



INFORME DE LA COMISIÓN DE ECONOMÍA, FOMENTO, MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES Y TURISMO RECAÍDO EN LA OBSERVACIÓN FORMULADA POR S.E. EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA AL PROYECTO DE LEY QUE ESTABLECE MEDIDAS PARA INCENTIVAR LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES.

BOLETÍN N° [12.409-03](#).

HONORABLE CÁMARA:

La [Comisión de Economía, Fomento, Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Protección de los Consumidores y Turismo](#) viene en informar la observación formulada por S.E. el Presidente de la República al proyecto individualizado en el epígrafe, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 73 de la Constitución Política de la República, artículos 32 y siguientes -Título III- de la ley N°18.918, Orgánica Constitucional del Congreso Nacional, y artículos 121 y 168 y siguientes del reglamento de la Cámara de Diputados, con urgencia calificada de "suma".

Durante la tramitación y estudio de esta observación presidencial se contó con la colaboración y participación -de manera telemática- de las siguientes personas, señoras y señores:

El Ministro de Economía, Fomento y Turismo, Lucas Palacios, junto a la coordinadora legislativa de esa secretaría de Estado, Ximena Contreras.

El Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor, SERNAC, Lucas del Villar.

El Fiscal Nacional Económico, Ricardo Riesco, quien concurre junto al Jefe División Antimonopolios, Gastón Palmucci; al Subjefe División Antimonopolios, Alejandro Domic, y al Coordinador División Antimonopolios, Camilo Vergara.

El Presidente de la Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios, CONADECUS, Hernán Calderón, junto a la abogada María Jimena Orrego.

El Presidente de la Organización de Consumidores y Usuarios, ODECU, Stefan Larenas.

El Presidente de la Confederación Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CONAPYME), Héctor Sandoval.

El Presidente de la Confederación Nacional Unida de la Micro, Pequeña y Mediana Industria, Artesanado y Servicios, (CONUPIA), Roberto Rojas.

El representante de Convergencia Nacional de Gremios y Cooperativas de Chile, Marcos Illesca.

La profesora de Derecho Constitucional de la Universidad Católica de Chile, Marisol Peña.

El profesor de Derecho Civil de la Universidad de Chile, Mauricio Tapia.

El economista, Tomás Flores.



El representante de la Fundación Ciudadana para el Consumo Responsable, Juan Trimboli.

La Directora del Área Legal y Ciudadana de Cambio Social desde el Consumo Responsable, FOJUCC, Fabiola Inostroza.

I. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTOS DE LA OBSERVACIÓN FORMULADA POR S.E. EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA.

Expresa en sus antecedentes el Ejecutivo que el proyecto originado en mensaje que es objeto de una observación fue ingresado al Congreso Nacional con fecha 24 de enero de 2019 y tiene por finalidad la protección adecuada de los consumidores, lo cual es un elemento fundamental para mantener el equilibrio dentro del sistema económico como, asimismo, para garantizar la confianza de la ciudadanía.

En efecto, el mercado y la relación entre sus participantes está afecto a constantes cambios tecnológicos y a nuevas prácticas en materia de contratación, lo que conlleva la necesidad de revisar con cierta periodicidad la normativa en materia de consumo, para que exista una efectiva defensa y protección de los derechos de los consumidores y para poder contribuir al desarrollo de industrias innovadoras mediante regulación que otorgue certeza jurídica. Así, con el proyecto de ley se busca enfocar los esfuerzos en actualizar los estándares de protección de los derechos de los consumidores, buscando evitar la presencia de vacíos legales que puedan facilitar la vulneración de dichos derechos.

Los avances tecnológicos implican un desafío especial en esta materia. Por ejemplo, el crecimiento constante del e-commerce, consistente en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de productos o servicios a través de Internet, ha tenido como consecuencia la apertura de nuevos mercados y, en definitiva, una nueva forma de comercializar bienes y servicios.

Sin embargo, tanto la información elaborada por el Servicio Nacional del Consumidor ("SERNAC"), en base al comportamiento del consumidor nacional, como la información plasmada en los diversos estudios de comportamiento de mercados, de los consumidores y series estadísticas, entre otros, han permitido detectar aquellas áreas donde se requiere un especial reforzamiento a la normativa de protección de los derechos de los consumidores. Ejemplos de ello son el derecho a retracto en compras a distancia, la aplicación de la garantía legal, la clarificación de la forma en que se puede poner término a los contratos de adhesión, las compensaciones por denegación de embarque por sobreventa, entre otras materias. Estas regulaciones deben ser adecuadas a estándares internacionales que, en definitiva, fomenten una relación equitativa entre las empresas y los consumidores.

En efecto, fueron principalmente aquellas materias las que constituyeron el eje del proyecto de ley ingresado por el Ejecutivo, comúnmente denominado "pro consumidor".

Sin perjuicio de lo anterior, expresa, contextualizando la formulación de la observación, que durante la discusión en particular en primer trámite constitucional del proyecto de ley, en la Comisión de Economía, Fomento, Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Protección de los Consumidores y Turismo de la H. Cámara de Diputados, el honorable diputado Karim Bianchi propuso una indicación para modificar el artículo 17 H de la ley N° 19.496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores.

En particular, la indicación planteaba modificar el inciso final del artículo 17 H, el cual prohíbe al proveedor de productos o servicios financieros restringir o condicionar que la compra de bienes o servicios de consumo se realice exclusivamente con un medio de pago administrado u operado por el mismo proveedor, por una empresa relacionada o una sociedad de apoyo al giro, sin perjuicio del derecho del proveedor a ofrecer descuentos o beneficios adicionales asociados exclusivamente a un medio de pago administrado u operado por cualquiera de los sujetos señalados.

Pues bien, la indicación en comento proponía suprimir la frase final, eliminando el derecho de los proveedores de ofrecer descuentos o beneficios adicionales asociados a un medio de pago; junto con agregar explícitamente la prohibición de restringir o condicionar no sólo la compra a determinados medios de pago, sino también la aplicación de descuentos adicionales.

En dicha Comisión, la indicación se rechazó por amplia mayoría, contando con los votos en contra de los honorables diputados Barrera, Bernales, Jürgensen, Lavín, Mellado, don Miguel, Rentería, Van Rysselberghe y Velásquez, don Pedro, la honorable diputada Cid y el exdiputado Garín. Se abstuvo el honorable diputado Soto, don Raúl y votó favorablemente el honorable diputado Sepúlveda, don Alexis.

Sin embargo, tal indicación fue repuesta por su autor en la Sala de la H. Cámara de Diputados, con fecha 16 de octubre de 2019, donde fue aprobada, en votación separada con 60 votos a favor, 48 en contra y 4 abstenciones, pasando el proyecto a segundo trámite con tal prohibición.

Posteriormente, en segundo trámite constitucional, la Comisión de Economía del H. Senado, en su segundo informe, atendidos los argumentos técnicos que confirmaban lo perjudicial para los consumidores de dicha medida, aprobó, con votos a favor de los honorables senadores Durana, Galilea y Harboe y de la honorable senadora Rincón, y el voto en contra del honorable senador Elizalde, la indicación presentada por el Ejecutivo que eliminaba las modificaciones al artículo 17 H, manteniendo su redacción actual.

Sin embargo, en la Sala del H. Senado, con fecha 2 de diciembre de 2020, fue repuesta la indicación del honorable diputado Karim Bianchi por el honorable senador Carlos Bianchi, siendo aprobada, con 13 votos a favor, 9 en contra y 1 abstención, con idéntico texto al que había sido aprobada por la Sala de la H. Cámara de Diputados en primer trámite constitucional.

Posteriormente, el proyecto pasó a tercer trámite a la H. Cámara de Diputados, siendo rechazada la modificación aprobada por el H. Senado al artículo 15 bis de la ley N° 19.496, referido al tratamiento de datos personales.

En consecuencia, se constituyó una comisión mixta para resolver específicamente la controversia sobre el aludido artículo 15 bis.

En dicha comisión mixta se llegó a un acuerdo sobre el texto controvertido, mas, pese a las reiteradas solicitudes de diversos miembros de tal comisión, entre ellos, el honorable diputado Miguel Mellado y los honorables senadores Carmen Gloria Aravena y José Miguel Durana, no fue posible reabrir la discusión con respecto al artículo 17 H, ya que por tratarse de un artículo en rigor no controvertido (por haber sido aprobado en ambas Salas con el mismo texto), se requería unanimidad para ello, lo que no fue posible, por cuanto el honorable diputado Karim Bianchi no accedió, manteniéndose la norma relativa a la prohibición dentro del proyecto.

Conforme lo reseñado precedentemente, la iniciativa legal fue finalmente aprobada por el Honorable Congreso Nacional, con importantes medidas en favor de los consumidores, pero con una norma que prohíbe las ofertas con medios de pago específicos, muy perjudicial para los consumidores, por las razones que se expondrán más adelante.

FUNDAMENTOS Y ALCANCE DE LA OBSERVACIÓN.

Conforme a lo expuesto anteriormente, el proyecto de ley aprobado por el H. Congreso Nacional incluye una modificación al artículo 17 H de la ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, estableciendo una norma prohibitiva que afecta a los consumidores y que, por lo tanto, es contraria a la idea matriz y propósito de la iniciativa legal.

La propuesta aprobada considera modificar el inciso final del artículo 17 H de la ley N° 19.496, eliminando su oración final, para dejarlo del siguiente tenor: “El proveedor de productos o servicios financieros no podrá restringir o condicionar que la compra de bienes o servicios de consumo, o la aplicación de descuentos adicionales al precio de éstos, se realice exclusivamente con un medio de pago administrado u operado por el mismo proveedor, por una empresa relacionada o una sociedad de apoyo al giro.”.

A juicio del Ejecutivo, la citada norma presenta, entre otros, los siguientes problemas:

En primer lugar, es importante destacar que, en caso de interpretar la redacción aprobada del inciso final del artículo 17 H de la ley N° 19.496, considerando el alcance y objetivo que han expresado los autores de la indicación que le dio origen (tanto el honorable diputado Bianchi como el honorable senador Bianchi), la prohibición aplicaría no sólo a proveedores de productos y servicios financieros, sino que también a proveedores de bienes y servicios no financieros que realicen descuentos con un medio de pago de un proveedor asociado u operado por una sociedad de apoyo al giro.

Por lo tanto, según dicha interpretación, quedarían comprendidos como sujetos pasivos de la prohibición todos los proveedores de bienes y servicios, tales como *retail*, restaurantes, aerolíneas, farmacias, supermercados, bancos, aseguradoras, entre otros.

Esto es consistente con la redacción del proyecto de ley del honorable diputado Bianchi del año 2018, que aplica a cualquier persona o entidad independiente de su actividad (proyecto de ley que modifica la ley N° 20.169, que Regula la Competencia Desleal, para establecer como un acto de competencia desleal el hecho de condicionar el precio o descuento de un producto al pago mediante un instrumento financiero específico, Boletín N° 11.941-03, en primer trámite constitucional).

A modo de cuantificar esta prohibición, como ha sido planteada por los mencionados parlamentarios, afectaría a casi todos los medios de pago electrónicos utilizados por cualquier comercio, tanto tarjetas de débito como de crédito o de prepago. Cabe destacar que en Chile hay 40,4 millones de tarjetas de pago emitidas, lo que en promedio significa que hay 2,2 tarjetas por habitante (Encuesta Financiera de Hogares del Banco Central de Chile de 2017).

En segundo lugar, podría existir un impacto a la libre competencia. En efecto, los actores del mercado nacional del *retail* y/o proveedores de productos o servicios financieros contemplan diversas maneras de competir. Una importante, especialmente

para los representantes del *retail*, se basa en otorgar descuentos asociados a comercios o industrias particulares por el uso de sus tarjetas emitidas.

Agrega que en relación con ciertas afirmaciones que suelen expresarse a favor de la iniciativa en cuestión, es necesario señalar que la Fiscalía Nacional Económica ("FNE"), órgano competente de resguardar y promover la competencia de los mercados en el país, en la intervención realizada por su Fiscal Nacional a raíz del proyecto de ley del honorable diputado Bianchi (Boletín 11.941-03, que contiene una norma similar a la que se introdujo en el presente proyecto de ley vía indicación), manifestó que dicho organismo: i) no cuenta con antecedentes que permitan afirmar la cautividad de los consumidores por las tarjetas de una o más casas comerciales, porque en principio hay un libre acceso y una libre salida de ellas; ii) los consumidores suelen tener más de una tarjeta de crédito, bancaria o no bancaria, las que interactúan, sin que existan importantes barreras de acceso; y iii) los consumidores tienen la posibilidad de cotizar y evaluar distintas opciones para adquirir productos, tanto con medios de pago relacionados a la casa comercial que ofrece el producto, como sin medios de pago relacionados.

En este sentido, tanto la FNE como SERNAC manifestaron, en la moción indicada, que el ofrecimiento de descuentos asociados a comercios o industrias particulares por el uso de sus tarjetas emitidas constituye un mecanismo legítimo para captar y fidelizar clientes, es decir, una estrategia de competencia que busca incentivar la adquisición de sus productos a cambio de un beneficio para los consumidores. Si bien una venta con descuento implica un menor margen para el proveedor de dicha transacción en particular, puede aumentar la masa de clientes. Ese *trade-off* es una de las herramientas más comunes para promover la competencia en el mercado de las tarjetas de pago, tanto nacional como internacionalmente (Primer informe de la Comisión de Economía, Fomento, micro, pequeña y mediana empresa, protección de los consumidores y turismo, recaído en el Boletín N° 11.941-03, páginas 12 y 15).

Por otra parte, otro argumento que esgrimen los autores de la indicación dice relación con la práctica de precios predatorios, la que se refiere, en términos simples, a una estrategia anticompetitiva de establecer precios a bajo costo por un periodo de corto plazo, con el fin de eliminar competencia y así aumentar la participación de mercado en el largo plazo.

Al respecto, en la mencionada intervención, el Fiscal Nacional Económico sostuvo que la FNE no cuenta con antecedentes o evidencias que muestren esta conducta por parte de algún actor del mercado. Además, clarifica que "el actor que efectúa la predación debe tener la intención de obtener, mantener o incrementar una posición dominante en el mercado, los descuentos se deben hacer de forma sistemática y no puntuales en el tiempo y que exista una probabilidad razonable de recuperar las pérdidas transitorias", características que no se han observado en los actores del mercado nacional.

Esta misma institución indicó en un informe de archivo de su División de Abusos Unilaterales, de fecha 13 de enero de 2015 y en el marco de una denuncia particular en contra de S.A.C.I Falabella S.A. y Promotora CMR Falabella S.A., Rol N°2316-14 FNE, que "la posibilidad de acceder a la promoción por medio de la tarjeta CMR y pagar en una sola cuota, hace que sea posible separar los productos de la venta atada (producto y crédito), utilizando la tarjeta CMR sólo como medio de pago". Luego, continúa la Institución ahondando en la inexistencia de abuso de poder de mercado por parte de quienes ofrecen este tipo de descuentos, en el mismo informe de Archivo, señalando que "este tipo de ofertas obedecen a un intento de las casas comerciales por fidelizar a sus clientes en el uso de sus tarjetas propias. Es así como el hecho de que sea una práctica compartida por varias casas comerciales y que los productos sujetos a las promociones

vayan rotando, sugiere que estas conductas buscan fidelizar a los clientes en un contexto competitivo”.

Adicionalmente, se observa por parte del fiscalizador experto en materia de competencia, que la norma que se busca implementar podría traer -contrario a lo que afirman sus autores- impactos negativos a la competencia de un mercado relevante en Chile.

En esta línea, se rechazaron disposiciones de varios proyectos de ley asociados a la misma idea (Boletines N°s 5426-03, 5439-03, 5703-03 y 6165-03, refundidos).

Por lo tanto, restringir la posibilidad de que los emisores de tarjetas no bancarias compitan a través de descuentos, eliminaría la principal herramienta de competencia que poseen los actores de este mercado. Por ello, estas tarjetas perderían total distinción, deteriorando la posibilidad de diferenciación entre los distintos actores del mercado, cuestión que es clave para fomentar la competencia en los mercados. Siguiendo con esta lógica, la iniciativa impondría artificialmente una barrera enorme al desarrollo e innovación de esta industria, lo que no solamente conllevaría a una pérdida de descuentos y beneficios reales para los consumidores, sino que también repercutiría en una restricción para las personas de menores recursos de acceder a estos medios de pago y a instrumentos crediticios.

En efecto, según el Informe de Endeudamiento 2019, publicado por la Comisión para el Mercado Financiero en enero de 2020, el 83% de los deudores no bancarios tuvo un ingreso inferior a \$750.000, y el tramo con ingresos entre \$250 y \$400 mil pesos concentran el 31,7% de los deudores en entidades no bancarias. Lo anterior, muestra que estas entidades otorgan acceso crediticio principalmente a las personas de menos recursos económicos.

El uso y desarrollo de los medios de pago electrónicos ha aumentado sostenidamente durante los últimos años. Si en el año 2008 el número total de transacciones con instrumentos distintos al efectivo eran aproximadamente 900 millones, en el año 2018 este número alcanzó los 2.280 millones de transacciones. A su vez, en este mismo periodo, aumentó a más del doble el número de tarjetas de débito y crédito por habitante (en débito desde aproximadamente 0,5 a más de 1 por habitante, y en crédito desde aproximadamente 0,3 a un número cercano a 1 por habitante) (“Evolución de los medios de pago en Chile y su incidencia en el Comportamiento de los Componentes de M1”, Banco Central de Chile, junio 2018).

En términos comparativos con países de la OCDE, en el año 2008, Chile se situaba como uno de los con menor número de tarjetas de débito por habitante, pasando a medianía de tabla al año 2018 (Ibidem). Lo anterior cobra relevancia, ya que estos medios de pago son un sustituto del medio convencional en efectivo, el cual presenta ciertos inconvenientes prácticos para la sociedad, tales como la exposición al robo y el traspaso de bacterias y enfermedades en la población, que cobra aún más relevancia en el contexto actual de pandemia.

Al respecto, una iniciativa en la dirección de prohibir el principal método de competencia y diferenciación entre los actores del mercado, como lo son los descuentos, podría tener repercusiones negativas significativas en el desarrollo e innovación del mercado de pagos electrónicos, limitando el avance en digitalización.



Por otra parte, precisa que es importante destacar que nuestro país se encuentra inserto en una gran transición del modelo de pagos. Lo anterior, junto al auge en el desarrollo de nuevas tecnologías y métodos de pagos creados por empresas Fintech que se han instalado en toda la región, ha provocado múltiples espacios de discusión para las políticas públicas que están en curso.

A modo de ejemplo, el 25 de septiembre de 2020, el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (“TDLC”) inició un procedimiento no contencioso para analizar la necesidad de dictar instrucciones de carácter general respecto de las condiciones de competencia en el mercado de medios de pago con tarjetas, en donde se están discutiendo políticas que van en dirección totalmente opuesta a las planteadas en la indicación aprobada. Es más, el 2 de diciembre recién pasado, la misma FNE le presentó al TDLC siete propuestas para promover más competencia en dicho mercado, siendo una de ellas la eliminación de la cláusula que imponen las marcas de tarjetas internacionales de no diferenciación de cargos entre los distintos medios de pago (regla conocida como “no surcharge”).

Por lo tanto, considerando que los medios de pago en general buscan ofrecer descuentos para poder posicionarse en el mercado, no se puede pasar por alto que, al prohibir la estrategia comercial e incentivo que la normativa les faculta a los actores de este mercado, es muy probable que el auge que estamos viendo en aceptación e innovación de medios de pago, tales como pago con celulares a través de códigos QR y billeteras virtuales, vea mermado su desarrollo. Esto, además, es contrario a la tendencia mundial de incentivar los medios de pago por sobre el efectivo, ayudando a disminuir las posibilidades de contagio.

En tercer lugar, y en razón de los argumentos anteriores, es decir, ante los efectos de limitar estrategias para competir en este mercado y obstruir la innovación y masificación de los medios de pago electrónicos, los perjudicados en última instancia serán los consumidores, quienes enfrentarán menos ofertas y peores condiciones a la hora de comprar bienes o servicios con tarjetas de pago. En este sentido, parte importante de los descuentos que observamos al día de hoy se verían prohibidos y disminuirían considerablemente, tanto en cantidad como en monto.

Al respecto, es importante destacar que la prohibición de estos descuentos no son sobre bienes de lujo, sino que afectarían directamente la posibilidad de que gran parte de los chilenos puedan adquirir bienes que son de primera necesidad a mejores precios, tales como los medicamentos, alimentos en supermercados y otros establecimientos, atención de salud en centros médicos, dentales y clínicas, y una serie de otros comercios que generalmente se asocian con medios de pago para ofrecer días de descuentos (restaurantes, líneas aéreas, centros deportivos, centros de belleza, entre otros).

Asimismo, restringir la competencia entre los emisores de tarjetas no bancarias inhibiría el creciente desarrollo de este mercado, que últimamente ha tendido hacia las tarjetas de prepago y a otras de menores costos para los tarjetahabientes. De esta manera, a su vez, se restringiría el acceso de financiamiento para consumidores, principalmente para aquellos de menores ingresos que hoy recurren a instituciones no bancarias.

Adicionalmente, pondría en riesgo el acceso al financiamiento formal que han tenido sectores más vulnerables, exponiéndolos a recurrir a mecanismos informales, que suelen significar mayor desprotección para los consumidores y tasas de interés más altas e incluso ilegales.



En cuarto y último lugar, es relevante tener presente que una prohibición como esta afecta gravemente a la reactivación, sobre todo teniendo en cuenta el período actual de crisis causada por el COVID-19.

En efecto, la industria proveedora de bienes y servicios se encuentra en pleno proceso de reactivación. Es por ello que las estrategias comerciales de atracción de clientes, tales como las ofertas asociadas a medios de pago específicos, resultan esenciales a la hora de reactivar la economía y recuperar las ventas (toda vez que el costo del descuento lo asumen generalmente en partes iguales los proveedores de bienes y servicios y los proveedores financieros, permitiendo poder hacer ofertas distribuyendo el costo del descuento entre varios proveedores).

Esto es particularmente importante para proveedores que tienen un exceso de stock, o para proveedores con períodos estacionales, tales como los restaurantes, que ofrecen descuentos en días con menor afluencia recurrente para poder compensar.

Por lo tanto, al eliminar esta estrategia comercial para incentivar y reactivar el consumo, se podría producir un impacto negativo directo en la velocidad de la reactivación económica.

En este contexto, se presenta la observación al proyecto de ley aprobado por el H. Congreso Nacional, con el objeto de modificar el artículo 17 H, reemplazando la modificación propuesta en el proyecto que conllevaría una serie de implicancias nocivas, por mejoras a la regulación actual respecto a las ofertas con medios de pagos. En ese sentido, con la propuesta que se formula en la observación a continuación, se incorporan deberes de información de los proveedores para que el consumidor libre e informadamente pueda tomar sus decisiones de compra y sin que se condicione el precio o descuento al pago a más de una cuota.

II.- CONTENIDO Y ALCANCE DE LA OBSERVACIÓN.

Conforme a lo preceptuado en el artículo 121 del reglamento de la Corporación, corresponde a esta Comisión indicar los alcances de la observación formulada y proponer su aceptación o rechazo.

La modificación propuesta por la observación formulada por el Ejecutivo es la siguiente:

AL ARTÍCULO 1°

- Para sustituir el numeral 13 del artículo 1°, por el siguiente:

“13. Reemplázase el inciso final del artículo 17 H, por los siguientes incisos cuarto, quinto y sexto:

“El proveedor de productos o servicios financieros no podrá restringir o condicionar que la compra de bienes o servicios de consumo se realice exclusivamente con un medio de pago administrado u operado por el mismo proveedor, por una empresa relacionada o por una sociedad de apoyo al giro.



De igual forma, no podrá ofrecer descuentos asociados exclusivamente a un medio de pago administrado u operado por el mismo proveedor o por una empresa relacionada, cuando el acceso a dicho descuento se condicione a la celebración de una operación de crédito de dinero en más de una cuota. Además, cuando estos proveedores ofrezcan descuentos asociados exclusivamente al mencionado medio de pago, deberán informar previamente al consumidor el Costo Total del Crédito, en caso de que éste opte libremente por dicha alternativa crediticia en más de una cuota.

Adicionalmente, se deberá expresar en todo tipo de publicidad el precio al contado del bien o servicio de que se trate, en tamaño, visibilidad y contraste igual o mayor que el precio de la oferta o promoción a que se refiere el inciso anterior.”.”.

El alcance de la observación, que se materializa a través de la modificación del artículo 17 H contemplado en el numeral 13 del artículo 1º aprobado por el Congreso Nacional, se da en el sentido de hacer correcciones y mejoras al precitado texto, en que se mantiene la norma actual del inciso final del artículo 17 H referidos a la venta atadas de productos o servicios financieros, en lo tocante a continuar con la prohibición de condicionar la compra de un bien o servicio a un medio de pago, no obstante se elimina su oración final, que en la actualidad permite que los proveedores ofrezcan descuentos o beneficios adicionales asociados exclusivamente a un medio de pago administrado u operado por el proveedor o partes relacionadas.

En definitiva se regula de manera más completa y precisa en un nuevo inciso las ofertas de descuentos. En efecto, mediante este veto se prohíbe condicionar los descuentos asociados exclusivamente a un medio de pago administrado u operado por el mismo proveedor o por una empresa relacionada, en el evento que dicho descuento se condicione a la celebración de una operación de crédito en más de una cuota, es decir, se puede acceder a estas ofertas pagando en una cuota. Así, se permite que los consumidores accedan a descuentos, sin recurrir al endeudamiento.

Además se consagra el deber de informar el Costo Total del Crédito en caso de que la persona opte libremente por una operación de crédito en más de una cuota, se obliga al proveedor a informar el Costo Total del Crédito, de tal forma que el consumidor adopte una decisión informada, teniendo a la vista el monto total a pagar, de forma previa a la compra.

Se establece la obligación para el proveedor de informar el precio al contado del producto o servicio, en términos visuales iguales o superiores al precio de oferta.

Finalmente, estos deberes de información de los proveedores tienen por objeto que el consumidor libre e informadamente pueda tomar sus decisiones de compra y sin que se condicione el precio o descuento al pago a más de una cuota.

En uso de sus atribuciones, el señor Presidente de la Comisión determinó que la modificación que se introduce no requieren ser conocidas por la Comisión de Hacienda.

Se designó Diputado Informante al señor **ALEXIS SEPÚLVEDA SOTO.**

III. DISCUSIÓN Y VOTACIÓN DE LA OBSERVACIÓN.

El **Ministro de Economía, Fomento y Turismo, señor Lucas Palacios**, expuso apoyado en una presentación en *power point*, que se [adjunta digitalmente](#). A modo de introducción, señaló que el proyecto de ley Pro Consumidor, contenido en el Boletín N° 12.409-03, ingresó a tramitación en enero de 2019. Su idea matriz consiste en modificar diversos textos legales, con la finalidad de establecer medidas que incentiven y a la vez fortalezcan la protección de los derechos de los consumidores, buscando evitar la presencia de vacíos legales que faciliten la vulnerabilidad de tales derechos.

Explicó que durante la discusión en particular, en primer trámite constitucional, del proyecto de ley, se aprobó una indicación para modificar el artículo 17 H de la ley N° 19.496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores.

En particular, la indicación planteaba modificar el inciso final del artículo 17 H, el cual prohíbe al proveedor de productos o servicios financieros restringir o condicionar que la compra de bienes o servicios de consumo se realice exclusivamente con un medio de pago administrado u operado por el mismo proveedor, por una empresa relacionada o una sociedad de apoyo al giro, sin perjuicio del derecho del proveedor a ofrecer descuentos o beneficios adicionales asociados exclusivamente a un medio de pago administrado u operado por cualquiera de los sujetos señalados.

La referida indicación suprimió la frase final, eliminando el derecho de los proveedores de ofrecer descuentos o beneficios adicionales asociados a un medio de pago; junto con agregar explícitamente la prohibición de restringir o condicionar no sólo la compra a determinados medios de pago, sino también la aplicación de descuentos adicionales.

Al respecto, opinó que dicha modificación sería incluso contraria a la idea matriz del proyecto de ley, por cuanto no beneficia a los consumidores sino que muy por el contrario, éstos enfrentarían menos ofertas y peores condiciones a la hora de comprar bienes y servicios con medios de pago.

Adicionalmente, estimó que también la modificación en comento resulta perjudicial para una serie de Pymes, que logran salir de su sobre stock, precisamente a través de este tipo de descuentos. Situación que también atañe al sector gastronómico de los restaurantes y al turismo, tan golpeados durante el último tiempo con el estallido social y luego la pandemia de coronavirus.

Señaló que el restringir la posibilidad de que los emisores de tarjetas no bancarias compitan a través de descuentos eliminaría la principal herramienta de competencia que poseen los actores de este mercado. Situación que inhibirá el creciente desarrollo de este mercado, que últimamente ha tendido hacia las tarjetas de prepago y a otras de menores costos para los tarjetahabientes. Lo que nuevamente perjudica a los consumidores y significa un retraso de décadas en relación al resto del mundo en esta materia.

Estimó que prohibir el principal método de competencia y diferenciación entre los actores del mercado, como son los descuentos, tiene indudables repercusiones negativas en el desarrollo e innovación del mercado de pago electrónico, limitando el avance en digitalización. Al revés de la tendencia actual. Incluso, en ese sentido, destacó que nuestro país lleva la delantera de los países pertenecientes a la OCDE en nivel de digitalización de las Pymes durante la pandemia.

Advirtió que es muy probable que el auge de que estamos siendo testigos, relativo a la aceptación de medios de pago, tales como el pago con celulares a través de los códigos QR y billeteras virtuales, vea mermado su desarrollo si es que se mantiene la norma tal cual está.

Por otro lado, llamó la atención con respecto a que la referida prohibición ha sido objeto de grandes cuestionamientos de parte de los expertos, tales como la Fiscalía Nacional Económica, el Sernac y también por las propias asociaciones de consumidores.

Concluyó que, considerando las perjudiciales consecuencias de la norma en comento, S.E., el Presidente de la República, decidió ejercer su facultad de formular observaciones al proyecto de ley, ingresando así a este Congreso un veto sustitutivo, regulando la situación actual, corrigiendo cualquier asimetría de información entre consumidores y proveedores y resguardando la libre elección del consumidor.

De esa forma, se propone modificar parcialmente el actual inciso final del artículo 17H, al eliminar la frase final. Y se reincorporan dos nuevos incisos quinto y sexto que, de esa manera, incorporan elementos de la esencia de las modificaciones a la norma.

Por ejemplo, al eliminar la frase final del inciso final, se mantiene la redacción actual, en cuanto a establecer la prohibición de condicionar la compra de un bien o servicio a un medio de pago. Es decir, que no exista un condicionamiento. Sin embargo, se suprime la posibilidad de que proveedores ofrezcan descuentos o beneficios adicionales asociados exclusivamente a un medio de pago administrado u operado por el proveedor o partes relacionadas, pasando esta materia en los incisos que se propone introducir.

A continuación, se incorpora un nuevo inciso quinto que prohíbe las ofertas condicionadas a operaciones de crédito en más de una cuota, permitiendo que los consumidores puedan acceder a descuentos, sin requerir endeudamiento.

A su vez, se establece la obligación del proveedor de informar el Costo Total del Crédito -cuando el consumidor opte voluntariamente por esa forma de financiamiento y comprar en más de una cuota-, garantizando que los consumidores puedan adoptar decisiones informadas. Con ello se persigue que haya una clara división entre utilizar una tarjeta, con descuento, como medio de pago, y separarlo de la utilización de una tarjeta como medio de financiamiento. Son dos cosas distintas y ambas tienen que ser tratadas de manera diferente, con toda la información.

Explicó que el efecto de esta norma es permitir los descuentos asociados a un medio de pago, pero con la prohibición para el proveedor de generar un condicionamiento a dicha operación a la contratación de un crédito en más de una cuota. Eso garantiza que los consumidores podrán acceder a los descuentos sin tener que endeudarse.

Ahora bien, en caso de que el consumidor opte voluntariamente por una acción crediticia, el proveedor deberá informar, previo a concretar la operación y realizar el pago, respecto del costo total del crédito, de tal manera que el consumidor, libre e informadamente, tome tal opción. De esa manera, no se condiciona y se permite que existan esos descuentos, pero se separa lo que son los descuentos de cualquier otra acción crediticia que voluntariamente acepte el consumidor.

Por último, a través de nuevo inciso sexto propuesto, se establece la obligación de publicidad para el proveedor de informar el precio al contado del producto o servicio, en términos visuales iguales o superiores al precio de oferta, con lo cual se refuerza la transparencia e información para el consumidor.

Finalmente, recalcó que la norma que se pretende corregir prohíbe conductas comerciales que no son lícitas, que de acuerdo a la evidencia internacional y a la opinión de los organismos especializados, no atenta contra la libre competencia. Muy por el contrario, su prohibición, tendría efectos negativos en la libre competencia en dos mercados que son muy relevantes: el de medios de pago y el de emisión de tarjetas de pago. Adicionalmente, tendría efectos perniciosos para los consumidores, al prohibirles acceder a descuentos reales y promociones que existen actualmente y que aumentarían frente a una mayor competencia.

Por otro lado, a través de la propuesta se otorga certeza jurídica para contribuir al desarrollo de industrias innovadoras, pero lo más importante, es que reafirma su compromiso con los consumidores, fortaleciendo la defensa de sus derechos, al permitirles tomar una decisión libre e informada y que sea adecuada para sus necesidades.

El diputado señor **Karim Bianchi**, en primer lugar, solicitó a la Comisión tenga a bien declarar la inadmisibilidad del veto formulado a la presente iniciativa legal, toda vez que, a su juicio, no tiene relación con las ideas matrices del proyecto de ley Pro Consumidor, despachado por el Congreso. O, en su defecto, la votación separada de los incisos.

Explicó que el proyecto tiene como objetivo mejorar las condiciones de los consumidores, en una relación de consumo que por definición es asimétrica. Sin embargo, el veto propuesto, y toda su argumentación, apunta a mejorar las condiciones de los proveedores de servicios financieros, de sus empresas relacionadas y de apoyo al giro. Por consiguiente, el sujeto regulado por el veto son las grandes empresas que están relacionadas con estas instituciones financieras, las que aprovechan tal integración para mejorar su posición en desmedro de los consumidores.

Señaló que el primer argumento que se esgrime en las observaciones formuladas por el Presidente de la República es que los descuentos asociados a determinadas tarjetas son un derecho de los proveedores. Pues bien, la indicación en comento –y que motivó el veto- proponía suprimir la frase final, eliminando el derecho de los proveedores de ofrecer descuentos o beneficios adicionales asociados a un medio de pago.

Recordó que la regla general es que está prohibido condicionar la venta de productos a determinados medios de pago. Así, la posibilidad de que los descuentos se realicen solo con una tarjeta es una excepción a esta regla general, creándose un privilegio a favor de los proveedores.

Dicha excepción fue introducida durante la tramitación del proyecto de ley que modificó la ley del consumidor en el año 2011. Esta excepción no estaba contemplada en el primer trámite constitucional en la Cámara de Diputados y sólo en el segundo trámite constitucional en el Senado se agregó esta excepción. Por lo tanto, el creer que una excepción a una regla general es un “derecho” es comprender erróneamente su naturaleza y da cuenta de la manera en que el Ejecutivo aborda el tema: desde la óptica de la industria y no desde la defensa de los derechos de los consumidores, estimó.

Citó una parte del veto, que señala: *“pese a las reiteradas solicitudes de diversos miembros de tal comisión, entre ellos, el honorable diputado Miguel Mellado y los honorables senadores Carmen Gloria Aravena y José Miguel Durana, no fue posible reabrir la discusión con respecto al artículo 17 H, ya que por tratarse de un artículo en rigor no controvertido (por haber sido aprobado en ambas Salas con el mismo texto), se requería unanimidad para ello, lo que no fue posible, por cuanto el honorable diputado Karim Bianchi no accedió, manteniéndose la norma relativa a la prohibición dentro del proyecto”*.

Al respecto, señaló que, a su juicio, el Ejecutivo confunde un argumento de forma con uno de fondo. Por tanto, es importante recordar que el proceso de formación de la ley está regulado hace años en los reglamentos de ambas cámaras y construido en base a la experiencia del Congreso. Poner en duda este procedimiento luego de haber perdido democráticamente la defensa a la industria financiera no puede ser un argumento para presentar un veto.

Por otro lado, indicó que el veto señala que el proyecto de ley establece *“una norma prohibitiva que afecta a los consumidores y que, por lo tanto, es contraria a la idea matriz y propósito de la iniciativa legal”*.

En ese sentido, sostuvo que no se establece una norma prohibitiva, lo que se hace es eliminar un privilegio que se otorgó a un determinado sector de la economía. La eliminación de un “privilegio a la industria” y no de un derecho, como trata de hacerlo ver el Ejecutivo, no puede ser entendido como una norma prohibitiva que afecta a los consumidores.

Indicó que las relaciones de consumo son asimétricas. Mantener un privilegio a la parte que está en mejor posición –industria- es, derechamente, dejar indefensos a los consumidores.

En otro aspecto, manifestó que el veto señala: *“La prohibición aplicaría no sólo a proveedores de productos y servicios financieros, sino que también a proveedores de bienes y servicios no financieros que realicen descuentos con un medio de pago de un proveedor asociado u operado por una sociedad de apoyo al giro”*. Por lo tanto, según dicha interpretación, a su juicio, quedarían comprendidos como sujetos pasivos de la prohibición todos los proveedores de bienes y servicios, tales como retail, restaurantes, aerolíneas, farmacias, supermercados, bancos, aseguradoras, entre otros.

Al respecto, manifestó que eso sería un error y una interpretación antojadiza, que pretendería infundir incertidumbre en el mercado. E indicó que es importante recordar el texto despachado a ley por el Congreso: *“El proveedor de productos o servicios financieros no podrá restringir o condicionar que la compra de bienes o servicios de consumo o la aplicación de descuentos adicionales al precio de éstos, se realice exclusivamente con un medio de pago administrado u operado por el mismo proveedor, por una empresa relacionada o una sociedad de apoyo al giro.”*

La situación de hecho, que prohíbe la norma despachada por el Congreso, ocurre cuando se aplica un descuento a la compra de un bien bajo condición de ocupar exclusivamente un medio de pago operado por una empresa relacionada. Señaló que un ejemplo típico es “Paris” con la “tarjeta Cencosud”. Por tanto, el espíritu de la ley es prohibir que, producto de una integración entre empresas, se discrimine mediante descuentos a quienes no quieren o no pueden utilizar ese medio de pago.

Agregó que los descuentos en restaurantes, como señala el Ejecutivo, que no tengan una empresa relacionada como operador financiero podrán seguir aplicando descuentos.

Por otro lado, señaló que en el veto se argumenta que el proyecto de ley afectará la libre competencia: *“En segundo lugar, podría existir un impacto a la libre competencia. En efecto, los actores del mercado nacional del retail y/o proveedores de productos o servicios financieros contemplan diversas maneras de competir. Una importante, especialmente para los representantes del retail, se basa en otorgar descuentos asociados a comercios o industrias particulares por el uso de sus tarjetas emitidas”*.

Sostuvo que allí se puede advertir de manera evidente la defensa que el Ejecutivo hace del *retail*. Y consideró importante señalar que con el proyecto de ley los comercios particulares, efectivamente, podrán seguir aplicando descuentos con determinados medios de pago, siempre y cuando su empresa no se relacione con el emisor de la tarjeta. Los únicos que perderán su privilegio serán los grandes grupos económicos, que integran dentro de sus empresas relacionadas a empresas financieras y a empresas de venta minorista abusando de su tamaño para ofrecer descuentos excluyendo a quienes no utilicen sus tarjetas.

Luego, el argumento de la libre competencia está fuera de lugar, toda vez que la modificación se realiza en el derecho del consumidor. Y son áreas del derecho diferentes, que responden a la defensa de bienes jurídicos que no son necesariamente los mismos.

A mayor abundamiento, es el mismo Fiscal Nacional Económico que no ve ninguna afectación a la libre competencia. Es el quien señala que esto es un privilegio en el derecho del consumidor, no del derecho de la Libre Competencia.

Por otro lado, el veto señala que: *“ese trade-off es una de las herramientas más comunes para promover la competencia en el mercado de las tarjetas de pago, tanto nacional como internacionalmente”*. Sin embargo, no se eliminan las ofertas asociadas a tarjetas, se eliminan determinadas ofertas cuando están asociadas a una determinada empresa. Cuando existe una integración de dos mercados diferentes, por eso se habla de relacionadas.

Además, señaló que en el libelo se argumenta artificiosamente que: *“Por otra parte, otro argumento que esgrimen los autores de la indicación dice relación con la práctica de precios predatorios”*. Argumentos usados en otro proyecto de ley, que no tiene relación con el actual.

También el veto esgrime que se *“eliminaría la principal herramienta de competencia que poseen los actores de este mercado. Por ello, estas tarjetas perderían total distinción, deteriorando la posibilidad de diferenciación entre los distintos actores del mercado, cuestión que es clave para fomentar la competencia en los mercados. Siguiendo con esta lógica, la iniciativa impondría artificialmente una barrera enorme al desarrollo e innovación de esta industria”*.

A su juicio, dicha argumentación daría cuenta de lo inadmisibles del veto, toda vez que para el Ejecutivo el eliminar un privilegio otorgado a la industria consiste en crear una barrera enorme al desarrollo e innovación. Eso, sería abiertamente una falacia, porque no existe relación entre prohibir descuentos asociados a una determinada tarjeta y que ello se pueda transformar en una “barrera enorme” a la innovación. ¿En qué han contribuido en la innovación los descuentos? Por el contrario, el estado actual de la industria tiene detenida la innovación ya que con este tipo de prácticas mantienen cautivos a clientes con sus tarjetas.

Otro argumento que no tendría sentido establece que sería una restricción para las personas de menores recursos de acceder a estos medios de pago y a instrumentos crediticios, toda vez que las personas perderán el acceso a estos medios de pago. Al respecto, señaló que, muy por el contrario, con el proyecto de ley despachado por el Congreso se tendrá que competir con mejores ofertas de crédito, con las cuales indudablemente se traducirá en el aumento de oferta para los consumidores.

Por otro lado, se señala que este proyecto de ley pone en riesgo la Salud Pública: *“Lo anterior cobra relevancia, ya que estos medios de pago son un sustituto del medio convencional en efectivo, el cual presenta ciertos inconvenientes prácticos para la sociedad, tales como la exposición al robo y el*

traspaso de bacterias y enfermedades en la población, que cobra aún más relevancia en el contexto actual de pandemia”

Al respecto, se preguntó que si se argumentó que las tarjetas son un sustituto del dinero, ¿por qué razón se podría sostener la mantención de los descuentos exclusivamente con determinadas tarjetas? La característica fundamental del dinero es que tiene un valor absoluto. Por lo tanto, a su juicio, el argumento de la pandemia sería burdo e inconexo, toda vez que la ciencia ha demostrado que la posibilidad de transmisión de virus del Covid a través de las superficies es mínimo.

También se argumenta por el Ejecutivo que esto afectará la digitalización: *“Podría tener repercusiones negativas significativas en el desarrollo e innovación del mercado de pagos electrónicos, limitando el avance en digitalización”*. O sea, según el Ejecutivo, eliminar un privilegio podría detener el desarrollo tecnológico, limitando el avance de la digitalización. Sin embargo, no existe una relación lógica y de nuevo da cuenta de la nula relación con la idea matriz del proyecto “Pro Consumidor”.

A su vez, se señala que *“limitar estrategias para competir en este mercado y obstruir la innovación y masificación de los medios de pago electrónicos, los perjudicados en última instancia serán los consumidores, quienes enfrentarán menos ofertas y peores condiciones a la hora de comprar bienes o servicios con tarjetas de pago”*. Pero, estimó que por el contrario, los precios de los productos disminuirán y se producirá una competencia por tasas de interés más bajas y mejores condiciones de mantención de las tarjetas.

Sostuvo también que para el Ejecutivo los restaurantes y centros de belleza son bienes de primera necesidad, al sostener: *“Al respecto, es importante destacar que la prohibición de estos descuentos no son sobre bienes de lujo, sino que afectarían directamente la posibilidad de que gran parte de los chilenos pueda adquirir bienes que son de primera necesidad a mejores precios, tales como los medicamentos, alimentos en supermercados y otros establecimientos, atención de salud en centros médicos, dentales y clínicas, y una serie de otros comercios que generalmente se asocian con medios de pago para ofrecer días de descuentos (restaurantes, líneas aéreas, centros deportivos, centros de belleza, entre otros)”*.

Por último, sostuvo que, según el Ejecutivo, una prohibición como esta afecta gravemente a la reactivación, sobre todo teniendo en cuenta el período actual de crisis causada por el Covid-19, además, de afectar a proveedores que tienen un exceso de stock, o para proveedores con períodos estacionales, tales como los restaurantes, que ofrecen descuentos en días con menor afluencia recurrente para poder compensar. Sin embargo, ello no tiene ninguna relación con el proyecto de ley Pro Consumidor.

Respecto del inciso cuarto propuesto al artículo 17 H, señaló que es exactamente lo mismo que la redacción actual, sin la frase final de excepción de privilegio, que permite descuentos con determinadas tarjetas. Y pidió votación separada de los incisos.

En relación al inciso quinto, sostuvo que no aporta absolutamente nada. Parte señalando que se prohíben los descuentos asociados a un determinado medio de pago. Pero, a reglón seguido, lo permite. Es una redacción, a su juicio, maliciosamente redactada, porque lo propuesto por el Ejecutivo no cambia absolutamente nada de lo que ocurre hoy en día. Además cae en un error conceptual, porque aunque se pague en una cuota, es un crédito. El veto no asume esto como crédito, no tiene en cuenta que una compra en una cuota es igualmente un crédito que tiene asociado un costo de mantención de la tarjeta, por ejemplo.

El diputado señor **Giorgio Jackson** sostuvo que de las palabras del señor Ministro, así como también del cuerpo del libelo del veto, se sugiere que actualmente existirían ofertas que sólo condicionan al pago en múltiples cuotas. Es decir que la venta atada, de la que se estaría tratando de hacer cargo el veto, está dada solamente por aquellos productos que tienen atado un descuento o una oferta que se hace cuando se pagan cuotas. Por lo tanto, no se estaría restringiendo ningún problema que exista hoy. Es más, producto de la falta de liquidez de las personas, de igual forma van a continuar comparando en varias cuotas, porque los menos son los que pueden pagar en una sola cuota esa oferta.

Por otro lado, se desconoce cuántos de estos medios de pago están relacionados con el comercio, que era lo que intentaba hacer el proyecto de ley primitivo y aprobado por ambas cámaras, porque de ellos hay sólo 19 inscritos en la CMF, y la mayoría de ellos ligados a las grandes cadenas. O sea, la totalidad de las Pymes y gran parte de las grandes empresas no cuentan con tarjetas propias. Por lo tanto, no están teniendo hoy el problema y no hay ninguna Pyme afectada por esto. Por lo tanto, solicitó al Ejecutivo ejemplos de Pymes con medios de pago propios.

Señaló que ese no sería un argumento para incentivar a las Pymes. Al contrario, el poder de los grandes conglomerados económicos dificulta a las Pymes poder competir contra ese tipo de ofertas.

Por lo tanto, este proyecto de ley, en caso de ser vetado, sólo favorecería, en el mediano y largo plazo, a la gran concentración económica y no a la desconcentración económica.

Por último, estimo que las observaciones van en contra de la libertad de elección que puedan tener los propios clientes, porque la libertad existe cuando las personas tienen las condiciones para poder ejercerla, y el negocio de estas grandes empresas, además de la venta atada, es también el crédito. Por tanto, no va en beneficio de sectores populares ni de clase media.

Por otro lado y sin ánimo de defender a los bancos, señaló que otro argumento que se esgrime es que los bancos ofrecían descuentos a un conjunto de locales comerciales, situación injusta para el gran comercio, porque la posibilidad que tienen los comercios establecidos para lograr un convenio con un banco, es bastante más sencilla que tener un medio de pago propio.

El **Ministro de Economía, señor Lucas Palacios**, manifestó que, justamente, a través del veto se pretende que no existan condicionamientos, pero que no se limite la posibilidad de que exista una herramienta de pago.

Con respecto a las argumentaciones de que esto beneficiaría a las grandes empresas, sostuvo que es todo lo contrario, porque si se mantiene el proyecto tal cual está se beneficia a las grandes empresas porque son las únicas que territorialmente tienen la posibilidad de hacer descuentos, limitando a las Pymes a liquidar su sobre stock.

Por otro lado, sugirió se invite a la Fiscalía Nacional Económica, porque se ha traído a colación argumentos que no corresponden a lo señalado por su Fiscal Nacional, porque ante una menor competencia, los mayores beneficiados siempre serán los más grandes.

Finalmente, recalcó que a través del veto se busca beneficiar a los quintiles más bajos, a las personas que más necesitan hacer uso de estos descuentos y delimitar el uso de tarjetas para que las personas no se endeuden. Y, por lo demás, el Presidente de la República tiene todas las facultades para formular observaciones al proyecto de ley.

El diputado señor **Alexis Sepúlveda** señaló que hay dos cosas que no se pueden soslayar. Primero, que se genera un gran endeudamiento mayormente en los sectores de menores ingresos, y, segundo, que los comerciantes de regiones no pueden competir contra estas grandes cadenas, por ejemplo, por los volúmenes de compra que hacen. Por lo tanto, opinó que las observaciones propuestas beneficiarían sólo a las grandes empresas.

El diputado señor **Pedro Velásquez** indicó que las grandes cadenas de supermercados se encuentran en todas las ciudades del país, y que los descuentos de los que se ha hablado, van en directo beneficio de muchos chilenos, que gracia a esos descuentos pueden, por ejemplo, comprar 3 kilos de arroz por \$1.000. Por tanto, cree que no se puede quitar esa oportunidad a esas familias. Eso es precisamente gracias a las grandes empresas, quienes, a su vez, compran a las pequeñas y medianas. Además, estas grandes empresas no pueden optar a créditos del Banco Central, como sí los bancos. Por tanto, no se puede coartar la libertad de las personas.

El diputado señor **Miguel Mellado** estimó que el prohibir la promoción de ofertas asociadas a tarjetas de crédito podría ir en beneficio de los bancos, respecto de los cuales es menor el universo de clientes y afectando el presupuesto familiar de la gran mayoría de las familias chilenas. Por tanto, cree que el veto formulado al proyecto de ley, por el Presidente de la República, va en el sentido correcto.

El **Presidente de la Organización de Consumidores y Usuarios, ODECU, señor Stefan Larenas**, llamó a preguntarse dónde están los descuentos, porque al pagar con una tarjeta se deben necesariamente pagar los costos que ello implica. Es decir, mantención e intereses. Por tanto, los problemas para el consumidor de las promociones de descuentos o beneficios adicionales asociados

exclusivamente a un medio de pago administrado por el operador u operado por el mismo proveedor, son que el consumidor no sabe si le conviene al promoción porque ignora el costo de pagar con una tarjeta de crédito. Y la publicidad, en ocasiones, no es clara respecto a las condiciones de pagar con ese medio de crédito.

En tal sentido, a su juicio, el veto formulado al proyecto mejora algunas cosas, pero no resuelve los problemas. Sólo obliga a informar el costo total del crédito. No informa los costos asociados al uso de la tarjeta de crédito. Dicho problema está presente en todo uso de tarjeta de crédito, esté asociado o no a una promoción.

Opinó que la regulación de la jerarquía informacional es un avance. Sin embargo, debiera agregarse que el requisito de toda promoción u oferta es que sean condiciones más ventajosas a las habituales, durante el mismo período de vigencia de la promoción u oferta.

Manifestó que tampoco sería requisito el uso de la tarjeta de crédito para fidelizar a los consumidores, toda vez que muchas promociones se dirigen a consumidores de una tarjeta de crédito o débito, sin exigir que se use dicha tarjeta como medio de pago.

Estimó que la redacción debiese quedar de la siguiente manera: *“El proveedor no podrá restringir o condicionar que la compra de bienes o servicios de consumo se realicen exclusivamente con tarjeta de crédito.*

De igual forma no podrá ofrecer descuentos asociados exclusivamente al pago con una tarjeta de crédito.

Además, los proveedores deberán informar previamente al consumidor el Costo Total del Crédito, comisiones que se devenguen por el uso de la tarjeta de crédito, y en general todo cobro que se devengue.

Adicionalmente se deberá expresar en todo tipo de publicidad el precio al contado del bien o servicio de que se trate, en tamaño, visibilidad, y contraste, tipografía de la gráfica, extensión, ubicación, duración, dicción, repeticiones y nivel de audición, igual o mayor que el precio de la oferta o promoción.

Asimismo, toda promoción u oferta deberá ofrecer condiciones más favorables que las ofrecidas durante el mismo número de días de duración, anteriores al inicio de la vigencia de ellas.”.

Finalmente, reiteró su pregunta acerca de dónde estaría el descuento, si necesariamente se debe pagar costos de mantención de la tarjeta, de forma mensual, sumado a las cuotas y los intereses de las mismas.

La abogada de la Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios, CONADECUS, señorita Marian Barreaux, manifestó que no están por la prohibición de los beneficios sino porque se regulen de manera adecuada.

Entienden que se trata de un derecho de las empresas y que se busca el beneficio de los consumidores, mirando sistemas regulatorios como el argentino.

Con respecto a la indicación aprobada en el proyecto y que motivó la observación en estudio, señaló que comparte y es loable el espíritu de la misma, pero quedó redactada de una forma en que podría, eventualmente, perjudicar a los consumidores. Eso no quiere decir que defiendan el veto, porque lo consideró insuficiente, por ejemplo, porque no contempla la situación del pre pago y establece el descuento en atención al pago en cuotas. Y eso es un problema. Esto mantendría el incentivo a la competencia entre medios de pago, pero también reduce el que traspase el negocio a la entrega indiscriminada y sin responsabilidad del crédito, lo cual resultaría conflictivo.

El **Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor, SERNAC, señor Lucas del Villar**, expuso apoyado en una presentación en *power point* que se [adjunta digitalmente](#). Recordó que el artículo 17 H, que se refiere a la aplicación de descuentos adicionales al precio, tuvo su origen durante la tramitación de la ley N° 2.555, que modifica ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, para dotar de atribuciones en materias financieras, entre otras, al servicio nacional del consumidor.

Explicó que el artículo 1° de la Ley del Consumidor define lo que se entiende por “oferta” y “promoción”. Por su parte, el término “descuento” es ajeno a la ley, pero se interpreta como que es un beneficio adicional o rebaja en el precio. Sin embargo, en el referido artículo 17 H, se señala: “*ofrecer descuentos o beneficios adicionales, asociados exclusivamente a un medio de pago administrado u operado por cualquiera de los sujetos señalados.*”, párrafo que generó bastante incerteza jurídica, porque si bien la oferta o la rebaja en el precio, o algún beneficio, como podría ser la promoción, se entiende que el descuento adicional exige, como requisito, que debe ser un descuento originario o primitivo. Es decir, sobre un producto sobre el cual ya haya una oferta y que exista, a su vez, otra oferta adicional dispuesta por el proveedor de productos o servicios financieros.

Por otro lado, en las sociedades de apoyo al giro también se produce una complicación técnica porque no necesariamente se trata de una empresa relacionada.

En conclusión, a su juicio, la aludida norma del artículo 17 H adolece de 3 defectos: i) que no queda claro que si se trata de descuentos o derechamente el término “adicionales” hace referencia a esas circunstancias más específicas, ii) lo segundo es que se refiere a “descuentos”, siendo que el legislador ya definió lo que se entiende por “promociones” y “ofertas”, y iii) que altera el objetivo principal del proyecto, que está incorporado en la ley N° 20.555.

En relación a la observación formulada por S.E., el Presidente de la República, explicó que durante la tramitación de la Ley Pro Consumidor, tanto en la Cámara de Diputados como en el Senado, se aprobaron indicaciones dirigidas a eliminar el último párrafo del artículo 17 H, citado anteriormente, y que, de quedar la ley de esa manera, se eliminaría el descuento respecto del consumidor que lo aprovecha usando su tarjeta de crédito como medio de pago, sin cuotas, y, también, el descuento respecto del consumidor que, en cualquier evento, necesita endeudarse para adquirir el producto y su medio de pago más barato es la tarjeta asociada. A su vez, se elimina todo tipo de descuento, independientemente de las características de la operación de crédito, ni tampoco facilita que el consumidor seleccione, entre sus medios de pago disponibles, aquél que suponga un Costo Total del Crédito, CTC, más barato. Ello, tendría como consecuencia una afectación a la libre competencia y al consumo, estimó.

Por las razones aludidas, en el veto se propone un inciso cuarto al artículo 17 H, que distingue apropiadamente entre (i) restringir arbitrariamente los medios de pago que recibe el proveedor relacionado, como por ejemplo, sólo se aceptan compras con la Tarjeta A, y (ii) se regulan los descuentos.

A su vez, se propone un inciso quinto que prohíbe la oferta de descuentos asociados a un medio de pago relacionado, cuando éste se condiciona a una compra en más de una cuota. En consecuencia, la norma minimiza el riesgo de decisiones financieras sub-óptimas, en que resulta particularmente difícil el cálculo del CTC, de la compra en cuotas, en comparación al beneficio del descuento sobre el precio al contado. De igual forma, de optar por comprar en más de una cuota, la norma establece la obligación de informar el CTC, previamente a la realización de la operación. Esto fortalece la transparencia de la operación, facilitando al consumidor contrastar el precio con descuento versus el CTC de la operación en cuotas.

Finalmente, se propone un inciso sexto por el que se ordena dar igual relevancia al precio al contado y al precio con descuento. Así se minimiza el riesgo de publicidad confusa sobre el precio del bien con o sin descuento.

El **Fiscal Nacional Económico, señor Ricardo Riesco**, expuso apoyado en una presentación en power point, que se [anexa digitalmente](#). Señaló que la discusión que se ha generado entre el Poder Legislativo y el Ejecutivo, en cuanto a la regulación de los descuentos y promociones asociadas a determinados medios de pago, dice relación en que, por un lado, el Legislativo pretende establecer una prohibición a los descuentos y promociones asociados a un medio de pago del mismo proveedor, de empresas relacionadas o de sociedad de apoyo al giro; y por otro, el Ejecutivo no pretende prohibir sino colocar una restricción y, además, exigir la entrega de cierta información a los consumidores. O sea, que se pueda acceder al descuento o promoción también pagando al contado o en una sola cuota y no sólo comprando con crédito.

Además, el veto exige que el proveedor entregue al consumidor dos tipos de información relevante: (i) que el proveedor publicite con igual relevancia el precio del producto que se paga al contado versus el precio del producto que se paga con crédito y (ii) que el proveedor informe al consumidor el CTC.

Por lo tanto, lo que está en discusión es cuál de estas dos medidas regulatorias es más conveniente.

Por su parte, explicó que la FNE ya manifestó su parecer sobre la materia ante esta Comisión en sesión de 9 de abril de 2019, pero dentro de otro proyecto de ley, que buscaba modificar la ley de competencia desleal. Sin embargo, aclaró que el parecer de la FNE no ha cambiado principalmente porque no hay nuevos antecedentes ni nuevas denuncias.

Por otro lado, opinó que los descuentos y promociones son deseables para los consumidores nacionales, y además, son una forma legítima de competir.

Sobre la discusión relacionada a los descuentos asociados al uso de medios de pago relacionados, manifestó que en opinión de la FNE, no parecen ser un problema de competencia en Chile, porque en el país existen nueve empresas de *retail* integradas o relacionadas con medios de pago. Eso permite a gran cantidad de chilenas y chilenos acceder a una fuente de financiamiento para su consumo. A su vez, mientras más *retailers* haya tratado de captar clientes del mercado, sumado a otros que ingresen, mayor

debiese ser la competencia entre ellos por ofrecer más descuentos y promociones que beneficien a los consumidores nacionales.

A lo anterior se suma que en Chile los consumidores tienen mucho de donde elegir, lo que impide que algún *retail* ejerza algún poder monopólico.

Por último, estimó que existe la posibilidad de otros comercios, como las Pymes, de hacer alianzas con otro tipo de tarjetas, como las bancarias.

Con respecto al veto formulado por el Presidente de la República, estimó que éste avanza de forma importante en dar más y mejor información a los consumidores. Ello tendería a potenciar la competencia en relación a las condiciones del crédito. Y no hay evidencia de venta atada, por la opción de pago al contado o en una sola cuota.

Finalmente, concluyó que no existen antecedentes que justifiquen una prohibición, dado que con ella se podría terminar perjudicando a los consumidores.

El **Presidente de la Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios, CONADECUS, señor Hernán Calderón**, expuso apoyado en una presentación en *power point*, que se [anexa digitalmente](#). Estimó que los descuentos asociados a determinados medios de pago permiten una mayor competencia entre los medios de pago, pues en el caso de estar prohibidos los descuentos se limita la competencia entre ellos respecto de los precios de bienes, siendo indistinto con cual se paga. Así, sólo la tasa de interés sería relevante para la competencia.

A su vez, cree necesario que una norma defina cuándo realmente nos encontramos ante un descuento, promoción, o liquidación, con tal de eliminar las asimetrías de información y la utilización de información imperfecta para cautivar a los consumidores. Así, estimó que una norma favorable sería aquella que señale que una promoción es aquella que presenta un descuento de al menos un 10% del valor promedio del bien de los últimos 6 meses, pues así no se atrae al consumidor con precios arbitrariamente fijados, sino con una situación objetiva que permite reconocer un descuento.

Por otro lado, estimó que más importante que prohibir los descuentos asociados a determinados medios de pago, cree que debe existir una norma que permita que el crédito otorgado para adquirir el producto con descuento, pueda ser pagado con cualquier medio de pago.

Así, cuando un producto se encuentre con un descuento asociado a un determinado medio de pago, el consumidor podrá adquirirlo con el medio de pago o tarjeta que se solicite, haciendo con ello efectivo el descuento. Pero, al mismo tiempo, podrá pagar el crédito que se otorgó en esa determinada tarjeta, con un medio de pago diferente. De esta manera se aprovecha el descuento sobre el producto, puesto que se está pagando con el medio de pago del comercio asociado (normalmente con una tarjeta de crédito). Pero luego, con la finalidad de no llegar al cobro de intereses normalmente altos, el consumidor pueda pagar (o prepagar) ese mismo crédito del comercio asociado, con un medio de pago distinto, por ejemplo, con el medio de pago de su entidad bancaria, con efectivo, con débito o lo que desee.

Por su parte, estimó que la prohibición de descuentos debe ser mirada con cautela, pues muchas veces no sólo los otorgan en el *retail*, sino también en compras de insumos básicos como farmacias y supermercados, siendo un real beneficio para los consumidores. En algunos casos, estos descuentos son el resultado de convenios entre



operadores de tarjetas o emisores y el comercio, y no necesariamente como ocurre en el *retail*, fruto de una integración entre el medio de pago y el comercio que lo promociona.

Finalmente, estimó que debe quedar establecido que, en el caso que se tome en cuenta su propuesta, de permitir el pago del crédito con cualquier medio de pago, se señale que si el pago es realizado dentro de los 30 días siguientes a la compra, no se deberá cobrar comisión de uso de la tarjeta.

Por último, hizo presente que considera que si bien la observación de S.E., el Presidente de la República, avanza en regular y permitir los descuentos con tarjetas asociados, adolece de claridad en su redacción y deja pendiente la propuesta de Conadecus, en cuanto a regular que la oferta sea efectiva, informando del historial del precio de los últimos 6 meses, y para poder publicitarla, tener un 10% más bajo del promedio anteriormente mencionado.

La **abogada perteneciente a CONADECUS, señora Maria Jimena Orrego**, estimó que al estar frente a un proyecto Pro Consumidor, las propuestas de los legisladores resultarían impertinentes ante un problema que afecta directamente a los consumidores.

Lo anterior, en razón de que sería el quintil de ingresos más bajos de nuestra sociedad el que ha accedido masivamente a los créditos y descuentos asociados del *retail*, principalmente porque no califican para la banca, sobre todo a los vascos De Chile y Santander, que son los únicos dos bancos de la plaza que no están asociados a ninguna tarjeta de *retail*.

Manifestó que no tiene dudas con respecto a la buena intencionalidad del proyecto de ley, pero estimó que es probable que se transforme en lo que calificó como una "ley de estacionamientos 2". Además, una medida como esta no resuelva no mejora el gran problema de sobreendeudamiento que actualmente aqueja a la inmensa mayoría de chilenas y chilenos.

El **Presidente de la Organización de Consumidores y Usuarios, ODECU, señor Stefan Larenas**, manifestó que la organización que representa es consciente de los beneficios que trae la libre competencia, pero es consciente también que ella solo es posible con información clara que habilite la libre elección de los consumidores, de tal modo que sin información, no es posible la libre elección, y sin libre elección no hay libre competencia.

También estimó que acá está en juego no sólo el mercado de las promociones, que habilitan a los consumidores a acceder a condiciones más favorables que las habituales, sino también está en juego el mercado de los medios de pago y de los créditos asociados a los medios de pago.

En estos mercados, se requieren reglas justas para los consumidores: que las promociones sean tales, que los consumidores puedan acceder a las promociones sin que se les ate al uso de una tarjeta de crédito o a la contratación de un crédito, y si así fuere, antes de contratar se le informe los costos de usar la tarjeta de crédito y del crédito.

Con respecto a los problemas para el consumidor de la promoción de descuentos o beneficios adicionales asociados exclusivamente a un medio de pago administrado u operado por el mismo proveedor, estimó que el consumidor no sabe si le conviene la promoción porque ignora el costo de pagar con una tarjeta de crédito. Además, en



ocasiones la publicidad no es clara respecto de las condiciones de pagar con el medio de crédito.

Con respecto al veto formulado por el Presidente de la República, estimó que no resuelve los problemas mencionados, sólo obliga a informar el costo total del crédito. Tampoco informa los costos asociados al uso de la tarjeta de crédito. Este problema está presente en todo uso de tarjeta de crédito, esté asociado o no a una promoción.

Por su parte, señaló que la regulación de la jerarquía informacional es un avance. Sin embargo, debiera agregarse que el requisito de toda promoción u oferta es que sean condiciones más ventajosas a las habituales durante el mismo período de vigencia de la promoción u oferta.

Finalmente, concluyó que, a su juicio, no es requisito el uso de la tarjeta de crédito para fidelizar a los consumidores, toda vez que muchas promociones se dirigen a consumidores de una tarjeta de crédito o débito, sin exigir se use dicha tarjeta como medio de pago.

El Presidente de la Confederación Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CONAPYME), señor Héctor Sandoval, manifestó que, por ejemplo, el negocio de las automotoras está en que sus clientes compren los vehículos a través créditos que les otorgan sus financieras asociadas, ojalá a más de 36 cuotas.

Por otro lado, señaló que los bancos otorgan una mejor tasa mientras más seguros asociados contrate, que los vende el mismo banco en convenio con las compañías de seguro.

Algo parecido pasa con el *retail*, que compra en grandes cantidades, lo que les da acceso a mejores precios de costo, por lo tanto, adquieren las utilidades rápidamente y luego pueden vender a cualquier precio. Ahora, si eso lleva de la mano el amarre con la tarjeta el negocio financiero, ya estamos hablando de otra cosa más complejo.

Señaló que comparte el veto. Lo peor que puede ocurrir es que se prohíban descuentos especiales, pero debiese ir un poco más allá, porque las pymes compran más caro y no pueden competir con los precios del *retail*.

También valoró los deberes de información que se introducen en la observación, para una mejor toma de decisiones.

El Presidente de la Confederación Nacional Unida de la Micro, Pequeña y Mediana Industria, Artesanado y Servicios, (CONUPIA), señor Roberto Rojas, manifestó que necesita mayor información para tener un pronunciamiento respecto de esta materia. Sin embargo, señaló que en un periódico de circulación nacional se afirmó que el proyecto, tal cual está aprobado, afectaría a las pymes, lo cual le gustaría que le expliquen.

Por otro lado, llamó a tener cuidado con la información que se debe entregar, porque ésta también puede ser manipulada y es ocupada por quienes detentan esferas de poder y que les permite poner esa información en función de sus propios intereses. Por lo tanto, a su juicio, el tema de la información no se trata de algo tan relevante. Con mayor razón, cuando no se dispone del dinero necesario para poder elegir respecto de esa información, porque hay un segmento muy grande de chilenos que aunque les digan que con 24 cuotas van a pagar el doble, van a adquirir igual el crédito porque no tienen otra posibilidad.



Finalmente, manifestó que no se puede pronunciar ni a favor ni en contra del veto presidencial, porque en la Comisión se han expuesto buenos argumentos en ambos sentidos.

El **representante de Convergencia Nacional de Gremios y Cooperativas de Chile, señor Marcos Illesca**, señaló que para ellos, como agrupación de pymes, no se trata de un tema central. Si como consumidores. Sin embargo, tiene algunas observaciones.

Estimó que se trata de un veto que favorece las grandes empresas y a la integración de mercado pero que se lo presenta como una iniciativa pro pyme. Sin embargo, dicho segmento no posee medios de pago propios.

Desvirtuó otro argumento que se ha dado porque las pymes no generan ofertas para liquidar sobre *stock* con medios de pago propios. También se preguntó desde cuándo el efectivo dejó de ser la forma más conveniente para pagar las compras diarias.

Por otra parte, aseguró que los descuentos del *retail* no son tal. Se trata de un subterfugio para trasladar las utilidades del retail al mercado financiero. Con eso se produce integración y se confunde a los consumidores.

Por su parte, opinó que el asociar la digitalización al negocio financiero no es tal.

Ejemplificó que con los datos del propio *retail*, un crédito de \$50.000 en 12 cuotas tiene un interés final de 131%, lo cual calificó como un asesinato al consumidor. Y mientras menor sea el monto del crédito es mayor el interés.

Puso énfasis en que los consumidores de menores ingresos, que son la mayoría, se ven obligados a pagar con crédito su compra habitual del mes, equivalente a más o menos \$50.000, monto que finalmente se transforma en más de \$100.000, porque generalmente la promoción es a 12 meses.

Estimó que esa es la realidad, por tanto, el veto no contribuye y las promociones no son tales. El *retail* gana de todas las formas y las pymes no tienen nada que ver en el tema.

Finalmente, opinó que el Ministerio de Economía debiera estar más ocupado de aquellas personas que tienen que hacer sus compras habituales de subsistencia en cuotas, más que defender al *retail*.

El **Ministro de Economía, Fomento y Turismo, señor Lucas Palacios**, opinó que se están confundiendo algunos conceptos.

Si se prohíbe el uso de la tarjeta asociada al retail la consecuencia será que se favorecería a los bancos por el uso de sus tarjetas de crédito. También se favorecería a los grandes *retailers*, porque harían uso de su posición espacial para ofrecer sus propios productos; mientras que lo que ocurre actualmente es que los grandes *retailers* utilizan sus *market place* para difundir la venta de otros productos asociados que son o provienen de pymes.

Otro caso es el de los restaurantes, que en sus días de menor demanda utilizan estos medios de difusión de descuentos para llenar esos espacios.

Por lo tanto, concluyó que el veto beneficia tanto a los *retailers* como a los consumidores.

Preció que se debe separar en una tarjeta de pago el uso como medio de pago, respecto del cual no hay ninguna razón para no incorporar la difusión de descuentos, del uso como medio de crédito. Son dos cosas distintas.

Por tanto, a través del veto se incorpora el que no se prohíba el uso de la tarjeta como medio de pago, ni se prohíba su uso como medio de difusión de descuentos. Pero, que se separen de la decisión de crédito y financiamiento. Que no vayan unidas, de tal manera que cuando una persona acceda a un descuento, no esté necesariamente asociada a un crédito. Ahora, si una persona además quiere suscribir el crédito, que sea una decisión libre y voluntaria del consumidor. Para eso se incorpora la obligación de información, que hasta ahora no siempre existe.

El diputado señor **Bianchi** opinó que nos estamos acostumbrando a la defensa de los grandes grupos económicos, en especial, durante esta pandemia y estamos escuchando los mismos argumentos que se dieron durante toda la tramitación del proyecto, en ambas cámaras. Y se está transformando un proyecto que es pro consumidor en pro retail.

Precisó que con el proyecto aprobado por el Congreso no se terminan los descuentos, sino que se acaba con un privilegio, ampliando los descuentos a todo medio de pago, de tal manera de hacerlos universales y reales, generando con eso una guerra de mejores precios y condiciones de competencia crediticia, quitándole un valor superior a un plástico por sobre otros medios.

En relación a lo expuesto por el SERNAC, que manifestó que no hay nuevas denuncias. Luego, señaló que existe un problema de información que se soluciona con el nuevo inciso cuarto. Sin embargo, aunque se pague en una sola cuota la compra, de todos modos involucra costos de mantención de la tarjeta, seguros y eventuales intereses y multas por pago posterior. No es lo mismo que un pago en efectivo.

El diputado señor **Alexis Sepúlveda** destacó el alto nivel de endeudamiento de la familia chilena, lo cual puede haber como un motivo que restrinja el accionar de estas grandes empresas por sobre la libertad que los consumidores no pueden enfrentar.

También opinó que en pos de la libertad del mercado, a las pymes les han pasado como aplanadora las grandes cadenas de *retails*.

El **Ministro de Economía, Fomento y Turismo, señor Lucas Palacios**, aclaró que esta no es una discusión de defensa corporativa de nadie sino que se trata de una discusión práctica; ni que tampoco tienen que ver las condiciones de pago de un crédito automotriz con un medio de pago. Son dos cosas distintas.

Por otro lado, coincidió con el diputado señor Alexis Sepúlveda, en el sentido de que esto no soluciona el sobre endeudamiento, pero sí se separan los dos usos que puede tener una tarjeta como medio de pago, ya sea como herramienta de pago o de financiamiento, cosas que actualmente están mezcladas.

Sin embargo, explicó que de mantener la prohibición, lo que va a suceder es que una persona va a concurrir al supermercado y no va a poder acceder a los descuentos. Muchas veces de productos provenientes de pymes. Eso es lo que se quiere evitar.

La **abogada constitucionalista, señora Marisol Peña**, expuso apoyada en una presentación en *power point*, que se [adjunta digitalmente](#). Señaló que el veto presidencial tiene su génesis en una modificación al artículo 17 H de la ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores originada en una indicación formulada por el diputado señor Karim Bianchi, destinada a eliminar un párrafo de su inciso final, durante el primer trámite constitucional, en la Cámara de Diputados. Dicho párrafo establece: “*Lo anterior es sin perjuicio del derecho del proveedor a ofrecer descuentos o beneficios adicionales asociados exclusivamente a un medio de pago administrado u operado por cualquiera de los sujetos señalados.*”. La norma fue objeto de sucesivos rechazos en las comisiones de Economía de ambas ramas del Congreso. Sin embargo, fueron aprobadas en las salas de las respectivas cámaras.

Explicó que la aludida indicación se fundamentó con que se discrimina a las pymes que no pueden ofrecer tales descuentos o beneficios por carecer de medios de pago propios; y que también se discrimina respecto de los consumidores que, finalmente, terminarán más endeudados.

Sostuvo que la existencia de una “discriminación” supone vulnerar la igualdad en la ley, conforme al inciso segundo del N° 2 del artículo 19 de la CPR, que prohíbe al legislador y a cualquier autoridad establecer diferencias arbitrarias, o carentes de razonabilidad.

Estimó pertinente recordar que, en su momento, la Comisión rechazó la indicación por estimar que no se configuraba ninguna de las dos discriminaciones: a) No se afecta la libre competencia ni se favorecen precios predatorios y b) Lejos de favorecer a los consumidores, se los perjudica, porque se afecta su libre elección y las posibilidades adquisitivas de los grupos de bajos y medianos ingresos.

No obstante lo anterior, manifestó que, a su juicio, la referida indicación adolece de inconstitucionalidad. Situación que habría pasado inadvertida en ambas cámaras. Tampoco existió la posibilidad de plantear dicha inconstitucionalidad en la comisión mixta.

Sin embargo, estando dentro de plazo el Ejecutivo formuló indicaciones al proyecto de ley, alegando que la inconstitucionalidad se funda en que la indicación excede las “ideas matrices” del proyecto de ley, originado en mensaje e ingresado a tramitación el 24/01/2019. Se aduce que las “ideas matrices” tenían que ver con la protección de los derechos de los consumidores en aspectos específicos, originados en el diagnóstico realizado por el SERNAC: a) Derecho de retracto; b) Información a proporcionar a los consumidores para hacer efectivos sus derechos y comunicar término de sus contratos de adhesión; c) Monto de la suma de prepago en operaciones de crédito financiero y d) Libre elección del consumidor entre la garantía legal y voluntaria. Dichas ideas matrices fueron ratificadas en la indicación presidencial de 5/07/2019.

Diagnosticó que el veto es admisible, toda vez que fue presentado dentro de plazo y tiene relación directa con las ideas matrices o fundamentales del proyecto, toda vez que salva la inconstitucionalidad de la indicación formulada por

el diputado señor Bianchi, manteniendo el texto actual del artículo 17 H, mejorando incluso su redacción para proteger mejor a los consumidores.

Respecto del contenido del veto, señaló que éste reemplaza el contenido del inciso final del artículo 17 H de la ley N° 19.496, por tres nuevos incisos, en los que se establece, por un lado, la prohibición de que el proveedor de productos o servicios financieros restrinja o condicione que la compra de bienes o servicios de consumo se realice exclusivamente con un medio de pago administrado u operado por el mismo proveedor, por una empresa relacionada o por una sociedad de apoyo al giro; y, por otro, el impedimento de ofrecer descuentos asociados exclusivamente a un medio de pago administrado u operado por el mismo proveedor o por una empresa relacionada, cuando el crédito que se genere suponga más de una cuota. Además, consumidor debe informarse previamente al costo total del crédito, CTC, cuando el descuento suponga una alternativa crediticia de más de una cuota. Finalmente, se establece que debe expresarse, en todo tipo de publicidad el precio al contado del bien o servicio de que se trate, en tamaño, visibilidad y contraste igual o mayor que el precio de la oferta o promoción.

Finalmente, concluyó que el veto presidencial al proyecto de ley que establece medidas para incentivar los derechos de los consumidores es admisible a la luz de la Constitución vigente. También subsana la inconstitucionalidad de que adolecía la indicación formulada por el diputado señor Karim Bianchi, en primer trámite constitucional, volviendo al texto original del artículo 17 H de la ley N° 19.496, pero mejorado en protección de los derechos de los consumidores y en forma compatible con las ideas matrices del proyecto de ley, originado en mensaje.

Por último, estimó que el veto presidencial es una expresión del principio de “lealtad constitucional”.

El **economista, señor Tomás Flores**, expuso apoyado en una presentación en *power point*, que se [anexa digitalmente](#). A modo de introducción, manifestó que participó en la discusión de los artículos y materias en discusión, y que el mercado financiero es algo desconocido para el común de las personas. Por lo tanto, valoró el hecho de que se establezca la obligación de entregar información.

Explicó que venta atada y venta conjunta son dos cosas distintas. Se entiende por la primera, por un lado, que impone o condiciona al consumidor la contratación de otros productos o servicios adicionales, especiales o conexos; y, por otro, que no lo tiene disponible para ser contratado en forma separada cuando se puede contratar de esa manera con otros proveedores, o teniéndolos disponibles de esta forma, esto signifique adquirirlo en condiciones arbitrariamente discriminatorias.

La venta atada con requisito de compra es la que el consumidor que adquiere un producto acepta el requisito de comprar otro producto a esa misma empresa. Por ejemplo, lo que sucedió por mucho tiempo con las fotocopiadoras y sus suministros. Y esta situación no se da en el caso del veto presidencial, estimó.

Por su parte, la venta conjunta es en la que se combinan dos bienes, de forma que los consumidores no pueden comprarlos por separado (por ejemplo, impresora con cartuchos de tinta). En el caso chileno, las ventas atadas se relacionaban con la apertura de una tarjeta de crédito de tienda que tenía varios seguros asociados, sin que el consumidor pudiese rechazar dichos seguros. Ello generó una modificación legal que prohibió dichas prácticas.

Sin embargo, planteó que en este tema en discusión, no existe la figura de una venta atada, ya que no se impide que otra empresa ofrezca sus productos, ni que el consumidor pague con otro medio, sino que al hacer descuentos se ponen incentivos para el uso de un determinado medio de pago, pero el consumidor es libre de tomar la opción u optar por otra alternativa.

Por último, señaló que durante la discusión del proyecto, también se ha dicho que se debería privilegiar el uso de efectivo por sobre la utilización de otros medios de pago, entre otras cosas, para evitar el sobre endeudamiento. El sobreendeudamiento, si bien no es un problema masivo, si lo es en ciertos segmentos de la sociedad chilena. De esa forma, a la falta de educación financiera se suma la inexistencia de un reporte de deuda consolidada. El reporte de la deuda consolidada, junto con el Dicom positivo, podrían aumentar la eficiencia de mercado crediticio.

El representante de la Fundación Ciudadana para el Consumo Responsable, señor Juan Trimboli, manifestó que lo que se observa a nivel internacional son regulaciones y no prohibiciones, como la modificación que se propone al artículo 17 H, originada en la indicación en comento.

Señaló que, conforme a los principios internacionales y buenas prácticas de los derechos de los consumidores, impulsados por la ONU y suscritos por Chile, las consumidoras y consumidores tienen todo el derecho a elegir y acceder libremente a todo bien o servicio que estime necesario y conveniente para su vida material o espiritual. De la misma manera, se asume la libertad de los proveedores de productos o servicios financieros, para desarrollar actividades económicas, siempre que se respeten las normas legales que las regulan.

Por su parte, manifestó que en la propuesta del diputado señor Bianchi, existen problemas técnicos, constitucionales y de razonabilidad, como por ejemplo, diferenciar tipos de tarjeta sin una razón que lo justifique claramente. Con ella se buscaba resolver algunos problemas reales de carácter estructural, como el sobre endeudamiento o la falta o distorsión en la entrega de información. Sin embargo, a su juicio, la forma de enfrentar los problemas mencionados no pasa por la prohibición de mecanismos de descuento, porque regulados convenientemente son un beneficio que puede favorecer a los consumidores, especialmente a aquellos de menores ingresos.

En relación al veto presidencial, señaló que éste mantiene la prohibición de las ventas atadas. También reconoce diferencias entre las tarjetas de crédito, las de débito y de pre pago. Pero, al regular la entrega del descuento, condiciona sólo las tarjetas de crédito, en tanto se genere una operación crediticia. Sin embargo,

para efectos de la información al consumidor, quedan regulados todos los medios de pago.

Por su parte, se prohíbe el que la venta de un producto queda atada al otorgamiento de un crédito, recogiendo con ello la experiencia francesa, donde el estatuto referido a medios de pago, dispone que no se podrá obligar al consumidor a pagar con cargo al crédito asociado a la tarjeta, los productos o servicios asociado a una tarjeta de fidelidad. Así, el pago con cargo a la línea de crédito de una tarjeta sólo puede efectuarse con la voluntad expresa del consumidor. En caso contrario, se entenderá que paga al contado.

Por otro lado, el veto mejora el acceso a la información de los consumidores al momento de la compra de un producto con descuento, punto que calificó como esencial.

Finalmente, sostuvo que le hubiese gustado que el veto hubiese abarcado otros temas adicionales, como haber regulado de manera más amplia el que la venta de un producto o servicio no quede vinculado a una operación de crédito. No sólo para el pago con una tarjeta, sino ante cualquier operación crediticia, porque los problemas de sobre endeudamiento muchas veces están asociados a la compra de otros productos que son promocionados sólo con operaciones de crédito vinculadas, como el caso de la industria automotriz, que se ha dado como ejemplo por algunos expositores.

Concluyó que el veto presidencial avanza en la dirección correcta, recoge la experiencia de economías avanzadas, amplía derechos de los consumidores y asume indicaciones relevantes de las directrices de la ONU para la protección del consumidor.

La Directora del Área Legal y Ciudadana de Cambio Social desde el Consumo Responsable, FOJUCC, señora Fabiola Inostroza, opinó que el artículo 17 H abarca a un sector de mercado en el cual se da una competencia asimétrica entre grandes y pequeñas tiendas. Sin embargo, no necesariamente se refiere a medios de pago sino que también hay otros temas tan o más interesantes de abordar, como los volúmenes de las ofertas, los costos de operación o un sistema de libre mercado económico que, en ciertos casos, tiende a privilegiar a las empresas más grandes.

Sin perjuicio de ello, recordó que nos estamos refiriendo a la ley Pro Consumidor, por lo tanto, allí se debe mantener el foco. Sobre todo, en la protección de consumidores de mayor vulnerabilidad.

Estimó que se debe separar entre tarjetas de crédito emitidas por casas comerciales y por entidades bancarias.

Por otro lado, manifestó que la importación de bienes permitió reducir drásticamente los costos de algunos productos. Eso es lo que muchas veces va asociado a descuentos en tarjetas que se utilizan para adquirir bienes que nos permitan satisfacer necesidades básicas. Sobre todo, a aquellas personas que no

tienen capacidad de pago en efectivo ni menos califican para tarjetas de crédito bancarias.

Por otro lado, coincidió con su antecesor en el uso de la palabra, señor Juan Trimboli, en el sentido de que la tendencia internacional avanza hacia la regulación de este tipo de operaciones más que hacia la prohibición.

Manifestó que se debe diferenciar entre una venta de fidelización comercial, o venta conjunta, y una venta atada.

Indicó que la propuesta del veto presidencial garantiza que los descuentos asociados exclusivamente a un medio de pago se puedan realizar en una sola cuota. Además, incorpora deberes de información a los consumidores y regula la publicidad. Por lo tanto, avanza en la dirección correcta.

Finalmente, concluyó que toda intervención relacionada con la información veraz y oportuna en servicios financieros debe ser acompañada por un proceso continuo de educación financiera y fortalecimiento de los actores que protegen al consumidor.

El Profesor de Derecho Civil de la Universidad de Chile, señor Mauricio Tapia, expuso apoyado en una presentación en *power point*, que se [adjunta digitalmente](#). Respecto del artículo 17 H, sostuvo que es raro que en una ley del consumidor se establezca el derecho del proveedor a ofrecer descuentos o beneficios con sus propias tarjetas. Esto se refiere al retail integrado, que vende bienes, por una parte, y créditos, por otra, y son el mismo negocio.

Evocó que la ley del Sernac Financiero intentó regular las ventas conjuntas (artículo 17 B-d), que no están prohibidas si se informan y son voluntarias. Sin embargo, Hay casos en que la ley exige algunas “ventas conjuntas”, como es el caso del seguro de incendio y desgravamen en créditos hipotecarios. Pero, al mismo tiempo, prohíbe las ventas atadas en servicios financieros, conforme al citado artículo 17 H. ese es el sentido del artículo, porque con ello se podría afectar la libre competencia.

Explicó que puede sostenerse que las ventas atadas vulneran, además, principios y reglas generales de la protección al consumidor: a) El derecho a la libre elección del bien o servicio (artículo 3 letra a, LPC); b) La prohibición de la negativa injustificada de venta de bienes y servicios (artículo 13, LPC). c) Podría agregarse el derecho a no ser discriminado arbitrariamente (artículo 3 letra c, LPC). Allí cabe la pregunta si se está vendiendo un producto, por qué se trata de forma distinta a quién puede pagar en efectivo o cuenta con crédito de un tercero. Eso es porque, en el fondo, lo que se quiere vender es el crédito.

Más tarde, en la reforma del Sernac, en 2018, se extendió explícitamente la prohibición de ventas atadas en los servicios de telecomunicaciones (artículo 12 B, LPC).

Señaló que si se revisa la historia de la ley N° 20.555, del Sernac Financiero, la idea matriz del citado artículo 17 H atendía a prohibir prácticas bancarias de condicionar la aprobación de un crédito hipotecario a la apertura de una cuenta corriente en el mismo banco. Existen declaraciones explícitas en tal sentido del ex diputado señor Felipe Harboe. Ello es coincidente con el sentido general de la norma, que alude a “atar” servicios o productos financieros o contratos conexos (créditos con cuenta corriente, créditos con seguros no obligatorios, etcétera). Esto no se refiere –salvo su inciso final- a “atar” un servicio financiero a la compra de un bien.

Sin embargo, los amplios términos del inciso primero del artículo 17 H llevaba también a concluir que el *retail* quedaba imposibilitado de continuar con las prácticas de “atar” la venta de bienes a la utilización de su propia tarjeta de crédito ofreciendo un descuento que se aplica exclusivamente con ella. Es decir, se aplicaba a la banca y al *retail*.

Con respecto al origen del artículo 17 H, señaló que el mensaje del Ejecutivo de la ley del Sernac Financiero, de 2011, no contenía ninguna norma sobre prohibición de ventas atadas en productos financieros. Posteriormente, la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados introdujo la prohibición general de ventas atadas en productos financieros, con una redacción similar a la definitiva, pero sin agregar este inciso final sobre el *retail*. Además, incorporó una multa especial por infracción de 750 UTM.

Luego, pasó al Senado, donde la Comisión de Economía agregó este inciso final sobre el *retail*, con redacción que no varió hasta el texto final, y fue por indicación del Ejecutivo, siendo Ministro de Economía don Juan Andrés Fontaine. Además, se eliminó la multa especial de 750 UTM y no consta ni justificación ni discusión particular sobre sentido de esta nueva regla. Se desconoce sus motivaciones y origen, ni por qué se dijo erróneamente es un “derecho del proveedor”.

Manifestó que nuestro país tiene normas bastante peculiares sobre la materia que perjudican más que benefician al consumidor. Por ejemplo, es muy fácil obtener una tarjeta de crédito. Incluso, se las ofrece durante la compra, con escasa o nula información de las condiciones. Así, los consumidores no se enteran o no se les informan que al comprar, aunque paguen de inmediato la tarjeta, les generará gastos de mantención -que son elevados y arbitrarios en Chile- y gastos por seguros, que llegarán a fin de mes en la cartola. Por lo tanto, el descuento se diluye.

Además, por el nivel de endeudamiento de los chilenos, en promedio del 75% del ingreso mensual y sobre todo de los estratos más bajos, que son clientes “asiduos” del crédito del *retail*, esto envuelve una venta subrepticia de créditos, porque sólo una elite privilegiada puede usar las tarjetas como “medio de pago”; las asimetrías de información y opacidad en ofertas ocultan que el descuento se hace pírrico con intereses, con anatocismo incluido, comisiones arbitrarias en muchos casos y gastos elevados y parcialmente desregulados. Estas prácticas alimentan el endeudamiento “crónico” de las familias chilenas más pobres.

Estimó que existen suficientes razones como para terminar con el verdadero privilegio para el *retail*, como el sobreendeudamiento de familias de más bajos ingresos.

Derogarla no significa efectuar una discriminación contra el *retail*. Al contrario, es tratarlos según las reglas generales conforme al principio de igualdad. Entonces por qué los bancos no pueden ofrecer productos atados y el *retail* sí. El mismo origen de esta norma, da cuenta que fue diseñada, aparentemente, como una “concesión especial” para el *retail*.

Tampoco existen razones para estimar inconstitucional la eliminación de un privilegio, porque no se les prohíbe hacer descuentos ni ofrecer créditos. Sólo se les impide atarlos, como es la regla general aplicable a todo el sector financiero. Por tanto, no ve en qué pueda afectar la libertad de las empresas, sea desproporcionado o envuelva una discriminación arbitraria.

Tampoco cree que sea efectivo el alarmismo de sostener que “se acabarán las ofertas”. Derogar esta norma es obligar a competir y fidelizar por precio de productos, y no mediante una fidelización o “captura” por compromiso crediticio previo.

Ahora, si la “libre elección” de productos y servicios por parte del consumidor es un derecho legalmente consagrado por el legislador, se preguntó por qué no se les permite a los consumidores acceder a ofertas en efectivo o con el apoyo de quien le ofrezca el crédito más barato. Así, resulta razonable pensar que derogar esta norma puede estimular la competencia por “créditos más baratos”. También ese es el espíritu de la denominada “portabilidad financiera”.

Explicó que también el derogar el párrafo final del artículo 17 H envuelve una mejora en transparencia e información veraz y oportuna. Las promociones de productos asociados a créditos no son promociones de productos, son promociones de crédito, de endeudamiento, y en eso hay falta de transparencia con los consumidores.

De esa forma, obligar a competir por precios, sin amarres de créditos, es efectivamente volver a las reglas de una sana competencia, que beneficie a los consumidores con mejores precios, ya que hoy, en lugar de “guerras de precios”, en gran medida hay “guerra de créditos”.

Eso permite también abrir ciertos espacios en la competencia a las pymes, que no tienen posibilidad de ofrecer financiamiento directo con tarjetas propias. Abre espacios para que compitan por “precio” con grandes empresas, sin la captura mediante supuestos “descuentos” que por carga financiera no son tales. Es razonable pensar que este podría ser un mecanismo que permita “distribuir el mercado” del gran *retail* financiero, de forma implícita, pues mantienen de alguna forma “capturados” a los clientes con este mecanismo.

Por su parte, la fidelización de clientes puede hacerse por otras vías legales, tales como los puntos asociados a tarjetas, sin necesidad de recurrir a ventas atadas subrepticias de créditos.

Por último, no debe olvidarse la real efectividad de estas ofertas y si benefician en verdad a los consumidores, que no dimensionan la carga financiera que asumen al comprar (intereses, gastos y comisiones). Al final, es altamente probable que les salga más caro.

Con respecto a la observación formulada por el Presidente de la República, indicó que ésta pretende introducir modificaciones sobre el “derecho de los proveedores de ofrecer descuentos o beneficios adicionales asociados a un medio de pago”. Sin embargo, está dentro del proyecto de ley “pro consumidores”, y al referirse el veto a un supuesto derecho de los proveedores, escapa a sus ideas matrices. Por lo demás, no es un veto “sustitutivo” como dice el texto, pues en el fondo es un veto “aditivo”, ya que el inciso primero reproduce la norma en vigor y los incisos siguientes agregan regulaciones sobre las compras en operaciones de créditos en cuotas y nuevos deberes de información, materias no reguladas por el proyecto.

En relación a los fundamentos del veto, adujo que en él se señala que la “prohibición” se aplicaría a todos los proveedores, por ejemplo restaurantes. Sin embargo, a su juicio, eso no es efectivo, no se trata de una prohibición sino de la eliminación de un privilegio. No afecta a restaurantes y otros proveedores, sino solo los que tienen integración con empresas financieras.

También se argumenta que podría afectar la libre competencia porque el *retail* compite a través de estos descuentos. Sin embargo, sería justo lo contrario. Es una forma de mantener “cautivo” a sus clientes por líneas de crédito, elevando la concentración económica y el riesgo de abusos. Eliminar este privilegio estimula competencia por precios de bienes y no la cautividad por créditos. Siempre podrán competir por descuentos.

Se arguye que la indicación significaría una barrera al desarrollo e innovación en el *retail*. Sin embargo, no se trata de una barrera. Siempre podrán efectuar descuentos y promociones. Lo que se persigue es que se elimine un privilegio de “atar” sus créditos que no existe en otras áreas.

Se señala que la indicación sería una restricción para personas de menos recursos para acceder a estos instrumentos de pago y crediticios, y que se desincentivaría este medio de pago, sustituto del efectivo, que tiene problemas como robo y traspaso de enfermedades, sobre todo en pandemia. Sin embargo, es al contrario, se estimula de esta forma la competencia en créditos más baratos en la línea de la portabilidad financiera. Del mismo modo, no se trata de un medio de pago. Son instrumentos crediticios. Solo un grupo reducido de ricos puede usarla como medio de pago. Por lo demás no se desincentiva, se introduce competencia en ellos.

También se dice que limitaría el avance de la digitalización de los medios de pago. Pero, en realidad se elimina un privilegio de atar créditos de empresas relacionados con sus ventas, se introduce mayor competencia en créditos. No se entiende este argumento.

Se arguye que perjudicaría el derecho de los consumidores de acceder a bienes a menores precios y en mejores condiciones. Al contrario, se estimula competencia en precio de bienes, y no la venta subrepticia de créditos atados.

Por último, se argumenta que la indicación para eliminar el párrafo final del artículo 17 H restringiría el acceso al financiamiento formal, sobre todo de personas de menos recursos, y perjudicaría la “reactivación económica” en tiempos de pandemia. Sin embargo, nada tiene que ver el que se elimine un privilegio de atar créditos con el acceso al mercado de financiamiento. Ya son clientes del financiamiento formal. Y parece exagerado que se sostenga que se afectará la reactivación económica por la crisis del Covid-19.

Por otra parte y en relación al contenido del veto, sostuvo que la norma relevante es el inciso segundo, el resto, no agregaría nada porque ya está en la ley.

Indicó que se parte de un error conceptual. Se distingue entre medio de pago y operación de crédito. Y toda compra con tarjeta, aunque sea en una cuota, es una operación de crédito, pues se devengan en todo evento seguros y costos de mantención de tarjeta.

Además, las personas, en su inmensa mayoría no pueden pagar en una cuota “al contado”, por eso recurren a las tarjetas. Las compras serán necesariamente en más de una cuota. El carácter “voluntario” para las personas es “pírrico” y desconoce el severo sobreendeudamiento de las familias chilenas.

Finalmente, concluyó que el veto mantiene el actual privilegio para el *retail*, incorporado el año 2011, sólo agregando deberes de información sobre el costo del crédito.

El **abogado don Tomás Jordán** remite una minuta que se [adjunta digitalmente](#).

El diputado señor **Bianchi** solicitó se vote sobre la calificación o naturaleza del veto, ya que, a su juicio, se trata de un veto aditivo y no sustitutivo. Sin perjuicio de que estima que se trata de un veto inadmisibles por estar fuera de las ideas matrices del proyecto.

Puesta en votación la solicitud, resultó **RECHAZADA**.

Votaron **a favor** por calificar como aditiva la observación los diputados señores Boris Barrera; Giorgio Jackson; Jaime Naranjo; Alexis Sepúlveda y Raúl Soto. Votaron **en contra** las diputadas señoras Sofía Cid y Karin Luck (en reemplazo del diputado señor Miguel Mellado) y los diputados; señores Leopoldo Pérez (en reemplazo del diputado señor Harry Jürgensen); Joaquín Lavín; Rolando Rentería; Enrique Van Rysselberghe y Pedro Velásquez. **Se abstuvo** el diputado señor Alejandro Bernal (5x7x1).



El diputado señor **Naranjo**, Presidente de la Comisión, solicitó el acuerdo unánime de la Comisión a objeto de que se deje constancia en el Informe la circunstancia de haberse producido la votación referida a la calificación o naturaleza del veto. **Así se acuerda.**

IV. VOTACIÓN DE LA OBSERVACIÓN.

De acuerdo con el artículo 121 del reglamento, la Comisión debe **proponer aprobar o rechazar la observación formulada por S.E. el Presidente de la República.**

Puesta en votación la observación, fue **APROBADA** por mayoría de votos.

Votaron **a favor** las diputadas señoras Sofía Cid y Karin Luck (en reemplazo del diputado señor Miguel Mellado) y los diputados señores Leopoldo Pérez (en reemplazo del diputado señor Harry Jürgensen); Joaquín Lavín; Rolando Rentería; Enrique Van Rysselberghe y Pedro Velásquez; mientras que lo hicieron **en contra** los diputados señores Boris Barrera; Giorgio Jackson; Jaime Naranjo; Alexis Sepúlveda y Raúl Soto. **Se abstuvo** el diputado señor Alejandro Bernal. (7x5x1).

Por lo anteriormente expuesto, la Comisión de Economía, Fomento, Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Protección de los Consumidores y Turismo viene en **proponer a la Sala la aprobación** de la observación formulada por S.E. el Presidente de la República, y que a continuación se consigna:

AL ARTÍCULO 1°

Para sustituir el numeral 13 del artículo 1°, por el siguiente:

“13. Reemplázase el inciso final del artículo 17 H, por los siguientes incisos cuarto, quinto y sexto:

“El proveedor de productos o servicios financieros no podrá restringir o condicionar que la compra de bienes o servicios de consumo se realice exclusivamente con un medio de pago administrado u operado por el mismo proveedor, por una empresa relacionada o por una sociedad de apoyo al giro.

De igual forma, no podrá ofrecer descuentos asociados exclusivamente a un medio de pago administrado u operado por el mismo proveedor o por una empresa relacionada, cuando el acceso a dicho descuento se condicione a la celebración de una operación de crédito de dinero en más de una cuota. Además, cuando estos proveedores ofrezcan descuentos asociados exclusivamente al mencionado medio de pago, deberán informar previamente al consumidor el Costo Total del Crédito, en caso de que éste opte libremente por dicha alternativa crediticia en más de una cuota.

Adicionalmente, se deberá expresar en todo tipo de publicidad el precio al contado del bien o servicio de que se trate, en tamaño, visibilidad y contraste igual o mayor que el precio de la oferta o promoción a que se refiere el inciso anterior.”.



Tratado y acordado en sesiones de fechas 6, 20 y 21 de septiembre de 2021, con la asistencia de la y los diputados señores Boris Barrera, Alejandro Bernales, Sofía Cid, Giorgio Jackson, Harry Jürgensen, Joaquín Lavín, Miguel Mellado, Jaime Naranjo (Presidente), Rolando Rentería; Alexis Sepúlveda, Raúl Soto, Enrique Van Ryselberghe y Pedro Velásquez.

El diputado don Juan Antonio Coloma reemplazó al diputado don Rolando Rentería (06.09.2021).

El diputado señor Leopoldo Pérez reemplazó al diputado señor Harry Jürgensen y la diputada señora Karin Luck reemplazó al diputado señor Miguel Mellado. (21.09.2021)

Asiste además el diputado señor Karim Bianchi.

ALVARO HALABI DIJANA
Abogado Secretario de la Comisión