

SEGUNDO INFORME DE LA COMISIÓN DE ECONOMÍA recaído en el proyecto de ley, en primer trámite constitucional, que modifica las leyes N°s 19.496 y 19.628, para regular la protección de la vida privada en lo relativo al envío de publicidad.

BOLETÍN N° 10.133-03.

HONORABLE SENADO:

Vuestra Comisión de Economía tiene el honor de informar respecto del proyecto de ley de la suma, en primer trámite constitucional, iniciado en moción de los Honorables Senadores señor Tuma, señora Pérez y señores Harboe y Pizarro.

La iniciativa ingresó a tramitación en el Senado el día 17 de junio de 2015, pasando a la Comisión de Economía.

Fue aprobado en general por el Senado en sesión de 15 de diciembre de 2015, fecha en la que se abrió un plazo para presentar indicaciones hasta el día 18 de enero de 2016. Posteriormente, con fecha 15 de junio de 2016 se abrió un nuevo plazo para el efecto, hasta las 12 horas del día 4 de julio de 2016.

A la sesión en que la Comisión trató este proyecto en particular, concurrieron, además de sus integrantes, el Honorable Senador señor Felipe Harboe.

Asimismo, asistieron especialmente invitadas las siguientes personas:

Del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo: los asesores señora María Paz Pierbattisti y señor Adrián Fuentes.

Del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC): el Subdirector Jurídico, señor Andrés Herrera.

También estuvieron presentes como oyentes las siguientes personas:

De la Secretaría General de la Presidencia, (SEGPRES): el asesor señor Daniel Portilla.

Los asesores parlamentarios señoras Kareen Herrera y Andrea Gómez (Senador señor Jorge Pizarro), y Melissa Mallega

(Honorable Senador señor Rabindranath Quinteros), y señores Eduardo Faúndez (Senadora señora Lily Pérez), Pablo Terrazas (Senador señor Iván Moreira), y Eduardo Barros (Honorable Senador señor Eugenio Tuma).

Del Comité PPD: el abogado señor Sebastián Abarca; de la Biblioteca del Congreso Nacional, el analista señor James Wilkins; del Departamento de Prensa del Senado, la periodista señora Karina Arancibia; de la Unidad de Asesoría Presupuestaria, la señora María Soledad Larenas; del Instituto Igualdad, la asesora legislativa señora Lía Arroyo; la cientista política independiente señora Javiera Campos; y de Imaginación, la señora Soledad Carlini.

NORMAS DE QUÓRUM ESPECIAL

No tiene.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Actualizar la legislación en materia de protección de los consumidores, ante el escenario de desarrollo masivo de la publicidad y de ofertas de servicios no solicitados por ellos, que se efectúan vía telefónica y a correos electrónicos privados. Lo anterior, de modo de velar por derechos fundamentales de los consumidores como son el respeto a la vida privada, el acceso y uso de números de teléfono y direcciones de correo electrónico privados, y evitar el envío de información sin su consentimiento y sin regulaciones mínimas que resguarden las horas de descanso y la vida privada de las personas.

Para los efectos de lo dispuesto en el artículo 124 del Reglamento del Senado, cabe dejar constancia de lo siguiente:

1.- Artículos del proyecto que no han sido objeto de indicaciones ni de modificaciones: El artículo 2°.

2.- Indicaciones aprobadas sin modificaciones:
Indicaciones N°s 5 y 17.

3.-Indicaciones aprobadas con modificaciones:
Indicaciones N°s 2, 6, 9, 11, 12, 13 y 15.

4.- Indicaciones rechazadas: Indicaciones N°s 1, 3, 7, 8, 10, 14, 16 y 18.

5.- Indicaciones retiradas: Indicación N° 4.

6.- Indicaciones declaradas inadmisibles:
Ninguna.

DISCUSIÓN PARTICULAR

La Comisión discutió el proyecto en particular en sesión de 17 de agosto del año en curso, escuchando la exposición de uno de sus autores, el **Honorable Senador señor Harboe**.

Manifestó que esta iniciativa forma parte de la denominada “agenda contra los abusos”, que ha sido impulsada también por otros Honorables señores Senadores. Destacó que hace más de un año el Senado despachó una reforma constitucional destinada a consagrar el derecho a la protección de los datos personales como uno de rango constitucional. Recordó que tal iniciativa fue conocido e informado, en su oportunidad, por la Comisión de Economía.

Luego se refirió al contenido de la moción que dio origen al proyecto. Señaló que, tanto a nivel de tratados internacionales como de legislaciones internas más avanzadas que la chilena, la protección de la vida privada es un tema central.

A nivel nacional dicha protección está consagrada en el artículo 19 N° 4 de la Constitución Política, y en las leyes N°s 19.628 y 19.496. El primer cuerpo legal contiene normativa respecto al tratamiento de datos personales de manera general. El segundo, en su artículo 28 B, regula el envío de comunicaciones promocionales o publicitarias a los consumidores y contempla la facultad de estos últimos de solicitar la suspensión de dicho envío.

Sin embargo, la legislación se ha visto superada por las nuevas estrategias de comunicación desarrolladas por el mercado, que son cada vez más agresivas, quedando los derechos esenciales de los consumidores en una situación vulnerable.

Explicó que en la legislación comparada se ha abordado el tema del envío de publicidad comercial de manera específica. En Alemania, por ejemplo, se exige una autorización previa y expresa de parte del consumidor. Otros países, como Argentina y Estados Unidos, han adoptado el sistema contrario, que consiste en la inscripción de los consumidores en un registro cuando no quieren seguir recibiendo información de los proveedores. En todos estos ordenamientos más avanzados en la materia, se establecen sanciones para las empresas infractoras de la normativa, y se limitan las fechas y el horario en que pueden comunicarse con los consumidores.

Indicó que, con el fuerte crecimiento de la contratación de telefonía fija y móvil, y del servicio de conexión a internet, en Chile se ha creado un escenario muy atractivo para las empresas que recurren a los mensajes publicitarios para ofrecer sus bienes y servicios.

Frente al desarrollo masivo de técnicas que resultan invasivas para la vida privada de los consumidores, se vuelve necesario actualizar la regulación nacional sobre esta materia.

El proyecto de ley incorpora, dentro del listado de derechos básicos del consumidor, la protección de su vida privada en sus relaciones de consumo. Además exige su autorización de manera previa al envío de publicidad, la que deberá quedar consignada en un registro llevado por los proveedores para estos efectos. Se incluye también la posibilidad para el consumidor de revocar la autorización mencionada.

Luego intervino el **Honorable Senador señor Moreira**, quien se manifestó preocupado por los posibles efectos que el proyecto podría tener en relación con la propaganda electoral. Explicó que ésta es especialmente importante para candidatos nuevos, que necesitan darse a conocer. Si se limitan demasiado sus posibilidades de dirigirse a los electores, se dificulta el recambio en el mundo político.

El **Honorable Senador señor Harboe** sostuvo que actualmente la Ley sobre Protección de la Vida Privada exige justificar el origen de los datos personales empleados y respetar la finalidad con que se entregaron. En consecuencia, si un político utiliza datos personales para enviar propaganda electoral, sin que el destinatario los haya entregado con ese objetivo, estaría infringiendo la ley.

Recordó que hace poco el Servicio Electoral, SERVEL, declaró que está permitido a los candidatos recurrir a redes sociales para dirigirse a sus electores. No obstante, ello no implica que puedan enviar mensajes de texto o correos electrónicos, salvo que se cumpla con la normativa vigente ya señalada. El SERVEL puede recibir denuncias, investigar y sancionar a quienes la infrinjan, por lo tanto, en el ámbito político se trata de una materia que ya recibe un tratamiento adecuado.

Este proyecto pretende avanzar en el área comercial, ya que si bien hay normas que protegen a los consumidores, no existe una entidad reguladora que asegure su cumplimiento.

La **Honorable Senadora señora Pérez** comentó que ha recibido varias denuncias de personas de su circunscripción que han recibido propaganda electoral. Hay varios aspectos de este tema que están en tierra de nadie, al filo de la legislación. Opinó que nadie debería recibir llamadas telefónicas, por ejemplo, para recibir información, sea comercial o política, sin su autorización. Son invasivas y molestas, y los políticos deberían ser conscientes de eso.

Por su parte, el **Honorable Senador señor Tuma** expresó estar muy interesado en esta iniciativa, ya que protege a los consumidores, que permanentemente ven su vida privada invadida por empresas y otras instituciones. Consideró que el mayor problema está representado por los llamados telefónicos. Tampoco se trata de impedir absolutamente que las personas puedan comunicar algo a otras, sino que hay que regular las situaciones especialmente graves de vulneración de la privacidad de los consumidores.

El **Honorable Senador señor Moreira** explicó que existe otro proyecto, que también se refiere a la protección de la vida privada de los consumidores, y que corresponde al boletín N° 10.791-03. En este último se regula la creación de un registro, en que podrán inscribirse los consumidores que no desean recibir comunicaciones publicitarias o promocionales, y respecto de los cuales estará prohibido el envío de ese tipo de información por parte de los proveedores. Además establece limitaciones horarias y de fecha para hacer llamados telefónicos.

Preguntó a los representantes del Ejecutivo su opinión respecto a ambos proyectos, y si es posible mejorar la iniciativa que se está debatiendo con elementos de la otra.

El señor Adrián Fuentes, asesor jurídico del Ministerio de Economía, destacó que, durante la discusión en general de este proyecto, el Director Nacional del SERNAC expresó estar de acuerdo con su objetivo. Se presentaron varias indicaciones que reflejan el trabajo realizado durante esa discusión y tanto el Ministerio de Economía como el SERNAC están conformes con ellas.

Por su parte, el señor Andrés Herrera, Subdirector Jurídico de SERNAC, agregó que el proyecto en análisis implica el cambio de un modelo opt-out a uno opt-in. El primero, que está actualmente vigente, implica que los proveedores pueden enviar publicidad, mientras el consumidor no exprese lo contrario. El segundo, en cambio, importa la exigencia de autorización del consumidor, de manera previa al envío de información.

El Ministerio de Economía y el SERNAC apoyan la modificación propuesta, ya que hoy lamentablemente los proveedores vulneran reiteradamente los derechos de los consumidores. La modalidad actual, que traspasa al consumidor la carga de solicitar el cese del envío de publicidad, no ha sido un mecanismo eficaz para resguardar la vida privada.

Respecto del proyecto signado con el boletín N° 10.791-03, señaló que reafirma el modelo actual, que permite el envío de información hasta que el consumidor manifieste su disconformidad. Dicho proyecto recoge la tendencia internacional de llevar un registro de consumidores que desean dejar de recibir mensajes publicitarios. No cree que sea la opción adecuada y por eso recomendó adoptar el modelo opt-in, contenido en la iniciativa en discusión.

A continuación, la Comisión procedió a debatir y votar las indicaciones presentadas al proyecto.

Artículo 1

Introduce diversas modificaciones en la ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, L.P.C.

Número 1)

El número 1) agrega en el artículo 3° de la L.P.C. un nuevo derecho básico del consumidor, cual es la protección de su vida privada en sus relaciones de consumo.

Indicación N° 1

La **indicación N° 1, del Honorable Senador señor Navarro**, es para intercalar en la letra g) propuesta, a continuación del vocablo “consumo”, la expresión “, prohibiéndose las comunicaciones promocionales o publicitarias no deseadas y reiteradas por medios de comunicación a distancia, a menos, que el consumidor lo haya consentido en forma previa y expresamente”.

La indicación propone especificar, dentro del listado de derechos de los consumidores, la prohibición del envío de publicidad no autorizada previa y específicamente por ellos.

La letra g) que el proyecto propone incorporar al artículo 3° de la L.P.C. es la que se indica a continuación:

"g) La protección de su vida privada en sus relaciones de consumo.”.

El **Honorable Senador señor Harboe** consideró que la ubicación de la prohibición dentro del artículo 3° de la L.P.C., que contiene el catálogo de derechos de los consumidores, no resulta adecuada. En su opinión, debería analizarse el contenido de esta indicación a propósito de las modificaciones propuestas al artículo 28 B de la misma ley. La Comisión estuvo de acuerdo con lo planteado.

- En votación, la indicación N° 1 fue rechazada por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señora Pérez y señores Moreira, Pizarro, Quinteros y Tuma (Rechazada; unanimidad, 5x0).

Número 2)

El número 2) del artículo 1° del proyecto introduce diversas modificaciones al artículo 28 B de la L.P.C., que regula las comunicaciones promocionales o publicitarias enviadas por distintas vías.

Indicación N° 2

La **indicación N° 2, de los Honorables Senadores señora Pérez y señores Pizarro y Tuma**, es para reemplazar el primer inciso del artículo 28 B de la Ley N° 19.496, por el siguiente:

"Toda comunicación promocional o publicitaria deberá indicar la materia o asunto sobre el que versa, la identidad del remitente y, contener un domicilio, teléfono o dirección electrónica válida a la que el consumidor pueda dirigirse."

La propuesta amplía los medios de comunicación abarcados por la norma, que actualmente se limita a los correos electrónicos.

La redacción del inciso primero del artículo 28 B vigente es la siguiente:

"Toda comunicación promocional o publicitaria enviada por correo electrónico deberá indicar la materia o asunto sobre el que versa, la identidad del remitente y contener una dirección válida a la que el destinatario pueda solicitar la suspensión de los envíos, que quedarán desde entonces prohibidos."

El señor Andrés Herrera señaló que la indicación, pese a referirse a toda forma de comunicación, mantiene los verbos rectores y otros términos empleados en la redacción actual del artículo 28 B, que se refiere a los mensajes enviados por correo electrónico. Las palabras "indicar", "remitente" y "contener" no resultan apropiadas para todos los mecanismos de comunicación.

El **Honorable Senador señor Harboe** manifestó su acuerdo con lo señalado por el representante del Ejecutivo.

El Presidente, **Honorable Senador señor Moreira**, solicitó al Ejecutivo y la Secretaría que trabajaran en una redacción que sea apta para todo medio de comunicación.

- En votación, la indicación N° 2 fue aprobada, con modificaciones, por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Pizarro, Quinteros y Tuma (Aprobada, con modificaciones; unanimidad, 4x0).

Indicación N° 3

La indicación N° 3, del Honorable Senador señor Ossandón, es para reemplazar en el inciso primero del artículo 28 B, la frase "una dirección válida a la que el destinatario pueda solicitar" por la siguiente: "un enlace disponible para el suscriptor que inicie, de forma inmediata y automática, el proceso para".

La indicación impone el deber para los proveedores de poner a disposición de los consumidores un enlace que les permita iniciar el proceso para suspender el envío de mensajes publicitarios.

Los miembros presentes de la Comisión consideraron que corresponde rechazar esta indicación, ya que se refiere al actual inciso primero del artículo 28 B, que fue modificado al aprobarse la indicación N° 2.

- En votación, la indicación N° 3 fue rechazada por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Pizarro, Quinteros y Tuma (Rechazada; unanimidad, 4x0).

o o o o o

Número 2.1.

Indicación N° 4

La indicación N° 4, de los Honorables Senadores señora Pérez, y señores Pizarro y Tuma, es para reemplazar el inciso segundo propuesto por el siguiente:

"Los proveedores sólo podrán dirigir comunicaciones promocionales o publicitarias a los consumidores por medio de llamados, servicios de mensajería telefónica o cualquier otro medio electrónico cuando éstos lo hayan autorizado expresamente de manera previa y específica".

La indicación no sólo exige que la autorización del consumidor sea expresa, sino también previa y específica. Además elimina la referencia al registro en que debe consignarse.

El texto del inciso segundo, propuesto para el artículo 28 B por el proyecto, es del siguiente tenor:

"Los proveedores sólo podrán dirigir comunicaciones promocionales o publicitarias a los consumidores por medio de llamados, servicios de mensajería telefónico o cualquier otro medio electrónico cuando éstos lo hayan autorizado expresamente, lo que constará en los registros que al efecto deberán llevar los proveedores.".

El **Honorable Senador señor Harboe** sostuvo que la indicación sólo exige una autorización del consumidor, pero no indica dónde debe constar dicha autorización. La redacción original del proyecto, en cambio, hace alusión al registro, por lo que propuso mantenerla.

- La indicación N° 4 fue retirada por sus autores.

Luego, el señor Adrián Fuentes hizo presente que la indicación proponía imponer como requisito que la autorización sea previa y específica, y sugirió incorporar esos términos al texto de la iniciativa. La Comisión estuvo de acuerdo con la modificación planteada.

- La modificación al inciso segundo del artículo 28 B, propuesto por el proyecto, fue aprobada por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Pizarro, Quinteros y Tuma (Artículo 121 del Reglamento de la Corporación). (Aprobada; unanimidad, 4x0).

o o o o o

Indicación N° 5

La **indicación del Honorable Senador señor Navarro**, es para intercalar en el inciso segundo propuesto, a continuación de la palabra “proveedores”, la segunda vez que ésta aparece, la expresión “, los cuales estarán a disposición de los órganos del Estado competentes como asimismo de los propios consumidores, que así lo requieran”.

La indicación dispone que tanto los órganos estatales competentes como los consumidores tendrán acceso al registro de autorizaciones.

- En votación, la indicación N° 5 fue aprobada por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Pizarro, Quinteros y Tuma (Aprobada; unanimidad, 4x0).

o o o o o

Número 2.2.

Indicación N° 6

La **indicación N° 6, de los Honorables Senadores señora Pérez y señores Pizarro y Tuma**, es para reemplazar los incisos propuestos por los siguientes incisos, nuevos:

"El consumidor siempre podrá revocar o suspender dicha autorización.

Los proveedores deberán contar con mecanismos o procedimientos electrónicos, para recibir las solicitudes de revocación o suspensión o exclusión de los avisos señalados en el inciso anterior, lo cual deberá ser informado al Servicio Nacional del Consumidor para su seguimiento y control.

Un reglamento determinará la forma, condiciones y requisitos que deberá cumplir la autorización y la revocación señalada en los incisos anteriores.

Las comunicaciones promocionales o publicitarias que se realicen vía telefónica no podrán efectuarse antes de las 9 ni después de las 21 horas. Tampoco podrán efectuarse en días sábados ni festivos.

El envío de comunicaciones publicitarias a un consumidor que haya revocado la autorización o solicitado su suspensión será sancionado de conformidad a lo dispuesto en el artículo 24 de la presente ley.”.

El objetivo de esta indicación es reemplazar los incisos tercero a sexto del artículo 28 B, comprendidos en el proyecto, cuya redacción es del siguiente tenor:

“La autorización a que se refiere este artículo deberá ser previa, expresa y señalar de manera específica las formas de comunicación comercial o publicitaria autorizadas.

La autorización otorgada de acuerdo al inciso anterior será revocable en cualquier momento, lo que deberá manifestarse por escrito, por cualquier medio.

Las comunicaciones promocionales o publicitarias efectuadas conforme a este artículo, deberán considerar lo siguiente:

a) Un mecanismo expedito por medio del cual sus destinatarios podrán revocar la autorización otorgada para las mismas”;

b) La materia o asunto sobre el que versa el producto o servicio promocionado o publicitado, y

c) El origen o procedencia del o los bancos de datos utilizados para su contacto;

Las comunicaciones que se realicen vía telefónica no podrán efectuarse antes de las 9 ni después de las 21 horas. Tampoco podrán efectuarse en días sábados ni festivos.”.

El señor Adrián Fuentes destacó que esta indicación recoge algunas inquietudes planteadas durante la discusión en general. Agregó que sería más sencillo hablar sólo de “exclusión”, ya que hacer referencia a “suspensiones” o “exclusiones” carece de sentido. Lo

regulado es sólo la autorización y la revocación de ella. La Comisión estuvo de acuerdo con la sugerencia.

La Secretaría propuso sustituir el término “festivos” por “feriados”, en atención a que este último comprende domingos y festivos. Si se mantiene la redacción original, podría interpretarse que durante los domingos sí puede enviarse información publicitaria. Los miembros de la Comisión también consideraron adecuada esta modificación propuesta.

El señor Andrés Herrera explicó que en el artículo 37 de la L.P.C. existe regulación relativa al horario de los llamados telefónicos, en materia de cobranza extrajudicial. La norma hace una remisión al Código de Procedimiento Civil, que en su artículo 59 declara que son hábiles los días no feriados, y las horas entre las 8 y las 20.

La Secretaría propuso no hacer una remisión al artículo 37 de la L.P.C., debido a que podría haber confusión en torno a los días en que está permitido el envío de publicidad. Además así se evita un doble reenvío normativo.

La Comisión estuvo de acuerdo con no efectuar la remisión normativa, pero sí en incorporar ese horario más restringido para los llamados telefónicos.

- En votación, la indicación N° 6 fue aprobada, con modificaciones, por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Pizarro y Tuma (Aprobada, con modificaciones; unanimidad, 3x0).

Indicación N° 7

La **indicación N° 7, del Honorable Senador señor Ossandón**, es para reemplazar en el inciso tercero nuevo propuesto la palabra "expresa" por la palabra "inequívoca".

La indicación tiene por finalidad sustituir la exigencia de una autorización expresa por una autorización inequívoca.

El señor Andrés Herrera recomendó no recoger la idea de esta indicación, puesto que al requerir que la autorización sea solamente inequívoca, se podrá interpretar como válida una autorización tácita.

- En votación, la indicación N° 7 fue rechazada por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Pizarro, Quinteros y Tuma (Rechazada; unanimidad, 4x0).

Indicación N° 8

La **indicación N° 8, del Honorable Senador señor Navarro**, es para intercalar en el inciso 3° sugerido, entre vocablos “expresa” y la conjunción “y” el vocablo, “escrita”.

En esta indicación propone agregar la exigencia de escrituración para la autorización del consumidor.

- En votación, la indicación N° 8 fue rechazada por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Quinteros y Tuma (Rechazada; unanimidad, 3x0).

Indicación N° 9

La **indicación N° 9, del Honorable Senador señor Horvath**, es para consultar, a continuación del punto y aparte del inciso tercero propuesto, que pasa a ser punto seguido (.) la siguiente oración: “Esta autorización no podrá otorgarse por el consumidor a partir de su incorporación como cláusula en un contrato de adhesión.”.

El objetivo de la indicación es impedir la inclusión de la autorización para el envío de publicidad dentro de contratos por adhesión.

La Comisión acordó incorporar el contenido de la indicación al proyecto, pese a que modifica un inciso que fue sustituido por otro.

La Secretaría recomendó simplificar la redacción en el siguiente sentido: “La autorización del consumidor a la que se refiere el inciso anterior no podrá incorporarse como cláusula en un contrato de adhesión”. Los miembros de la Comisión manifestaron su conformidad con la modificación propuesta.

- En votación, la indicación N° 9 fue aprobada, con modificaciones, por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Quinteros y Tuma (Aprobada, con modificaciones; unanimidad, 3x0).

Indicación N° 10

La **indicación N° 10, del Honorable Senador señor Ossandón**, es para reemplazar en el inciso tercero nuevo propuesto el punto a parte por una coma, y a continuación de la expresión "o publicitaria autorizadas", agregar el siguiente párrafo: "y no podrá ser otorgada como parte de una cláusula de un contrato de adhesión. Para estos efectos, los términos de servicio desplegados para la aceptación de un usuario y requeridos para la prestación de un servicio o contenido a través de Internet, no será considerado un contrato de adhesión, y se entenderá como una manifestación inequívoca."

La indicación prohíbe incorporar la autorización del consumidor como una cláusula dentro de un contrato de adhesión, pero excluye de esta categoría a los términos de servicio desplegados en las páginas web.

- En votación, la indicación N° 10 fue rechazada por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Quinteros y Tuma (Rechazada; unanimidad, 3x0).

Indicación N° 11

La **indicación N° 11, del Honorable Senador señor Ossandón**, es para reemplazar en el inciso cuarto nuevo propuesto, la expresión "lo que deberá" por "y podrá".

La finalidad de esta indicación es disminuir las restricciones impuestas a la revocación de la autorización, permitiendo que conste por escrito, sin exigirlo.

La Comisión consideró que el contenido de esta indicación fue recogido en la indicación N° 6, ya aprobada, por lo que entendieron que está subsumida en ella.

- En votación, la indicación N° 11 fue aprobada, con modificaciones, por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Pizarro, Quinteros y Tuma (Aprobada, con modificaciones; unanimidad, 4x0).

Indicación N° 12

La **indicación N° 12, del Honorable Senador señor Ossandón**, es para suprimir en el inciso cuarto nuevo propuesto, la expresión "por escrito,".

La indicación permite manifestar por cualquier medio, y no sólo por escrito, la voluntad de revocar la autorización del consumidor.

La Comisión estimó subsumida esta indicación en la N° 6, que ya fue aprobada.

- En votación, la indicación N° 12 fue aprobada, con modificaciones, por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Pizarro, Quinteros y Tuma (Aprobada, con modificaciones; unanimidad, 4x0).

Indicación N° 13

La indicación N° 13, del Honorable Senador señor Navarro, es para sustituir el inciso sexto propuesto, por el siguiente:

“Las comunicaciones que se realicen vía telefónica no podrán efectuarse antes de las 9 ni después de las 20 horas. Tampoco podrán efectuarse en días sábado, domingo ni festivos.”

Los integrantes de la Comisión estimaron que la idea central de la indicación ya quedó incorporada al proyecto con la aprobación de la indicación N° 6, por lo que entiende subsumida su propuesta en lo ya aprobado.

- En votación, la indicación N° 13 fue aprobada, con modificaciones, por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Pizarro, Quinteros y Tuma (Aprobada, con modificaciones; unanimidad, 4x0).

Indicación N° 14

La indicación N° 14, del Honorable Senador señor Navarro, es para agregar el siguiente inciso séptimo, nuevo:

“En caso de incumplimiento a lo dispuesto en los incisos anteriores, el proveedor será sancionado con una multa de 75 hasta 150 unidades tributarias mensuales y, en caso de reincidencia, dicha multa aumentará al doble. Lo anterior, sin perjuicio de lo contenido en el artículo 3, letra e) de esta ley, en caso de provocar daño al consumidor.”.

La indicación contempla las multas con que se sancionará a los infractores de las normas en estudio.

La Comisión tuvo presente que la indicación N° 6, ya aprobada, establece que las sanciones aplicables serán las indicadas en el artículo 24 de la L.P.C. En dicha norma se contemplan multas, para infracciones generales, que llegan hasta las 50 UTM, que en caso de reincidencia aumentan al doble. Con esta indicación se aumentan los límites establecidos hoy en las reglas generales de la L.P.C.

El señor Andrés Herrera agregó que el proyecto de ley que fortalece al SERNAC, actualmente en tramitación, contempla multas generales que pueden alcanzar las 300 UTM. Es decir, esta indicación haría menos estrictas las sanciones.

- En votación, la indicación N° 14 fue rechazada por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Pizarro, Quinteros y Tuma (Rechazada; unanimidad, 4x0).

Indicación N° 15

La **indicación N° 15, del Honorable Senador señor Ossandón**, es para agregar al artículo 28 B, el siguiente inciso séptimo nuevo:

"Asimismo, los proveedores no podrán transferir a terceros los datos personales del consumidor a menos que consienta de aquello en las formas previstas en este artículo, y cuando dicha transferencia se realice con el objeto de ejecutar materialmente la comunicación promocional o publicitaria."

El objetivo de la indicación es prohibir a los proveedores la transferencia de datos personales de los consumidores, cuando éstos no han prestado su autorización.

El **Honorable Senador señor Tuma** manifestó su preocupación por los casos en que los proveedores tercerizan las comunicaciones. ¿Qué pasa cuando el proveedor le encarga a una agencia de publicidad que envíe mensajes publicitarios o promocionales a los clientes? Con esta prohibición esa agencia no podrá recibir los datos personales reunidos por el proveedor y no podrá cumplir su función. No se pueden rigidizar las relaciones de comercio y de publicidad.

Al respecto, el **Honorable Senador señor Pizarro** sostuvo que esta norma no representa realmente un problema. La prohibición se refiere a la entrega de datos personales por parte de los proveedores a terceros, que en la situación planteada por el **Honorable Senador señor Tuma** serían las agencias de publicidad. Éstas pueden cumplir su encargo, sin que el proveedor le entregue la base de datos.

El **Honorable Senador señor Tuma** opinó en contrario. Señaló que el proveedor necesariamente tiene que hacer transferencia de datos. Si no fuera así, ¿cómo se contacta la agencia de publicidad con los clientes?

El **Honorable Senador señor Pizarro** consideró que basta con que el proveedor entregue la dirección o el teléfono del cliente, sin identificar a la persona con su nombre y RUT.

El señor Adrián Fuentes aclaró que el concepto de datos personales es amplio: también comprende dirección y teléfono, y en general cualquier elemento que permita identificar a una persona.

Si bien la transferencia de datos personales está regulada de manera general en la ley N° 19.628, es un tema que se debe revisar, ya que existe un área gris. Actualmente se venden bases de datos, que muchas veces contienen antecedentes de personas que no han otorgado su autorización para ello.

Este proyecto de ley establece una regla clara y precisa en relación con la finalidad para la que se presta el consentimiento. La posibilidad de transferencia de datos personales de un cliente requiere que se comuniqué previamente a éste.

La indicación establece una prohibición, pero no señala claramente quién entrega el consentimiento y eso se presta para interpretaciones en diferentes sentidos.

Para solucionar el problema expuesto por los representantes del Ejecutivo, la Comisión acordó intercalar el término “éste”, a continuación de la expresión “a menos que”.

- En votación, la indicación N° 15 fue aprobada, con modificaciones, por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Pizarro, Quinteros y Tuma (Aprobada, con modificaciones; unanimidad, 4x0).

Indicación N° 16

La **indicación N° 16, del Honorable Senador señor Ossandón**, es para agregar al artículo 28 B, el siguiente inciso octavo nuevo:

“El que transfiera a terceros los datos personales del consumidor sin contar con la autorización necesaria, y aquel a quien le han sido transferidos dichos datos personales, serán sancionados con multa de 20 a 200 Unidades Tributarias Mensuales el primero, y de 200 a 1000 Unidades Tributarias mensuales el segundo cuando no representare la falta de autorización del consumidor o cuando hiciere uso de aquellos datos personales para comunicaciones promocionales o publicitarias de cualquier tipo. De la misma forma, será sancionado con multa de 200 a 1000 Unidades Tributarias Mensuales aquel que sin contar con la autorización necesaria, y cuyo giro o actividad principal sea el envío de comunicaciones promocionales o publicitarias, utilice los datos personales del consumidor para el envío de dichas comunicaciones; de realizarlo por encargo de un tercero, serán solidariamente responsables.”.

La finalidad de esta indicación es fijar las sanciones aplicables a quienes transfieren y reciben datos personales de los consumidores, sin la autorización de éstos.

En atención a los mismos argumentos sostenidos durante el debate de la indicación N° 14, los miembros de la Comisión decidieron rechazar esta indicación.

- En votación, la indicación N° 16 fue rechazada por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Pizarro, Quinteros y Tuma (Rechazada; unanimidad, 4x0).

o o o o o

Artículos transitorios

Indicación N° 17

La indicación N° 17 de los Honorables Senadores señora Pérez y señores Pizarro y Tuma para incorporar un artículo transitorio en el proyecto de ley del siguiente tenor:

“Artículo transitorio.- La presente ley entrará en vigencia transcurridos seis meses desde su publicación en el Diario Oficial.”

La indicación tiene por objeto regular la entrada en vigencia de la ley.

- En votación, la indicación N° 17 fue aprobada por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Pizarro, Quinteros y Tuma (Aprobada; unanimidad, 4x0).

Indicación N° 18

La indicación N° 18 del Honorable Senador señor Ossandón para agregar el siguiente artículo transitorio:

"Artículo Transitorio... - Aquellos proveedores o terceros que actualmente realizan envíos de comunicaciones promocionales o publicitarias deberán, dentro de los 120 días siguientes a la aprobación de esta ley, requerir de la autorización señalada en el artículo 28 B de la ley 19.496."

Considerando que la indicación n° 17 cumple la misma función que plantea la presenta indicación, la Comisión decidió rechazar este artículo transitorio.

- En votación, la indicación N° 18 fue rechazada por la unanimidad de los miembros presentes de la Comisión, Honorables Senadores señores Moreira, Pizarro, Quinteros y Tuma (Rechazada; unanimidad, 4x0).

o o o o o

MODIFICACIONES

ARTÍCULO 1º

Número 2

◦ ◦ ◦ ◦

-Ha intercalado el siguiente punto, nuevo, del siguiente tenor:

“2.1. Reemplázase el inciso primero por el siguiente:

“Artículo 28 B.- Toda comunicación promocional o publicitaria deberá contener la materia o asunto sobre el que versa, la identidad del emisor y un domicilio, teléfono o dirección electrónica válidos a los que el consumidor pueda dirigirse.”. **(Indicación N° 2, con modificaciones) (Unanimidad, 4x0).**

◦ ◦ ◦ ◦

2.1.

Ha pasado a ser 2.2.

Inciso segundo

--Ha intercalado entre las palabras “autorizado expresamente” y la coma que la sigue (,), lo siguiente: “de manera previa y específica” **(Artículo 121 del Reglamento de la Corporación). (Unanimidad, 4x0).**

--Ha reemplazado el punto aparte (.) por una coma (,) y ha agregado, a continuación, lo siguiente: “los cuales estarán a disposición de los órganos del Estado competentes como asimismo de los propios consumidores, que así lo requieran.”. **(Indicación N° 5) (Unanimidad, 4x0).**

2.2.

Ha pasado a ser 2.3.

--Ha reemplazado los incisos tercero, cuarto, quinto y sexto, nuevos, por los siguientes incisos tercero a noveno, nuevos:

“La autorización del consumidor a la que se refiere el inciso anterior no podrá incorporarse como cláusula en un contrato de adhesión.

El consumidor siempre podrá revocar dicha autorización.

Los proveedores deberán contar con mecanismos o procedimientos electrónicos para recibir las solicitudes de revocación señaladas en el inciso anterior, lo cual deberá ser informado al Servicio Nacional del Consumidor para su seguimiento y control.

Un reglamento determinará la forma, condiciones y requisitos que deberá cumplir la autorización y la revocación señalada en los incisos anteriores.

Las comunicaciones promocionales o publicitarias que se realicen vía telefónica no podrán efectuarse antes de las 8 ni después de las 20 horas. Tampoco podrán efectuarse en días sábados ni feriados.

El envío de comunicaciones publicitarias a un consumidor que haya revocado la autorización será sancionado de conformidad a lo dispuesto en el artículo 24 de la presente ley.

Asimismo, los proveedores no podrán transferir a terceros los datos personales del consumidor a menos que éste consienta de aquello en las formas previstas en este artículo, y cuando dicha transferencia se realice con el objeto de ejecutar materialmente la comunicación promocional o publicitaria.”. **(Indicaciones N°s. 6, 9, 11, 12, 13 y 15, con modificaciones). (Unanimidad, 3x0, las N°s 6 y 9, y 4x0, las demás).**

o o o o

--Ha incorporado el siguiente artículo transitorio, nuevo:

“Artículo transitorio.- La presente ley entrará en vigencia transcurridos seis meses desde su publicación en el Diario Oficial.”. **(Indicación N° 17). (Unanimidad, 4x0).**

o o o o

TEXTO DEL PROYECTO APROBADO EN PARTICULAR

Se inserta a continuación el texto del proyecto que la Comisión de Economía propone aprobar en particular:

PROYECTO DE LEY:

“Artículo 1°. Modifícase la Ley N° 19.496 en el siguiente sentido:

1. Agrégase al inciso primero del artículo 3° la siguiente letra g) nueva:

"g) La protección de su vida privada en sus relaciones de consumo.

2. Introdúzcanse las siguientes modificaciones al artículo 28 B:

2.1. Reemplázase el inciso primero por el siguiente:

"Artículo 28 B.- Toda comunicación promocional o publicitaria deberá contener la materia o asunto sobre el que versa, la identidad del emisor y un domicilio, teléfono o dirección electrónica válidos a los que el consumidor pueda dirigirse."

2.2. Reemplácese el inciso segundo por el siguiente:

"Los proveedores sólo podrán dirigir comunicaciones promocionales o publicitarias a los consumidores por medio de llamados, servicios de mensajería telefónico o cualquier otro medio electrónico cuando éstos lo hayan autorizado expresamente de manera previa y específica, lo que constará en los registros que al efecto deberán llevar los proveedores, los cuales estarán a disposición de los órganos del Estado competentes como asimismo de los propios consumidores, que así lo requieran."

2.3. Agréguese los siguientes incisos tercero a noveno, nuevos:

"La autorización del consumidor a la que se refiere el inciso anterior no podrá incorporarse como cláusula en un contrato de adhesión.

El consumidor siempre podrá revocar dicha autorización.

Los proveedores deberán contar con mecanismos o procedimientos electrónicos para recibir las solicitudes de revocación señaladas en el inciso anterior, lo cual deberá ser

informado al Servicio Nacional del Consumidor para su seguimiento y control.

Un reglamento determinará la forma, condiciones y requisitos que deberá cumplir la autorización y la revocación señalada en los incisos anteriores.

Las comunicaciones promocionales o publicitarias que se realicen vía telefónica no podrán efectuarse antes de las 8 ni después de las 20 horas. Tampoco podrán efectuarse en días sábados ni feriados.

El envío de comunicaciones publicitarias a un consumidor que haya revocado la autorización será sancionado de conformidad a lo dispuesto en el artículo 24 de la presente ley.

Asimismo, los proveedores no podrán transferir a terceros los datos personales del consumidor a menos que éste consienta de aquello en las formas previstas en este artículo, y cuando dicha transferencia se realice con el objeto de ejecutar materialmente la comunicación promocional o publicitaria.”.

Artículo 2°. Introdúzcanse las siguientes modificaciones al artículo 4 de la Ley N° 19.628:

Elimínese del inciso 5° la oración: "o sean necesarios para comunicaciones comerciales de respuesta directa o comercialización o venta directa de bienes o servicios".

Artículo transitorio. La presente ley entrará en vigencia transcurridos seis meses desde su publicación en el Diario Oficial.”.

Acordado en sesión celebrada el día 17 de agosto de 2016, con la asistencia de los Honorables Senadores señor Iván Moreira Barros (Presidente), señora Lily Pérez San Martín y señores Jorge Pizarro Soto, Rabindranath Quinteros Lara y Eugenio Tuma Zedán.

Sala de la Comisión, a 29 de agosto de 2016.

PEDRO FADIC RUIZ
Abogado Secretario de la Comisión

RESUMEN EJECUTIVO

SEGUNDO INFORME DE LA COMISIÓN DE ECONOMÍA recaído en el proyecto de ley, en primer trámite constitucional, que modifica las leyes N°s 19.496 y 19.628, para regular la protección de la vida privada en lo relativo al envío de publicidad.

BOLETÍN N° 10.133-03.

I. PRINCIPALES OBJETIVOS DEL PROYECTO PROPUESTO POR LA COMISIÓN: Actualizar la legislación en materia de protección de los consumidores, ante el escenario de desarrollo masivo de la publicidad y de ofertas de servicios no solicitados por ellos, que se efectúan vía telefónica y a correos electrónicos privados. Lo anterior, de modo de velar por derechos fundamentales de los consumidores como son el respeto a la vida privada, el acceso y uso de números de teléfono y direcciones de correo electrónico privados, y evitar el envío de información sin su consentimiento y sin regulaciones mínimas que reguarden las horas de descanso y la vida privada de las personas.

II. ACUERDOS:

Indicación N° 1: Rechazada **(Unanimidad, 5x0)**.

Indicación N° 2: Aprobada con modificaciones **(Unanimidad, 4x0)**.

Indicación N° 3: Rechazada **(Unanimidad, 4x0)**.

Indicación N° 4: Retirada.

Indicación N° 5: Aprobada **(Unanimidad, 4x0)**.

Indicación N° 6: Aprobada con modificaciones **(Unanimidad, 3x0)**.

Indicación N° 7: Rechazada **(Unanimidad, 4x0)**.

Indicación N° 8: Rechazada **(Unanimidad, 3x0)**.

Indicación N° 9: Aprobada con modificaciones **(Unanimidad, 3x0)**.

Indicación N° 10: Rechazada **(Unanimidad, 3x0)**.

Indicación N° 11: Aprobada con modificaciones **(Unanimidad, 4x0)**.

Indicación N° 12: Aprobada con modificaciones **(Unanimidad, 4x0)**.

Indicación N° 13: Aprobada con modificaciones **(Unanimidad, 4x0)**.

Indicación N° 14: Rechazada **(Unanimidad, 4x0)**.

Indicación N° 15: Aprobada con modificaciones **(Unanimidad, 4x0)**.

Indicación N° 16: Rechazada **(Unanimidad, 4x0)**.

Indicación N° 17: Aprobada (**Unanimidad, 4x0**).

Indicación N° 18: Rechazada (**Unanimidad, 4x0**).

III. ESTRUCTURA DEL PROYECTO APROBADO POR LA COMISIÓN:

El proyecto de dos artículos permanentes y uno transitorio.

V. URGENCIA: No tiene.

VI. ORIGEN INICIATIVA: Moción de los Honorables Senadores señor Tuma, señora Pérez y señores Harboe y Pizarro.

VII. TRÁMITE CONSTITUCIONAL: Primer trámite.

VIII. TRAMITACIÓN EN EL SENADO: La iniciativa ingresó a tramitación en el Senado el día 17 de junio de 2015, pasando a la Comisión de Economía. Fue aprobado en general por el Senado en sesión de 15 de diciembre de 2015, fecha en la que se abrió un plazo para presentar indicaciones hasta el día 18 de enero de 2016. Posteriormente, con fecha 15 de junio de 2016 se abrió un nuevo plazo para el efecto, hasta las 12 horas del día 4 de julio de 2016.

IX. TRÁMITE REGLAMENTARIO: Segundo informe.

X. LEYES QUE SE MODIFICAN O QUE SE RELACIONAN CON LA MATERIA:

- Constitución Política de la República, artículo 19, N° 4° que asegura a todas las personas el respeto y protección a la vida privada y a la honra de la persona y de su familia.
- Ley N° 19.628, sobre protección de la vida privada.
- Ley N° 19.496, sobre protección de los derechos del consumidor.

Valparaíso, a 29 de agosto de 2016.

PEDRO FADIC RUIZ
ABOGADO SECRETARIO DE LA COMISIÓN