Artículo: La Ley de Protección de los Derechos del Consumidor
Revista: Nº201, año LXV (En-Jun, 1997)
Autor: Ricardo Sandoval López

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

Nº 201
AÑO LXV
ENERO-JUNIO 1997
Fundada en 1933

ISSN 0303 - 9986

BIBLIOTECA

REVISTA DE DERECHO

UNIVERSIDAD DE CONCEPCION

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

Artículo: La Ley de Protección de los Derechos del Consumidor
Revista: Nº201, año LXV (En-Jun, 1997)
Autor: Ricardo Sandoval López

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

*LA LEY DE PROTECCION DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR**

RICARDO SANDOVAL LOPEZ
Prof. Derecho Comercial
Universidad de Concepción

1. INTRODUCCION

La protección del consumidor ha suscitado desde hace tiempo el interés de los legisladores, sobre todo en los países en que se aplica un régimen de economía de mercado. Todos los sujetos que operan en el mercado deben hacerlo en el marco de las disposiciones legales, a fin que de ello resulte la protección adecuada tanto para proveedores como para consumidores.

Hasta hace poco tiempo en nuestro medio la protección de los derechos de los consumidores se lograba indirectamente gracias a la existencia de ciertas disposiciones dispersas en diversos textos legales, destinados a regular la libre competencia o a sancionar ciertas conductas contrarias a ella o a los intereses de los consumidores.

Con la promulgación de la Ley Nº 19.496, publicada en el *Diario Oficial* de 7 de marzo de 1997, que entró en vigencia el 5 de junio del mismo año, se establece por primera vez un conjunto sistemático de normas sobre la protección al consumidor y se deroga la Ley Nº 18.223, de 1983, que parcialmente trataba de ella.

2. OBJETO

La nueva normativa, en el artículo 1º, dispone que su objeto es regular las relaciones entre proveedores y consumidores, establecer las infracciones en perjuicio del consumidor y señalar el procedimiento aplicable en estas materias. Asimismo define los principales conceptos que han de considerarse en su aplicación, tales como los de consumidores, proveedores, información básica comercial, publicidad, anunciante, contrato de adhesión, promociones y ofertas.

En los términos de la ley, consumidores son personas naturales o jurídicas que, en virtud de cualquier acto jurídico oneroso, adquieran, utilicen, o disfruten, como destinatarios finales, bienes o servicios. Los consumidores son personas naturales o jurídicas que adquieren, disfrutan o utilizan bienes o servicios sin fines de intermediación, ni de circulación ni de transformación. El concepto de consumidor implica por una parte la celebración de cualquier acto o contrato a título oneroso mediante el cual se adquiera,

*La versión en idioma inglés de este trabajo fue presentada a la 9ª reunión bianual de la "International Academy of Commercial and Consumer Law", celebrada en Queensland, Australia del 7 al 12 de agosto de 1998.

Artículo: La Ley de Protección de los Derechos del Consumidor
Revista: Nº201, año LXV (En-Jun, 1997)
Autor: Ricardo Sandoval López

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

utilice o disfrute de bienes o servicios y, por la otra parte, que el sujeto sea el destinatario final de la adquisición, uso o disfrute de los bienes o servicios. En consecuencia, si los bienes o servicios se obtienen mediante un acto jurídico a título gratuito (donación o comodato) o se adquieren o se requieren como intermediario para ser colocados o prestados a otros operadores de la actividad económica, no estamos en presencia de un consumidor y no gozará de los derechos ni de la protección que el texto legal contempla.

Son *proveedores* las personas naturales o jurídicas, de carácter público o privado, que habitualmente desarrollan actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores, por las que cobran precio o tarifa. Así por ejemplo son proveedores, en los términos de esta ley, tanto empresas estatales como el ferrocarril metropolitano de Santiago (Metro) o cualquiera de las filiales de CORFO (ESSBIO), como también las empresas privadas Falabella, Almacenes París, Loncoleche, y otras que habitualmente desarrollan las actividades que señala la ley que comentamos, como los supermercados, los restaurantes, los fabricantes de electrodomésticos, los editores de libros, los importadores de automóviles, etc.

La noción de proveedor implica que las actividades económicas referidas y la prestación de servicios han de realizarse *respecto de consumidores* y *por un precio o tarifa,* lo que excluye la ejecución de las actividades o la prestación de los servicios a otros proveedores o a otros sujetos que no queden comprendidos en la definición legal de consumidores. Se excluye asimismo del concepto de proveedor a la persona que no se dedica profesionalmente a prestar servicios a los consumidores, aunque cobre por tales servicios.

La *información básica comercial* está constituida por los datos, instructivos, antecedentes o indicaciones que el proveedor debe proporcionar obligatoriamente al público consumidor, en cumplimiento de una norma jurídica. Se trata de una *información obligatoria* que el proveedor tiene que poner a disposición de los consumidores en sus productos o en los lugares de venta o de prestación de servicios y está compuesta por todos los datos, instructivos, antecedentes o indicaciones. La información básica comercial es determinante para el ejercicio de los derechos de los consumidores, pues si carecen de ella, no podrían ejercer su libertad de elección, ni satisfacer sus necesidades y utilizar correctamente los bienes adquiridos o los servicios prestados. En consecuencia, ella ha de ser *veraz y oportuna,* como lo exige la ley que comentamos en los artículos 29 y 30; tiene que estar disponible antes de adquirir el bien o de contratar el servicio, debiendo indicarse el precio con el IVA incluido, las características relevantes del producto o servicio y las condiciones de contratación. La información básica comercial, siendo obligatoria, es diversa de la *información voluntaria* que los proveedores suministran a los consumidores, para motivarlos a adquirir sus productos o a requerir la prestación de los servicios que ellos ofrecen, denominada *publicidad,* a la que nos referiremos enseguida.

La *publicidad* se define en la ley 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. La publicidad, como mensaje emitido con el empleo de medios que lo hace accesible a todos, cumple tanto la función de información como la de motivación al público consumidor para determinarlo a contratar. Para proteger a los consumidores la ley establece que la publicidad debe ser *fiel a la realidad de los productos*

Artículo: La Ley de Protección de los Derechos del Consumidor
Revista: Nº201, año LXV (En-Jun, 1997)
Autor: Ricardo Sandoval López

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

o servicios que se ofrecen. La publicidad tiene que ser veraz y comprobable y no contener expresiones que induzcan a error al consumidor. En los casos de publicidad falsa o engañosa el tribunal podrá disponer de oficio o a petición de parte, la suspensión de las emisiones publicitarias y exigir la difusión de la publicidad correctiva (art. 31, Ley N° 19.496). Cuando la publicidad engañosa afecta la seguridad o salud de la población, o dañe el medio ambiente, pueden aplicarse multas de hasta 200 unidades tributarias mensuales.

La publicidad, aparte de los destinatarios, tiene un sujeto activo que es el *anunciante,* definido en la ley que nos ocupa como el proveedor de bienes, prestador de servicios, o entidad que, por medio de publicidad, se propone ilustrar al público acerca de la naturaleza, características, propiedades o atributos de los bienes o servicios cuya producción, intermediación o prestación constituye el objeto de su actividad, o motivarlo a su adquisición.

Sin duda que la adecuada protección del consumidor requiere precisar el concepto de *contrato de adhesión,* como lo hace el artículo 1° de la Ley N°19.496, porque no estaba definido en ningún texto legal. El contrato de adhesión es aquél cuyas cláusulas han sido propuestas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor, para celebrarlo, pueda alterar su contenido. Es precisamente en los contratos de adhesión donde se incluyen las cláusulas abusivas que perjudican al consumidor y que el legislador se propone dejar sin efecto.

Asimismo, se definen las *promociones* como las prácticas comerciales, cualquiera que 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. El proveedor debe infomar al consumidor el modo en que operan y la duración de las promociones y ofertas (art. 35, Ley N° 19.496).

Por último, la normativa de tutela del consumidor define la noción de *oferta* como la 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. El concepto definido es el de *oferta comercial*, que ha de distinguirse de la oferta como etapa de formación del consentimiento, para la celebración de actos o contratos.

3. AMBITO DE APLICACION

Como tuvimos ocasión de indicarlo, el artículo 1° al señalar el objeto de la ley está delimitando en ese aspecto su ámbito de aplicación. Además, según lo previsto en el artículo 2°, sólo quedan sujetos a la ley de protección del consumidor: "Los actos jurídicos, que de conformidad con lo preceptuado en el Código de Comercio u otras disposiciones legales, tengan el carácter de mercantiles para el proveedor y de civiles para el consumidor".

Se advierte que para precisar el dominio de aplicación de la ley se emplea la noción de *actos mixtos o de doble carácter*, que surge del enunciado del artículo 3° del Código de Comercio[1]. El consumidor puede invocar la protección que contempla esta

[1]Véase: Sandoval López, Ricardo. *Derecho Comercial*, Tomo I. 4ª edición. Editorial Jurídica de Chile. 1994. Nº 47. p. 80.

Artículo: La Ley de Protección de los Derechos del Consumidor
Revista: Nº201, año LXV (En-Jun, 1997)
Autor: Ricardo Sandoval López

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

ley, cuando el acto o contrato que ejecuta o celebra tiene respecto de él la naturaleza de acto civil, siendo éste al mismo tiempo un acto de comercio para el proveedor.

Siendo esto así, las materias de que trata la Ley N° 19.496, de 1997, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, no quedan de lleno dentro del marco del Derecho Mercantil nacional, particularmente respecto de los consumidores, por cuanto para ellos, el acto o contrato debiendo tener naturaleza civil, no queda bajo la vigencia del Código de Comercio ni de la legislación comercial complementaria.

En virtud del artículo 2° inciso 2°, las normas de la ley que comentamos son aplicables, asimismo, a los actos de comercialización de sepulcros o sepulturas y a aquellos en que el proveedor se obligue a suministrar al consumidor el uso y goce de un inmueble por períodos determinados, continuos o discontinuos, no superiores a tres meses siempre que lo sean amoblados y para fines de descanso o turismo.

Por último, la norma legal citada en su último inciso previene sus reglas no serán aplicables "a las actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución y comercialización de bienes o de prestación de servicios regulados por leyes especiales, salvo en las materias que estas últimas no prevean".

La ley del consumidor *no se aplica a los servicios que se rigen por leyes especiales como los que prestan las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP) o las Instituciones de Salud Previsional (ISAPRES), los servicios financieros de entidades bancarias y financieras, los de transporte aéreo, etc.* Sin embargo, la normativa que analizamos es aplicable en aquellos aspectos que dichas leyes especiales no reglamenten, tales como por ejemplo, la publicidad.

Durante la discusión de esta ley en el Congreso Nacional se sostuvo que ella debe ser *autosuficiente*, esto es, bastarse por sí misma para regular una situación determinada, pero que habría que entender que ella tiene *carácter supletorio* sólo respecto de aquellas materias que otras leyes especiales no tratan específicamente. La funcion supletoria de sus normas tiene el mismo fundamento que el artículo 2° del Código de Comercio, que señala: "En los casos que no estén especialmente resueltos por este Código, se aplicarán las disposiciones del Código Civil". En consecuencia, la ley sobre derechos del consumidor tiene el carácter de *ley especial* en relación con las normas generales, pero al mismo tiempo es *ley general* respecto de normativas específicas que regulan la provisión de determinados bienes o la prestación de ciertos servicios que tengan una regulación legal definida. Así por ejemplo, tratándose del contrato de transporte aéreo, cuya regulación especial es el Código Aeronáutico, también quedará regido por la Ley N° 19.496, en lo relativo a la publicidad o pago a plazo, al no haber norma específica sobre estas materias en el aludido cuerpo de leyes y, además, por ser esta última normativa posterior a dicho Código[2].

4. DERECHOS Y DEBERES DEL CONSUMIDOR

De conformidad con lo previsto en el artículo 3°, de la Ley N° 19.496, los derechos y deberes *básicos* del consumidor son los que este texto enumera, a saber:

[2]Véase: Informe de la Comisión Mixta dirigido a la Cámara de Diputados y al Senado. Versión digitalizada computacionalmente y corregida por la Facultad de Derecho Universidad del Desarrollo. Concepción, 1997. Seminario Nueva Ley de Protección al Consumidor, junio de 1997. pp. 5 y 6.

Artículo: La Ley de Protección de los Derechos del Consumidor
Revista: Nº201, año LXV (En-Jun, 1997)
Autor: Ricardo Sandoval López

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

— derecho a la libre elección del bien o servicio;

— derecho a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos, y el deber de informarse responsablemente de ellos;

— derecho a no ser discriminado arbitrariamente por parte de proveedores de bienes y prestadores de servicios;

— derecho a la seguridad en el consumo de bienes o servicios, a la protección de la salud y el medio ambiente y el deber de evitar los riesgos que puedan afectarle;

— derecho a la reparación e indemnización adecuada y oportuna de todos los daños materiales y morales en caso de incumplimiento a lo dispuesto en esta ley, y el deber de accionar de acuerdo a los medios que la ley le franquea; y

— derecho a la educación para el consumo responsable, y el deber de celebrar operaciones de consumo con el comercio establecido.

Esta enumeración constituye la primera formulación que se hace acerca de los derechos y deberes básicos de los consumidores, materia sobre la cual nunca se había legislado en nuestro medio, por lo que tiene el mérito de llenar un vacío, en un tema particularmente sensible en el contexto de un país con régimen de economía de mercado[5]. La eficacia de estos derechos radica en que los consumidores los ejerciten efectivamente, puesto que si nada se hace en caso que ellos sean conculcados, se estará renunciando a ellos habiendo tenido la oportunidad de ejercerlos.

La enunciación de estos derechos y deberes básicos es lo suficientemente explícita y clara como para añadir otros comentarios. Sin embargo, en lo atingente al derecho a la reparación e indemnización, es interesante consignar que además de reunir las características de adecuada y oportuna que el legislador señala, ella comprende tanto los daños materiales como los *daños morales,* lo que constituye toda una novedad si se considera que estamos en presencia de una responsabilidad que, básicamente, tiene su origen en un acto jurídico que en la generalidad de los casos asume la forma de un contrato.

La doctrina del derecho civil siempre ha admitido la indemnización del daño moral en la responsabilidad extracontractual, no así en la derivada del incumplimiento de un contrato, aunque en los últimos tiempos se ha abierto camino en la jurisprudencia para la reparación del daño moral. Ahora bien, tratándose de la protección del consumidor, procede la indemnización del daño moral tanto en la responsabilidad contractual como extracontractual. En el caso de la responsabilidad contractual, bastará con probar el incumplimiento imputable del contrato para lograr la indemnización del daño, acreditando los perjuicios materiales, sin que sea necesario probar el daño moral, que no requiere de prueba. Asimismo, es posible recabar exclusivamente el pago del daño moral, sin necesidad de comprobar perjuicios materiales, acreditando tan sólo el incumplimiento del contrato.

Para que la protección de los indicados derechos sea efectiva, la legislación sobre la materia dispone que ellos son *irrenunciables anticipadamente por los consumidores.*

[5]No compartimos la opinión de que esta enumeración sea una redundancia innecesaria del legislador por estar estos derechos comprendidos en las garantías constitucionales, como lo sostiene Pfeffer Urquiaga, Francisco, en "Algunos comentarios sobre la ley de protección de los derechos de los consumidores". *Gaceta Jurídica* Nº 202. 1977. p. 13.

Artículo: La Ley de Protección de los Derechos del Consumidor
Revista: Nº201, año LXV (En-Jun, 1997)
Autor: Ricardo Sandoval López

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

5. ORGANIZACIONES PARA LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

La ley faculta la creación de organizaciones para la defensa de los derechos de los consumidores, cuya constitución, modificación y cancelación de personalidad jurídica se rigen por las reglas que ella contempla en los artículos 5° al 9°, y en lo que no fueren contrarias a ellas, por las disposiciones del Título XXXIII del Libro I del Código Civil.

En el caso que los estatutos de las organizaciones de defensa de los derechos de los consumidores causen perjuicio o lesionen derechos de las personas, éstas pueden acudir ante el juez de letras del domicilio de la entidad a pedir, en juicio sumario, que se corrijan dichos estatutos, sin perjuicio de ejercitar las demás acciones que la ley contemple.

Las organizaciones que estamos analizando sólo están facultadas para ejercer las funciones que enumera el artículo 8° de la ley sobre la materia, a saber: difundir el conocimiento de las disposiciones de ley que regula la protección de los derechos de los consumidores, informar, orientar y educar a los consumidores para el adecuado ejercicio de sus derechos y brindarles asesoría cuando lo requieran; estudiar y proponer medidas encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores y efectuar o apoyar investigaciones en el área del consumo; y representar a sus miembros y ejercer las acciones a que se refiere la ley del ramo en defensa de aquellos consumidores que le confieran el mandato respectivo.

Se advierte que las facultades conferidas a las organizaciones de defensa de los derechos de los consunidores son meramente informativas, de difusión, de educación, etc., y de alcance tan limitado que prácticamente no podrán promover actividades en defensa de los derechos de los consumidores en general, toda vez que la representación que ellas asuman será tan sólo la de los miembros de la respectiva organización y el ejercicio de las acciones legales se circunscribe a quienes les hubieren otorgado el respectivo mandato. Al ser de esta manera y habida consideración de las prohibiciones, limitaciones y sanciones que establecen al efecto los artículos 9°, 10 y 11, creemos que el interés por constituirlas no será muy grande y quienes deseen hacerlo con el propósito de asumir la defensa en juicio de los consumidores afiliados a ella o de otros que les confieran mandato con tal fin, deberán adoptar la estuctura de una *corporación o fundación,* de acuerdo con las reglas del Título XXXIII del Libro I del Código Civil y su reglamentación complementaria. En el caso que los consumidores se propongan solamente informar, educar, investigar u orientar, pueden constituir la asociación bajo la forma de *organización comunitaria funcional,* según las normas de la Ley N°19.418, sobre Junta de Vecinos y demás Organizaciones Comunitarias. En ambos casos la entidad quedará dotada de personalidad jurídica.

6. OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

Según lo previsto por el artículo 12, de la Ley N° 19.496, se impone a todo proveedor de bienes o prestador de servicios, la obligación de respetar los términos, condiciones y modalidades conforme a las cuales se hubiere ofrecido o convenido con el consumidor la entrega del bien o la prestación del servicio. El aspecto novedoso de la norma se limita solamente al deber de respetar los términos, condiciones y modalidades de la oferta de entrega de un bien o de la prestación de un servicio, pues en el caso que ya se haya convenido, pactado o contratado dicha entrega o prestación, no cabe duda que la

Artículo: La Ley de Protección de los Derechos del Consumidor
Revista: Nº201, año LXV (En-Jun, 1997)
Autor: Ricardo Sandoval López

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

obligación de respetar lo pactado proviene de la fuerza obligatoria de las convenciones y contratos, establecida en los artículos 1545 y 1489, del Código Civil.

Tratándose de la negativa injustificada de venta de bienes o de prestación de servicios comprendidos en los respectivos giros de los proveedores, en las condiciones por ellos ofrecidas, la obligación de no hacer contemplada en el artículo 13, de la normativa que estamos comentando, no constituye nada nuevo, porque la figura había sido regulada en la legislación que antes regía esta materia.

Existe asimismo la obligación del proveedor de informar expresamente al consumidor cuando se expenden productos con alguna deficiencia, usados o refaccionados o cuando se ofrezcan productos en cuya fabricación o elaboración se hayan utilizado partes o piezas usadas. La advertencia al consumidor se entiende cumplida si en los envoltorios o en las facturas, boletas o documentos relativos a estos productos, se incluyen las expresiones "segunda selección, hecho con materiales usados" u otras equivalentes.

Por último se impone a los proveedores la obligación de respetar la dignidad y derechos de las personas, al organizar y hacer funcionar los sistemas de seguridad y vigilancia, que la ley les autorice mantener en sus establecimientos mercantiles (art. 14, Ley Nº 19.496). Siendo esto así, si se sorprende a un consumidor en la comisión flagrante de un delito, los responsables del establecimiento tienen que limitarse, bajo su responsabilidad, a poner sin demora al presunto infractor a disposición de las autoridades competentes.

7. CLAUSULAS ABUSIVAS EN LOS CONTRATOS DE ADHESION

Tuvimos ocasión de señalar que la ley de protección de los derechos de los consumidores, en su artículo 1º, define el concepto de contrato de adhesión, para los fines de su propia aplicación. En los artículos 16 y 17, del aludido texto legal, bajo el epígrafe de ***normas de equidad en las estipulaciones y en el cumplimiento de los contratos de adhesión***, se sanciona con la ineficacia las ***cláusulas abusivas***, lo que a nuestro juicio constituye un efectivo mecanismo en defensa de los derechos de los consumidores.

A diferencia de lo que ocurre con otras legislaciones en las que se establece una definición general y abstracta de cláusulas abusivas o bien se consagra una enumeración enunciativa de las mismas[1], la normativa nacional ha privilegiado la existencia de una enumeración taxativa de estas cláusulas, las que al ser incorporadas en los contratos de adhesión, no producen efecto alguno, de acuerdo con lo previsto por el artículo 16, de la Ley Nº 19.496. Ellas son las siguientes:

a) las que confieran a una de las partes el derecho de dejar sin efecto o modificar a su solo arbitrio el contrato o de suspender unilateralmente su ejecución, salvo que esta misma facultad se conceda al comprador en las modalidades de venta por correo, a domicilio, por muestrario, usando medios audiovisuales, u otras análogas, y sin perjuicio de las excepciones que las leyes contemplen. Es el proveedor quien se beneficia por lo general de este tipo de cláusulas porque el contrato ha sido redactado por él mismo. Así,

[1]Véase sobre el particular:Diez Picasso y Ponce de León, Luis. ***Las condiciones generales de la contratación y cláusulas abusivas***. Obra colectiva que contiene estudios relativos a las legislaciones de España, Argentina, Chile, Costa Rica, Colombia, México, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela. Editorial Civitas. Madrid. España. 1996, publicada por Fundación B.B.V.

Artículo: La Ley de Protección de los Derechos del Consumidor
Revista: Nº201, año LXV (En-Jun, 1997)
Autor: Ricardo Sandoval López

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

por ejemplo, en los contratos de adhesión de suministro de telefonía móvil o celular, se suele estipular que el proveedor podrá poner término al contrato mediante aviso dado con 30 días de anticipación. Sin embargo, el usuario no podrá poner término al contrato antes de dos años contados desde su celebración, a menos que pague una cuota de liberación de 3 unidades de fomento. Lo mismo ocurre en los contratos de apertura de crédito para tarjetas de crédito bancarias, en los cuales el banco tiene derecho a dejar sin efecto en contrato sin expresión de causa, en cambio si el titular de la tarjeta quiere desahuciarlo deberá pagar de inmediato todo el crédito utilizado o en los contratos de servicios turísticos, en los cuales la empresa proveedora se reserva el derecho de cancelar el viaje sin expresión de causa, lo que no puede hacer el cliente, sin perder lo que haya pagado por el viaje o por la reserva.

b) las que establezcan incrementos de precio por servicios, accesorios, financiamiento o recargos, salvo que dichos incrementos correspondan a prestaciones adicionales que sean susceptibles de ser aceptadas o rechazadas en cada caso y estén consignadas por separado en forma específica. Estaríamos en presencia de esta cláusula si el proveedor se niega a vender al contado, porque en el contrato de adhesión que impone a sus clientes contempla recargos por el pago del precio mediante tarjeta de crédito comercial.

c) Las que pongan de cargo del consumidor los efectos de deficiencias, omisiones o errores administrativos, cuando ellos no les sean imputables. Constituye un ejemplo de esta cláusula abusiva el caso en que se impongan multas en el contrato por el atraso en los pagos, aun en el caso en que la responsabilidad por el atraso no provenga del consumidor, sino del banco en el que se efectuó el pago, quien demoró la transferencia de fondos a la empresa que cobra el servicio.

d) Las que inviertan el peso de la prueba en perjuicio del consumidor. Por ejemplo, se trataría de una cláusula de esta naturaleza la que obligue al consumidor a probar que él no ha hecho las comunicaciones de larga distancia que la empresa le cobra y que precisamente reclama ese cobro. De no existir la norma que declara la ineficacia de esta cláusula abusiva, la inversión del *onus probandi* dejaría al consumidor en una gran desventaja ante el proveedor, porque para invocar la protección legal tendría que producir una prueba a la que normalmente no estaba obligado.

e) Las que contengan limitaciones absolutas de responsabilidad frente al consumidor que puedan privar a éste de su derecho a resarcimiento frente a deficiencias que afectan la utilidad o finalidad esencial del producto o servicio. Un ejemplo de este tipo de cláusula es la que imponen las lavanderías o tintorerías, cuando advierten que no responderán por los deterioros que sufran las prendas durante el lavado o el teñido. Otro tanto ocurre con las empresas de TV cable cuando imponen al consumidor la renuncia de acciones por cualquier daño que sufra el inmueble por la instalación del servicio.

Las limitaciones absolutas de responsabilidad conducen a la no aplicación del régimen de responsabilidad y sólo tienen cabida cuando la ley excepcionalmente las admite. Pues bien, en este caso tales limitaciones carecen de todo valor porque dejan al consumidor sin derecho a indemnización, por defectos que afectan la utilidad de un bien o la finalidad de un servicio; y

f) Las que consistan en espacios en blanco, que no hayan sido llenados o inutilizados antes de la firma del contrato.

Artículo: La Ley de Protección de los Derechos del Consumidor
Revista: Nº201, año LXV (En-Jun, 1997)
Autor: Ricardo Sandoval López

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

Fuera de la enumeración de las cláusulas abusivas que hace el artículo 16, del aludido texto legal, se señala que el nombramiento de un árbitro en un contrato de adhesión constituye asimismo una situación abusiva, facultándose el consumidor para recusarlo sin expresión de causa. Habiéndose nombrado a más de un árbitro para que uno actúe en subsidio de otro, el derecho existe para recusarlos a todos o al que se desee, al amparo de las normas del Código Orgánico de Tribunales sobre esta materia.

Por último, la normativa en estudio dispone que los contratos de adhesión comprendidos en el ámbito de su aplicación tienen que ser escritos de modo legible y en idioma castellano, salvo aquellas palabras de otro idioma que hayan sido incorporadas al léxico, bajo sanción de no producir efecto alguno respecto del consumidor. Con todo, son válidos los contratos redactados en idioma extranjero cuando el consumidor lo acepta expresamente mediante un documento escrito en castellano que se anexa a dicho contrato, quedando en poder del consumidor un ejemplar del contrato en el idioma nacional, al cual habrá que estarse en caso de duda, para todos los efectos legales. Cuando el contrato está contenido en un formulario impreso y se agreguen otras claúsulas, prevalecen éstas últimas cuando sean incompatibles con las contenidas en dicho formulario. De todo contrato de adhesión relativo a las actividades reguladas por la ley de protección de los derechos del consumidor, el proveedor está obligado a entregar al consumidor un ejemplar íntegro suscrito por los contratantes o en caso de falta de firma del proveedor, una copia con la constancia de ser fiel al original suscrito por el consumidor.

8. INFRACCION DEL PRECIO EXHIBIDO

Sabemos que en el sistema económico imperante en nuestro país el Estado no fija los precios de los productos y servicios sino que ellos se forman en el mercado. Este precio que genera el mercado los operadores económicos lo dan a conocer ya sea informando acerca de él, exhibiéndolo junto a los productos en sus establecimientos y mediante la publicidad. Ahora bien, de conformidad con lo previsto en el artículo 18, de la ley que comentamos, constituye infracción a sus preceptos el cobro de un precio superior al exhibido, informado o publicitado. Esta figura estaba sancionada asimismo en la Ley Nº 18.223, de 1983, que regía anteriormente en la materia. La infracción se mantiene en la nueva normativa, porque la conducta del proveedor es censurable, toda vez que induce a error al consumidor, que se decide a comprar el producto o requerir la prestación del servicio, basado en el precio conocido por él y luego se le cobra uno superior.

9. DERECHO DE GARANTIA DE LOS CONSUMIDORES

Antes de la vigencia de la normativa sobre derechos de los consumidores, las empresas proveedoras entregaban voluntariamente pólizas de garantía, redactadas de la manera que ellas lo estimaban conveniente, estableciendo limitaciones y condiciones a los consumidores para hacer efectiva dicha garantía. De esta suerte era frecuente, y aún sigue siéndolo, encontrar pólizas de garantía que excluyen toda responsabilidad por deficiencias que se presenten en los componentes de los bienes, que normalmente sufren mayor desgaste, dejando al consumidor indefenso cuando la falla no proviene del simple uso sino de un defecto de fabricación. Asimismo, las garantías voluntarias suelen concederse

Artículo: La Ley de Protección de los Derechos del Consumidor
Revista: Nº201, año LXV (En-Jun, 1997)
Autor: Ricardo Sandoval López

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

por un lapso muy breve, lo que hace imposible recurrir a ellas cuando se presenta el defecto, lo que ocurre, por lo general, cuando el término ha expirado.

La reglamentación que ahora rige esta materia establece el derecho a la garantía en términos *generales y obligatorios*. La garantía es general en cuanto a que comprende *toda clase de bienes muebles duraderos, sin límite de valor*, esto es, desde automóviles, electrodomésticos y menaje hasta ropa, calzado, joyas y juguetes, entre otros. Los bienes que se consumen en el primer uso, como los alimentos envasados y los productos farmacéuticos, tienen garantía sólo por el período que señale su envase o, a falta de mención, por el plazo máximo de *siete días*, desde su entrega al consumidor (art. 21, inc. final). En el caso de las viviendas nuevas, no se aplica la normativa que comentamos, sino la Ley Nº 19.472, sobre Calidad de la Vivienda.

De conformidad con el artículo 21, de la Ley Nº 19.496, la garantía es obligatoria a todo comercio establecido que tiene que responder, durante un *plazo mínimo de tres meses*, contado desde que el consumidor recibió el producto, por la calidad o idoneidad esencial de todos los bienes que ofrezcan al público, sin límite de valor, haya o no haya póliza escrita de por medio y sin que quede supeditada a ciertos aspectos específicos. Las pólizas de garantía voluntariamente otorgadas por el proveedor tienen la vigencia que ellas establecen, si ese plazo es superior a tres meses. Por el solo hecho de venderse los productos tienen *garantía legal*, además de la garantía voluntaria que pueda entregar el vendedor. La garantía legal no requiere póliza, puede hacerse efectiva con la boleta, factura o recibo que acredite que la venta o el contrato de que se trata ha sido celebrado en los últimos tres meses y *permite al consumidor elegir entre la reparación gratuita del bien, el cambio por otro igual o la devolución del dinero.* Es obligación del proveedor cumplir con la decisión que haya tomado el consumidor.

Este derecho alternativo puede ejercitarlo el consumidor en forma inmediata, si no hay póliza voluntariamente entregada por el proveedor o fabricante. Tratándose de productos respecto de los cuales se haya dado una póliza de garantía voluntaria por el fabricante o proveedor, el derecho del consumidor a exigir el cambio del bien por otro igual o la facultad de reclamar la devolución de lo pagado, pueden ejercerse cuando ya se haya hecho uso, al menos una vez, de los mecanismos que contemple la póliza para solucionar la deficiencia y éstos no hayan dado resultado satisfactorio o se presenten nuevas fallas.

La garantía legal obligatoria se ejercita en el lugar donde se efectuó la venta, sin que el proveedor pueda derivarlo hacia otras oficinas ni imponerle otras condiciones menos cómodas para el ejercicio de este derecho, que las que se ofrecieron al momento de efectuar la venta, a menos que el consumidor las acepte. El plazo de vigencia de esta garantía, como así también el de la voluntaria, se suspende durante el tiempo que dura la reparación y hasta le entrega del producto al consumidor.

Finalmente diremos que la garantía cubre la *falta de cantidad o de contenido neto del producto.* En efecto, según el artículo 19, de la ley que analizamos, en el evento que la cantidad o el contenido neto del producto sea inferior al indicado en el envase o empaque, el consumidor tiene derecho a la reposición del producto o, en su defecto, a optar por la bonificación de su valor en la compra de otro o por la devolución del precio que haya pagado en exceso.

La garantía legal se aplica básicamente por las *deficiencias en los productos* a

Artículo: La Ley de Protección de los Derechos del Consumidor
Revista: Nº201, año LXV (En-Jun, 1997)
Autor: Ricardo Sandoval López

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

que se refiere el artículo 20, de la ley que comentamos, que trata de una variedad de situaciones en las que los productos presentan deficiencias o defectos, situaciones en las cuales el consumidor, sin perjuicio de las indemnizaciones por los daños ocasionados, puede optar, como dijimos, entre la reparación gratuita del bien o, previa restitución del mismo, a su reposición o la devolución de la cantidad pagada.

Algunos de los casos previstos por la ley son los siguientes:

— cuando los productos sujetos a normas de seguridad o calidad de cumplimiento obligatorio no cumplan las especificaciones correspondientes;

— 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;

— 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; cuando el proveedor y consumidor hubieren convenido que los productos objetos del contrato deban reunir determinadas especificaciones y esto no ocurra;

— cuando luego de haberse hecho efectiva la garantía por primera vez y prestado el servicio técnico correspondiente, subsistieren las deficiencias que hagan al bien inapto para el uso o consumo; cuando la cosa objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que imposibiliten el uso a que habitualmente se destine, etc.

A los efectos de la aplicación del artículo que contiene estas figuras, se considera 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.

10. SEGURIDAD EN EL CONSUMO

Los consumidores están expuestos a riesgos en su integridad física y en la salud, como consecuencia de la adquisición de un producto o de la prestación de un servicio.

Para resguardar el derecho a la seguridad en el consumo, los artículos 45 a 49, de la normativa que nos ocupa, contienen disposiciones destinadas a garantizar que todo producto o servicio que se ofrezca en el mercado debe estar libre de riesgos para la salud y la integridad de las personas, al tiempo de su adquisición y en lo futuro, y que, asimismo, no implique peligro para la seguridad de otros bienes. Estas reglas *constituyen una innovación en nuestro derecho,* por cuanto no estaba garantizada con anterioridad a ellas la seguridad en el consumo.

Los productos o servicios potencialmente peligrosos deben incluir advertencias e instrucciones para que su empleo se realice con la mayor seguridad posible.

En caso que se produzcan daños o perjuicios a raíz del consumo de un bien o prestación de un servicio declarado peligroso, la responsabilidad de indemnizarlos recaerá, indistintamente, sobre el productor, el importador, el primer distribuidor o el prestador del servicio, en su caso.

Artículo: La Ley de Protección de los Derechos del Consumidor
Revista: Nº201, año LXV (En-Jun, 1997)
Autor: Ricardo Sandoval López

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

11. REGLAS DE PROCEDIMIENTO Y DE COMPETENCIA

A diferencia de la Ley Nº 18.223, de 1983, hoy derogada, que se caracterizó por tipificar y sancionar ciertas figuras que implicaban una conducta deshonesta del proveedor respecto del consumidor, las disposiciones de la Ley Nº 19.496, que rigen en la actualidad, intentan proteger a los consumidores ante la situación de desequilibrio en que se encuentran frente a proveedores poderosos que producen y prestan servicios en forma *masiva e impersonal.* Se mantienen las sanciones en la normativa vigente en los casos en los que sean vulnerados los derechos de los consumidores, pero se pone el acento en el hecho que el propio consumidor puede hacer valer las prerrogativas legales, sin tener que recurrir al Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) ni a los tribunales.

Los consumidores deben comenzar ejercitando sus derechos donde ellos han sido violados, o sea ante el proveedor, es decir, la multitienda, el supermercado, o el establecimiento mercantil donde hayan adquirido el producto o donde se le haya prestado el servicio.

Si no encuentra una respuesta satisfactoria del proveedor o éste se niega a recibir sus reclamos, el afectado debe concurrir al SERNAC y solicitar una *mediación extrajudicial.* En esta etapa el servicio público realiza las gestiones conducentes a un entendimiento voluntario, sin necesidad de llegar a los tribunales. Luego o conjuntamente con lo anterior, el consumidor puede formular la *denuncia o ejercer la accion civil*, según corresponda, ante el Juzgado de Policía Local, de la comuna en que se cometió la infracción o se celebró el contrato (art. 50, Ley Nº19.496).

Las demandas ante el Juzgado de Policía Local no requieren del patrocinio de un abogado y las partes pueden actuar por sí mismas en todas las etapas del procedimiento. A la presentación de una demanda por escrito, el juez decreta una *audiencia oral de contestación, avenimiento y prueba,* que se realiza cinco días después de notificado el proveedor. Si no se produce el avenimiento en el comparendo, las partes deben responder a las consultas que formule el juez y rendir sus pruebas. La parte que desee rendir prueba testimonial deberá presentar su nómina de testigos el día anterior a la audiencia o en la audiencia misma (art. 51, Ley Nº 19.496).

En caso que se presenten *cuestiones accesorias* que requieran un pronunciamiento especial del tribunal, éstas pueden tratarse en la misma audiencia verbal o en otra posterior que se fijará para dentro de cinco días, contado desde la audiencia oral.

Una vez rendida la prueba o cumplidas las medidas para mejor resolver decretadas, el tribunal deberá fallar la causa dentro de los cinco días siguientes a aquel en que se haya notificado por el estado diario la resolución que cite a las partes para oír sentencia.

12. SANCIONES

No todas las situaciones de incumplimiento son sancionadas con la aplicación de multas, como ocurría bajo la vigencia de la ley anterior. La normativa vigente contempla varios casos en los cuales la sanción consiste ya sea en nulidad de la cláusula abusiva inserta en un contrato de adhesión, en la orden de retirar del mercado un producto peligroso para la salud o seguridad de las personas o en la orden de cambiar un producto

Artículo: La Ley de Protección de los Derechos del Consumidor
Revista: Nº201, año LXV (En-Jun, 1997)
Autor: Ricardo Sandoval López

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

defectuoso. Si en tales situaciones existe, además del incumplimiento, una *conducta negligente* por parte del proveedor, elemento que el juez determina según la experiencia o sana crítica, la infracción de la ley se sanciona también con multa.

Tratándose de infracciones que no tengan asignada una sanción especial, el monto de la sanción es de hasta 50 unidades tributarias mensuales (UTM), que el juez fijará teniendo en cuenta la cuantía de lo disputado y las facultades económicas del infractor. En caso de reincidencia, el monto de la multa se podrá duplicar.

Sin embargo, en el caso de ciertas infracciones de especial gravedad, las multas son de mayor envergadura. Así por ejemplo, si se trata de difusión de publicidad falsa o engañosa, efectuada a través de medios masivos de comunicación, cuando incida en las cualidades de productos o servicios que afecten la salud o seguridad de la población o el medio ambiente, conducta que es castigada con multa de hasta 200 UTM. En el caso de interrupción o no prestación injustificada de servicios previamente contratados y por los cuales se haya pagado derecho de conexión, instalación, incorporación o mantención, la multa puede ascender hasta 150 UTM (norma general) o hasta 300 UTM si se tratare de los denominados servicios básicos (agua potable, alcantarillado, electricidad, teléfono, gas y recolección de basura o de elementos tóxicos). Si estamos en presencia de la figura de sobreventa de entradas en espectáculos públicos o venta de sobrecupos en servicios de transporte de pasajeros (excluido el transporte aéreo), la sanción es de entre 100 y 300 UTM. En el evento de incumplimiento de las obligaciones de advertencia y prevención que deben observarse respecto de los productos y servicios potencialmente peligrosos para la salud o integridad física de las personas o para la seguridad de sus bienes, este hecho que es sancionado con multa de hasta 200 UTM. Por último, en el caso de incumplimiento de la obligación de rotular o falseamiento, ocultación o alteración de la rotulación, estas situaciones son sancionadas con una multa máxima de 50 UTM (siguiendo la norma general), pero cuyo monto mínimo la ley fija en 5 UTM.

CONCLUSION

Las disposiciones de la ley sobre protección de los derechos de los consumidores han llenado un vacío en nuestra legislación, toda vez que no existía un tratamiento sistemático de esta materia en ningún otro texto legal. Si bien es cierto que la legislación no comprende todos los aspectos relativos a la protección del consumidor, como ocurre en el caso de otras legislaciones que constituyen un verdadero código sobre la materia, no es menos cierto que contiene los aspectos más relevantes para lograr una adecuada regulación de las relaciones entre proveedores y consumidores.