Modifica la ley N°19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para exigir que en la publicidad de las operaciones de crédito de dinero se incluyan consejos para educar sobre el endeudamiento responsable

Boletín N° 12793-03

Visto.-

Según dispone el artículo 63 y 65 de la Constitución Política de la República, lo indicado en la ley Orgánica Constitucional del Congreso de Nacional N° 18.918. y lo que dispone el Reglamento de la Cámara de Diputados.

Considerando.-

En la actualidad existen poco más de 4.500.000 de tarjetas de personas naturales que se encuentran en Dicom, debido a que registran morosidad en el sistema financiero. Cabe señalar que dicho número es mayor a todos los Chilenos que eligió al Presidente de la República en la última elección presidencial. La tendencia al crecimiento de ciudadanos en Dicom crece un 3% respecto del año 2018 y siendo el crecimiento del país de un 1,5%, se podría decir que la morosidad en nuestro país crece al doble de lo que crece nuestra economía. Del total de los chilenos registrados en Dicom, un 6,9% se encuentra cesante a marzo de 2019, con ello se genera un círculo vicioso porque cuesta salir del Dicom para encontrar un trabajo y como no sale de Dicom, no encuentra trabajo.

Esto hace sentido con la evolución del gasto familiar. Hace diez años, el **36%** del gasto familiar se dedicaba al pago de deudas. Hoy ese porcentaje ha subido a un **73%**, mientras que la OCDE señala como promedio normal en torno a un 25% para el pago de deudas. De esta forma, en ***Chile el gasto mensual familiar para deudas es 3 veces*** superior a lo que dice la OCDE, lo que se traduce en una alta desmotivación laboral y problemas psicológicos por este 73 por ciento de deuda.

La distribución de la deuda corresponde a **21%** de deuda hipotecaria, **12%** de educación, **4%** es deuda automotriz. En tanto, un **53%** se estructura por consumo, destinado a bienes que se consumen y no permanecen en el tiempo y por ello no incrementa necesariamente el patrimonio de una familia de clase media. Al analizar esa deuda, el estrato económico más bajo presenta hasta un **37%** de deuda comercial y solo el **16%** es bancario, los segmentos medios presentan un 40% de deuda comercial y un **33%** bancaria y el segmento más alto tiene una deuda de un **32%** comercial y de una deuda comercial del **54%.** Este dato permite deducir que los sectores más endeudados son los sectores de ingresos más altos, porque ellos se endeudan con la banca, lo que se traduce en créditos hipotecarios y bienes que incrementan su patrimonio.

Frente a la situación de sobreendeudamiento se dicta la ley **20.720**, ley de insolvencia y reemprendimiento que habilita a las personas naturales para someterse a un procedimiento que les permite salvaguardar su endeudamiento, sea a través de una renegociación, con mayor plazo para pagar o condonación de intereses, o remisión de deuda. También se abre la opción de un proceso de liquidación voluntaria o quiebra individual que permite extinguir la deuda y rehabilitarse financieramente.

La deuda que proviene del consumo se ha instalado al interior de la familia chilena y por ello toda actividad que favorezca el endeudamiento irresponsable no es positiva para las economías domésticas de cualquier familia de clase media o clase media baja. Por dicha situación y antes las razones expuesta el presente proyecto de ley, busca de distintas formas, informar sobre endeudamiento y las consecuencias que el sobreendeudamiento significa.

Por tanto: Los presente diputados vienen en suscribir el presente proyecto de ley.-

Proyecto de ley:

Artículo Único: Para modificar en el artículo 1° en su número 4, de la Ley 19.496, agregando un nuevo inciso segundo y un nuevo inciso tercero, en los siguientes términos:

"Respecto de la publicidad de las operaciones de crédito de dinero, incorporarán en su publicidad gráfica y audiovisual un anuncio explícito, educando sobre el endeudamiento responsable.

Dicho anuncio, deberá ocupar al menos el 20% de la superficie de las pieza gráfica. Respecto a las piezas audiovisuales deberá ser destacada por medio de una locución que ocupará al menos el 20% del spot audiovisual".

RENATO GARÍN GONZÁLEZ
H. D. DE LA REPÚBLICA