

LA NUEVA LEY DEL CONSUMIDOR

Hedy Matthei Fornet

Asesora Legal Senador Novoa

2004

Índice

- I. ¿Atenta la Nueva Ley del Consumidor contra la Libre Empresa?
- II. Análisis del Contenido de la Nueva Ley del Consumidor
- III. Conclusiones y Recomendaciones

I. ¿Atenta la Nueva Ley del Consumidor contra la Libre Empresa?

Según Nuestra Constitución:

- El hombre “y la mujer” son libres y tienen derechos anteriores y superiores al Estado.
- En consecuencia, es el Estado el que está al servicio del hombre ¡NO AL REVÉS!
- El hombre está en el centro de la actividad del Estado y el fin de éste es permitir que el hombre obtenga su mayor realización material y espiritual posible.
- Ello se denomina *Bien Común*

El Bien Común

- Para definir el rol del Estado en relación al Bien Común, la Constitución usa términos como “promover”, “crear las condiciones para...”, “asegurar” -
- Esto significa que el Estado debe actuar buscando *activamente* el bien común de las personas.
- Esto es, su rol no es meramente pasivo.

Bien Común y Orden Público Económico

- En materia económica el Bien Común se denomina “*Orden Público Económico*”
- El valor central que persigue el orden público económico chileno es la *libertad* (porque los hombres son libres).
- En consecuencia... “la libertad de los mercados es emanación de la libertad de las personas”.

¿Cómo Resguarda el Estado el Bien Común en Materia Económica?

- Respecto de las *empresas*: a través de la consagración de principios como:
 - la libre iniciativa,
 - el Rol Subsidiario del Estado y
 - la no discriminación arbitraria.
- Respecto de las *personas*: asegurando que ellas accedan a los bienes y servicios del modo más favorable posible.

¿Cómo Asegura el Estado el Mejor Acceso a los Bienes y Servicios?

- Fundamentalmente, a través de dos institucionalidades:
 - La defensa de la libre competencia, y
 - La protección de los consumidores.

La ley del consumidor es además necesaria para la libre empresa...

- De lo anterior se desprende, entonces, que la ley del consumidor es compatible con la libre empresa;
- Pero además, la ley del consumidor es necesaria para la libre empresa, ya que a la empresa le interesa que el consumidor consuma y para ello, los derechos del consumidor deben estar fuertemente protegidos.

La Nueva Ley del Consumidor

- Así como en la política el ciudadano es el que vota y define...en un sistema de economía social de mercado, el consumidor es el que compra y, por tanto, es el *rey*.

Casos en que la Ley del Consumidor puede afectar a la Libre Empresa...

- Cuando sus disposiciones no son justas.
- El proyecto presentado por el Ejecutivo y aprobado en la Cámara de Diputados *no era justo.*
- De alguna forma, reeditaba la lucha de clases, esta vez, entre consumidores y empresas.

La Nueva Ley del Consumidor

- Sin embargo, la disposición del SERNAC era claramente *proteger al consumidor...*
- Por ello, las normas que atentaban contra la libre empresa, fueron finalmente, eliminadas en el Senado, con el acuerdo del SERNAC.

II. Análisis del Contenido de la Nueva Ley del Consumidor

Aspectos de la Nueva Ley del Consumidor que les Afectarán:

1. Asociaciones de Consumidores;
2. Nuevas exigencias de información a consumidores;
3. Promociones vía electrónica;
4. Contratos vía electrónica;
5. Derecho de retractación en contratos electrónicos;
6. Publicidad engañosa;
7. Multas y criterios para la aplicación de multas;
8. Solicitud de reparación de productos;
9. Garantía de los servicios, y
10. Procedimientos Colectivos.

1. Asociaciones de Consumidores

- Según se ha visto, las A.C. no atentan contra el mercado ni contra la libre empresa porque es una institución más a través de la cual se protege al consumidor, esta vez, sin intervención estatal.
- Ellas son además expresión de otro principio del Orden Público Económico: *la subsidiariedad*.
- En la medida que ellas se fortalecen, pueden llegar a sustituir al SERNAC.

1. Asociaciones de Consumidores

- La nueva facultad que se otorga a las A.C. es que podrán interponer acciones individuales y colectivas en representación de los consumidores ante la autoridad jurisdiccional y administrativa correspondiente.
- Se les fortalece, fundamentalmente, a través de la creación de un Fondo de apoyo y permitiendo que éstas se constituyan a través de un procedimiento muy rápido.

1. Asociaciones de Consumidores

- En el Senado, se adoptaron resguardos para evitar el abuso de las A.C.:
 - Se les prohíbe usar el Fondo que se crea para interponer acciones;
 - Se permite al juez disolver a las A.C. que interpongan más de 2 acciones temerarias dentro de 3 años. En este caso, sus Directores no podrán formar parte del Directorio de otra A.C. durante 2 años.
 - Se establecen multas para los que interpongan acciones temerarias de hasta 200 UTM cuando son colectivas.
 - Responsabilidad solidaria de los Directores de la A.C.

2. Nuevas Exigencias de Información a los Consumidores respecto de:

A.- Información Básica Comercial (IBC);

B.- Información Relacionada con la Seguridad;

C.- Información Relacionada con Promociones y Ofertas, y

D.- Información Relacionada con la Tasa de Interés.

A.- Información Básica Comercial

- La antigua ley entendía por Información Básica Comercial los datos e instructivos que el proveedor debe suministrar al público consumidor.
- La nueva ley considera en la IBC además “la identificación del bien o servicio que se ofrece al consumidor”.

Forma de proveer la IBC

- La forma de proveer la IBC de bienes y servicios, su identificación, instructivos de uso y garantía y la difusión que de ellos se haga:
- En castellano;
- En comprensibles y legibles;
- Conforme al sistema general de pesos y medidas aplicables en el país.

La nueva ley agrega:

- En moneda de curso legal (peso chileno);
- Por medios que aseguren un acceso claro, expedito y oportuno;
- Ello significa que la información debe estar disponible *antes* de adquirir el bien o de contratar el servicio, debiendo indicarse el precio, impuesto que lo grava, sus características relevantes y las condiciones de contratación.

Sanción en caso de no proporcionar la IBC:

- Si la empresa no entrega los informes y antecedentes relacionados con la IBC que el SERNAC le solicite por escrito, o bien se demora más de 5 días en hacerlo, puede ser sancionada con multa de hasta 200 UTM.

B. Información Relacionada con la Seguridad

- La nueva ley obliga al proveedor a entregar al consumidor los instructivos de uso de los bienes y servicios cuyo **uso normal** represente un riesgo para la integridad y seguridad de las personas, **junto** con la entrega del bien o servicio a que acceden.
- Las advertencias e indicaciones de seguridad deben estar en idioma español.
- Se aumentan las multas por este concepto de 200 UTM a 750 UTM

Un Caso Real...

- Una empresa que vendió fuegos artificiales rotulados en inglés fue sancionada con multa a beneficio fiscal. Además, el juez ordenó el retiro de todos los productos del mercado.
- Caso de la plancha!

C. Información Respecto de Promociones y Ofertas

- Muchas empresas han sido sancionadas por no cumplir con los requisitos legales exigidos respecto de las promociones y ofertas, a saber:
 - El tiempo de duración;
 - El plazo para reclamarla;
 - La forma de participar, y
 - El número total de productos sorteados y el número de cada tipo de productos incluido.

La Nueva Ley agrega:

- Que no se entiende cumplida la obligación de información sobre las bases de las promociones u ofertas, por el mero hecho de depositarse dichas bases ante notario.

En consecuencia...las siguientes promociones son ilegales:

- Frases como “esta Navidad hacemos realidad tus fantasías..” o “te regalamos el auto de tus sueños...”
- El “hasta agotar stock” ...sobre todo si a la hora de iniciarse la promoción ya no hay stock...

El juez tampoco aceptará...

- Alegar que se cumple con la ley pero en diferentes elementos (pendones, volantes, etc.)
- Alegar que es otra la empresa organizadora de la promoción.
- Alegar que no es culpa de uno que en el producto no venía legible el pase para participar...

D. Nuevos Requisitos de Información Respecto de la Tasa de Interés

- El precio debe expresarse en tamaño igual o mayor que la información acerca del monto de las cuotas.
- La tasa debe quedar registrada en la boleta de cada transacción.
- Se debe indicar el monto total a pagar por el consumidor en las diferentes alternativas de crédito, la tasa de interés moratoria y los gastos que generaría la cobranza judicial.

Además, exige incluir dentro de la tasa de interés:

- TODOS los pagos que debe hacer el deudor, con excepción de:
 - Los impuestos correspondientes;
 - Los gastos notariales;
 - Los gastos inherentes a bienes recibidos en garantía;
 - Los seguros expresamente aceptados por el consumidor, y
 - Cualquier otro importe permitido por Ley.

Casos Reales:

- Se sanciona a las empresas que cobran intereses por sobre el máximo convencional o que inician la cobranza judicial antes de tiempo;
- Cuando se contrata a otra empresa para efectuar el cobro, la empresa igualmente puede ser responsable por los cobros mal efectuados por ésta.

3. Promociones vía Electrónica

- Las comunicaciones promocionales o publicitarias vía correo electrónico deben indicar la materia o asunto sobre el que versa, la identidad del remitente y una dirección para solicitar la suspensión de nuevos envíos.
- De esta forma, se trata de mejorar el problema del SPAM.

4. Contratos vía Electrónica

- Se agrega norma nueva que establece que en los contratos vía electrónica, el proveedor debe informar de “manera inequívoca y fácilmente accesible, los pasos que deben seguirse para celebrarlos”.

4. Contratos vía Electrónica

- Además, al ofrecer el contrato por vía electrónica, el proveedor debe indicar su dirección de correo postal o electrónico, y los medios técnicos de que dispondrá el consumidor para identificar y corregir errores en el envío o en sus datos.
- Se especifica que el contrato sólo se perfeccionará cuando el consumidor “tenga previamente un acceso claro, comprensible e inequívoco de las condiciones generales del contrato y la posibilidad de imprimir los datos o almacenarlos electrónicamente”.

4. Contratos vía Electrónica

- El proveedor debe enviar la confirmación escrita del contrato por vía electrónica u otra previamente señalada.
- Se agregan las mismas exigencias a las ofertas realizadas a través de catálogos, avisos o cualquier forma de comunicación a distancia.

5. Derecho de Retracción en Contratos Electrónicos

- Se faculta al consumidor para poner término, en forma unilateral, al contrato celebrado por vía electrónica, en el plazo de 10 días contados desde la recepción del producto, siempre que el proveedor haya confirmado la venta.
- En caso contrario, el plazo de retractación aumenta a 90 días.

5. Derecho de Retracción en Contratos Electrónicos

- En este caso, el proveedor debe devolver al consumidor todas las sumas abonadas, sin retención de gastos, lo antes posible y en todo caso antes de los 45 días siguientes a la retractación.

5. Derecho de Retracción en Contratos Electrónicos

- El consumidor no tiene derecho de retractación:
 - Cuando el proveedor lo señala expresamente.
 - Cuando el bien se ha deteriorado por culpa del consumidor o éste no restituye los elementos del embalaje, etiquetas, garantías, manuales, etc.

5. Derecho de Retracción en Contratos Electrónicos

- En caso que el consumidor haya solicitado un crédito, se distingue:
 - Si lo solicitó al mismo proveedor, los costos del crédito corresponden al proveedor.
 - Si lo solicitó a un tercero extraño, los costos del crédito corresponden al consumidor.
- La misma regulación se aplica a los contratos celebrados en reuniones masivas. También se permite retractación en ciertos contratos de educación superior.

6. Publicidad Engañosa

- La ley mantiene el concepto de **publicidad**:
“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”.

¿Cuándo hay Publicidad Engañosa?

- Cuando se induce a engaño, mediante la publicidad, respecto de:
 - Los componentes del producto y porcentaje en que concurren;
 - La idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer;
 - Las características relevantes del bien o servicio;
 - El precio, forma de pago y costo del crédito;
 - Las condiciones en que opera la garantía, y
 - Su condición de no producir daño al medio ambiente, calidad de vida y ser reciclable o reutilizable.

6. Publicidad Engañosa (nueva ley)

- La nueva ley agrega que se entiende **incorporado al contrato las condiciones que se toman en cuenta para determinar si hay o no publicidad engañosa.**
- Además, considera infracción producir confusión en los consumidores respecto de la identidad de empresas, actividades, productos, nombres, marcas u otros signos distintivos de los competidores por medio de mensajes publicitarios.

7. Multas y Criterios de Aplicación de las Multas

- Se mantienen las multas por infracciones a la ley de hasta 50 UTM.
- En caso de publicidad engañosa difundida por medios de comunicación social, se aumentan las multas hasta 750 UTM.
- Si además dicha publicidad incide en cualidades de productos o servicios que afecten la salud o seguridad de las personas, se aumenta a 1.000 UTM.
- Las multas se duplican en caso de reincidencia dentro del mismo año calendario.

7. Multas y Criterios de Aplicación de las Multas

- Se agregó a la ley la obligación del juez de adoptar ciertos criterios al aplicar las multas, como por ejemplo, la cuantía de lo disputado, el daño causado, el grado de negligencia del infractor, la situación económica del infractor...etc.

Caso de publicidad engañosa por “no cumplir el fin que se pretende satisfacer”

- Se ofreció persona por persona un curso de inglés de 8 meses, prometiéndose el dominio del idioma en ese lapso de tiempo...

Caso de publicidad engañosa por “no señalar información relevante”

- Empresa de telefonía que ofreció entradas a ciertos partidos de fútbol por la compra de tarjetas de pre-pago...

8. Solicitud de Reparación de Productos

- Se faculta al consumidor para solicitar la reparación al vendedor, al fabricante o importador **indistinta o conjuntamente** y se prohíbe al recurrido derivar el reclamo, sin perjuicio de la facultad de éste para dirigirse en contra del responsable.
- Se establece la responsabilidad solidaria del proveedor y del importador por los perjuicios ocasionados al consumidor.

9. Garantía de los Servicios

- Se aumenta de 10 a 30 días hábiles el plazo para reclamar de un servicio, incluyendo el servicio de reparación.

10. Procedimientos Colectivos

- Lo sentimos mucho... ya llegaron!!!

- ¿Pero...son estos TAN MALOS?

10. Procedimientos Colectivos

- *Los juicios colectivos, cuando son justos y equilibrados, permiten importantes ahorros de tiempo y recursos tanto para las empresas como para los consumidores.*
 - Los consumidores podrán reclamar por perjuicios pequeños, por los cuales antes no valía el esfuerzo ni el costo de reclamar;
 - A su vez, para las empresas es más barato defenderse en un juicio que en 1000 diferentes juicios.

10. ¿Cómo se Inicia un Juicio Colectivo?

- Por demanda presentada por:
 - El SERNAC;
 - Una Asociación de Consumidores;
 - Un grupo de 50 o más consumidores afectados en un mismo interés, debidamente individualizados.

10. ¿A Quién se Demanda?

- La ley presume que representa al proveedor, y que en tal carácter lo obliga, la persona que ejerce habitualmente funciones de dirección o administración por cuenta o representación del proveedor.
- La demanda se dirige, por tanto, al representante legal o al jefe del local donde se compró.

10. Obligación del Proveedor de Individualizar al Jefe de Local

- Por ello, se obliga al proveedor a exhibir en un lugar visible del *local* la individualización completa de quien cumple la función de jefe del local, indicándose al menos el nombre completo y su domicilio.

11. Procedimiento de Admisibilidad Previo

- Una vez presentada la demanda, el Juez debe estudiarla, y ver si cumple con los requisitos exigidos por la ley para llevar adelante un juicio colectivo.
- En EEUU, esta es la parte más importante del juicio colectivo.

10. Primera Publicación

- Una vez terminado el procedimiento de admisibilidad previa, la sentencia que admite a tramitación al juicio se publica en los diarios de las localidades o regiones afectadas.
- Esta publicación es para que las personas afectadas que así lo deseen, se hagan parte en el juicio.

10. Acumulación de todos los juicios iniciados por los mismos hechos

- Cualquier otra demanda que se funde en los mismos hechos y sea contra el mismo proveedor, se acumula a esta.
- Así se logra el objetivo final del juicio colectivo: *que sea uno solo.*

10. Indemnizaciones para los consumidores afectados:

- El Juez sólo puede establecer indemnizaciones parejas para toda la clase o subclase.
- La indemnización no incluye el daño moral
- Por ello, los consumidores sólo deben probar el daño y el vínculo contractual que lo une con el proveedor (Boleta, Factura, etc.)

10. Segunda Publicación

- Cuando termina el juicio colectivo, se publica la sentencia final.
- Desde esta segunda publicación se da un plazo de 90 días a los afectados para hacerse parte en el juicio.
- Vencido este plazo, pierden su derecho a exigir una indemnización.

10. Solicitud de Indemnización por Separado

- *¿Qué Puede hacer el Consumidor que no Quede Satisfecho con la Indemnización Fijada por el Juez o considera que le corresponde indemnización por daño moral?*
 - Debe presentarse dentro del plazo de 90 días para hacer reserva de su derecho a solicitar indemnización de perjuicios por separado.

10. Solicitud de Indemnización por Separado

- En consecuencia...90 días después de dictada la sentencia final, la empresa sabe cuánto va a tener que pagar, y cuántos juicios individuales deberá seguir por indemnizaciones de perjuicios extraordinarias.

10. ¿Cuándo debe Pagar la Empresa que Perdió el Juicio?

- La empresa debe efectuar las reparaciones o consignar el monto de las indemnizaciones dentro de un plazo de 30 días corridos.
- El juez puede establecer, en ciertos casos, un programa mensual de pagos o forma alternativa de pago.
- Si no paga, se inicia un juicio ejecutivo en su contra.

10. ¿Cómo Protege la Ley a la Empresa de Demandas Injustas?

- Si la demanda *carece de fundamento plausible...* el juez puede declararla *temeraria*.
- Se prefirió no definir el término "*temerario*" para que sea el juez el que, caso a caso, califique.
- En todo caso, no toda demanda rechazada es temeraria.

10. Sanciones que Contempla la Ley para una Demanda que sea Declarada Temeraria

- Multa de hasta 200 UTM.
- Suspensión del abogado que patrocinó la acción temeraria del ejercicio de su profesión hasta por 6 meses.
- Responsabilidad civil y penal solidaria de los autores por los daños producidos a la empresa.
- Disolución de la Asociación de Consumidores (en su caso) y prohibición de sus Directores a participar en el Directorio de otras por dos años.

III. Conclusiones y Recomendaciones

Recomendaciones

- Hasta ahora, las empresas que no respetaban la ley del consumidor podían obtener grandes ganancias...sin gran riesgo.
- Hoy, con los juicios colectivos y nuevas multas máximas aplicables...ello cambió!

Recomendaciones

- Es necesario tener mucho cuidado con los argumentos que se dan al juez para evadir responsabilidad...con la nueva ley...un pequeño error puede costar muy caro.



Recomendaciones

- En países con sistemas legales semejantes al nuestro, como Canadá, las empresas no sólo son muy cuidadosas, sino que se han vuelto pro-activas.
- Si algo ocurre, saben que están expuestas a una demanda colectiva y que pueden perderla.

Recomendaciones

➤ Por ello:

- Desarrollan sistemas de garantías y documentos específicos que **prueben** la vinculación con el daño ocasionado.
- Cuando reciben reclamos, generalmente tratan de llegar a **acuerdos** con los consumidores afectados antes de llegar a los tribunales... para ello, se hacen asesorar por personas con conocimientos, trato agradable y muy buen criterio!

Recomendaciones

- Las empresas deben contar con planes de contingencia, y una representación legal y técnica para reaccionar con rapidez y criterio en caso de ser demandadas.
- Pueden además contratar seguros.

Recomendaciones

- De acuerdo a los expertos, si una empresa hace bien sus labores y cuenta con procesos seguros, no debe temer a las demandas colectivas.

Conclusiones

- El Estado debe actuar buscando activamente el bien común de las personas.
- En materia económica esto se obtiene, fundamentalmente, asegurando a las personas que puedan acceder a los bienes y servicios del modo más favorable posible.
- Ello se logra, entre otras, con la protección del consumidor.

Conclusiones

- Como a la empresa le interesa que las personas consuman, la LPC, cuando es justa y equilibrada, no es contraria a la libre empresa.
- Las modificaciones introducidas al proyecto durante su tramitación en el Senado, permitieron alcanzar un razonable equilibrio entre la adecuada protección de los derechos de los consumidores y el desarrollo fluido de las actividades económicas por parte de vendedores y proveedores de servicios.

LA NUEVA LEY DEL CONSUMIDOR

Hedy Matthei Fornet

Asesora Legal Senador Novoa

2004