

INFORME DE LA COMISIÓN DE ECONOMÍA, FOMENTO, MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES Y TURISMO RECAÍDO EN EL PROYECTO QUE 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](#)

HONORABLE CÁMARA:

La [Comisión de Economía, Fomento, Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Protección de los Consumidores y Turismo](#) viene en informar, en primer trámite constitucional y primero reglamentario, el proyecto de ley referido en el epígrafe, de origen en una moción de los diputados señores Jorge Brito, José Miguel Castro, Andrés Longton, Nicolás Noman, Hugo Rey, Gastón Saavedra, Francisco Undurraga y Sebastián Álvarez, y de las diputadas señoras Sofía Cid y Ximena Ossandón, con urgencia calificada de simple.

Durante el análisis de esta iniciativa, la Comisión contó con la concurrencia y colaboración de los siguientes invitados, señores y señora: el Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor, SERNAC, Lucas del Villar y el Subsecretario de Economía, Julio Pertuzé, y la asesora jurídica del Ministerio de Economía Ximena Contreras.

I.- CONSTANCIAS REGLAMENTARIAS PREVIAS.

1.- IDEAS MATRICES O FUNDAMENTALES.

Las ideas centrales del proyecto se orientan al siguiente objetivo:

Sancionar pecuniariamente a la empresa que no respete la decisión del consumidor de requerirle la suspensión de las comunicaciones promocionales o publicitarias y que siga enviando las referidas comunicaciones.

2.- NORMAS DE CARÁCTER ORGÁNICO CONSTITUCIONAL O DE QUÓRUM CALIFICADO.

Cabe precisar que no hay normas con ese carácter.

3.- NORMAS QUE REQUIEREN TRÁMITE DE HACIENDA.

No hay.

4.- EL PROYECTO FUE APROBADO EN GENERAL POR UNANIMIDAD.

Votan a **favor** los diputados señores Boris Barrera, Alejandro Bernal, Harry Jürgensen, Miguel Mellado, Jaime Naranjo; Rolando Rentería, Alexis Sepúlveda, Raúl Soto y la diputada señora Sofía Cid (9x0x0).

5.- ARTÍCULOS E INDICACIONES RECHAZADAS.

ARTÍCULOS RECHAZADOS.

No hubo.

INDICACIONES RECHAZADAS.

No hubo.

6.- SE DESIGNA DIPUTADO INFORMANTE AL SEÑOR RAÚL SOTO MARDONES.

II.- ANTECEDENTES DEL PROYECTO.

Argumentan sus autores que 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.

Lo anterior, acotan, si bien trae consigo una serie de beneficios para las personas, conlleva 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, insisten 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.

Aducen que el año 2013, surge a raíz de diversos 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, 7.160 reclamos de personas que acusan insistentes llamados por parte de empresas de *retail*.

Desde la implementación de esta opción, los llamados parecieran haber disminuido. Sin embargo, se han ideado nuevos mecanismos que perpetúan el acoso el telefónico, como lo son las llamadas realizadas desde un *call center* que ingresan como si se tratara de teléfonos celulares.

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.

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.

III.- RELACIÓN DESCRIPTIVA DEL PROYECTO.

La moción consta de un artículo único, que añade un inciso tercero en el artículo 28 B de la ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, en orden a que si el consumidor solicita la suspensión de las comunicaciones promocionales o publicitarias y las empresas no respetan esa decisión y vuelvan a contactarlo, se les sancionará con una multa que va de veinte a cien UTM.

IV.- DISPOSICIONES LEGALES QUE EL PROYECTO MODIFICA.

La iniciativa parlamentaria en estudio modifica la referida ley N° 19.496, conforme a lo reseñado en el acápite anterior.

V.- DISCUSIÓN Y VOTACIÓN DEL PROYECTO.

A.- DISCUSIÓN GENERAL.

Durante el estudio general de esta moción, el **Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor, SERNAC, señor Lucas del Villar** señala que es necesario tener presente cuáles son las mejores propuestas de política pública que permitan enfrentar las asimetrías e infracciones que afectan a los consumidores en el mercado del consumo, que es cada vez más globalizado y dinámico.

En este caso se trata de incluir un nuevo inciso tercero en el artículo 28 B de la ley 19.496, del 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.”.

Precisa que ya existe una norma, el artículo 28 B que regula la obligación que tienen los proveedores al contactar a cualquier consumidor con cualquier mensaje publicitario o promocional, de la alternativa de no seguir recibiendo estas comunicaciones.

Informa que esta es una norma que no se cumple, que cuando los proveedores contactan a los clientes o consumidores, especialmente en los mercados que se han vuelto más competitivos en este último tiempo, como las telecomunicaciones, no le dan la posibilidad de poder incorporarlos a un registro para que no los vuelvan a contactar, lo que a fines de 2018 y principios de 2019 se generó un importante número de reclamos por este incumplimiento respecto de las comunicaciones promocionales, en que no se indica una dirección o mecanismo válido para una suspensión de las mismas de manera inmediata.

Por esta razón, Sernac generó una plataforma conocida como “No molestar”, como una reacción por el Servicio ante el incumplimiento específico de esta disposición.

A raíz de esto se dictó una norma reglamentaria por el ministerio de Economía, el 13 de febrero de 2020, que establece esta obligación por parte del Sernac y establece que el Servicio contará con un sistema electrónico expedito y seguro, que permita a los consumidores inscribirse y solicitar la suspensión de toda comunicación promocional o publicitaria no deseada y proveída por los proveedores a través de correos electrónicos, correos postales, fax, llamados o servicios de mensajería telefónica, amparado en el derecho que le asiste para no ser contactado por proveedores para fines publicitarios, de acuerdo a lo establecido en el artículo 28 B referido.

Sobre esta misma disposición señala que la sanción que se señala y aplica, es una multa de hasta 300 unidades tributarias mensuales, a diferencia de las 100 unidades tributarias que propone el proyecto de ley.

Informa también que en los tres años de funcionamiento de la plataforma, hay un alto volumen de consumidores que han solicitado, a través del mecanismo “No Molestar”, que las empresas sean notificadas porque no quieren seguir recibiendo este tipo de comunicaciones.

Explica que se trata de comunicaciones a través de correos electrónicos principalmente, mensajes de texto y llamado telefónico y mensajería personalizada.

Señala que en 2019 fueron casi 150 mil solicitudes, en 2020 fueron casi 85 mil solicitudes y en lo corrido del año 2021, van 66 mil solicitudes, lo que proyecta volver a cifras superiores a 100 mil solicitudes.

El **diputado Alexis Sepúlveda** anuncia una indicación para aumentar la multa propuesta de 100 a 300 unidades tributarias mensuales.

El **diputado Miguel Mellado** pregunta por la razón que se han presentado menos solicitudes, de manera decreciente, desde el año 2019.

El **diputado Alejandro Bernales** consulta cómo funciona en la práctica el sistema “No molestar”. Explica que uno puede des inscribirse de un listado de correo, pero este llega igualmente y no se tiene el certificado que ha generado esa solicitud, como forma de probarlo. Acusa que en algunos casos es tan complejo que no se puede hacer la des inscripción.

El **Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor, SERNAC, señor Lucas del Villar** aclara que esto viene a reforzar lo que se ha estado haciendo por el Ministerio de Economía y el Sernac, particularmente en mercados que se han convertido en más competitivos, pero que han recurrido casi abusivamente respecto de esta obligación que es básicamente, permitir un primer contacto sin tener que cumplir un requisito adicional, como ocurre en otras legislaciones en que para ese contacto debe realizar acciones en los listados Robinson o listados de exclusión.

Explica que lo que se había regulado antes era el llamado de cobranza, pero no en esta materia y que el estándar se ha fijado es que el primer contacto es posible, pero se debe informar al consumidor de este derecho, que lo puede ejercer para suspender estas comunicaciones.

Existe la posibilidad de ajustar los quantum de las multas que actualmente establece la ley del consumidor, que se pueden multiplicar cuando se trata de casos colectivos, masivos de acuerdo al artículo 24 de la ley del consumidor.

Observa favorablemente la propuesta de establecer un monto mínimo o un piso desde el cual el consumidor puede impetrar con un mayor efecto disuasivo.

Apunta que las cifras son de baja sostenida, pero se refieren principalmente al uso de correo electrónico e incorporación de otro tipo de mensajería digital, como el uso de *wasap* u otros medios que han bajado, el uso de la llamada o contacto telefónico ha dejado de ser efectivo a lo que se agrega el impacto de la plataforma “No Molestar” implantada por el Sernac.

Explica también que básicamente hay dos mecanismos. Uno estatal, por decirlo de alguna manera que es el “No Molestar”, que lo ha desarrollado el Sernac, que se accede por clave única o la clave especial de Sernac para estos efectos, y que permite acceder también al sistema “me quiero salir” y presentar reclamos y preguntas. El sistema “No Molestar” pide el correo para que se notifique a la empresa que ese consumidor no quiere seguir recibiendo estas comunicaciones.

Adicionalmente, la ley establece a través del artículo 28 B, que las propias empresas deben tener una sistema, con un estándar más alto, que les permita recoger de los consumidores su voluntad de no ser incluidos en estas comunicaciones después del primer contacto.

Teniendo en vista las consideraciones y argumentos contenidos en la moción y las opiniones esgrimidas por los parlamentarios y el invitado, la y los señores diputados fueron de parecer de aprobar la idea de legislar sobre la materia, destacando la conveniencia, la oportunidad y pertinencia de abordar la cuestión debate.

Puesta en **votación general** la idea de legislar, se **APRUEBA por unanimidad de votos**, en la forma descrita en las constancias reglamentarias previas.

B.- DISCUSIÓN Y VOTACIÓN PARTICULAR.

ARTÍCULO ÚNICO.

Se da lectura al artículo único de la moción:

Artículo único: 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”.

Acto seguido, se formulan las siguientes indicaciones complementarias al artículo único.

1.- de los diputados Alejandro Bernales; Jaime Naranjo; Alexis Sepúlveda; Miguel Mellado y Harry Jürgensen para sustituir la expresión “cien UTM”, por “trescientas UTM”.

2.- De los diputados Alexis Sepúlveda; Jaime Naranjo; Miguel Mellado; Harry Jürgensen para intercalar entre la expresión “o publicitarias,” y “las empresas que”, la oración “ directamente a la empresa o a través de mecanismo digitales dispuestos por el Sernac,”

En ambas indicaciones adhieren de forma telemática los diputados Sofía Cid; Boris Barrera y Rolando Rentería.

Puesto en votación el artículo único con las referidas indicaciones, **se aprueba por unanimidad**. Votan a **favor** los diputados señores Boris Barrera, Alejandro Bernales, Harry Jürgensen, Miguel Mellado, Jaime Naranjo; Rolando Rentería, Alexis Sepúlveda, Raúl Soto y Pedro Velásquez y la diputada señora Sofía Cid (10x0x0).

Por las razones señaladas y por los argumentos que expondrá oportunamente el señor diputado informante, esta Comisión, realizando las adecuaciones de redacción del caso conforme al artículo 15 del reglamento, recomienda aprobar el siguiente:

P R O Y E C T O D E L E Y:

“Artículo único.- Agrégase el siguiente inciso tercero en el artículo 28 B de la ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores

“En el caso de haber solicitado la suspensión de las comunicaciones promocionales o publicitarias directamente a la empresa o a través de los mecanismos digitales dispuestos por el Servicio Nacional del Consumidor, 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 20 y 300 unidades tributarias mensuales”.”.

Sala de la Comisión, a 27 de julio de 2021.

Tratado y acordado en sesión de fecha 27 de julio de 2021, con la asistencia de la y los diputados señores Boris Barrera, Alejandro Bernales, Sofía Cid, Harry Jürgensen, Miguel Mellado, Jaime Naranjo (Presidente), Rolando Rentería, Alexis Sepúlveda, Raúl Soto y Pedro Velásquez.

ALVARO HALABI DIUANA
Abogado Secretario de la Comisión