



Modifica la ley N° 19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, en materia de sanciones a las empresas que incurran en acoso telefónico en el envío de promociones o publicidad a los consumidores
Boletín N°11835-03

Antecedentes:

1. En la actualidad, vivimos en un mundo cada vez más ligado y dependiente de la tecnología, realidad que en la mayoría de los casos tiende a simplificar la vida y ahorrar tiempo en la mayoría de los trámites. Así, contratar bienes y servicios utilizando la tecnología mediante técnicas que buscan simplificar las gestiones pero a su vez agilizar la contratación de bienes y servicios.
2. Lo anterior, si bien, trae consigo una serie de beneficios para las personas, trae aparejada una serie de inconvenientes al momento de iniciar el ofrecimiento de bienes y servicios a través de llamadas telefónicas de empresas y bancos e instituciones financieras, los que muchas veces pese a las negativas frente a la contratación de los servicios ofrecidos, se insiste llamando una y otra vez, causando así una serie de complicaciones para las personas, pues no se está respetando la decisión de no adquirir lo ofrecido.
3. El año 2013, surge a raíz de una sequilla de reclamos por parte de los usuarios, una opción de dejar de manifiesto el denominado comúnmente “acoso telefónico” por parte de las empresas en el portal web del Servicio Nacional del Consumidor. Dicha instancia, denominada en el propio portal como “No molestar”, recibió sólo hasta el mes de abril del año 2015, 7.160¹ reclamos de personas que acusan insistentes llamados por parte de empresas de retail.
4. Desde la implementación de esta opción, los llamados parecieran haber disminuido. Sin embargo, se han ideado nuevos mecanismos que perpetúan el acoso telefónico, como lo son las llamadas realizadas desde un call center que ingresan como si se tratara de teléfonos celulares.
5. Con la implementación del denominado “No molestar”, y de acuerdo a las denuncias que reciba el SERNAC, este servicio notificará una vez al mes a las empresas, tomando como base los antecedentes ingresados en esta lista anti spam, las que tras recibir esta notificación y como lo señala la Ley del Consumidor, deberán borrarlo de sus listas, por lo que el consumidor no debiera recibir más publicidad no deseada, ni mensajes de textos, ni nuevos llamados telefónicos o publicidad impresa por correo convencional.²

¹ Noticia disponible en el siguiente link: <http://impresa.elmercurio.com/Pages/NewsDetail.aspx?dt=2015-05-26&dtB=26-05-2015%200:00:00&PaginaId=1&bodyid=3>

² Información disponible en el portal web del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), disponible en el siguiente link: <https://www.sernac.cl/sernac-lanzo-aplicacion-web-no-molestar-que-impedira-que-le-sigan-enviando-spam/>



6. No obstante lo anterior, si bien la propia ley del consumidor contempla una sanción para los incumplimientos a lo establecido en dicho cuerpo normativo, la que consiste en multa que puede ir hasta 50 UTM, éste resulta insuficiente para la violación al derecho a la vida privada que se ocasiona con la serie de comunicaciones por las distintas vías a fin de ofrecer bienes y/o servicios por parte de las empresas.

PROYECTO DE LEY

Incorpórese un inciso tercero al artículo 28 B de la ley 19.496, en el siguiente tenor:

“En el caso de haber solicitado la suspensión de las comunicaciones promocionales o publicitarias, las empresas que no respeten esta decisión y vuelvan a contactar a los consumidores, por cualquiera de los medios indicados precedentemente, serán sancionados con una multa de entre veinte y cien UTM”.

JOSÉ MIGUEL CASTRO BASCUÑÁN
H. DIPUTADO DE LA REPÚBLICA