfrute de estos lujos consumistas. Lo que acá se podría criticar, es cuando las personas, a través de créditos desmesurados y sobre-endeudándose<sup>13</sup> para ello, adquieren estos bienes y servicios consumistas.

---

13 Se debe tener presente que Sobre-endeudamiento no es lo mismo que Endeudamiento. Por este último debemos entender “un tipo de comportamiento económico en el cual, una persona adquiere de un proveedor de bienes y servicios, determinados productos bajo la modalidad de un crédito, que se obliga a pagar en cuotas sucesivas hasta cubrir el valor del producto o servicio adquirido, más los intereses asociados al crédito”. En cambio, el sobre-endeudamiento existe cuando “el saldo disponible del ingreso, restando las necesidades básicas de la existencia, no alcanza para el cumplimiento oportuno con las obligaciones derivados de créditos o cuentas contratadas”. (Manual de la Ley n° 19.496- ODECU – 2005 – pp. 67,68)

- **CONSUMIDOR “EVENTUAL”:**

Merece una especial mención el concepto creado por la jurisprudencia de “Consumidor eventual”. La interrogante sobre la cual surge este concepto es: ¿la persona que se encuentra en calidad de “cliente” dentro de una tienda comercial, pero sin ejecutar ningún acto de consumo, se puede considerar consumidor para los efectos de la ley?<sup>14</sup>”. Al respecto y antes de exponer los fundamentos jurisprudenciales, el profesor Sandoval<sup>15</sup> distingue entre consumidor y clientela. Al efecto señala que cliente es en general el adherente a los contratos con cláusulas preestablecidas, además de constituir, en su conjunto, un elemento del establecimiento de comercio llamado “clientela”. Pero al mismo tiempo plantea que cuando los contratos de adhesión se convirtieron en los únicos instrumentos idóneos para la contratación masiva, fue preciso convertir al cliente en consumidor. Sin embargo, señala que hay diferencias entre ambos conceptos: a) la clientela es un concepto abstracto, que no puede ser ni sujeto ni objeto de derechos y; b) el consumidor es una persona natural o jurídica, en consecuencia, sujeto de derecho y obligaciones.

Sin perjuicio de todo lo anteriormente expuesto, la Corte de Apelaciones de La Serena, en un fallo revocatorio del año 2008<sup>16</sup> referente a una revisión arbitraria e ilegal de un guardia de seguridad de una tienda comercial a una mujer que se encontraba al interior de la tienda, no efectuando ningún acto de consumo concreto, dijo: “que la alegación formulada por la defensa de la denunciada (tienda comercial) en orden a que la querellante NO tiene la calidad de consumidora, puesto que el legislador ha establecido en el artículo 1° N°1 de la ley 19.496 un concepto de consumidor, en primer lugar para diferenciarlo con el de proveedor; enseguida, para señalar una diferencia de lo que la doctrina denomina consumidor material por oposición al consumidor jurídico, de lo cual se desprende que para tener la calidad de consumidor, no se requiere que se concrete una compraventa, sino que tal calidad la ostenta todo aquel que tiene la capacidad de adquirir, utilizar o disfrutar como destinatario final bienes o servicios, en virtud de cualquier acto oneroso.

---

14 Hacemos la salvedad de “para los efectos de la ley”, ya que claramente toda persona, en cualquier momento de sus vidas, se le considera consumidor, sea que ejecute o no un acto de consumo.

15 SANDOVAL LÓPEZ, Ricardo. “Manual de Derecho Comercial”. Séptima edición, Santiago de Chile, Tomo I Volumen I. Editorial Jurídica de Chile. 2007.

16 Causa rol n° 176-2008. Corte de Apelaciones de La Serena.

De este modo, la misma ley utiliza el vocablo consumidor, sin la exigencia de la celebración de la relación contractual alguna, como en el caso del artículo 30° inciso 2° del citado cuerpo legal, que dispone que el precio deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al consumidor, de manera efectiva, el ejercicio del derecho de elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo.

Por tanto, la calidad de consumidor para los efectos de la Ley aludida no sólo la ostenta quien ha comprado un bien, sino también la persona que se encuentre al interior de la tienda en calidad de cliente, no obstante no haber adquirido aun especie alguna, única interpretación que permite entender la utilización del término consumidor que emplea el artículo 15 en su inciso 2° y la inclusión de la falta del inciso 1° de la misma disposición, dentro de las normas de dicha ley, la que, entonces, no se limita a las personas que hayan efectivamente adquirido bienes o servicios”.

De esta manera se abre una gran oportunidad para la aplicación de la legislación de protección al consumidor chilena, ya que el fallo de la Corte de Apelaciones de La Serena amplía el concepto, **integrando no sólo al que concreta un acto de consumo, sino además al que “potencial” o “eventualmente” lo realizará.**



# DERECHOS DEL CONSUMIDOR

La existencia humana implica, inherentemente a su esencia, la existencia de DERECHOS que les corresponde por el solo hecho de existir. Así, el Derecho a la Vida o a la Educación son fundamentales para el desarrollo humano.

La búsqueda de la equidad, la justicia y otros valores supra individuales, en las relaciones que se desarrollan en nuestro entorno, siempre estará garantizada por la existencia de Derechos, Libertades e Igualdades.

“Desde los orígenes de nuestra historia, la satisfacción de las múltiples necesidades ha sido el pilar fundamental del desarrollo humano. Es así como la Revolución Neolítica marcó el inicio de la historia de las civilizaciones por cuanto se instauró, por primera vez, un sistema de satisfacción de necesidades de forma sistemática, pasando del Nomadismo al Sedentarismo. Posteriormente, y con la llamada “Revolución Industrial”, los patrones de consumo y el concepto de consumidor en sí cambian drásticamente. Se avanza hacia la “mecanización” de la satisfacción de necesidades, desplazando el trabajo humano por el de las máquinas y utilizando formas de producción masiva que muchas veces se acompañaban de procesos productivos que no eran sostenibles.

“La protección gubernamental hacia los consumidores no es un fenómeno reciente. Por ejemplo, han existido durante siglos las leyes concernientes al uso de los implementos de medición y peso. Aproximadamente, en el año 1800 A.C, el Rey de Babilonia promulgó leyes contra los precios excesivos, la mala calidad y la adulteración de los productos. El Código de Justiniano en el año 529 introdujo conceptos que son extraordinariamente parecidos al moderno enfoque que los códigos de ética de la industria y las leyes de responsabilidad industrial. El Código exigía igualmente marcas de fabricante en los productos para de esa forma identificar a los productores de mercadería de imitación o falsificada”<sup>17</sup>.

En este sentido, el profesor Ricardo Sandoval expresa que “el nacimiento verdadero de las reglas de protección del consumidor se produce como consecuencia del paso de una economía agraria a una economía industrial, porque esta última se caracteriza por la producción y oferta masiva de bienes y servicios”<sup>18</sup>.

---

17 INTERNATIONAL ORGANIZATION OF CONSUMERS UNION. Seminario 3, El poder de los consumidores en la economía de libre mercado. En su: “*El Poder de los Consumidores en la década de los noventa. Actas del XIII Congreso Mundial IOCU*”. Hong Kong. 1991. p.61

“ La transformación del funcionamiento de las economías modernas y la aparición de complejos procesos de extracción de materias primas, diseño, aprovisionamiento, elaboración, confección y producción en cadena, han hecho surgir la necesidad de adaptar el Derecho a esta nueva realidad social, con el objeto de asegurar una adecuada protección de los derechos de los consumidores”<sup>19</sup>.

Todo ello desembocó en que en nuestra época, donde existe la producción en serie, las agroindustrias, las grandes fábricas manufactureras y, aún más, las llamadas empresas “transnacionales” o “multinacionales”, se avance hacia un sistema globalizado de atención directa al ciudadano consumidor.

Pero, ¿cómo se regula o protege a este ciudadano consumidor en esta nueva relación empresa – consumidor?. Al existir un mercado tan poco regulado y altamente libre, se discute la inminente necesidad de que nazca una protección al consumidor.

“El primer problema que buscó solucionar el derecho del consumidor y que de alguna forma fomentó su aparición, fue el de las dificultades provocadas a la salud por la adquisición de determinados productos, perjuicios que quedaban sin una compensación adecuada, ya que no existía una reglamentación apropiada para conseguir la eficaz protección, así comienzan a dictarse leyes y reglamentos que determinan ciertas exigencias de calidad a productos básicos”<sup>20</sup>.

Una de las primeras manifestaciones de esta protección al consumidor la encontramos contenida en la Sherman Antitrust Act del año 1890, de Estados Unidos de Norteamérica, donde uno de sus fundamentos principales era sancionar las prácticas contrarias a la libre competencia.

Luego de este paso inicial, la comunidad internacional se comenzó a preocupar por este vacío en normas de cada Estado en materias de Consumo, por lo cual, paulatinamente, se generó un movimiento que recorrió varios países, estableciendo normas de protección al consumidor y de regulación del mercado, teniendo en consideración el rol que cumple este sujeto dentro de éste.

---

18 SANDOVAL LÓPEZ, Ricardo. Capítulo I, Sección I, Evolución del Derecho del Consumidor. En su: “Manual de Derecho Comercial”. Séptima edición, Santiago de Chile, Tomo I Volumen I. Editorial Jurídica de Chile. 2007,. P.128

19 MANQUE TAPIA, Carlos. Introducción. En su: “Derecho del Consumidor. Responsabilidad Civil por productos defectuosos en la ley 19.496 (modificada por la ley 19.955) frente a una adecuada protección de los consumidores”. Librollex ediciones. 2006. p.7

20 FUENTEALBA SANTUBER, Andrea. “*Los Derechos del Consumidor en la Doctrina y Legislación Comparada*”. Memoria de Prueba (Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales) Concepción, Chile, Universidad de Concepción 2002. p.6

Uno de los más importantes hitos que marcó el inicio de este movimiento a nivel Internacional, fue el mensaje que el Presidente John F. Kennedy, un día 15 de marzo de 1962<sup>21</sup>, entregó al Congreso del Estados Unidos de Norteamérica, cuando señala que el problema del consumidor es de carácter universal y que, “el Consumidor, por definición, nos incluye a todos”.

“De esta forma, a partir de los años sesenta son numerosos los países que buscan, mediante normas diversas el amparo del usuario, entre ellos podemos destacar a Inglaterra con la “Consumer Protection Act” del 1961; la “Trade Descriptions Act” de 1968; o en un plano más local, La Ley de Defensa del Consumidor de México del año 1975”<sup>22</sup>.

En nuestro país, desde comienzos del siglo XX, se dictaron normas que tenían como contenido materias propias de consumo. No es sino hasta en la década de los noventa cuando recién se dicta un cuerpo normativo que regula de forma expresa la protección al consumidor, que por lo demás costó alrededor de seis años para que naciera y se materializara.

En efecto, según lo señala el profesor Sandoval<sup>23</sup>, los siguientes son los textos en los cuales se contiene, a través del tiempo, el Derecho nacional de tutela del consumidor o usuario:

- a) Decreto Ley (DL) N° 520 de agosto de 1932, que dio origen al Comisariato de Subsistencias y Precios;
  - b) Decreto Supremo (DS) N° 1262 de diciembre de 1953, que le cambió nombre al organismo y le llamó Superintendencia de Abastecimientos y Precios;
  - c) Decreto con Fuerza de Ley (DFL) N° 242 de marzo de 1960, que es la Ley Orgánica de la Dirección de Industria y Comercio (DIRINCO);
  - d) Decreto Ley N° 280 de 1974, destinado a reprimir delitos económicos, que eran una serie de conductas contrarias al consumidor;
  - e) Ley 18.223 que declaró contrarias a los derechos de los consumidores las mismas prácticas sancionadas por el DL N° 280 del año 1974, pero no llegaba a ser un texto que estableciera y protegiera los derechos de los consumidores;
- y

---

21 Es anecdótico señalar que, en la actualidad, internacionalmente se celebra este día como el “Día Mundial del Consumidor”, en conmemoración a tal situación.

22 FUENTEALBA SANTUBER, Andrea. “*Los Derechos del Consumidor en la Doctrina y Legislación Comparada*”. Memoria de Prueba (Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales) Concepción, Chile, Universidad de Concepción 2002. p.7

23 SANDOVAL LÓPEZ, Ricardo. “*Derecho del Consumidor*”, *Protección del Consumidor en la Ley N° 19.496 de 1997, modificada por la Ley N° 19.955 de 14 de julio de 2004 y en la legislación comparada*. Editorial Jurídica de Chile. Primera Edición, 2004

- f) Finalmente, la Ley 19.496 que establece por primera vez, en forma sistemática, los derechos de los consumidores y otras materias relevantes en temas de consumo.

Se observa que durante la historia legislativa de nuestro país, las normas que se dictaron no apuntaron directamente a la protección al consumidor, sino más bien a la regulación del mercado en general, repercutiendo de forma secundaria en el consumidor, siendo sólo la última de las normas dictadas la que contiene en su cuerpo una reglamentación especial en materias de consumo, estableciendo ámbito de aplicación de la ley, conceptos básicos, derechos y otras materias de relevancia en actos de consumo.

Sin querer agotar el tema, pero tratando de dar una visión panorámica de lo que es nuestra legislación sobre protección de los Derechos del Consumidor, diremos que esta ley, cuando se publicó, el 07 de marzo de 1997, “tuvo por objeto normar las relaciones entre proveedores y consumidores, establecer las infracciones en perjuicio del consumidor y señalar el procedimiento aplicable en dichas materias. Estableció derechos y deberes básicos de los consumidores; obligaciones de los proveedores en materia de información, de publicidad veraz y leal, de cumplimiento y equidad contractual, de calidad y de seguridad de los bienes y servicios; un procedimiento individual especial; y el rol del Estado determinando las facultades al Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), todo esto buscando equilibrar las asimetrías de información existentes, y bajar los costos de transacción en la negociación, cumplimiento y sanción frente al incumplimiento de los contratos”<sup>24</sup>. Esta Ley, en su fase inicial, era una ley muy débil, además de ser muy desfasada, ya que la realidad que la gestó no se condecía con la realidad en la cual fue promulgada y publicada, fecha en que se inicia la denominada “crisis asiática”.

La Ley del Consumidor, en la actualidad, ha sido objeto de tres modificaciones: la primera, a través de la Ley 19.659 de 1999, originada por moción parlamentaria, estableciendo sanciones a procedimientos de cobranzas ilegales; la segunda, por la Ley 19.761 de 2001, también originada por moción parlamentaria, extendiendo al ámbito de aplicación de sanciones a procedimientos de cobranzas ilegales del crédito a las operaciones de consumo, aun cuando no importaren otorgamiento de crédito y, la tercera y última (y la más importante

---

24 Mensaje N° 246-357. Santiago 27 de abril de 2009. Disponible en:  
< [http://www.camaradediputados.cl/pley/pley\\_detalle.aspx?prmID=6936&prmBL=6543-03](http://www.camaradediputados.cl/pley/pley_detalle.aspx?prmID=6936&prmBL=6543-03) >

que se ha hecho), consignada en la Ley 19.955 de 2004, originada por Mensaje Presidencial, la cual amplió la protección de los consumidores al convertirla en norma general para todas las relaciones de consumo, supliendo los vacíos de las normas especiales que dicen relación con el consumidor. Se estableció, además, un procedimiento judicial para las defensas de los derechos colectivos y difusos y un procedimiento de única instancia para los casos de menor cuantía.

No obstante ser tres las modificaciones concretas que se han hecho a la Ley del Consumidor, son más de veinte los proyectos de ley ingresados a la Honorable Cámara de Diputados, los cuales “duermen” en aquellas murallas de mármol y siguen en “tramitación”, esperando nacer en algún momento para fortalecer nuestra Ley.”<sup>25</sup>

Ahora, a modo de introducir al tema en específico de los Derechos que tiene cada persona por el hecho de ser consumidor (desde un punto de vista legal), La Ley del Consumidor, en su artículo 3°, señala expresamente Derechos y algunos Deberes para los consumidores y Consumidoras, los cuales, trataremos de analizarlos para la mejor comprensión:

### **I) DERECHO A LA LIBRE ELECCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS:**

*“Consiste en la Posibilidad que tiene el Consumidor de elegir entre varios productos o servicios aquel que más satisfaga su necesidad, sin estar en la obligación de comprar cuando no lo quiere así. Todo esto no se ejerce si existe un Monopolio. Debe tenerse presente que el silencio no constituye aceptación por parte del Consumidor”.*

Este Derecho garantiza que toda persona, en su rol como Consumidor o Consumidora, tiene la Libertad de elegir entre varios productos o servicios aquel que más satisfaga su necesidad, requiriéndose para ello que se encuentre a su alcance y que esté dentro del comercio humano. Que se encuentre a su alcance quiere decir que le sea posible apropiarse de la cosa que es objeto del acto de consumo y que esté dentro del comercio humana nos quiere decir que no esté prohibida su enajenación (venta) por ley o, más aún, por la naturaleza.

En este sentido, el Consumidor puede elegir de acuerdo a la Calidad, Textura, Diseño, Color, Formas de Pago u otros factores que determinen las

---

25 RODRÍGUEZ ARIAS, PABLO. Ponencia “El Consumidor a la Constitución: ¿reconocimiento necesario para su efectiva protección?”. IV Congreso Estudiantil de Derecho y Teoría Constitucional. Universidad de Chile. 18, 19 y 20 de agosto de 2009. Santiago de Chile.

características propias del bien o servicio. Por ejemplo, si voy a una tienda comercial a comprar unos jeans, puedo buscar y probarme todos los jeans que estime necesarios y si no me gusta ninguno de ellos, ya sea por su calidad u otros aspectos, tengo el pleno Derecho de retirarme de la tienda, sin comprar nada. De acuerdo a lo anterior, el Consumidor NO PUEDE SER OBLIGADO a comprar aquello que no necesita, que no esté a su alcance o que no cumple con lo que él quiere. La elección de los bienes que quiero consumir, de esta forma, constituye un elemento fundamental a la hora de regular el mercado, ya que con mi “poder de compra” puedo causar diversos movimientos en el mercado, dándole mayor o menor dinamismo.

Para que todo lo anterior pueda ser exigido y ejercido, es imperativo que exista una Libre y Leal Competencia que permita la oferta variada, oponiéndose así al denominado MONOPOLIO, que se entiende como la concentración de la producción y/o comercialización de bienes y/o servicios en una sola empresa o grupo económico<sup>26</sup> impidiendo así que el Consumidor tenga posibilidades de acceder a más opciones donde pueda ejercer este Derecho. En tal sentido, se debe rechazar toda actuación empresarial que signifique un atentado al ejercicio del derecho de la libre elección, como por ejemplo, lo son la “colusión” (que supone la concertación o pacto entre dos o más empresas en perjuicio de otra) o las “prácticas abusivas” (que suponen abuso de la posición dominante, normalmente de carácter unilateral), prácticas que, de todas maneras, están reguladas y sancionadas en el D.L 211 de 1973<sup>27</sup> y en la Ley 20.169<sup>28</sup>.

Sin embargo, se podría señalar acá que los actos que atenten contra la Libre Competencia o que constituyan una Competencia Desleal entre empresas (sin incluir al consumidor en este pleito) igual puede atentar contra el Derecho del Consumidor a la Libre Elección, muchas veces de una forma

---

26 No obstante las implicancias que pueda tener un Monopolio dentro del mercado, éste se puede dar en distintas modalidades e incluso, puede revestir, en ciertas situaciones, un respaldo legal e institucional; es lo que sucede con los monopolios naturales fundamentalmente, que se producen como consecuencia del precario nivel de desarrollo o de exigencias técnicas en un momento determinado; en este caso, no hay intención de monopolizar la producción, sino que esta circunstancia se configura naturalmente. La Comisión Resolutiva (hoy TDLC) señaló en su resolución 537 de 1999 que “existe monopolio natural cuando las condiciones de mercado son tales que una empresa puede explotar mejor ese mercado de lo que lo harían dos o más”.

27 Decreto ley que “Fija normas para la defensa de la libre competencia”. Publicada en el Diario Oficial el 22 de diciembre de 1973.

28 Ley 20.169 “Regula la Competencia desleal”. Publicada en el Diario Oficial el 16 de febrero de 2007.

directa, ya que finalmente todos estas prácticas monopólicas o desleales tienen una incidencia e impacto real en el Consumidor.

Por otro lado, como bien se desprende de la definición del Derecho en comento, “El Silencio no constituye aceptación por parte del Consumidor”: de acuerdo a lo anterior, si un Consumidor nada dice respecto del ofrecimiento de un determinado bien o servicio, no se debe entender que lo ha aceptado, ya que no ha concurrido su voluntad (aceptación) a la celebración del acto y por lo tanto se entiende que no se ha formado el consentimiento, condición sine qua non del acto de consumo. Que el silencio no constituya manifestación de voluntad” es una máxima más que aceptada en nuestro Derecho común.

*“Por tanto, ningún Proveedor podrá asumir que un Consumidor acepta un determinado bien o servicio por el sólo acto de no rechazarlo explícitamente, como ha ocurrido con una serie de contratos, principalmente a través de medios de comunicación a distancia, telefonía e internet, principalmente.*

*En definitiva, quedó a firme el criterio ya delineado por la ley, en el sentido que será imprescindible e insoslayable (ineludible) la necesidad del consentimiento indubitable por parte de los Consumidores respecto de la aceptación o adquisición de bienes o servicios”<sup>29</sup>.*

Acá, cabe señalar el conocido caso de los “seguros anexos a los servicios de las tarjetas de crédito” que finalmente gran parte de ellos los incorporan a las cuentas sin consultar al consumidor su aceptación y sólo aludiendo que “como no ha renunciando expresamente a tal servicio, se entiende que lo ha aceptado”, cuestión que por lo demás constituye un grave abuso al Derecho de toda persona como consumidor.

## **II) DERECHO A RECIBIR UNA INFORMACIÓN VERAZ Y OPORTUNA:**

*“El Consumidor tiene el Derecho a recibir, ya sea solicitando o por iniciativa del proveedor, toda la INFORMACIÓN NECESARIA respecto de lo que quiere Comprar o Contratar, para así adoptar una decisión adecuada que le permita ejercer un Consumo Responsable, Saludable, Inteligente y Sustentable. La información debe ser en el idioma oficial (castellano)”.*

El Consumidor siempre tendrá el Derecho de recibir información acerca de los bienes y servicios que comprará o contratará, todo ello con el fin de

---

29 ODECU – Chile, Manual de la Ley n° 19-496.-

adoptar mejores decisiones al momento de ejecutar el acto de consumo. Esta información puede traducirse en diversas expresiones como, por ejemplo, la información directa que otorga el vendedor o dueño del bien o servicio, los rotulados, las etiquetas, los catálogos, los manuales, la información nutricional, los ingredientes, las condiciones del contratos, las cláusulas de los contratos de adhesión, etc.

*“La disposición de la información es la base de la transparencia en las relaciones de mercado. Gracias a la información, los Consumidores pueden saber qué es lo que están comprando o contratando. Pueden conocer sus componentes, la forma de usarlo y de cuidarlo”<sup>30</sup>.*

Por ejemplo, tenemos el caso de la Consignación de Bienes, que fue introducida por la reforma a la Ley del Consumidor el año 2004, que obliga a incluir, como parte de la información básica comercial, los antecedentes relativos a la situación económica-financiera del proveedor que ofrece un bien o servicio, donde se deben incluir los estados financieros. En este sentido, el Consumidor contará con la información necesaria para obligarse con cualquier proveedor, para así saber si éste tendrá la liquidez necesaria para responder en caso de incumplimiento de las condiciones ofrecidas por el bien o servicio.

Sin perjuicio de que no constituye una causal de nulidad del contrato o acto de consumo la ausencia o manipulación de información, se podría llegar a pensar que sí podría generar la nulidad del acto, ya que no concurriría un requisito esencial del acto de consumo que sería la Información, viciando la validez del acto desde su inicio. No obstante de lo anterior, se está conteste que sería muy difícil probar tales circunstancias, por lo cual, la ausencia de este requisito no constituye mayor impedimento para la validez del acto. Es por esto, que el Proveedor se encuentra OBLIGADO a proporcionar todo tipo de información, la cual no debe causar confusión ni engaño y debe ser entregada oportunamente, es decir, antes del eventual fallo o incumplimiento. De todas maneras, la falta de información o la fraudulenta información está referida y sancionada expresamente en la Ley del Consumidor, como por ejemplo en su Título III Párrafo 1°, referido a “Información y Publicidad”. *“No siempre la información es bien*

---

30 Educación de Consumidor. Democracia y Ciudadanía. Manual para comprender, compartir y actuar. Consumers International – CEAAL. p.37.

31 Ídem.



*comprendida por los consumidores. En algunos casos, éstos no tienen la formación necesaria para saber interpretar ciertos datos o términos. En otros, son los propios proveedores y sus publicistas quienes la hacen ininteligible*<sup>31</sup>. Por ello, el Proveedor debe asumir la Responsabilidad Social que le corresponde, generando, produciendo y comercializando bienes y servicios aptos, exentos de todo riesgo y que correspondan a lo que ellos ofrecen a través de distintos canales de información.

Es menester, además, mencionar que la información SIEMPRE debe ir señalada en el idioma oficial, en nuestro caso en el idioma castellano, para una mejor identificación y utilización del bien o servicio; así lo prescribe la Ley del Consumidor, por ejemplo, en su **artículo 17°**, cuando señala **“Los contratos de adhesión relativos a las actividades regidas por la presente ley deberán estar escritos... en IDIOMA CASTELLANO, salvo aquellas palabras de otro idioma que el uso haya incorporado al léxico...”**; o el artículo 32° que dice **“La Información Básica Comercial (definida en el artículo 1° de la Ley 19.496) de los servicios y de los productos de fabricación nacional o de procedencia extranjera, así como su identificación, instructivos de uso y garantías, y la difusión que de ellos se haga, deberán efectuarse en IDIOMA CASTELLANO, en términos comprensibles y legibles...”**.

Concluyendo, podemos afirmar que la concurrencia de la información en el acto de consumo es “básico para asegurar una igualdad en el mercado”.

### **III) DERECHO A NO SER DISCRIMINADO ARBITRARIAMENTE:**

*“Asegura a los Consumidores, que en un acto de consumo (cuando compren o contraten algo) reciban un trato igualitario, sin ser excluidos o rechazados por su condición racial, sexual, religiosa, étnica, social, etc. Pero, de acuerdo con ciertas leyes, se pueden establecer “discriminaciones” que no sean arbitrarias, que tengan como fundamento el “Bien Común, Orden Público o Seguridad Nacional”.*

En todo Acto de Consumo, las personas deben exigir la igualdad de condiciones frente al Proveedor. De esta manera, el Proveedor no puede ni debe establecer diferencias “Arbitrarias” que impidan el acceso del Consumidor a la Adquisición, Disfrute, y Utilización de los bienes y servicios ofrecidos; esto es, tarifas excesivas para un sector y con descuentos para

otro, requisitos “físicos” para el ingreso a un determinado local comercial, prohibiciones “injustificadas” de acceso a ciertos lugares, etc. La igualdad y la no discriminación, no es una idea que sólo esté amparada por la Ley del Consumidor, sino que está reconocida, expresamente, en nuestra Carta Fundamental, en su artículo 19° número 2<sup>32</sup>. No sólo podemos hablar, entonces, de un Derecho de las personas en el ámbito económico, sino de un DERECHO UNIVERSAL, reconocido por Tratados Internacionales y constituyendo, incluso, una Norma Internacional IMPERATIVA (IUS COGENS<sup>33</sup>).

Debe existir, entonces, una igualdad de condiciones en el Mercado para que así, el ciudadano en su rol de consumidor, pueda mantener un equilibrio, quedando en una posición adecuada y no desventajosa frente al proveedor.

Sin perjuicio de lo anterior, algunas leyes o normas podrán establecer diferencias o “discriminaciones”, siempre que tengan un fundamento plausible y no atenten contra la dignidad de las personas; así, por ejemplo, se pueden establecer prohibiciones de ingresar a menores de edad a ciertos recintos comerciales, el ingreso de personas ebrias a ciertos lugares donde concurra gran cantidad de gente, o no atender a personas fuera del horario señalado como “de trabajo”, etc. No obstante lo anterior, es interesante, para el desarrollo de otro tema, analizar lo que implica el denominado, y cada vez más presente, DERECHO DE ADMISIÓN.

Si bien no corresponde en este momento señalarlo, igual importancia tiene mencionar la “competencia” que poseen los guardias de seguridad de los locales por los cuales son contratados. Se debe tener presente que un guardia de seguridad SÓLO debe actuar con fuerza física cuando se vea en peligro o las circunstancias así lo requieran (legítima defensa). Por ningún motivo el guardia puede emplear fuerza o requisar las pertenencias de uno “cuando exista sospecha”, ya que constituye un grave atentado a la seguridad individual; y bajo ningún respecto le pueden privar de su libertad

---

32 Artículo 19° número 2 Constitución Política de la República: “La Constitución asegura a todas las personas... n°2: La Igualdad ante la Ley. En Chile no hay personas ni grupos privilegiados. En Chile no hay esclavos y el que pise su territorio queda libre. Hombre y Mujeres son iguales ante la Ley. Ni la Ley ni la Autoridad podrán establecer diferencias arbitrarias”.

33 Normas aceptadas y reconocidas por la comunidad internacional de Estados en su conjunto como norma que no admite acuerdo en contrario y que son de carácter obligatorio para los Estados.

“encerrándole” en una pieza mientras “piensan” que hacen con él, ya que constituye una grave violación al derecho de libertad personal, pudiendo constituirse incluso una especie de secuestro. Por eso, siempre que un guardia de seguridad quiera ejercer fuerza física o adoptar atribuciones que no le correspondan (como por ejemplo retener cédulas de identidad), se debe pedir la presencia de un funcionario de Carabineros, quien dará fe pública de los hechos que acontezcan.

#### **IV) DERECHO A LA SEGURIDAD EN EL CONSUMO, PROTECCIÓN DE LA SALUD Y MEDIO AMBIENTE:**

*“Se garantiza al Consumidor o Usuario que su producto o servicio esté exento de riesgos para su salud y que además, no signifique un daño para el medio ambiente. Los proveedores deben indicar los peligros que el producto trae consigo y la forma de manipularlo y utilizarlo sin riesgos”.*

El Derecho en comento tiene una interpretación tan amplia, que trataremos de señalar sus aspectos principales:

Primero, se debe señalar que cuando se alude a la Seguridad en el Consumo, se alude básicamente a los riesgos que este acto pueda ocasionar a la vida de la o las personas que están ejecutando el acto, entendiéndose, por ejemplo, la comercialización de productos que contengan sustancias tóxicas o productos que no cuenten con las medidas de seguridad necesarias para eximir de riesgos a la persona que adquiere, disfruta o utiliza el bien o servicio. En este sentido, el legislador fue bastante cauteloso y se aseguró de indicar que la vida humana es un bien jurídico invaluable y que merece todas las tutelas jurídicas posibles, sancionando todas aquellas conductas u omisiones que signifiquen un atentado a ésta. Así, por ejemplo, la ley es categórica y comúnmente aplicada en aquellos casos donde los productos presentan componentes dañinos o perjudiciales a la salud como aquellos juguetes con altas concentraciones de tolueno. Siguiendo con la misma idea, es menester mencionar que hoy en día hay varios productos en el mercado que no tienen un informe certero que respalde que no causan daño a la salud; esto es lo que ocurre con los Alimentos Transgénicos que hoy en día se comercializan sin mayor fiscalización y regulación, constituyendo una incógnita sus efectos en la salud de las personas, atentando claramente contra la “seguridad”

de consumir productos que no constituyan “eventuales riesgos para mi salud”.

Sin embargo, la protección que se hace en el acto de consumo no sólo alcanza a la persona, sujeto esencial del acto de consumo, sino que igual alcanza a su entorno (directo o indirecto) al señalar que los productos no deben significar un daño al medio ambiente. Dando un enfoque más optimista a la norma, se pone al Medio ambiente como un bien jurídico preciado a proteger por constituir el escenario fundamental donde se desarrollan las relaciones humanas, o más aún, de donde se extraen los recursos para satisfacer las necesidades de la sociedad; en tal sentido deben ser objeto de regulación, por la ley, los productos que causen daño al ecosistema como por ejemplo los aerosoles u otros químicos similares.

“Las acciones de consumo tienen siempre alguna relación con el medio ambiente. Los bienes que consumimos son resultado de un proceso de producción que respeta o depreda los recursos naturales; que contamina o no el medio ambiente. El empleo de los bienes o la utilización de los servicios puede producir algún tipo de contaminación que, por muy pequeña que sea, si no es controlada, en el futuro producirá daños irreparables.

Cuando los consumidores le dan su dinero a proveedores que entregan productos cuyo uso contamina, o que son resultado de un proceso de producción depredatorio, entonces los consumidores están enviando un mensaje de apoyo a esos proveedores; les están diciendo que pueden continuar contaminando y depredando”<sup>34</sup>.

“La salud y la vida se ven amenazadas, también, por prácticas productivas que contaminan las aguas y la atmósfera o que explotan de manera excesiva los recursos naturales, hasta llegar a agotarlos”<sup>35</sup>.

Y, finalmente lo segundo y atendiendo lo anteriormente expresado, la Seguridad en el Consumo puede tener otra interpretación la cual, de todos modos, no es el que la doctrina y jurisprudencia entiende de este precepto. Desde esta interpretación, “Seguridad en el Consumo” implicaría el deber del proveedor de cuidar el efectivo abastecimiento, subsistencia

---

34 Educación de Consumidor. Democracia y Ciudadanía. Manual para comprender, compartir y actuar. Consumers International – CEAAL. (1996) p. 39

35 Educación, Consumo y Calidad de Vida. Material de Autoaprendizaje. Consumers International – UNESCO. (1998) p.43

y continuidad de los recursos, bienes y/o servicios que ofrece, de manera tal de garantizar al consumidor la disponibilidad de estos bienes para la satisfacción de sus necesidades, es decir, “asegurar al consumidor que tendrá los bienes y/o los servicios suficientes para hacer frente a sus necesidades múltiples.

#### **V) DERECHO A LA REPARACIÓN E INDEMNIZACIÓN:**

*“El Consumidor, frente a un abuso o daño ocasionado por un Proveedor irresponsable, tiene siempre el Derecho a ser compensado por los perjuicios (daños) materiales y morales ocasionados. Para iniciar un juicio por este tema se debe acudir a un Juzgado de Policía Local.*

*Además, para orientarse sobre cómo proceder, se puede recurrir a Asociaciones de Consumidores, a Oficinas Comunales de Información al Consumidor (OCIC), al Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) u otros organismos competentes (Superintendencias, etc.)”.*

Uno de los fundamentos esenciales de la creación de esta ley era el tener la posibilidad de compensar al consumidor por todo el daño que se le hubiere ocasionado por actos irresponsables y/o negligentes del proveedor. Así, al alero de ella, se establece que toda persona que sea objeto de un daño o abuso ocasionado por un proveedor irresponsable, tendrá el derecho a que se le repare (indemnice) por el perjuicio efectivamente causado. Esta reparación abarcará tanto aspectos materiales como morales. El **artículo 50 en su inciso final** prescribe que “para los efectos de determinar las indemnizaciones o reparaciones que procedan, de conformidad a las normas señaladas en el párrafo 2º de este título (del procedimiento especial para protección del interés colectivo o difuso), será necesario acreditar el daño y el vínculo contractual que liga al infractor y a los consumidores afectados”, estableciendo de esta forma que tiene que constar algún documento u otro medio donde se acredite el acto de consumo (boleta, factura, etc.) y la relación que existe entre consumidor y proveedor.

Se debe mencionar que el mismo artículo 50 en su inciso 2 prescribe que “el incumplimiento de las normas contenidas en la presente ley dará lugar a las acciones destinadas a sancionar al proveedor que incurra en infracción, anular las cláusulas abusivas incorporadas en los contratos de adhesión, obtener la prestación de la obligación incumplida, hacer cesar el acto que afecte el ejercicio de los derechos de los consumidores,

a obtener la debida indemnización de perjuicios o la reparación que corresponda”.

Sin perjuicio de lo anterior, en este mismo Derecho se contempla la posibilidad de poder concurrir a instancias de orientación de cómo proceder y resolución “extrajudicial” o consensual” de las contiendas. En este sentido, para orientarse y buscar soluciones sobre la base del consenso con el proveedor se puede acudir al Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) que según el artículo 57 de la ley del consumidor es un servicio público funcionalmente descentralizado y desconcentrado territorialmente en todas las regiones del país. Sus funciones están contempladas en el artículo 58 de la misma ley<sup>36</sup> y de forma general alude a que deberá velar por el cumplimiento de las disposiciones de la ley del consumidor y demás normas que tengan relación con el consumidor, además de difundir los Derechos y Deberes del Consumidor y realizar acciones de información y educación al consumidor.

Otra instancia existente son las Oficinas Comunales de Información al Consumidor (OCIC) o Sernac-Municipio, que son oficinas dependientes de los diversos municipios y que tienen por finalidad orientar al consumidor,

---

36 **Artículo 58:** Corresponderán especialmente al Servicio Nacional del Consumidor las siguientes funciones:

- a) Formular, realizar y fomentar programas de información y educación al consumidor;
- b) Realizar, a través de laboratorios o entidades especializadas, de reconocida solvencia, análisis selectivos de los productos que se ofrezcan en el mercado en relación a su composición, contenido neto y otras características. Aquellos análisis que excedan en su costo de 250 unidades tributarias mensuales, deberán ser efectuados por laboratorios o entidades elegidas en licitación pública. En todo caso el Servicio deberá dar cuenta detallada y pública de los procedimientos y metodología utilizada para llevar a cabo las funciones contenidas en esta letra;
- c) Recopilar, elaborar, procesar, divulgar y publicar información para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de las características de la comercialización de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado;
- d) Realizar y promover investigaciones en el área del consumo, y
- e) Velar por el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias relacionadas con la protección de los derechos de los consumidores.

La facultad de velar por el cumplimiento de otras normas que digan relación con el consumidor, a que se refiere el inciso primero y la letra e) del inciso segundo de este artículo, sólo puede ser ejercida cuando esa facultad no está entregada al conocimiento y resolución de otros organismos o instancias jurisdiccionales, salvo para denunciar ante ellos las posibles infracciones. Los proveedores estarán obligados a proporcionar al Servicio Nacional del Consumidor los informes y antecedentes que les sean solicitados por escrito, y que digan relación con la información básica comercial, definida en el artículo 1º de esta ley, de los bienes y servicios que ofrezcan al público.

informarlo, educarlo y en algunas ocasiones intermediar con los proveedores para la resolución “consensual” del asunto.

También existen las Asociaciones de Consumidores, a las cuales nos referiremos más adelante.

Finalmente, se menciona que igual competencia en temas de consumo o prestaciones de servicios tienen las Superintendencias que se pueden definir como los órganos fiscalizadores del Estado de determinadas actividades económicas o servicios públicos. Son autónomas y poseen personalidad jurídica de Derecho público. Se relacionan con el Gobierno a través del Ministerio del ramo; así tenemos la Superintendencia de Servicios Sanitarios (SISS), la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF), la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC), la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL), entre otras.

## **VI) DERECHO A LA EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO RESPONSABLE.**

*“Todos los Derechos anteriormente nombrados serían “Letra Muerta” si el Consumidor no estuviera informado o educado para el Consumo Responsable. Este proceso debe contar con el apoyo PREFERENTE del Estado, toda vez que la existencia de Consumidores debidamente formados en una CONDICIÓN (requisito) necesaria para que las relaciones de Mercado lleguen a ser Equilibradas y Transparentes.*

*Los Consumidores, tanto individual como colectivamente, también pueden ejercer este Derecho”.*

Es sabido que la educación constituye el combustible esencial para el funcionamiento del motor de nuestra sociedad y nuestra evolución. No por nada, nuestras normas constitucionales y tratados internacionales consagran, regulan y amparan este Derecho esencial en la humanidad. Y si nos enfocamos en el tema que nos convoca, la educación para el consumo, se hace fundamental a la hora de enseñar a la comunidad cómo influyen nuestras conductas de consumo en nuestro entorno directo e indirecto. Lamentablemente, vemos que este Derecho tan fundamental en nuestra sociedad no es regulado de forma prudente en la Ley, sólo mencionando en el artículo 3º letra f) como Derecho básico del Consumidor el de la educación para un consumo responsable. Lo único que se menciona de forma más concreta es que corresponderá al SERNAC promover la educación al consumidor, al igual que a las Asociaciones de Consumidores.

Pero, ¿qué pasa con nuestra institucionalidad? ¿Por qué no participa de este proceso educacional? Se ha planteado por muchos autores que la educación para el consumo debería ser una materia importante a considerar dentro de cada política educativa de los países, considerando todos los cambios globales que hoy en día nos envuelven y nos amenazan. El Estado, a través de sus diversas manifestaciones, debe apoyar el proceso educacional en torno al consumo, no desechándolo como un mero tema “transversal” en la educación, sino más bien considerándolo un elemento esencial para crear conciencia en la sociedad y una igualdad en el plano económico, que permita relaciones de mercado transparentes e igualitarias, sin menoscabo de un agente sobre otro por concentración de conocimientos versus a una falta absoluta de ellos.

Se dice, además, que este Derecho no sólo debe ser ejercido por el Estado, sino además por los particulares (individual o colectivamente) ya que “a medida que se van constituyendo núcleos de consumidores conscientes y organizados, éstos van asumiendo la responsabilidad de emprender labores educativas en diferentes esferas de la sociedad. La educación de los consumidores hoy es reconocida como una de las necesidades básicas de aprendizaje que todo ciudadano debe adquirir para desempeñarse adecuadamente en la sociedad”<sup>37</sup>.

“Un Consumidor educado es conciente de las motivaciones y alcances de sus actos de consumo; es responsable de sus consecuencias sociales, económicas y ambientales; y es solidario con los intereses del conjunto de los consumidores”<sup>38</sup>.

Se concluye entonces, que la educación debe ser PRIORIDAD para fomentar el desarrollo humano, ya que si las sociedades no están educadas, la evolución seguirá perteneciendo al mérito de unos pocos, lo cual se contrapone totalmente a la frase que dice que “la historia la hacen los pueblos”.

Respecto de todos los Derechos anteriormente expuestos, cabe señalar que el artículo 4º de la ley del consumidor prescribe que “los derechos establecidos

---

37 Educación de Consumidor. Democracia y Ciudadanía. Manual para comprender, compartir y actuar. Consumers International – CEAAAL. (1996) p. 39

38 Educación, Consumo y Calidad de Vida. Material de Autoaprendizaje. Consumers International – UNESCO. (1998) P.46



por la presente ley son **irrenunciables anticipadamente** por los consumidores”. En este sentido, se establece que los consumidores no pueden desprenderse de los derechos que esta ley les proporciona para defenderse, ya sea porque el proveedor, mediante cláusula en un contrato los obligue a ello o que ellos, por su propia voluntad, se desprendan de tales derechos. Es una norma de orden público que garantiza que los consumidores siempre gocen de un resguardo legal frente al abuso de un proveedor irresponsable o que actúe fraudulentamente.

Este artículo, además, constituye una anulación a la regla general de la “renunciabilidad” de los derechos que nacen de un acto jurídico contenida en el artículo 12 de nuestro Código Civil y produce tal efecto por tratarse la Ley del Consumidor de una ley especial (principio de la especialidad) y la renuncia de los derechos está expresamente prohibido.

Sin perjuicio de lo anterior, cabe la duda respecto a si los derechos de la presente Ley se pueden renunciar una vez establecida la relación contractual consumidor-proveedor, en el sentido de renunciar a algún derecho que surja de la relación que siga a la consumación del acto de consumo y que la Ley consagre, ya que lo que prohíbe es la renuncia “anticipada” al establecimiento de la relación de consumo.

A continuación se mencionarán otros derechos, que si bien no tienen el reconocimiento expreso del artículo 3º de la ley del consumidor, están presente en otras normas de la citada Ley y de su texto y sentido se entiende que proporcionan a los consumidores ciertos Derechos:

## **VII) DERECHO A LA ASOCIACIÓN PARA LA DEFENSA, EDUCACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LOS CONSUMIDORES Y CONSUMIDORAS.**

*“Las Asociaciones de Consumidores (AdC) están llamadas a jugar un rol importante, porque es a través de ellas que las personas pueden expresar, de mejor manera, sus demandas y proponer alternativas de solución de los problemas que enfrentan. Además, pueden contribuir a la Educación de los Ciudadanos en su ejercicio económico como Consumidores(as)”.*

Un Consumidor vulnerado en sus Derechos frente a un Proveedor, muchas veces no obtiene una respuesta y reparación satisfactoria cuando concurre individualmente a solucionar la controversia; en cambio, un consumidor organizado con otro consumidor afectado por el mismo problema y así con otros más, pueden ejercer un rol de control ciudadano

frente a estos abusos que muchas veces obliga a los proveedores a cambiar su actitud en el Mercado. Así, desde esta concepción, nace lo que hoy en día la Ley denomina “Asociación de Consumidores”. De esta manera podemos decir que la defensa de los intereses de los consumidores, frente al inmenso poder de los proveedores, sólo se puede sustentar en la organización de los consumidores.

“En general, estas organizaciones surgen como respuesta a problemas que la gente encuentra en su vida diaria. El objetivo de las organizaciones de consumidores es, justamente, encontrarles una solución, o una vía de solución. Como sabemos, los problemas no les faltan a los consumidores en los sistemas económicos basados en el Mercado; ellos se derivan de la estructura misma del sistema y de sus formas de funcionamiento”<sup>39</sup>.

“Muchos son los problemas lesivos a los intereses de los consumidores que enfrentan en tales circunstancias:

- a) Insuficiencia de dinero para comprar;
- b) prácticas comerciales abusivas;
- c) campañas publicitarias agresivas;
- d) sistemas productivos socialmente injustos o ambientalmente nocivos.

Mientras fabricantes, comerciantes y publicistas cuentan con distintos tipos de organizaciones, la tendencia tradicional de los consumidores ha sido actuar en forma aislada frente a problemas que les son comunes.

La fuerza de los consumidores está en su cohesión. Su debilidad es la dispersión”<sup>40</sup>.

“A fines del siglo XIX se formaron la Liga de Consumidores de Nueva York (1891) y la Liga Nacional de Consumidores (1899); esta última coordinaba las organizaciones de Nueva York, Boston y Chicago.

Estas primeras organizaciones entendían que la responsabilidad principal de los consumidores era utilizar su PODER DE COMPRA para favorecer aquellos productos que eran fabricados y comercializados en forma más humana. Particular atención prestaban a las condiciones de trabajo de las mujeres y niños.

---

39 Educación, Consumo y Calidad de Vida. Material de Autoaprendizaje. Consumers International – UNESCO. (1998) P.86

40 Educación de Consumidor. Democracia y Ciudadanía. Manual para comprender, compartir y actuar. Consumers International – CEAAL. (1996) p. 46

Desde sus orígenes, el movimiento de consumidores ha puesto el acento en el valor de las personas.

Con la creciente complejidad del mercado moderno, los consumidores encuentran cada vez más dificultades para elegir entre la diversidad de productos disponibles. En tales condiciones, las personas necesitan asegurarse que los productos tienen precios justos y características apropiadas.

Las organizaciones de consumidores se encargan de analizar las características de los productos – relación calidad / precio – para garantizar “el valor del dinero”<sup>41</sup>.

En nuestro país no es sino a partir de la década de los años 90 que comienza todo un movimiento social en pos de la temática del Consumo propiciado principalmente por la inminente dictación de una ley de defensa del consumidor, que finalmente vio la luz el año 1997, bajo el gobierno del entonces Presidente Eduardo Frei Ruiz-Tagle. Así, se constituyen por ejemplo el Centro de Orientación al Consumidor de Chillán (una de la asociaciones de consumidores más antiguas del país), y las corporaciones ODECU (Organización de Consumidores y Usuarios de Chile) y CONADECUS (Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile), ambas de la región metropolitana; y cómo dejar fuera de esta enunciación a la primera Asociación Juvenil de Consumidores, que en el año 2002 se funda en Concepción y que decidió autodenominarse FOJUCC, entre otras Asociaciones de Consumidores (en adelante AdC).

La ley del consumidor en esta materia el año 2004 sufrió un importante modificación (vía ley 19.955), mostrando la preocupación del legislador por ahondar y desarrollar más aún lo que significan las AdC.

“La nueva Ley del Consumidor mejora, en general, la posición de las organizaciones de consumidores. Por un lado, facilita su creación legal mientras que por otro abre una posibilidad real de financiamiento a través de un Fondo Concursable para proyectos en materias afines”<sup>42</sup>.

Así, esta ley, en su párrafo 2º del Título II, regula todo lo relativo a estas AdC, prescribiendo en su artículo 5º que “*se entenderá por Asociación*

---

41 Educación de Consumidor. Democracia y Ciudadanía. Manual para comprender, compartir y actuar. Consumers International – CEAAL. (1996) p. 49

42 ODECU – Chile, Manual de la Ley n° 19-496.- año 2005 – p.29

*de Consumidores la organización constituida por personas naturales o jurídicas, independientes de todo interés económico, comercial o político, cuyo objetivo sea proteger, informar y educar a los consumidores y asumir la responsabilidad y defensa de los derechos de sus afiliados y de los consumidores que así lo soliciten, todo ello con independencia de cualquier otro interés*". De esta manera, podemos acotar que el legislador se encarga de definir este concepto para eliminar cualquier incertidumbre que pudiera existir, definición que puede ser catalogada de amplia por tratar de abarcar gran parte de lo que "significa" ser una AdC en la sociedad.

Luego, el artículo 6º señala que las AdC se regirán por lo dispuesto en la ley del consumidor, pero luego agrega que en lo no previsto por esta ley, se regirá por el Decreto Ley N° 2757 (DL 2757), de 1979, del Ministerio del Trabajo, decreto que por lo demás, regula a las Asociaciones de carácter gremial. Respecto de esta disposición se ha producido un gran debate jurídico, ya que según algunos autores (e incluso instituciones del Estado) al regirse las AdC por el DL 2757, adquiere ipso iure la categoría orgánica de Asociación Gremial, acarreando con ello todo lo que significa tener el carácter de tal (inhabilidades, prohibiciones, etc.). Sin embargo, otro sector de este debate asume que si bien las AdC se regirán "en lo que no prevea la ley del consumidor por el DL 2757", sólo lo hace para aspectos específicos, no adquiriendo bajo ningún respecto la figura jurídica de Asociación Gremial, sino que conservando la nueva figura jurídica que crea la ley que es la Asociación de Consumidores. Se entiende que esta última postura es la que mayormente se acepta para la interpretación de esta norma.

El artículo 8º de la ley se encarga de establecer "de manera taxativa" (según lo entiende el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción) los objetivos que debe y puede tener una AdC, no dejando margen de discrecionalidad para que ellas puedan plantear otros distintos. La norma establece que las AdC sólo podrán ejercer las siguientes funciones:

- a) Difundir el conocimiento de las disposiciones de esta ley y sus regulaciones complementarias;
- b) Informar, orientar y educar a los consumidores para el adecuado ejercicio de sus derechos y brindarles asesoría cuando la requieran;

- c) Estudiar y proponer medidas encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores y efectuar o apoyar investigaciones en el área del consumo;
- d) Representar a sus miembros y ejercer las acciones a que se refiere esta ley en defensa de aquellos consumidores que le otorguen el respectivo mandato ,y
- e) Representar tanto el interés individual, como el interés colectivo y difuso de los consumidores ante las autoridades jurisdiccionales o administrativas, mediante el ejercicio de las acciones y recursos que procedan;
- f) Participar en los procesos de fijación de tarifas de los servicios básicos domiciliarios, conforme a las leyes y reglamentos que los regulen.

Las letras e) y f) fueron agregadas por la ley 19.955 que reformó, en el año 2004, la ley en comento y que constituyeron un gran avance para las AdC y la concreción de un sueño anhelado por éstas, aunque en la práctica no se han ejercido con tanta frecuencia.

La crítica que se le puede hacer a esta disposición es que no plantea, de una manera directa y concreta, la posibilidad de las AdC de crear “Escuela del Consumidor” (iniciativa que en Europa y otros países tiene gran éxito), sino que sólo se limita a otorgar la facultad de “informar” y promover instancias “informativas”, además de la participación del proceso de fijación tarifaria que es meramente “consultivo”.

Ahora, directamente relacionado con la disposición anterior, el artículo 9º establece expresamente que las organizaciones, de que trata este párrafo, en ningún caso podrán:

- a) Desarrollar actividades lucrativas, **con la excepción de aquellas necesarias para el financiamiento o recuperación de costos en el desarrollo y cumplimiento de actividades que le son propias** (entrega de esta manera un margen de libertad para emprender actividades que puedan sustentar a la AdC);
- b) Incluir como asociados a personas jurídicas que se dediquen a actividades empresariales;
- c) Percibir ayudas o subvenciones de empresas o agrupaciones de empresas que suministren bienes o servicios a los consumidores (cuestión un poco discutible, ya que en algunos países latinoamericanos se permite esta alianza empresa – AdC para mejorar la convivencia en el

Mercado y emprender acciones conjuntas, nunca mirando como “cubrirse las espaldas”, sino a promover un diálogo y prácticas armónicas);

d) Realizar publicidad o difundir comunicaciones no meramente informativas sobre bienes o servicios (entiéndase que se prohíbe todo aquello que contenga juicio “valórico”, sin fundarse en antecedentes cuantificables y percibibles) , ni

e) Dedicarse a actividades distintas de las señaladas en el artículo anterior.

La infracción grave y reiterada de las normas contenidas en el presente artículo será sancionada con la cancelación de la personalidad jurídica de la organización, **por sentencia judicial, a petición de cualquier persona**, sin perjuicio de las responsabilidades penales o civiles en que incurran quienes las cometan.

El párrafo 2º del Título II tiene una gran carencia que está referida a que no regula, en ninguna de sus disposiciones, cómo debe constituirse una AdC, entendiéndose entonces, de acuerdo al artículo 6º, que se deberá estar a lo dispuesto en el DL 2757 para ver la forma de su constitución.

## **CONSTITUCIÓN DE UNA ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES.**

### **1. ASAMBLEA CONSTITUYENTE.**

El artículo 3º del DL 2757 establece los siguientes requisitos para la constitución de una Asociación Gremial (en adelante A.G):

a) Los socios de la AdC deben celebrar una Asamblea Constituyente en presencia de un Notario Público o mediante la suscripción por parte de los socios del acta constitutiva frente al Notario . En tal sentido, puede ser que no concurren la cantidad total de personas requeridas a la Notaría, pero que en un plazo determinado concurren a firmar el acta constitutiva.

Ahora, en el caso que una determinada comuna no sea asiento de notario, podrá actuar como ministro de fe el Oficial del Registro Civil respectivo.

b) A esta Asamblea deben concurrir al menos 25 personas naturales (mayores de 18 años) y jurídicas, o 4 personas jurídicas, cada uno individualizado con su Cédula de Identidad o RUT, respectivamente. Como anteriormente se mencionó, las personas jurídicas pueden concurrir

como socios constituyentes de una AdC. Sin perjuicio de lo anterior, mencionamos anteriormente que no podían ser socias de una AdC aquellas personas jurídicas que se dediquen a actividades empresariales, como tampoco otras AdC constituidas conforme a la Ley, por cuanto la agrupación de AdC deberá ajustarse a las normas de Federaciones y Confederaciones de Asociaciones (3 o más AdC para Federaciones y 2 o más Federaciones de AdC para Confederaciones, según lo dispone el artículo 29° del DL 2757).

c) Finalmente, se señala que en el Acta Constitutiva deberá constar la aprobación de los estatutos y la elección de la mesa directiva, así como la individualización de los que concurran a la constitución.

Lo criticable de todo lo anteriormente expuesto, que si bien se trata de “favorecer y agilizar” la creación de AdC, el costo que estos trámites traen consigo son, en muchas ocasiones, considerablemente elevados, restringiendo más que favoreciendo la creación de la AdC.

## **2. OBTENCIÓN PERSONALIDAD JURÍDICA.**

El artículo 4° del DL establece que la AdC deberá:

a) Depositar el acta constitutiva y sus estatutos, en tres ejemplares, ante el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción o ante las Secretarías Regionales Ministeriales (en adelante SEREMI) de Economía, en caso de estar fuera de la ciudad sede del Ministerio que es Santiago. Este Ministerio o SEREMI llevará un registro de las AdC inscritas.

b) Deberán publicar un extracto o resumen del Acta Constitutiva en el Diario Oficial. Este extracto puede ser confeccionado ya sea por la misma AdC o muchas veces el mismo Ministerio o SEREMI lo redacta. Las AdC gozarán de Personalidad Jurídica por el sólo hecho de publicar en el Diario Oficial un extracto del acta, incluyendo número de registro que se le haya asignado por el Ministerio de Economía o SEREMI.

El extracto deberá contener, a lo menos, el nombre y domicilio de la AdC, su objetivo, el nombre de los miembros de su directorio, el número de

asociados a ella y el número de registro asignado por el Ministerio de Economía o por la SEREMI del ramo.

**PLAZO:** El plazo para depositar y publicar es de 60 días contados desde la fecha en que se celebró la asamblea constitutiva. En caso de no realizarse dichas actuaciones dentro del plazo señalado, se deberá proceder nuevamente a constituir la AdC, cumpliendo (y pagando) otra vez con todos los requisitos y plazos legales. Cuando sucede esto la AdC es legalmente inexistente.

### **3. REVISIÓN DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA.**

El artículo 5° del DL señala que el Ministerio no podrá negar el registro de una AdC y deberá autorizar a lo menos tres copias del acta respectiva, autenticándola e insertando, además, el número de registros correspondientes. Sin perjuicio de esto, el Ministerio revisará los antecedentes que han sido depositados, pudiendo “objetar” la constitución de una AdC., para lo cual tendrá un plazo de 90 días contados desde la fecha del depósito del acta. Esta objeción procederá cuando el Ministerio califique que se omitió alguno de los requisitos para constituir una AdC o si los estatutos no se ajustaren a lo prescrito por la ley.

**PLAZO SUBSANACIÓN:** Sin embargo, se establece que la AdC, en un plazo de 60 días, contados desde la recepción del oficio que contiene las objeciones, deberá subsanar los defectos de constitución o conformar sus estatutos a las observaciones formuladas.

**SANCIÓN:** Si la AdC no procediere a subsanar los defectos legales en el plazo señalado, el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, mediante resolución fundada dictada al efecto, cancelará la personalidad jurídica de la asociación, ordenando sea eliminada del registro respectivo. En tal caso, **los miembros de la mesa directiva responderán solidariamente** por las obligaciones que la AdC haya contraído en el tiempo intermedio. De esta resolución podrá apelarse ante un Juez de Letras de Mayor Cuantía en lo Civil (art. 23 DL 2757).



#### **4. ESTATUTOS DE LA ASOCIACIÓN.**

El artículo 7º del DL establece cuáles deben ser los contenidos mínimos del Estatuto que se den las AdC:

- a) El nombre y domicilio de la AdC;
- b) Los fines que se propone y los medios económicos de que dispondrá para su realización;
- c) Las categorías de socios, sus derechos y obligaciones, las condiciones de incorporación y la forma y motivos de exclusión;
- d) Los órganos de administración, ejecución y control; sus atribuciones y el número de miembros que los componen, y
- e) El destino de los bienes en caso de disolución.

#### **5. NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN.**

El artículo 8º establece que el nombre de la AdC deberá hacer referencia a su naturaleza de tal y no podrá llevar el de una persona natural o su seudónimo, el de una persona jurídica, ni una denominación igual al de otra existente en la misma región. En caso alguno dicho nombre podrá comprender la expresión “única” o sus sinónimos o tener una connotación política.

A este respecto, el Ministerio de Economía ha señalado que las AdC “necesariamente” en su nombre legal deben llevar la frase “asociación de consumidores”, ya que en caso contrario será objeto de objeción.

#### **6. CARGOS DIRECTIVOS.**

El artículo 9º del DL expresa que las AdC serán administradas por un Directorio, sin perjuicio de lo que dispongan sus estatutos sobre otros órganos de administración.

El Presidente del Directorio, lo será también de la AdC y tendrá su representación judicial y extrajudicial.

Luego, el artículo 10º del DL señala que para ser director de una AdC se requiere:

- a) Ser chileno. Sin embargo, podrán ser directores los extranjeros siempre que sus cónyuges sean chilenos, o sean residentes por más de cinco años en el país o tengan la calidad de representantes legales de una entidad, afiliada a la organización, que tenga a los menos tres años de funcionamiento en Chile;
- b) Ser mayor de 18 años de edad;
- c) Saber leer y escribir;
- d) No haber sido condenado por crimen o simple delito, y
- e) No estar afectos a las inhabilidades o incompatibilidades que establezcan la Constitución Política o las leyes.

Siguiendo con el tema, el artículo 10° de la Ley del Consumidor señala que no podrán ser integrantes del consejo directivo de una organización de consumidores:

- a) El que hubiere sido declarado en quiebra culpable o fraudulenta, mientras no se alce la quiebra;
- b) El que hubiere sido condenado por delito contra la propiedad o por delito sancionado con pena aflictiva, por el tiempo que dure la condena;
- c) El que hubiere sido sancionado como reincidente de denuncia temeraria o por denuncias temerarias reiteradas, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 50 E.

Asimismo, el artículo 11° de la misma ley expresa que tampoco podrán ser integrantes del consejo directivo de una organización de consumidores quienes ejerzan cargos de elección popular ni los consejeros regionales.

Los directivos de una organización de consumidores que sean a la vez dueños, accionistas propietarios de más de un 10% del interés social, directivos o ejecutivos de empresas o sociedades que tengan por objeto la producción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores, deberán abstenerse de intervenir en la adopción de acuerdos relativos a materias en que tengan interés comprometido en su condición de propietarios o ejecutivos de dichas empresas. La contravención a esta prohibición será sancionada con la pérdida del cargo directivo en la organización de consumidores, sin perjuicio de las eventuales responsabilidades penales o civiles que se configuren.

Los directores responderán personal y solidariamente por las multas y sanciones que se apliquen a la asociación por actuaciones calificadas por el juez como temerarias, cuando éstas hayan sido ejecutadas sin previo acuerdo de la asamblea

## **7. ROL ÚNICO TRIBUTARIO (RUT).**

Si bien este tema no se regula por el DL 2757 sino que por el Decreto con Fuerza de Ley (DFL) N° 3 de 1959, sólo haremos mención a la documentación que se debe prestar frente al Servicio de Impuestos Internos (SII) del domicilio que consta en el estatuto, para la obtención del RUT.

a) Certificado de Vigencia de la Personalidad Jurídica de la AdC, que se extiende por el Ministerio de Economía. Se debe señalar que las SEREMIS no están facultadas para extender este certificado, por lo que el trámite siempre se realizará en Santiago, para lo cual, en la práctica organizacional, se solicita con semanas de anticipación por el tiempo que implica su emisión o bien solicitarlo en la sede misma del Ministerio. El certificado tiene una duración de 60 días.

b) Extracto de la publicación en el Diario Oficial.

c) Acta Constitutiva de la AdC.

d) Formulario 4415 que se solicita en el mismo SII. Se debe completar en los espacios indicados y en caso de dudas concurrir al SII para que las aclaren.

## **8. PLAZOS.**

Los plazos que se señalan en todas actuaciones son de días hábiles, es decir, se deben excluir entonces para su cómputo los sábado, domingos y festivos.

## 9. DISPOSICIÓN TRANSITORIA.

El artículo 3º transitorio de la Ley del Consumidor, agregado por la Ley 19.955, prescribe que **las organizaciones de consumidores existentes a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley, serán consideradas asociaciones de consumidores para todos los efectos legales y podrán, en cualquier tiempo, adecuarse al nuevo régimen jurídico según el procedimiento establecido en el artículo 4º transitorio de la ley N° 19.250.**

De esta manera y del tenor literal de la norma, aquellas organizaciones comunitarias funcionales u otras personas jurídicas que tengan el carácter de “organizaciones u asociaciones de consumidores” y que existan al momento de la entrada en vigencia de la Ley 19.955 ( 14 de julio del año 2004), ipso iure adquirirán la calidad de “Asociación de Consumidores” para “todos los efectos legales”, agregando que podrán adecuarse EN CUALQUIER TIEMPO, no estableciendo un plazo para adaptar sus estatutos a la normativa vigente. De esta manera, se entiende que estas organizaciones no tendrán la obligatoriedad de hacer este trámite ni tampoco seguir el procedimiento establecido en el DL 2757 para ser reconocidas como AdC, eximiéndose de sus procedimientos y costos asociados. Se establece que para que estas organizaciones se adapten al nuevo régimen jurídico de las AdC, deberán hacerlo según el procedimiento establecido en el artículo 4º transitorio de la Ley 19.250, promulgada el 23 de septiembre de 1993 publicada en el Diario Oficial el 23 de septiembre de 1993 .

### DISOLUCIÓN DE UNA ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES.

El artículo 18 del DL 2757 establece que la disolución de las Asociaciones de Consumidores se producirá:

- a) Por acuerdo de la mayoría de los afiliados.
- b) Por cancelación de la Personalidad Jurídica, resuelta por el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, en razón de algunas de las siguientes causales:

- 1) Por incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 5° del DL 2757,
- 2) Por haber disminuido los socios a un número inferior al requerido para su constitución, durante un lapso de 6 meses,
- 3) Por incumplimiento grave de las disposiciones legales, reglamentarias o estatutarias,
- 4) Cuando hubiere estado en receso durante un periodo superior a un año y,
- 5) Por la que establezcan los estatutos.

Luego señala que el acto por el cual se disuelva una AdC deberá ser publicado en extracto en el Diario Oficial.

Respecto de lo anterior, el artículo 7° de la Ley del Consumidor, reformado por la ley 19.955, señala que además de las causales de disolución indicadas en el artículo 18 del decreto ley N° 2.757, de 1979, las organizaciones de consumidores pueden ser disueltas por sentencia judicial o por disposición de la ley, a pesar de la voluntad de sus miembros. En caso de que el juez, dentro del plazo de tres años, declare temerarias dos o más demandas colectivas interpuestas por una misma Asociación de Consumidores, podrá, a petición de parte, en casos graves y calificados, decretar la disolución de la asociación, por sentencia fundada. Los directores de las Asociaciones de Consumidores disueltas por sentencia judicial quedarán inhabilitados para formar parte, en calidad de tales, de otras asociaciones de consumidores, durante el período de dos años.

Finalmente, el artículo 19° del DL establece que en caso de disolución, el patrimonio de la AdC se aplicará a los fines que señalen los estatutos. Si ello no fuere posible, o si nada se dijere en estos, corresponderá al Presidente de la República determinar su destino.

Establece, además, que en caso alguno podrán destinarse los bienes de una AdC disuelta a quienes estaban afiliados a ella.

### **FONDO CONCURSABLE SERNAC.**

El artículo 11° bis de la Ley del Consumidor prescribe que por acto de la ley, créase un Fondo Concursable, destinado al financiamiento de iniciativas que las Asociaciones de Consumidores constituidas según

lo dispuesto en la presente ley desarrollen en el cumplimiento de sus objetivos, con exclusión de las actividades a que se refieren las letras d) y e) del artículo 8º (referidas a las actuaciones judiciales).

Dicho Fondo estará compuesto por los aportes que cada año se contemplen en el presupuesto del Servicio Nacional del Consumidor y por las donaciones que realicen para dicho efecto organizaciones sin fines de lucro nacionales o internacionales.

Un reglamento establecerá la constitución y composición del Consejo de Administración del Fondo, preservando la autonomía de las Asociaciones de Consumidores y de la gestión del Fondo.

Ese reglamento lo encontramos en el Decreto Supremo N° 37, de 2005, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, publicado en el Diario Oficial el 15 de abril de 2005, donde se aprueba el Reglamento del Fondo Concursable, destinado al financiamiento de iniciativas de Asociaciones de Consumidores.

### **VIII. DERECHO DE “OPCIÓN”.**

*“El Consumidor, frente a un perjuicio (daño) moral o material que sufra, además del Derecho de Indemnización, tendrá siempre el*

***Derecho de OPTAR*** entre:

***La REPOSICIÓN*** del bien o servicio,

***La REPARACIÓN GRATUITA*** del bien o servicio o,

***La DEVOLUCIÓN DEL DINERO*** pagado por el bien o servicio.

*\*\* Este orden no es rígido. Se puede ELEGIR cualquiera de éstos.*

*Además, se puede recurrir tanto al vendedor, al importador como al fabricante del bien o servicio; pero la devolución del dinero, sólo podrá exigirse frente al Vendedor”.*

La ignorancia nos lleva necesariamente al abuso de poder, y en este caso, el consumidor que es ignorante de sus derechos frente al proveedor conector de la normativa está en una desventaja enorme. Así sucede cuando el proveedor incumple ciertas exigencias legales y debe responder por ello, confundiendo al consumidor y dándole la solución “que ellos estiman conveniente”, la cual, en la gran mayoría de los casos, se aleja de lo que prescribe la ley.

El artículo 20º de la Ley del Consumidor indica claramente que en los casos que a continuación se señalan, sin perjuicio de la indemnización por los daños ocasionados (la que se podrá perseguir judicialmente), **el consumidor podrá optar entre**

- 1) la reparación gratuita del bien o,**
- 2) previa restitución, su reposición o**
- 3) la devolución de la cantidad pagada.**

En los casos que a continuación se señalan:

- a) Cuando los productos sujetos a normas de seguridad o calidad de cumplimiento obligatorio no cumplan las especificaciones correspondientes;
- b) Cuando los materiales, partes, piezas, elementos, sustancias o ingredientes que constituyan o integren los productos no correspondan a las especificaciones que ostenten o a las menciones del rotulado;
- c) Cuando cualquier producto, por deficiencias de fabricación, elaboración, materiales, partes, piezas, elementos, sustancias, ingredientes, estructura, calidad o condiciones sanitarias, en su caso, no sea enteramente apto para el uso o consumo al que está destinado o al que el proveedor hubiese señalado en su publicidad;
- d) Cuando el proveedor y consumidor hubieren convenido que los productos objeto del contrato deban reunir determinadas especificaciones y esto no ocurra;
- e) Cuando después de la primera vez de haberse hecho efectiva la garantía y prestado el servicio técnico correspondiente, subsistieren las deficiencias que hagan al bien inapto para el uso o consumo a que se refiere la letra c) (esto es, al que está destinado o al que el proveedor hubiese señalado en su publicidad). Este derecho subsistirá para el evento de presentarse una deficiencia distinta a la que fue objeto del servicio técnico, o volviere a presentarse la misma, dentro de los plazos a que se refiere el artículo siguiente;
- f) Cuando la cosa objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que imposibiliten el uso a que habitualmente se destine;
- g) Cuando la ley de los metales en los artículos de orfebrería, joyería y otros sea inferior a la que en ellos se indique.

Para los efectos del presente artículo se considerará que es un solo bien aquel que se ha vendido como un todo, aunque esté conformado por distintas unidades, partes, piezas o módulos, no obstante que éstas puedan o no prestar una utilidad en forma independiente unas de otras. Sin perjuicio de ello, tratándose de su reposición, ésta se podrá efectuar respecto de una unidad, parte, pieza o módulo, siempre que sea por otra igual a la que se restituye.

Luego, el artículo 21º nos expresa que el ejercicio de los derechos contemplados en los artículos 19º y 20 deberá hacerse efectivos ante el vendedor.

En caso de ausencia del vendedor por quiebra, término de giro u otra circunstancia semejante, el derecho a optar podrán hacerse valer, asimismo, indistintamente en contra del fabricante o el importador.

Tratándose de la devolución de la cantidad pagada, la acción sólo podrá intentarse contra el vendedor.

Si el consumidor opta por la reparación, puede dirigirse, indistinta o conjuntamente, al vendedor, fabricante o al importador. Hecha la opción, el requerido no podrá derivar el reclamo. En caso de que el consumidor solicite la reparación sólo al vendedor, éste (el vendedor) gozará del derecho de resarcimiento señalado en el artículo 22º de la ley.

Se expresa que serán solidariamente responsables por los perjuicios ocasionados al consumidor, el proveedor que haya comercializado el bien o producto y el importador que lo haya vendido o suministrado.

“Resulta procedente detenerse en este punto para analizar los alcances reales que puede tener la opción otorgada a los consumidores para recurrir indistinta o conjuntamente, al vendedor, al fabricante o al importador para que responda por productos sujetos a garantía.

Nuestra experiencia indica que estas opciones sólo debieran utilizarse cuando el vendedor final del producto se halle absolutamente imposibilitado, por razones fundamentadas de fuerza mayor, para responder ante el consumidor.

Cualquier otra razón para no asumir su responsabilidad debe desecharse de plano pues resultaría perjudicial para el consumidor.

Basta señalar, para graficar la inconveniencia de aceptar derivaciones a terceros, que el consumidor, en algunos casos deberá trasladarse,



como ya ha ocurrido tal vez cientos de veces, naturalmente a su costa, de una ciudad a otra, para ejercer sus derechos. No existen, por lo demás, precedentes masivos de indemnizaciones voluntarias otorgadas por los proveedores para resarcir (devolver) de gastos, molestias u otros daños a los consumidores con motivo del ejercicio de sus derechos.

Históricamente, los gastos, costos y reparación de daños, han debido ser reclamados judicialmente<sup>43</sup>.

**LUGAR:** El vendedor, fabricante o importador, en su caso, deberá responder al ejercicio de los derechos a que se refieren los artículos 19 y 20 en el mismo local donde se efectuó la venta o en las oficinas o locales en que habitualmente atiende a sus clientes, no pudiendo condicionar el ejercicio de los referidos derechos a efectuarse en otros lugares o en condiciones menos cómodas para el consumidor que las que se le ofreció para efectuar la venta, salvo que éste consienta en ello.

**REQUISITOS PARA EJERCER ACCIONES:** Para ejercer estas acciones, el consumidor deberá acreditar el acto o contrato con la documentación respectiva, salvo en casos en que el proveedor tribute bajo el régimen de renta presunta, en los cuales el acto o contrato podrá ser acreditado mediante todos los medios de prueba que sean conducentes

“El régimen de tributación de renta presunta permite a los comerciantes no emitir boletas de ventas en el lugar y acto de comercialización de los bienes y servicios que ofrecen.

El Servicio de Impuestos Internos, a través de un procedimiento regulado, establece la forma de cálculo y el monto a pagar por impuestos. En ningún caso, entonces, estos proveedores deben ser considerados al margen de la ley en esta materia y para efectos de probar la relación se deberán considerar todos los medios que se estimen procedentes<sup>44</sup>.

**PLAZOS:** El ejercicio de los derechos que contemplan los artículos 19 y 20 deberá hacerse efectivo ante el vendedor dentro de los tres meses siguientes a la fecha en que se haya recibido el producto, siempre que

---

43 ODECU – Chile, Manual de la Ley n° 19-.496.- año 2005 – p.42

44 ODECU – Chile, Manual de la Ley n° 19-.496.- año 2005 – p.45

éste no se hubiere deteriorado por hecho imputable al consumidor. Si el producto que hubiere vendido con determinada garantía, prevalecerá el plazo por el cual ésta se extendió si fuere mayor.

Tratándose de la devolución de la cantidad pagada (en que la acción sólo podrá intentarse contra el vendedor), el plazo para ejercer la acción se contará desde la fecha de la correspondiente factura o boleta y no se suspenderá en caso alguno. Si tal devolución se acordare una vez expirado el plazo a que se refiere el artículo 70 del Decreto Ley N° 825 (Ley que regula los impuestos a las Ventas y Servicios), de 1974, el consumidor sólo tendrá derecho a recuperar el precio neto del bien, excluidos los impuestos correspondientes. De esta forma, se desecha totalmente la tesis sostenida por muchos proveedores respecto de no devolver el dinero de la compra por haber confeccionado ya la boleta o la factura y que en este sentido, se afectaría al pago del Impuesto al Valor Agregado que deben recargar (IVA). A este respecto, el artículo 70 del DL 825<sup>45</sup> señala que el proveedor puede devolver la cantidad que se le pagó, confeccionando una nota de crédito, la cual debe ser suscrita por el consumidor, con lo cual el proveedor podrá recuperar, cuando proceda, el impuesto pagado, y siempre que la operación se efectúe ante del cumplimiento de los 90 días que señala la norma. Caducado el plazo, la devolución del dinero procederá con retención del IVA.

Finalmente, se puede señalar que en el caso de productos perecibles o que por su naturaleza estén destinados a ser usados o consumidos en plazos breves, el plazo será el impreso en el producto o en su envoltorio o, en su defecto, el término máximo de 7 días.

**DERECHO DE LOS PROVEEDORES:** El artículo 22° establece que los productos que los proveedores, siendo éstos distribuidores o

45 **ARTICULO 70°.** - En los casos en que una venta quede sin efecto por resolución, resciliación, nulidad u otra causa, el Servicio de Impuestos Internos, a petición del interesado, anulará la orden que haya girado, no aplicará el tributo correspondiente o procederá a su devolución, si hubiere sido ya ingresado en arcas fiscales. Lo establecido en el inciso anterior no tendrá aplicación cuando hubieren transcurrido más de tres meses entre la entrega y la devolución de las especies que hayan sido objeto del contrato, salvo en los casos en que la venta quede sin efecto por sentencia judicial. La devolución o no aplicación del impuesto a que se refiere el inciso primero deberá solicitarse dentro de los treinta días siguientes a la fecha en que la venta quede sin efecto. Lo dispuesto en este artículo no regirá respecto a los tributos establecidos en el Título II, artículo 40 y Párrafo 3° del Título III, caso en el cual habrá lugar a aplicar la norma del número 2° del artículo 21.

comerciantes, hubieren debido reponer a los consumidores y aquellos por los que devolvieron la cantidad recibida en pago, deberán serles restituidos, contra su entrega, por la persona de quien los adquirieron o por el fabricante o importador.

También será de cargo de estos últimos el resarcimiento, en su caso, de los costos de restitución o de devolución y de las indemnizaciones que se hayan debido pagar en virtud de sentencia condenatoria, siempre que el defecto que dio lugar a una u otra les fuere imputable.

“Se debe recordar que, conforme al artículo 21º, igual derecho de resarcimiento tiene el vendedor en aquellos casos en que el consumidor solicite sólo a él la reparación”<sup>46</sup>.

**NO EXISTE DERECHO DE OPCIÓN**<sup>47</sup>: Se debe mencionarlo establecido en el artículo 14 de la ley del consumidor: Cuando con conocimiento del proveedor se expendan productos con alguna deficiencia, usados o refaccionados o cuando se ofrezcan productos en cuya fabricación o elaboración se hayan utilizado partes o piezas usadas, se deberán informar de manera expresa las circunstancias antes mencionadas al consumidor, antes de éste decida la operación de compra. Será bastante constancia el usar en los propios artículos, en sus envoltorios, en avisos o carteles visibles en sus locales de atención al público las expresiones “segunda selección”, “hecho con materiales usados” u otras equivalentes.

El cumplimiento de lo dispuesto en el inciso anterior **eximirá** al proveedor de las obligaciones derivadas del derecho de opción que se establece en los artículos 19 y 20, sin perjuicio de aquellas que hubiera contraído el proveedor en virtud de la garantía otorgada al producto.

En conclusión de todo lo anteriormente expuesto, podemos señalar que frente al incumplimiento de una obligación por parte del proveedor, el consumidor tendrá, indistintamente, las opciones de reparar el producto, de cambiarlo o que se le devuelva el dinero, no quedando al arbitrio del proveedor esta opción, sino quedando a disposición del consumidor dicha opción.

---

46 Jury Santibáñez, Eduardo. Derecho Económico I – Cuarto Apunte – Universidad de Concepción - año 2007 – p. 11

47 ídem.

## **DERECHO A LA GARANTÍA LEGAL.**

*“Para poder hacer efectivo el Derecho de Opción, el Consumidor tendrá siempre el Derecho a una GARANTÍA por los bienes que consume o servicios que contrate. Podemos distinguir dos garantías que establece la Ley del Consumidor:*

- a) Garantía Legal en Productos y Servicios en general : **3 MESES***
- b) Garantía Legal Alimentos Perecibles : **7 DÍAS***

*Sin embargo, si el proveedor establece una Garantía Mayor, rige esta última. NUNCA podrá ser menor a 3 meses”.*

Garantía, según el Diccionario de la Lengua de la Real Academia Española, es “cosa que asegura o protege contra algún riesgo o necesidad. Compromiso temporal del fabricante o vendedor, por el que se obliga a reparar gratuitamente la cosa vendida en caso de avería”. Así se constituye una herramienta dentro de la ley del Consumidor la cual es el “Derecho a la garantía”, que está establecida en la propia ley y que posee algunas de las siguientes características:

- a) Se aplica a todo tipo de bienes o productos nuevos, sin limitación en su valor.
- b) Es obligatoria; existe en el comercio formal siempre.
- c) Es limitada en el tiempo. Su duración está establecida en la propia ley.
- d) Opera inmediatamente, sin la necesidad de mayores formalidades.

Los Derechos que otorga la garantía legal tienen directa relación con el Derecho anteriormente desarrollado, ya que la garantía entrega al consumidor tres opciones, a su elección, sin perjuicio de poder solicitar que se reparen los daños que haya sufrido.

- 1) Derecho a la devolución de su dinero;
- 2) Derecho a la reparación gratuita del bien o
- 3) Derecho al cambio del bien.

La ley ha prescrito que la opción se debe ejercer dentro de los **tres meses** siguientes de la compra o entrega y siempre corresponderá al consumidor, a menos que las partes establezcan otra cosa, ya sea que exista una garantía voluntaria o póliza.

En el caso del productos perecibles o que por su naturaleza estén destinados a ser usados o consumidos en plazos breves, el término para hacer válida la garantía es la que esté impresa en el producto o su envoltorio o, en su defecto, el término máximo de **siete días**.

Se podrá ejercer inmediatamente la Garantía legal cuando el producto falló por un hecho imputable al proveedor y no al consumidor, la cual se debe exigir con la boleta o factura respectiva y siempre y cuando no exista una garantía voluntaria.

La Garantía legal operará en todos los casos que están expresamente señalados en el artículo 20° ya antes desarrollado.

Debemos recordar que si el proveedor otorga una garantía superior a los tres meses que corresponden a la garantía legal, automáticamente se extienden los derechos que se establecen en esta materia al periodo por el cual se ha otorgado la garantía del proveedor, la cual recibe el nombre de “garantía contractual”, la cual podemos definirla como “aquella que ofrece el proveedor, fabricante o importador al consumidor que se mayor a la legal, donde sus términos siempre deben ser claros y estar puestos en conocimiento del consumidor, quedando escrita al momento de la compra, la cual debe otorgarse gratuitamente”.

Sin embargo, los proveedores se han aprovechado de tal circunstancia y han incorporado, progresivamente, cláusulas que restringen los derechos de la garantía, reemplazándolos por prestaciones en servicios técnicos bien definidas; así vemos, por ejemplo, que hay pólizas de un año de garantía donde el proveedor respeta los tres primeros meses las condiciones fijadas por la ley y luego, el tiempo que resta, la garantía cambia a condiciones propuestas unilateralmente, a pesar de ser llamada “garantía contractual”.

El artículo 21°, en la parte final del inciso 1 prescribe que si el producto se hubiere vendido con determinada garantía, prevalecerá el plazo por el cual ésta se extendió si fuere mayor.

Respecto a la pugna que se pueda dar entre que opere la garantía legal y la contractual o voluntaria, la misma ley indica que tratándose de bienes

amparados por una garantía otorgada por el proveedor, el consumidor, antes de ejercer alguno de los derechos que le confiere el artículo 20, deberá hacerla efectiva ante quien corresponda y agotar las posibilidades que ofrece, conforme a los términos de la póliza.

En lo tocante a la póliza de garantía, se sugiere que éstas sean timbradas y fechadas al momento de la entrega del bien o servicio. No obstante, igual valor tendrá la póliza que no ha sido timbrada ni fechada si e acompaña de la correspondiente boleta de compra o factura. Algunas empresas entienden que la boleta o factura ejercen la función de póliza de garantía. El lugar donde se hará efectiva esta póliza será el que se indique en ella y su vigencia será la que indique de igual manera.

Ahora, en lo relativo al envío del producto al servicio de reparación, se expresa que el plazo que la póliza de garantía otorgada por el proveedor contemple y aquel a que se refiere el inciso primero de este artículo, se suspenderán durante el tiempo en que el bien esté siendo reparado en ejercicio de la garantía. Así, debemos entender que el plazo se suspende o deja de avanzar desde que el proveedor recibe nuevamente el producto en sus manos o lo ingresa al Servicio Técnico autorizado de la marca. Las fechas deben indicarse claramente en los documentos de recepción y entrega del producto. El consumidor debe ser muy cauteloso al momento de ingresar el producto al servicio técnico y leer atentamente las condiciones que le impone el proveedor o Servicio técnico, rechazando toda cláusula que imponga cargos, gastos u otras condiciones que desvirtúen las ofrecidas en la póliza. “Aquí son aplicables las normas y consideraciones que se han señalado en el tratamiento de los contratos de adhesión. El documento que recepciona un artículo para servicio técnico es, en estricto rigor, un contrato de adhesión”<sup>48</sup>.

Ahora, si un producto, con garantía legal o voluntaria, enviado al servicio técnico, vuelve a fallar, lo que provoca que sea inapto para su fin determinado, el consumidor podrá reclamar del desperfecto o daño ocasionado por el servicio defectuoso dentro del plazo de **treinta días hábiles**, contado desde la fecha en que hubiere terminado la prestación del servicio o, en su caso, se hubiere entregado el bien reparado. Si el

---

48 ODECU – Chile, Manual de la Ley n° 19-496.- año 2005 – p.43

tribunal estimare procedente el reclamo, dispondrá se preste nuevamente el servicio sin costo para el consumidor o, en su defecto, la devolución de lo pagado por éste al proveedor. Sin perjuicio de lo anterior, quedará subsistente la acción del consumidor para obtener la reparación de los perjuicios sufridos.

Finalmente, en lo relativo a las garantías, tiene especial mención las llamadas “Garantías extendidas”, que son aquellas “ofrecidas por los proveedores de algún producto para ampliar el plazo de la garantía original, por un periodo determinado. Esta garantía implica un costo adicional para el consumidor. NO ES GRATUITA. Por lo mismo, cada consumidor o consumidora es libre de aceptar o no su contratación.

El plazo para hacer uso de la garantía se cuenta desde la fecha que se recibió el bien o servicio, es decir, desde cuando se hizo la compra y se hace efectiva o se tramita en el mismo lugar en donde se hizo la compra”<sup>49</sup>.

---

49 “GUÍA DE APRENDIZAJE PARA ADULTOS MAYORES. CONSUMO, CHILE SE CONSTRUYE CON SUS MAYORES”. SENAMA – SERNAC / 2007 – p.78





# DEBERES DEL CONSUMIDOR

Resulta muchas veces imprudente mencionar siempre los Derechos que tiene cada sujeto, sin tener presente que cada Derecho tiene un correlativo DEBER que cumplir; ya que si bien se nos garantizan resguardos legales que nos amparan de ciertas situaciones, no podemos abusar siempre de ellos y escudarnos en esas normas.

Los Consumidores debemos respetar y cumplir nuestros deberes, toda vez que la honestidad y la responsabilidad dentro de las relaciones de Mercado son fundamentales para dar estabilidad a éstas.

## **1.- REALIZAR OPERACIONES DE CONSUMO EN EL COMERCIO ESTABLECIDO O REGULADO POR LEY:**

El Consumidor tiene el DEBER de celebrar sus operaciones de Consumo en el Comercio FORMAL (establecido), en el cual, por regla general, se entregan documentos que respaldan el acto de consumo, como lo son la BOLETA y/o la FACTURA. Estos documentos sirven y servirán como medio de PRUEBA frente a una eventual denuncia.

Constituye un deber básico obrar con “legalidad”, es decir, respetar el orden legal establecido, no atentando contra él ni contribuyendo a la ilegalidad. En tal sentido, la ley es muy clara al establecer que sólo actuará cuando el hecho el cual está regulando haya sido celebrado en el comercio establecido y que paga impuestos y otorga, por cada acto de compra, boleta o factura. Respecto a los proveedores bajo renta presunta, el DL 825 establece la forma en que éstos pagan impuestos, y la ley del consumidor es clara al establecer que cualquier medio servirá para acreditar el acto de consumo (recibo, etc).

Es importante cumplir con este deber, ya que sólo por los actos de compra ejecutados en este tipo de comercio procederán las garantías, el derecho de opción, la indemnización por daños y otras sanciones a favor del consumidor.

Cabe hacer el alcance, además, que quien consume en el comercio ilegal o clandestino, contribuye a un mal social que no sólo es reprochable

socialmente, sino que además es sancionado de acuerdo a las normas del Código Penal, estableciendo distintas penas a su respecto.

## **2.- ADOPTAR TODAS LAS MEDIDAS A SU ALCANCE PARA EVITAR RIESGOS QUE PUEDAN DERIVARSE DEL USO O CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS.**

Además de la obligación de los proveedores de no expender productos o servicios que atenten contra la salud, los Consumidores tienen el Deber de adoptar medidas para evitar riesgos; por ejemplo: leer y entender las instrucciones de lo que se va a consumir; cumplir con las indicaciones para un uso seguro; evitar la automedicación; etc..

La seguridad en el consumo, como anteriormente señalamos, es un derecho esencial que debe ser respetado necesariamente por el proveedor para el resguardo de la vida humana y del medio ambiente; pero esto de nada sirve si el consumidor no es conciente de sus actos de consumo y abusa o actúa con ignorancia en su posición en el mercado. Así, de nada sirve que el proveedor señale con etiquetas visibles la toxicidad de un producto, si el consumidor irresponsablemente lo deja el cualquier lugar donde fácilmente puede acceder cualquiera a éste. Es responsabilidad del proveedor proporcionar todos los medios idóneos y claros por los cuales debe hacer visible la información e indicar todos los peligros que el producto implica; pero también es responsabilidad del consumidor ser cauteloso y actuar con conocimiento en los actos de consumo, sin irresponsabilidad en ello. Un Consumidor responsable es aquel que se preocupa por lo que está adquiriendo y tiene en cuenta todas las precauciones que debe tener al respecto.

## **3.- NO HACER DENUNCIAS TEMERARIAS.**

Cuando hablamos de denuncias temerarias, no nos referimos a las que se efectúan por temor, sino que hacemos alusión a aquellas que efectúan los Consumidores CARENTES DE FUNDAMENTOS (INFUNDADAS) en contra de proveedores, con el propósito de perjudicar económica o moralmente al denunciado.

Se establecen multas a las Denuncias Temerarias. También se puede perseguir JUDICIALMENTE a aquellos que las hayan efectuado.

Como en temas anteriores lo hemos señalado, una condición esencial para concurrir al Mercado y, en general, frente a cualquier circunstancia de la vida, es siempre proceder con probidad y honestidad. En tal sentido, resulta importantísimo que el Consumidor frente a cualquier acto de consumo sea honesto con el proveedor. Acá, se establece el imperativo de que el Consumidor no debe manipular ni maquinar el bien o servicio a costa de recibir una indemnización u otros beneficios que le otorga la Ley el caso de incumplimiento del proveedor.

La ley trató de castigar esta actitud deshonesta, pero prácticamente lo hizo con multas que a simple vista no parecen muy efectivas, ya que su artículo 50° E establece que cuando la denuncia, querrela o demanda interpuesta carezca de fundamento plausible, el juez, en la sentencia y a petición de parte, podrá declararla como temeraria. Realizada tal declaración, los responsables serán sancionados en la forma que señala el artículo 24 de esta ley, el cual señala que las infracciones a lo dispuesto en esta ley serán sancionadas con multa de hasta 50 unidades tributarias mensuales, si no tuvieren señalada una sanción diferente y que el juez, en caso de reincidencia, podrá elevar las multas antes señaladas al doble. Se considerará reincidente al proveedor que sea sancionado por infracciones a esta ley dos veces o más dentro del mismo año calendario.

Ahora, respecto de las acciones iniciadas de conformidad a lo señalado en el N° 1 del artículo 51 (acciones para la protección de los intereses colectivos o difusos iniciadas por el SERNAC, una Asociación de Consumidores constituida, a lo menos, con seis meses de anterioridad a la presentación de la acción, y que cuente con la debida autorización de su asamblea para hacerlo, o un grupo de consumidores afectados en un mismo interés, en número no inferior a 50 personas, debidamente individualizados), la multa podrá ascender hasta 200 unidades tributarias mensuales, pudiendo el juez, además, sancionar al abogado, conforme a las facultades disciplinarias contenidas en los artículos 530 y siguientes del Código Orgánico de Tribunales.

Finalmente, aparte de las multas que impone la Ley al Consumidor que actúe temerariamente, agrega que la aplicación de todas estas multas se entenderán sin perjuicio de las responsabilidades penal y civil solidaria de los autores por los daños que hubieren producido, donde se abre la posibilidad de perseguir civil o penalmente a quien actúe con falta de honestidad en un acto de consumo.

#### **4.- ACTUAR DE ACUERDO A LA LEY.**

Este deber es fundamental si se quiere obtener la Reparación o Indemnización de los daños materiales y morales derivados de actos de consumo. En este sentido, es básico contar con la boleta de la compra, de ahí la importancia de exigirla y guardarla hasta los tres meses posteriores a la fecha de la compra, a menos que el proveedor haya ofrecido una garantía voluntaria por un periodo mayor.

Nunca es bueno proceder con ley propia. Siempre es recomendable actuar de forma cautelosa y legal, ya que sólo así se tendrá amparo legal o posibilidad de apelar frente a situaciones que a nuestro parecer sean injustas.

**¿Cómo debe ser el procedimiento que debo seguir cuando quiero obtener una reparación por los daños causados y que se sancione al proveedor por su incumplimiento?**

Tratando de responder a tal cuestionamiento, se deben mencionar, al menos tres momentos que se pueden seguir, uno después de otro, simultáneamente o aleatoriamente, sin que exista la obligación de seguir un orden establecido.

- **ACUDIR PERSONALMENTE ANTE EL PROVEEDOR:** Una buena forma de solucionar las controversias que se puedan suscitar es hacerlo mediante una conversación con el proveedor que te ha vulnerado en tus Derechos. Puede ser que el proveedor acceda a tus peticiones, con lo cual llegas a un acuerdo extrajudicial y ahorras un pleito judicial, o bien el proveedor se puede negar a responder por lo que tú estás solicitando, accediendo a la reparación pero en condiciones distintas. En este caso, será la negociación que se lleve a cabo entre consumidor

– proveedor la que determinará el éxito de la gestión. Finalmente, puede suceder que el proveedor no acceda a conversar ni responder por su responsabilidad, en cuyo caso se pueden seguir otros caminos.

• **ACUDIR A UNA INSTANCIA DE MEDIACIÓN:** Quizás un consumidor, de forma aislada, no será mucho lo que consiga, pero si pide a una institución que medie por él frente al proveedor, quizás obtenga mejores resultados. Así por ejemplo, el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), en estos casos, es el mayormente solicitado para solucionar, vía mediación, las controversias que se suscitan en materias de consumo, ya que la ley no lo faculta para tener la representación de consumidor, salvo casos calificados. Esta recepción de reclamos y peticiones de mediación las recibe en sus oficinas o vía internet por el portal web “Sernac Facilita”; también encontramos a las Asociaciones de Consumidores, que hoy en día juegan un papel esencial a la hora de la representar a los consumidores. Todo dependerá de la credibilidad y relación que tenga la asociación con los proveedores recurridos, aunque, a diferencia del SERNAC, a ellas se les faculta por ley para asumir la “Representación Legal” del Consumidor afectado. Finalmente, cabe agregar que puede que se obtenga una respuesta favorable y se ahorre un pleito judicial, o puede suceder que el proveedor no acceda a lo pedido, frente a lo cual se podrá optar por otras vías de solución.

• **CONCURREN A LA JUSTICIA PARA LA RESOLVER LA CONTROVERSIA:** Finalmente, puede suceder que vía conversación y/o mediación no se haya podido obtener mucho al respecto. Frente a este escenario, la ley faculta al Consumidor afectado para que concurra a la Justicia (Tribunales), ya sean ordinarios o creados por la Ley para el sólo efecto de conocer ciertos asuntos (ejemplo son la SUBTEL u otros organismos que se invisten de facultades jurisdiccionales que la ley les encomienda), para obtener una solución a su problema. Como anteriormente dijimos, acá perfectamente una Asociación de Consumidores puede asumir la representación legal del consumidor, sin perjuicio de que éste puede comparecer personalmente sin la necesidad de estar patrocinado por abogado habilitado ni representado

por mandatario judicial. A continuación, explicaremos el procedimiento que debe seguir un Consumidor frente al Tribunal ordinario para obtener un respuesta a su conflicto, aunque sólo atenderemos a su interés individual, ya que el interés colectivo tiene un procedimiento distinto y que está consagrado y regulado en el Título IV, párrafo 2º de la Ley 19.496, denominado “del Procedimiento Especial para Protección del Interés Colectivo o Difuso de los Consumidores” (arts. 51 al 54 G).

El consumidor podrá acudir a estos tribunales, ya sea pidiendo que se sancione al proveedor por haber infringido las normas que la ley establece con multas a beneficio fiscal y que la propia ley establece (art. 61 LPC) o bien solicitando que se le indemnice por los perjuicios que se le hubieren causado por esta irresponsabilidad del proveedor, consagrado como Derecho básico del Consumidor a la reparación e indemnización cuando corresponda en el artículo 3º letra f) (ya antes visto), teniendo el fundamento principal en el articulado del Código Civil (artículo 2329; 1546; 1546; 1547; entre otros).

## **PROCEDIMIENTO JUICIO INDIVIDUAL CONSUMIDOR.**

### **1. Tribunal Competente.**

Ahora, si bien se trata de una “indemnización de perjuicios” y lo normal sería obtener esta reparación vía juicio ordinario ante Juzgado de Letras competente, la Ley 19.496 prescribe, en su artículo 50 A inciso 1 que “los jueces de policía local conocerán de todas las acciones que emanan de esta ley, siendo competente aquel que corresponda a la comuna en que se hubiera celebrado el contrato respectivo, se hubiere cometido la infracción o dado inicio a su ejecución, a elección del actor (consumidor)”.

Sin perjuicio de lo anterior, el mismo artículo en su inciso 3 establece que lo dispuesto en el inciso 1 no se aplicará a las acciones mencionadas en la letra b) del artículo 2º bis (lo relativo al procedimiento donde esté contemplado el interés colectivo o difuso), emanadas de esta ley o de leyes especiales, incluidas las acciones de interés colectivo o difuso derivadas de los artículo 16, 16 A y 16 B de la presente ley, en que serán

competentes los Tribunales ordinarios de justicia, de acuerdo a las reglas generales.

**Caso especial:** El artículo 50 A, en su inciso segundo, señala que “en el caso de contrato celebrados por medios electrónicos, en que no sea posible determinar lo señalado en el inciso anterior, será juez competente aquel de la comuna en que resida el consumidor”. De esta manera, se deja de manifiesto que la ley se adecúa a la modernidad y a la contingencia.

## **2. Procedimientos aplicables.**

El **artículo 50 B** establece que “los procedimientos previstos en esta Ley podrán iniciarse por **demanda, denuncia o querella**, según corresponda”, estableciendo que así se estará a lo prescrito en la misma ley (art. 50, 50 A) como normas procedimentales. Luego, el mismo artículo establece que a falta de un procedimiento establecido o “en lo no previsto en el presente Párrafo, se estará a lo dispuesto en la Ley 18.287 (establece el procedimiento ante los Juzgados de Policía Local) y, en subsidio, a las normas del Código de Procedimiento Civil”.

## **3. Comparecencia en juicio:**

El **artículo 50 C** establece que la denuncia, querella o demanda deberán presentarse por escrito y no requerirán patrocinio de abogado habilitado. Las partes podrán comparecer personalmente, sin intervención del letrado, salvo en el caso contemplado en el Párrafo 2° del título IV (procedimiento colectivo). Sin perjuicio de lo que significa tal beneficio, hay que tener presente que siempre es recomendable la asesoría por un abogado o alguien que maneje los temas legales, ya que el proveedor cuenta con abogados especializados en el tema y frente a ellos, claramente no habría una igualdad en conocimientos.

Luego, el inciso 3 del mismo precepto establece que se presumirá, para los efectos previstos en la ley, que representa al proveedor, y que en tal carácter lo obliga, la persona que ejerce habitualmente funciones de dirección o administración por cuenta.

Cabe mencionar que el artículo 28 de la ley 18.287 dispone que si la infracción afecta a sociedades civiles o comerciales, el procedimiento podrá seguirse con el gerente, administrador o presidente, no obstante cualquier otra limitación establecida en los estatutos o actos constitutivos de la sociedad.

Sin perjuicio de lo anterior, el artículo 13 de la ley dispone que el Juez podrá ordenar la comparecencia personal del demandado, denunciado o querellado, si lo estimare necesario, bajo los apercibimientos legales a que se refiere el artículo 380 del Código de Procedimiento Civil.

Además cabe señalar que el **artículo 50 en su inciso 3** expresa que el ejercicio de las acciones que este artículo le otorga al consumidor afectado, puede realizarse a título individual o en beneficio del interés colectivo o difuso de los consumidores, explicando posteriormente que se entiende por cada una de ellas.

#### **4. Demanda.**

El **artículo 3° de la Ley 18.287** establece que el consumidor que se encuentre vulnerado en sus derechos por infracción de un proveedor irresponsable a la normativa, deberá denunciarla al juzgado competente (dentro de seis meses contados desde la infracción, ya que si no ocurre así, el plazo de reclamo prescribe, o sea, se extingue) y citar al infractor para que comparezca a la audiencia más próxima, indicando día y hora, bajo apercibimiento legal de proceder en su rebeldía. Luego señala que la citación se hará por escrito, entregándose el respectivo documento al infractor que se encontrare presente; si no lo estuviere, se le dejará en un lugar visible de su domicilio. Una copia de la citación deberá acompañarse en la denuncia, con indicación de la forma en que se puso en conocimiento del infractor. La citación, según el artículo 4° de la misma ley, deberá considerar, a lo menos, los siguientes aspectos como:

- La individualización del denunciado y, si se supiere, el número de su cédula de identidad;
- El Juzgado de Policía Local competente y el día y hora en que deberá concurrir;



- La falta o infracción que se le imputa y el lugar, día y hora en que se habría cometido, y
- La identidad del denunciante y el cargo que desempeña.

## 5. Notificación.

Cuando la demandada sea una persona jurídica, según el **artículo 50 D** la demanda se notificará al representante legal de ésta o bien al jefe del local donde se compró el producto o se prestó el servicio. Esta notificación, según el artículo 8° de la Ley 18.287, se practicará personalmente, entregándose una copia de la demanda, querella o denuncia y de la resolución del tribunal firmada por el Secretario al demandado, querellado o denunciado.

Además, se establece la obligatoriedad al proveedor de exhibir en un lugar visible del local la individualización completa de quien cumpla la función de jefe de local, indicándose al menos el nombre completo y su domicilio. De toda notificación se dejará testimonio en el proceso.

## 6. Inicio del Proceso (Juicio).

El **artículo 50 C**, en su inciso 2, prescribe que en su comparecencia, las partes podrán realizar todas las gestiones procesales destinadas a acreditar la infracción y a probar su derecho, incluidas la presentación, examen y tacha de testigos, cuya lista podrá presentarse en la misma audiencia de conciliación, contestación y prueba.

**a) Emplazamiento del demandado:** El artículo 7° de la Ley 18.287 prescribe que en los casos de demanda, denuncia de particulares o querella, el tribunal la mandará poner en conocimiento del demandado, denunciado o querellado y, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 9°, fijará día y hora para la celebración de una audiencia de contestación, conciliación y prueba, a la que las partes deberán concurrir con todos sus medios de prueba y que se celebrará con las partes que asistan.

**b) Defensa del demandado:** El artículo 10 de la ley en comento señala que la defensa del demandado, denunciado o querellado podrá hacerse

verbalmente o por escrito. Luego, en su inciso tercero señala que en todo caso y oída la defensa del demandado, el juez, si lo estima conveniente y en resguardo de los derechos del demandante o demandado, podrá suspender el comparendo y fijar nuevo día y hora para su continuación, con el sólo objeto de recibir la prueba.

## **AUDIENCIA DE CONTESTACIÓN, CONCILIACIÓN Y PRUEBA**

**c) Contestación:** Esta etapa procesal consiste en donde el demandado, denunciado o querellado expone contesta la demanda que se interpuso en su contra.

**d) Conciliación:** El artículo 11 de la ley establece que en el comparendo de contestación y después de oír a las partes, el juez llamará a conciliación sobre todo aquello que mire a las acciones civiles deducidas. Producida la conciliación, la causa seguirá su curso en lo contravencional. No obstante lo anterior, el juez podrá llamar nuevamente a conciliación en el curso del proceso. Se establece además que las opiniones que emita el juez, en el acto de conciliación, no lo inhabilitan para seguir conociendo de la causa. Se dice que la conciliación total o parcial, una vez suscrita por el Juez, las partes y el Secretario del Tribunal, tendrá mérito de sentencia ejecutoriada.

**e) Testigos:** El artículo 12 establece que en el procedimiento de Policía Local, no podrá presentarse por cada parte más de cuatro testigos, cualquiera que fuere el número de hechos controvertidos. Luego, el artículo 13 en su parte final dispone que el Juez podrá ordenar la comparencia personal de los testigos, si lo estimare necesario, bajo los apercibimientos legales a que se refiere el artículo 380 del Código de Procedimiento Civil.

## **7. Prueba**

El artículo 14 señala que el juez apreciará la prueba y los antecedentes de la causa de acuerdo con las reglas de la sana crítica<sup>50</sup>, prescribiendo que el solo hecho de la contravención o infracción no

determina necesariamente la responsabilidad civil del infractor, si no existe relación de la causa a efecto entre la contravención o infracción y el daño producido. Luego, el mismo artículo en su inciso 2 expresa que al apreciar la prueba de acuerdo con las reglas de la sana crítica, el tribunal deberá expresar las razones jurídicas y las simplemente lógicas, científicas o técnicas en cuya virtud les asigne valor o las desestime. En general, tomará en especial consideración la multiplicidad, gravedad, precisión, concordancia y conexión de las pruebas y antecedentes del proceso que utilice, de manera que el examen conduzca lógicamente a la conclusión que convence al sentenciador.

Establece el artículo 16 que el juez podrá decretar todos los asuntos de que conozca, durante el transcurso del proceso, las diligencias probatorias que estime pertinentes.

El mismo artículo señala que siempre que sea necesario fijar el valor de la cosa objeto de la falta, el juez la hará tasar por peritos. Al efecto, de estar la cosa en poder del tribunal, la entregará a éstos o les permitirá su inspección, proporcionándoles los elementos directos de apreciación sobre los que deberá recaer el informe. De no estar la cosa en poder del tribunal, les proporcionará los antecedentes que obren en el proceso, en base a los cuales los peritos deberán emitir su informe. Cuando del proceso no resulte probado el valor de la cosa ni pudiere estimarse por peritos u otro arbitrio legal, el tribunal hará su regulación prudencialmente.

Finalmente cabe recordar, como se mencionó anteriormente, que en el artículo 50 C inciso 2 se puede desprender que el sistema de prueba en este proceso es libre (no limita ni restringe medios de prueba), por cuanto señala que “las partes podrán realizar todas las gestiones procesales destinadas a **“acreditar”** la infracción y a **“probar”** su derecho. Como la ley 18.287 no señala el procedimiento específico de la presentación de la prueba y otros aspectos procesales, se estará a lo dispuesto en los Títulos IX y XI del Código de Procedimiento Civil, sólo en lo que se refiere al procedimiento y no a la valoración de las pruebas.

---

50 La Sana Crítica o sistema de persuasión racional de la prueba es el sistema en el que se entrega al Juez amplias facultades para apreciar la prueba, pero imponiéndose los deberes de establecer los hechos mediante un razonamiento lógico en base a pruebas rendidas, y de exponer en la sentencia ese proceso de razón con el cual llegó a la convicción de que tales son los hechos que establece.

No existe un término probatorio y toda la prueba se deberá rendir en la audiencia respectiva.

**Casos en que no hay necesidad de Prueba:** El artículo 15 expresa que tratándose de la denuncia a que se refiere el artículo 3.º y cumplidos los trámites establecidos en dicha disposición, el juez podrá dictar resolución de inmediato, si estima que no hubiere necesidad de practicar diligencias probatorias.

## **8. Sentencia.**

El artículo 17 establece que la sentencia deberá dictarse dentro del plazo de quince días, contado desde la fecha en que el juicio se encuentre en estado de fallo. La sentencia expresará la fecha, la individualización de las partes o del denunciado, en su caso, una síntesis de los hechos y de las alegaciones de las partes, un análisis de la prueba y las consideraciones de hecho y derecho que sirvan de fundamento al fallo y la resolución de las cuestiones sometidas a la decisión del tribunal. La sentencia una vez ejecutoriada, tendrá mérito ejecutivo y su cumplimiento se hará efectivo ante el mismo tribunal.

Luego, el artículo 18 establece que las resoluciones se notificarán por carta certificada, la que deberá contener copia íntegra de aquéllas: Las sentencias que impongan multas superiores a cinco unidades tributarias mensuales, las que cancelen o suspendan las licencias para conducir y las que regulen daños y perjuicios superiores a diez unidades tributarias mensuales, se notificarán personalmente o por cédula (arts. 40 y sgtes. y arts. 48 y sgtes. del Código de Procedimiento Civil, respectivamente).

Finalmente cabe señalar que el **artículo 58 bis** de la Ley 19.496, incorporado por la reforma a la ley 19.955 del año 2004, establece que los jueces de letras y de policía local deberán remitir al Servicio Nacional del Consumidor copia autorizada de las sentencias definitivas que se pronuncien sobre materias propias de la presente ley y de las sentencias interlocutorias que fallen cuestiones de competencia, una vez que se encuentren ejecutoriadas. Un reglamento determinará la forma en que será llevado el registro de estas sentencias, reglamento

que fue plasmado en el Decreto Supremo N° 18, de 13 de enero de 2006, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, publicado en el Diario Oficial de 03 de abril de 2006.

## **9. “Consideración” hacia el Proveedor “ignorante”.**

El artículo 19 de la ley señala que cuando se trate de una primera infracción y aparecieren antecedentes favorables, el juez podrá, sin aplicar la multa que pudiese corresponderle, apercibir y amonestar al infractor. Ello sin perjuicio de ordenar que se subsane la infracción si fuere posible, dentro del plazo que el tribunal establezca.

El Juez de Policía Local podrá absolver al infractor en caso de ignorancia excusable o buena fe comprobada, lo cual resulta muy criticable ya que no se podría concebir a un proveedor “no conocedor” de la normativa que rige su actividad comercial, ya que eso constituiría una desventaja para frente a sus competidores en el Mercado.

Sin perjuicio de lo anterior, el artículo 20 de la ley señala que si resultare mérito para condenar a un infractor que no hubiere sido antes sancionado, el juez le impondrá la pena correspondiente, pero si aparecieren antecedentes favorables podrá dejarla en suspenso hasta por un año, declarándolo en la sentencia misma y apercibiendo al infractor para que se enmiende.

Si dentro de ese plazo éste reincidiere, el fallo que se dicte en el segundo proceso lo condenará a cumplir la pena suspendida y la que corresponda a la nueva contravención o falta de que se le juzgue culpable.

## **10. Recurso de Reposición.**

El artículo 21 señala que si aplicada una multa y antes de ser pagada se pidiera reposición, haciendo valer el afectado antecedentes que a juicio del tribunal comprueban la improcedencia de la sanción o su excesivo monto, el juez podrá dejarla sin efecto o moderarla, según lo estimare procedente en resolución fundada.

Este recurso sólo podrá ejercitarse dentro de los treinta días siguientes a la notificación de la resolución condenatoria.

## **11. Destino de las Multas impuestas.**

El artículo 61 de la Ley del Consumidor (19.496) establece que las multas a que se refiere esta ley serán de beneficio fiscal, sin perjuicio del juicio de indemnización que se pueda iniciar los perjuicios que le hubieren ocasionado. En tal sentido, el Consumidor sólo recibirá una retribución en dinero (reparación monetaria) cuando demande al proveedor por vía de la acción reparatoria o indemnizatoria; en los demás casos, sólo se procederá a multar al proveedor con arreglo a la ley.

El artículo 22 de la ley 18.287 establece que las multas aplicadas por los tribunales a que se refiere esta ley, deberán ser enteradas en la Tesorería Municipal respectiva dentro del plazo de cinco días.

## **12. Sanción al no pago de las multas.**

El artículo 23 establece que transcurrido el plazo de cinco días a que se refiere el artículo anterior sin que se hubiere acreditado el pago de la multa, el Tribunal podrá decretar, por vía de sustitución y apremio, alguna de las siguientes medidas contra el infractor: reclusión nocturna, reclusión diurna o reclusión de fin de semana, a razón de un día o una noche por cada quinto de unidad tributaria mensual, con un máximo de quince jornadas diarias, diurnas o nocturnas, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 20 bis.

Dichas medidas podrán ser decretadas en forma total o parcial, o en determinados días de la semana, especificando duración, lugar y forma de cumplir con lo decretado.

Tratándose de multas superiores a veinte unidades tributarias mensuales, tales medidas no obstarán al ejercicio de la acción ejecutiva. La aplicación de estas medidas de sustitución y apremio no podrá suspenderse o dejarse sin efecto sino por orden del mismo Tribunal que las dictó o por el pago de la multa, cuyo monto deberá expresarse en ella. El organismo policial encargado de diligenciar la orden o de custodiar al infractor podrá recibir válidamente el pago de la multa, en cuyo caso devolverá al Tribunal dentro de tercero día la orden diligenciada y el dinero recaudado.

A solicitud de parte, el juez podrá sustituir una medida por otra durante el cumplimiento de ésta.

### **13. Plazos.**

El artículo 27 de la ley establece que los plazos de días de esa ley se suspenderán durante los feriados. Atendido a esto, se puede inferir que los plazos a que alude la ley del consumidor son de días hábiles.

### **14. Terceros.**

El artículo 29, en su inciso 2 establece que la sentencia condenatoria no surtirá sus efectos respecto del tercero civilmente responsable que no hubiere tomado conocimiento de la denuncia o querrela seguida ante el juez de policía local por notificación efectuada en conformidad al artículo 8º, antes de la dictación de la sentencia.

### **15. Medidas Precautorias.**

Según el profesor de Derecho Procesal Gonzalo Cortez, las Medidas Precautorias o Cautelares pueden definirse como “todos los actos procesales que decreta el Tribunal, a petición de parte y cuyo objeto es garantizar la eficacia práctica de la sentencia definitiva estimatoria de la pretensión”. Al decir del profesor Cortez, estas medidas “están destinadas a impedir la posibilidad de que el demandado realice actos que impidan o dificulten notablemente la efectividad de la sentencia, pudiendo incluso variar su solvencia dentro del curso del proceso”.

A este respecto, el **artículo 50 F** de la ley del consumidor establece que si durante un procedimiento el juez tomara conocimiento de la existencia de bienes susceptibles de causar daño, ordenará su custodia en el tribunal si lo estimara necesario. En caso de que ello no fuera factible, atendida su naturaleza y características, el juez ordenará las pericias que permitan acreditar el estado, la calidad y la aptitud de causar daño o cualquier otro elemento relevante de los bienes o productos y dispondrá las medidas que fueran necesarias para la seguridad de las personas o de los bienes.

Igualmente, el artículo 30 de la ley establece que para asegurar el resultado de la acción, el juez podrá decretar, en cualquier estado del juicio y existiendo en autos antecedentes que las justifiquen, cualquiera de las medidas señaladas en el Título V del Libro II del Código de Procedimiento Civil (mencionadas en el artículo 290º), debiendo ellas limitarse a los bienes necesarios para responder a los resultados del proceso.

En los casos que el tribunal estime urgentes, podrá conceder las medidas precautorias antes de notificarse la demanda, en el carácter de prejudiciales<sup>51</sup>, siempre que se rinda fianza u otra garantía suficiente, a juicio del tribunal, para responder por los perjuicios que se originen y multas que se impongan.

Las medidas a que se refieren los incisos anteriores, podrán también ser decretadas de oficio por el juez. Su duración, en tal caso, será de treinta días sin perjuicio del derecho de las partes para solicitar que se mantengan o que se decreten otras.

## **16. Apelación.**

La apelación es entendida como aquel recurso ordinario que la ley concede al litigante que se siente agraviado (vulnerado) o disconforme por una resolución judicial, para recurrir al tribunal superior inmediato, a fin de que la revoque o modifique, dictando al efecto la que considere más justa, con pleno conocimiento de la cuestión controvertida. Por consiguiente, se ha establecido a favor de la parte litigante que se considera perjudicada por una resolución judicial dictada por un tribunal inferior, a fin de que el tribunal superior, conociendo en toda su amplitud de la cuestión debatida (aspecto de hecho y de derecho), dicte una nueva sentencia, enmendando los perjuicios o agravios causados, sea por equivocación, ignorancia, negligencia o malicia en la aplicación de la ley al caso en debate<sup>52</sup>.

El artículo 32 de la ley establece que en los asuntos de que conocen en primera instancia los jueces de policía local, procederá el recurso de apelación sólo en contra de las sentencias definitivas o de aquellas

---

51 El profesor Gonzalo Cortez las define como los medios que franquea la ley a las partes litigantes para preparar su entrada al juicio.

52 Casarino Viterbo, Mario – Manual de Derecho Procesal - Tomo IV- 3ª edición (1974) –pp. 221, 222



resoluciones que hagan imposible la continuación del juicio. El recurso deberá ser fundado y se interpondrá en el término fatal e individual de cinco días, contados desde la notificación de la resolución respectiva.

Conocerá de él la Corte de Apelaciones respectiva y se tramitará conforme a las reglas establecidas para los incidentes.

Si el apelante no compareciere dentro del plazo de cinco días desde que se reciban los autos en la secretaría del tribunal de segunda instancia, éste declarará desierto el recurso de apelación respectivo.

Se aumentará este término en tres días más, cuando los autos se remitan desde un tribunal de primera instancia que funcione fuera de la comuna en que resida el de alzada.

Luego, el artículo 34 establece que concedido el recurso deberá enviarse los antecedentes al tribunal de alzada, dentro de tercero día, contado desde la última notificación de la resolución que conceda la apelación.

El tribunal de segunda instancia podrá admitir a las partes presentar las pruebas que no hayan producido en primera. Sin embargo, solamente podrá recibirse la prueba testifical que ofrecida en primera instancia, no se hubiere rendido por fuerza mayor u otro impedimento grave.

El tribunal de alzada podrá pronunciarse sobre cualquier decisión de la sentencia de primera instancia, aunque en el recurso no se hubiere solicitado su revisión (artículo 35). El plazo para fallar el recurso será de seis días, el que se contará desde que la causa quede en estado de fallo. Las resoluciones que se dicten en esta instancia se notificarán por el estado y exclusivamente a las partes que hayan comparecido (artículo 36). No procederá el recurso de casación en los juicios de policía local (artículo 38).

## 17. Cuantía.

Como ya vimos, el **artículo 50 G** de la ley del consumidor es muy claro en este aspecto y establece que las causas cuya cuantía, de acuerdo al monto de lo pedido, no exceda de diez unidades tributarias mensuales (10 UTM), se tramitarán conforme a las normas de este Párrafo, como procedimiento de única instancia, por lo que las resoluciones que se dicten en el serán inapelables (ejemplo de ello, es la multa impuesta por el

artículo 29 de la ley del consumidor por no rotular bienes servicios o faltar a la verdad, ocultarla o alterarla que va desde las 5 hasta las 50 UTM).

Luego, el mismo artículo señala, en su inciso 2, que en las causas que se sustancien de acuerdo a este procedimiento de única instancia, la multa impuesta por el juez no podrá superar el monto de lo otorgado por la sentencia definitiva. Directamente relacionado con lo anterior está lo que dispone el artículo 7 inciso 2, de la ley 18.287, que señala que las partes podrán comparecer personalmente o representadas en forma legal. En los juicios en que se litiga sobre regulación de daños y perjuicios de cuantía superior a cuatro unidades tributarias mensuales se deberá comparecer patrocinado por un abogado habilitado para el ejercicio profesional y constituir mandato judicial. Referente a este último postulado cabe la duda si la “comparecencia sin abogado” que garantiza la Ley del Consumidor entra en conflicto con esta norma, derogándola tácitamente e imponiendo la comparecencia con abogado habilitado.

### **18. Denuncia, querrela o demanda “temeraria”.**

Respecto de este asunto, el **artículo 50 E** de la ley 19.496 (ley del consumidor) establece que cuando la denuncia, querrela o demanda interpuesta carezca de fundamento plausible (digno, admisible), el juez, en la sentencia y a petición de parte, podrá declararla como **temeraria**. Realizada tal declaración, los responsables serán sancionados en la forma que señala el artículo 24 de esta ley (multas de hasta 50 UTM), salvo que se trate de acciones iniciadas en conformidad a lo señalado en el N° 1 del artículo 51 (iniciar juicio colectivo o difuso). En este último caso, la multa podrá ascender hasta 200 unidades tributarias mensuales (200 UTM), pudiendo el juez, además, sancionar al abogado, conforme a las facultades disciplinarias contenidas en los artículos 530 y siguientes del Código Orgánico de Tribunales.

Así las cosas, uno de los elementos esenciales que se debe tener en todo acto de consumo es “honestidad”, tanto de parte del proveedor pero también del consumidor.

Finalmente, este artículo en su inciso final prescribe que lo dispuesto en esta disposición se entenderá sin perjuicio de las responsabilidades penal y civil solidaria de los autores por los daños que hubieren

producido; estableciendo una sanción más drástica respecto de quienes se aprovechan de las demandas sin fundamento y que proceden en el mercado actuando deshonestamente.

## **5.- INFORMARSE RESPONSABLEMENTE:**

Es un Deber del Consumidor o Usuario **INFORMARSE RESPONSABLEMENTE** sobre las características relevantes de los bienes y servicios en el Mercado, su **PRECIO** y **CONDICIONES DE CONTRATACIÓN**. Este Deber se puede manifestar en, por ejemplo; leer rotulados, etiquetas, conocer Normas y Símbolos, exigir y leer manuales de instrucciones antes de utilizarlo, examinar críticamente la publicidad.

No basta con que el proveedor esté obligado a proporcionar información al consumidor sobre los bienes y servicios que ofrece sino que además el Consumidor está en el deber de examinar ella, comprender la información y luego obrar de acuerdo a esa información, de manera de no causar daño al bien o servicio por no saber respecto de su manejo o condiciones que tiene. Se debe pedir y exigir toda la información que se requiera para elegir libremente, exigir la legibilidad de los rotulados, etiquetas, instrucciones y contratos; exigir y leer manuales de instrucción de los productos antes de utilizarlos; exigir instrucciones en castellano; evaluar la información relevante de la publicidad, y, exigir precios a la vista.

El consumidor no debe adoptar una actitud paternalista respecto del proveedor; más bien debe ser un agente económico activo, regulador y participativo del Mercado.

## **6.- ADOPTAR CONDUCTAS SOSTENIBLES DE PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE:**

El Consumidor, para contribuir al Desarrollo Sostenible, debe adoptar actitudes y omisiones que lo conviertan en un Consumidor Saludable, Sustentable, Responsable e Inteligente, prefiriendo productos que no dañen el Medio Ambiente, es decir, “Productos Inteligentes”.

La protección de nuestro Medio Ambiente no es tarea sólo de unos pocos, sino que es una responsabilidad de la sociedad toda. No sólo el proveedor se ve obligado a respetar en su producción, construcción,

comercialización, etc., el cuidado del medio ambiente, sino que también todo consumidor debe estar consciente de lo que está consumiendo y hacerlo de forma “sostenible”. En tal sentido, debemos entender que este consumo “sostenible<sup>53</sup>” abarca diversas dimensiones: Una dimensión se plantea desde la perspectiva de consumir de manera tal que se garantice un “abastecimiento” de los recursos para las futuras generaciones, no depredando ni sobre-explotando recursos esenciales para la vida. Otra dimensión comprende que se debe consumir de manera tal que no se afecte el entorno en el cual uno se desarrolla y vive, para así garantizar un espacio sano y limpio a las generaciones venideras. Otra dimensión que podemos resaltar es la de entregar al Consumidor la Responsabilidad Social de determinar los patrones de consumo que regulan la economía y que de cierta forma crean demanda al Mercado; un consumidor que no tiene conciencia de lo que consume y con ello afecta la sustentabilidad de la comunidad, termina creando desigualdades y abuso de poder de parte de proveedores “autorizados” por los patrones de consumo imperantes.

Finalmente, con ánimo de no extender más este tema, que por cierto tiene una connotación tan trascendente que nos puede dar para el desarrollo de otro texto completo, se pueden plantear algunas actitudes que puede tener todo consumidor para adoptar un consumo sustentable, como por ejemplo:

- a) Informarse sobre nuestros derechos y obligaciones como consumidores y sobre la legislación relativa a los recursos naturales.
- b) Reducir nuestro consumo. Comprar sólo lo que se necesite, escoger productos que no sean agresivos ambientalmente. Las etiquetas y ecoetiquetas ayudan a tomar decisiones responsables.
- c) Utilizar nuestro PODER DE COMPRA para premiar los productos que no afectan el ambiente y castigar aquellos que lo hacen.
- d) Utilizar el reclamo responsable y genuino, para impulsar cambios de actitud en las empresas, industrias u organismos que brindan servicios.
- e) Ahorrar energía utilizando focos de bajo consumo.
- f) Comprar bienes o servicios de empresas eco-eficientes.

---

53 Consumo sostenible o sustentable nos plantea como meta fundamental asegurar que las necesidades básicas de la comunidad mundial, sean cubiertas, eliminando o reduciendo los excesos en el consumo y evitando los daños o impactos nocivos al ambiente.

- g) Asociarse a alguna organización que trabaja a favor del ambiente o en defensa de los derechos del consumidor.
- h) Practicar las tres “R”: Reducir, Reciclar y Reutilizar. Pero antes de comprar, se recomiendan dos más: Respetar y Reflexionar.



# PUBLICIDAD

La información, como en reiteradas ocasiones lo hemos planteado, es un requisito esencial para las relaciones de mercado. Así tenemos, por ejemplo, que toda persona que quiere adquirir un bien o contratar un servicio necesita de información para instruirse y adoptar una decisión correcta. Ahora, la difusión de esa información se realiza a través de diversos canales; así se utilizan catálogos, manuales, etiquetas, rotulados, etc., todos medios por los cuales el consumidor puede instruirse oportunamente de las características del producto. Sin embargo, hay ciertos medios que incitan al Consumidor a adquirir un bien o contratar un servicio, apelando más a un aspecto visual que informativo, tratando de captar, por recursos visuales y auditivos, potenciales consumidores de sus bienes o servicios.

“El Consumo ha pasado a ser, por la fuerza del Mercado y sus deformaciones, mucho más que la función destinada a satisfacer las necesidades de las personas. Consumir, comprar, pretenden convertirse en una forma de ser. Somos lo que comemos, sí. Pero también lo que compramos, el modo y la dimensión en que lo hacemos. La Publicidad, por lo tanto, no vende productos, sino que pone en circulación modelos deseables de consumidores y los clasifica no de acuerdo a lo que son sino a lo que podrían llegar a ser. Sin embargo, quien más nos habla sobre los productos es la publicidad. Es, por tanto, importante conocer la forma en que ésta funciona, así como tener presente lo que nos puede entregar, su poder de influencia, sus límites, sus propósitos, etc.”<sup>54</sup>.

La Publicidad nos trata de mostrar una realidad ideal que ella misma crea en sus mensajes. Lo que busca es convencer al consumidor de que comprando ese producto será merecedor de acceder a esa realidad inventada por ella. Trata de hacer parecer que mientras mejor sea la publicidad, mejor es el producto, cuestión que no muchas veces es así. A este respecto, el papel que juegan los medios de comunicación masiva es clave. Lamentablemente hoy somos testigos del lucro ciego que constituye la publicidad para los medios de comunicación: gran parte de sus ganancias son aportadas por esta vía, lo cual crea una dependencia con sus “auspiciadores”, muchas veces cerrando los ojos frente

54 Educación, Consumo y Calidad de Vida. Material de Autoaprendizaje. Consumers International – UNESCO. (1998) P.59

al anuncio o contenido de la publicidad que están difundiendo por su medio. En tal sentido, debería existir un poco más de Responsabilidad Social de los Medios de Comunicación masiva de toda publicidad que difunden y si realmente está de acuerdo con los valores y principios cívicos, ciudadanos y democráticos que deben tener. Es por ello que el consumidor constituye un control ciudadano esencial que debe ejercerse de forma continua y no dormir en el silencio absoluto.

## **PUBLICIDAD EN LA LEY DEL CONSUMIDOR**

Entrando en materia propiamente tal, el artículo 1° N° 4 de la Ley del Consumidor, entrega una definición legal de Publicidad, definiéndola como la comunicación que el proveedor dirige al público por cualquier medio idóneo al efecto, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio, entendiéndose incorporadas al contrato las condiciones objetivas contenidas en la publicidad hasta el momento de celebrar el contrato. Son condiciones objetivas aquellas señaladas en el artículo 28° de la presente ley y que son:

- a) Los componentes del producto y el porcentaje en que concurren;
- b) la idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y que haya sido atribuida en forma explícita por el anunciante;
- c) las características relevantes del bien o servicio destacadas por el anunciante o que deban ser proporcionadas de acuerdo a las normas de información comercial;
- d) El precio del bien o la tarifa del servicio, su forma de pago y el costo del crédito en su caso, en conformidad a las normas vigentes;
- e) Las condiciones en que opera la garantía, y
- f) Su condición de no producir daño al medio ambiente, a la calidad de vida y de ser reciclable o reutilizable.

Frente a la importancia que le asigna el legislador a esta herramienta de difusión de información como lo es la publicidad, se establece en la misma ley (párrafo 1° , Título III) sanciones a aquellos proveedores que incurran en una Publicidad Engañosa o que induzca al error. Así, el artículo 28° establece que comete infracción a las disposiciones de la ley del consumidor, el que, a sabiendas o debiendo saberlo y a través de cualquier tipo de mensaje publicitario induce a error o engaño respecto de todas las condiciones objetivas (información básica comercial) que debe reunir la publicidad y que se mencionaron anteriormente.



De la redacción del artículo se puede entender que nunca se podrá alegar ignorancia por parte del proveedor, ya que se dice que el “sabiendo o debiendo saberlo”, no dando ninguna oportunidad para que se exima de su responsabilidad.

“Aquí es importante que tanto los consumidores como sus organizaciones o el SERNAC, no pequen de ingenuos ante ciertas conductas de proveedores que permanentemente caen en infracciones, achancándolas a “errores involuntarios”.

En casos reiterados, será conveniente analizar los antecedentes a la luz del Código Penal, en su Título relativo a los fraudes, las estafas y similares. De ser suficientes los antecedentes, entonces será más conveniente, tal vez, intentar inmediatamente una acción penal en contra del proveedor denunciado, dado que la aplicación de las normas de la Ley del Consumidor pueden ser insuficientes ante una conducta voluntariamente delictiva del denunciado”<sup>55</sup>.

**MULTAS Y SANCIONES:** El artículo 24° de la Ley, en su inciso 2, prescribe que la publicidad falsa o engañosa difundida por medios de comunicación social, en relación a cualquiera de los elementos indicados en el artículo 28° (condiciones objetivas), hará incurrir al infractor en una multa de hasta **750 unidades tributarias mensuales**. En caso de que incida en las cualidades de productos o servicios que afecten la salud o la seguridad de la población o el medio ambiente, hará incurrir al anunciante infractor en una multa de hasta **1.000 unidades tributarias mensuales**.

El juez, en caso de reincidencia, podrá elevar las multas antes señaladas al doble. Se considerará reincidente al proveedor que sea sancionado por infracciones a esta ley dos veces o más dentro del mismo año calendario.

Para la aplicación de las multas señaladas en esta ley, el tribunal tendrá especialmente en cuenta la cuantía de lo disputado, el grado de negligencia en que haya incurrido el infractor, la gravedad del daño causado, el riesgo a que quedó expuesta la víctima o la comunidad y la situación económica del infractor.

El **artículo 28° A**, introducido por la reforma 19.955 de 2004, entrega otra figura infraccional, señalando que comete infracción a la presente ley el que, a través de cualquier tipo de mensaje publicitario, produce confusión en los consumidores respecto de la identidad de empresas, actividades, productos, nombres, marcas u otros signos distintivos de los competidores. El Profesor Eduardo Jury Santibáñez señala que debe relacionarse esta figura infraccional

---

55 ODECU – Chile, Manual de la Ley n° 19-496.- año 2005 – p.51

con lo dispuesto en el artículo 13° del Código Chileno de Ética Publicitaria; concepto de “Goodwill” o “imagen adquirida”: “Los avisos no deberán hacer uso injustificado o peyorativo del nombre, iniciales o de signos gráficos, visuales o auditivos distintivos de cualquier firma, compañía, institución o de la marca de un producto o servicio. Los avisos no deberán aprovecharse del goodwill o imagen adquirida que tiene el nombre y/ símbolo de otra firma o producto, o del goodwill o imagen adquirida por una campaña publicitaria”.

Se trata, pues, de sancionar el uso del éxito ajeno como propio<sup>56</sup>. Es así como se protege aún más al Consumidor.

El artículo 28° B también entrega normas sobre comunicaciones publicitarias o promocionales a través de correos electrónicos, fax, servicios o llamadas de mensajería y correo postal.

El **artículo 31°** expresa que en las denuncias que se formulen por publicidad falsa, el tribunal competente, de oficio o a petición de parte, podrá disponer la suspensión de las emisiones publicitarias cuando la gravedad de los hechos y los antecedentes acompañados lo ameriten. Podrá, asimismo, exigir al anunciante que, a su propia costa, realice la publicidad correctiva que resulte apropiada para enmendar errores o falsedades.

Posterior a esto, el **artículo 34°** señala que como medida prejudicial preparatoria del ejercicio de su acción en los casos de publicidad falsa o engañosa, podrá el denunciante solicitar del juez competente se exija, en caso necesario, del respectivo medio de comunicación utilizado en la difusión de los anuncios o de la correspondiente agencia de publicidad, la identificación del anunciante o responsable de la emisión publicitaria.

## PROMOCIONES Y OFERTAS.

El artículo 1°, en sus números 7 y 8 se encarga de definir ambos conceptos; así:

**a) Promociones:** las prácticas comerciales, cualquiera sea la forma que se utilice en su difusión, consistentes en el ofrecimiento al público en general de bienes y servicios en condiciones más favorables que las habituales, con excepción de aquellas que consistan en una simple rebaja de precio.

---

56 Jury Santibáñez, Eduardo. Derecho Económico I – Cuarto Apunte – año 2007 – p. 13

**b) Oferta:** práctica comercial consistente en el ofrecimiento al público de bienes o servicios a precios rebajados en forma transitoria, en relación con los habituales del respectivo establecimiento.

Referente a ello, el **artículo 35°** de la ley señala que en toda promoción u oferta se deberá informar al consumidor sobre las bases de la misma y el tiempo o plazo de su duración.

No se entenderá cumplida esta obligación por el solo hecho de haberse depositado las bases en el oficio de un notario.

En caso de rehusarse el proveedor al cumplimiento de lo ofrecido en la promoción u oferta, el consumidor podrá requerir del juez competente que ordene su cumplimiento forzado, pudiendo éste disponer una prestación equivalente en caso de no ser posible el cumplimiento en especie de lo ofrecido.

Luego, el artículo 36° expresa que cuando se trate de promociones en que el incentivo consista en la participación en concursos o sorteos, el anunciante deberá informar al público sobre el monto o número de premios de aquellos y el plazo en que se podrá reclamar. El anunciante estará obligado a difundir adecuadamente los resultados de los concursos o sorteos.

## **PUBLICIDAD E-MAIL O “SPAM”.**

Como ya dijimos, el **artículo 28 B**, también agregado por la reforma 19.955 a la Ley del Consumidor, indica que toda comunicación promocional o publicitaria enviada por correo electrónico (“spam” o correos no deseados o no solicitados) deberá indicar la materia o asunto sobre el que versa, la identidad del remitente y contener una dirección válida a la que el destinatario pueda solicitar la suspensión de los envíos, que quedarán desde entonces prohibidos. Esta norma refleja la voluntad del legislador por adecuar la Ley a los tiempos presentes, considerando parte de la modernidad dentro de la regulación de ésta.

## **PUBLICIDAD POR CORREO, FAX, TELÉFONO.**

El mismo **artículo 28° B**, en su inciso segundo, señala que los proveedores que dirijan comunicaciones promocionales o publicitarias a los consumidores por medio de correo postal, fax, llamados o servicios de mensajería telefónicos, deberán indicar una forma expedita en que los destinatarios podrán solicitar la

suspensión de las mismas. Solicitada ésta, el envío de nuevas comunicaciones quedará prohibido. Sin perjuicio de lo anterior, se debería entender que este acto no sería necesario, ya que siguiendo lo que establece esta ley, respecto de que “el silencio no constituye aceptación por parte del consumidor”, no se debería requerir la renuncia a un servicio que nunca expresó su voluntad de aceptarlo.

## **PUBLICIDAD Y COMPETENCIA DESLEAL.**

La publicidad no sólo está regulada en la Ley 19.496, sino que también en diversas disposiciones legales. Una de ellas es la que regula la Competencia Desleal. La antigua Comisión Resolutiva (hoy Tribunal de Defensa de la Libre Competencia TDLC) se refirió, en pocos casos, a la publicidad, básicamente cuando estaba dirigida a engañar al público o a desacreditar a la competencia.

Así, en su **resolución 423 de 1994**, establece que la publicidad tiene como función informar e incentivar la competencia, siendo un arma lícita cuando se emplea con el propósito de destacar la calidad, eficiencia y otras bondades de un bien o servicio, ya que, de este modo, cumple con su misión de orientar al cliente, cuando los hechos o atributos que se comparan son veraces, objetivos y demostrables.

Luego, en la misma resolución y en la resolución 475 de 1996, señala que las conductas publicitarias no pueden inducir, de cualquier modo, a engaño, error o confusión a los consumidores. Asimismo, tampoco pueden estar orientadas sólo a menoscabar el prestigio del competidor.

Además, en resolución 381 de 1992 y resolución 429 de 1995, señala que la publicidad falsamente comparativa de productos de la competencia debe ser veraz, objetiva y demostrable.

Finalmente, para ver de qué forma se relacionan las instituciones de la Publicidad y la Competencia Desleal, se mencionarán algunos artículos de la Ley 20.169, promulgada el 02 de febrero de 2007 y publicada el 16 de febrero del mismo año, que regula la Competencia Desleal, donde se establecen una directa relación con la temática que nos convoca:

1) El **artículo 1º** de la citada ley señala que esta ley tiene por objeto proteger a competidores, **consumidores** y, en general, a cualquier persona afectada en sus intereses legítimos por un acto de competencia desleal. De esta forma, ya

se da un primer acercamiento entre la regulación de la competencia desleal y el actuar de los consumidores.

2) Luego, el **artículo 2º** de la misma ley expresa que una conducta podrá ser calificada como un acto de competencia desleal conforme a las disposiciones de esta ley aunque resulten procedentes respecto de esa misma conducta, y ante los tribunales competentes, una o más de las siguientes acciones:

a) Las reguladas en el decreto con fuerza de ley N° 1, de 2005, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del decreto ley N° 211, de 1973, sobre libre competencia.

**b) Las reguladas en la ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores.**

c) Las reguladas en la ley N° 17.336, sobre propiedad intelectual, o en la ley N° 19.039, sobre propiedad industrial.

De este modo, se establece que los Tribunales que conocen de estas contiendas, también podrían llegar a conocer por infracciones a la Ley del Consumidor cuando inciten a una Competencia Desleal.

3) En su artículo 4º, esta Ley establece algunos actos que se consideran competencia desleal y que se puede entender que tienen directa repercusión y relación con los consumidores, como por ejemplo:

a) Toda conducta que aproveche indebidamente la reputación ajena, induciendo a confundir los propios bienes, servicios, actividades, signos distintivos o establecimientos con los de un tercero.

b) El uso de signos o la difusión de hechos o aseveraciones, incorrectos o falsos, que induzcan a error sobre la naturaleza, proveniencia, componentes, características, precio, modo de producción, marca, idoneidad para los fines que pretende satisfacer, calidad o cantidad y, en general, sobre las ventajas realmente proporcionadas por los bienes o servicios ofrecidos, propios o ajenos.

c) Todas las informaciones o aseveraciones incorrectas o falsas sobre

los bienes, servicios, actividades, signos distintivos, establecimientos o relaciones comerciales de un tercero, que sean susceptibles de menoscabar su reputación en el mercado. Son también ilícitas las expresiones dirigidas a desacreditarlos o ridiculizarlos sin referencia objetiva.

e) Toda comparación de los bienes, servicios, actividades o establecimientos propios o ajenos con los de un tercero, cuando se funde en algún antecedente que no sea veraz y demostrable, o, cuando de cualquiera otra forma infrinja las normas de esta ley.

4) Finalmente, respecto a quienes pueden ser titulares para hacer emprender acciones de la presente ley, el **artículo 6º** señala que cualquiera que resulte directa y personalmente amenazado o perjudicado en sus intereses legítimos por un acto de competencia desleal podrá ejercer las acciones señaladas en las letras a) a d) del artículo anterior (Acción de cesación del acto o de prohibición del mismo si aún no se ha puesto en práctica y Acción de indemnización de los perjuicios ocasionados por el acto, sujeta a las disposiciones del Título XXXV del Libro IV del Código Civil, respectivamente).

Con todo, no habrá lugar a indemnización de perjuicios de acuerdo con esta ley si el demandado ya hubiese sido condenado a reparar el mismo daño de conformidad con otro ordenamiento legal.

Las asociaciones gremiales que tengan por función efectiva la defensa de los intereses de agentes del mercado (Asociación de Consumidores, por ejemplo) podrán interponer, en interés de sus miembros lesionados por un acto de competencia desleal, las acciones contempladas en las letras a) a c) del artículo anterior (Acción de cesación del acto o de prohibición del mismo si aún no se ha puesto en práctica, Acción declarativa de acto de competencia desleal, si la perturbación creada por el mismo subsiste y Acción de remoción de los efectos producidos por el acto, mediante la publicación de la sentencia condenatoria o de una rectificación a costa del autor del ilícito u otro medio idóneo, respectivamente).

# Bibliografía

- SANDOVAL LÓPEZ, Ricardo. “Manual de Derecho Comercial”. Séptima edición, Santiago de Chile, Tomo I Volumen I. Editorial Jurídica de Chile. 2007
- SANDOVAL LÓPEZ, Ricardo. “Derecho del Consumidor”, Protección del Consumidor en la Ley N° 19.496 de 1997, modificada por la Ley N° 19.955 de 14 de julio de 2004 y en la legislación comparada. Editorial Jurídica de Chile. Primera Edición, 2004
- MANQUE TAPIA, Carlos. Introducción. En su: “Derecho del Consumidor. Responsabilidad Civil por productos defectuosos en la ley 19.496 (modificada por la ley 19.955) frente a una adecuada protección de los consumidores”. Librex ediciones. 2006
- FUENTEALBA SANTUBER, Andrea. “Los Derechos del Consumidor en la Doctrina y Legislación Comparada”. Memoria de Prueba (Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales) Concepción, Chile, Universidad de Concepción 2002
- JURY SANTIBAÑEZ, EDUARDO. Derecho Económico I – Cuarto Apunte – Universidad de Concepción - año 2007
- CASARINO VITERBO, MARIO – Manual de Derecho Procesal - Tomo IV- 3ª edición (1974)
- FOJUCC – Chile. Cuaderno de Trabajo “Consumo y Ciudadanía”. 2008
- Educación de Consumidor. Democracia y Ciudadanía. Manual para comprender, compartir y actuar. Consumers International – CEAAL. (1996)
- Educación, Consumo y Calidad de Vida. Material de Autoaprendizaje. Consumers International – UNESCO. (1998)
- INTERNATIONAL ORGANIZATION OF CONSUMERS UNION. Seminario 3, El poder de los consumidores en la economía de libre mercado. En su: “El Poder de los Consumidores en la década de los noventa. Actas del XIII Congreso Mundial IOCU”. Hong Kong. 1991
- RODRÍGUEZ ARIAS, PABLO. Ponencia “El Consumidor a la Constitución: ¿reconocimiento necesario para su efectiva protección?”. IV Congreso

¿Qué debo tener en cuenta cuando Consumo?

Estudiantil de Derecho y Teoría Constitucional. Universidad de Chile. 18, 19 y 20 de agosto de 2009. Santiago de Chile

ODECU – Chile, Manual de la Ley n° 19-.496.-

“GUÍA DE APRENDIZAJE PARA ADULTOS MAYORES. CONSUMO, CHILE SE CONSTRUYE CON SUS MAYORES”. SENAMA – SERNAC / 2007



# Índice

Página	
PROLOGO	2
1) Introducción a la Protección al Consumidor	
- ¿Qué importancia tiene el Consumo?	4
- Hacia una Visión Antropológica del Consumo.	7
- La Sociedad Civil en relación al Fenómeno del Consumo	10
- La Educación para ejercer un Consumo Responsable, Informado, Inteligente y Sustentable	11
2) Conceptos Básicos	
- Comienzo Cadena	15
- Proveedor	17
- Consumidor Final	20
- Consumidor Eventual	26
3) DERECHOS DEL CONSUMIDOR	
- Derecho a la Libre elección de bienes y servicios	33
- Derecho a la Información	37
- Derecho a No ser Discriminado Arbitrariamente	39
- Derecho a la Seguridad en el Consumo	42
- Derecho a la Reparación e Indemnización	44
- Derecho a la Educación	48
- Derecho a la Asociación	51
o Asamblea Constituyente	58
o Obtención Personalidad Jurídica	59
o Revisión Ministerio de Economía	60
o Estatutos de la Asociación	61
o Nombre de la Asociación	62
o Cargos Directivos	62
o Rol Único Tributario	64
o Plazos	65

○ Disposición Transitoria	65
○ Disolución Asociación de Consumidores	66
○ Fondo Concursable SERNAC	68
- Derecho de “Opción”	69
- Derecho a la Garantía legal.	77
4) DEBERES DEL CONSUMIDOR	
- Realizar Operaciones de Consumo en el Comercio Establecido	82
- Adoptar Medidas para Evitar Riesgos a la Salud	83
- No hacer Denuncias Temerarias	84
- Actuar de Acuerdo a la Ley	86
○ Tribunal Competente	89
○ Procedimientos Aplicables	90
○ Comparecencia en Juicio	90
○ Demanda	91
○ Notificación	92
○ Inicio del proceso	93
○ Prueba	95
○ Sentencia	97
○ Consideración hacia el Proveedor Ignorante	98
○ Recurso de Reposición	99
○ Destino de las Multas Impuestas	100
○ Sanción al No Pago de Multas	100
○ Plazos	101
○ Terceros	101
○ Medidas Precautorias	101
○ Apelación	103
○ Cuantía	104
○ Denuncia, Querrela o Demanda Temeraria	105
- Informarse responsablemente	106
- Adoptar Conductas Sostenibles de Protección al Ambiente	107
5) PUBLICIDAD	
- Publicidad en la Ley del Consumidor	111
- Promociones y Ofertas	114
- Publicidad E-mail o “Spam”	115

- Publicidad por correo, Fax, Teléfono	116
- Publicidad y Competencia desleal	116
- BIBLIOGRAFÍA	120

¿Qué debo tener en cuenta cuando Consumo?



