Modifica la ley N°19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para regular las opciones del cliente ante el retardo o no entrega, del bien comprado

Boletín N° 13623-03

Antecedentes

El avance de las nuevas tecnologías de la mano del desarrollo de Internet ha permeado prácticamente todos los ámbitos de la vida moderna.

Uno de los sectores que más se ha visto beneficiado y que ha crecido considerablemente es el denominado comercio electrónico.

El inicio del comercio electrónico algunos lo remontan cercano al año 1920 en Estados Unidos cuando se implementó por primera vez la venta por catálogo. Era la primera vez que existía la posibilidad de comprar algo sin tenerlo directamente a la vista.

Posteriormente con la aparición de la computadora y la televisión entre los años 70 y 80, se modernizó el comercio por catálogo con las denominadas “televentas”.

Luego con la llegada del Internet, el comercio electrónico se masificó a nivel global. A finales de los 90’s aparecieron Ebay y Amazon en Estados Unidos empresas que subsisten al día de hoy y reportando grandes ganancias en los últimos años. En efecto, Jeff Bezos, fundador y director ejecutivo de la empresa Amazon es considerado como la persona más rica del mundo de acuerdo con la lista de la revista Forbes desde el año 2017.

De acuerdo con el Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva de España, se define el comercio electrónico como:

“Toda transacción económica consistente en la contratación de productos y/o servicios entre un oferente y un consumidor, en la que la oferta por parte del oferente y la aceptación por parte del consumidor se realizan enteramente a través de un medio electrónico de comunicación a distancia”

Claramente la incorporación del comercio electrónico ha significado un gran avance e implicado un gran impulso a la economía ya que en países como Estados Unidos, la venta online ha superado largamente a la venta presencial. Hoy en día se pueden adquirir toda clase de bienes y servicios vía online mientras que hace algunos años era mucho más limitada la oferta.

Nuestro país tampoco ha estado exento de este fenómeno que llegó para quedarse y paulatinamente se ha ido abriendo paso, no solo de mano de grandes empresas de retail sino que también con una gran participación de micros, pequeñas y medianas empresas en el mercado. Según la Cámara de Comercio de Santiago, el *e-commerce* creció un 37% durante el año 2019 y representó un volumen de cerca de US$ 4.500 millones en los primeros 9 meses de ese año. Incluso en el escenario de pandemia que vivimos, el comercio electrónico se ha transformado en un gran protagonista. La Cámara de Comercio de Santiago señaló recientemente que las ventas del comercio minorista online se incrementaron casi en un 190% considerando los últimos 12 meses.

Ahora bien, junto con este avance tecnológico también se ha ido avanzando en una mejor regulación, sobre todo para proteger a los consumidores.

De acuerdo con el Estudio Sobre la Información que Proporcionan los Proveedores de Comercio Electrónico en Chile desde la Perspectiva de la Protección del Consumidor elaborado por el Servicio de Protección al Consumidor en abril de 2015, diversas normas se han ido incorporando a la Ley 19.496 que Establece Normas Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores en materia de comercio electrónico debido al masivo uso y celebración de contratos que se realizan por parte de los consumidores por esta vía, tomando particular importancia las normas sobre publicidad y promociones u ofertas.[1]

[1] https://www.sernac.cl/portal/619/articles-4136_archivo_01.pdf

La preocupación por una mejor regulación en la materia, también ha llegado a organismos internacionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, que en este sentido ha señalado: “A los consumidores que participen en el comercio electrónico debe otorgárseles una protección transparente y efectiva que no sea inferior al nivel de protección que se otorga en otras formas de comercio”

En esa línea, la ley 19.496 ha ido incorporando derechos específicos en el marco del comercio electrónico, por ejemplo:

1. Derecho a retracto: Art. 3 bis letra a)
2. Derechos en materia de formación del consentimiento: Art. 12 A.
3. Derechos en materia de Comunicaciones Promocionales
   - Publicitarias: Art. 28 B
4. Derechos especiales en materia de información: Art. 32

Naturalmente y con la rápida evolución de este mercado, es necesario ir mejorando la actual normativa para proteger de mejor manera a los consumidores.

En este sentido, existen una serie de malas prácticas por parte de los proveedores que muchas veces dejan en indefensión a los consumidores. Malas prácticas que reiteradas en el tiempo resultan en un abuso inaceptable, sobre todo tratándose de grandes compañías en las que los usuarios depositan su confianza al realizar una compra o contratar algún servicio.

Una de las denuncias que más hemos recibido se trata de aquellos casos en que la empresa vende un producto que no tiene en stock. Ante esta situación claramente nos encontramos con un caso de incumplimiento grave. La ley 19.496 no hace expresa referencia a esta situación y solo se

comprendería dentro del incumplimiento genérico a que hace referencia la letra e) del artículo 3º, sin embargo, aplicando las reglas generales, la persona podría demandar la resolución del contrato, en virtud del incumplimiento de una de las parte y recibir la restitución de que hubiere pagado y una indemnización de perjuicios en su caso.

Ahora bien, nos parece que la situación antes descrita es de extrema gravedad y se dá sobre todo en el comercio electrónico donde no siempre están actualizadas las páginas web de las diferentes empresas. Pero es más grave aún cuando la empresa a sabiendas de que no posee el producto en stock, lo mantiene disponible para la compra en su plataforma virtual. Esto produce una venta prácticamente forzosa ya que luego de informar al cliente de que no tiene stock disponible, ofrecen otros productos equivalentes, precisamente para no perder la venta. En caso de que el cliente requiera la devolución del dinero, muchas veces solo le ofrecen una gift card para comprar dentro de la misma tienda o bien demoran demasiado en realmente devolver el precio en dinero. Estas prácticas son inaceptables, ya que incluso se puede deducir mala fe en su actuar y creemos que deben existir derechos directamente exigibles por parte de los consumidores cuando se enfrente a este tipo de abusos.

Idea matriz

El objeto central de este proyecto es otorgar un derecho expreso a los consumidores en la ley Nº19.496 que Establece Normas Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, para el caso en que compre un producto que el proveedor no tiene en stock al momento de la venta y para el caso en que el proveedor no entregare el producto en el plazo convenido. En dichas situaciones se busca que el consumidor tenga 2 opciones:

1. Obtener la devolución inmediata de lo que hubiere pagado en dinero y una indemnización equivalente al valor del producto, cuyo

monto podrá ser pagado en otros productos disponibles por el proveedor.

2. Optar por otro u otros productos, a elección del consumidor, que tenga disponible el proveedor, de un valor de hasta un 100% mayor a lo que hubiere pagado.

Creemos que establecer un derecho de reparación expreso e inmediato en esta materia, claramente otorgará mayor y mejor protección ante los abusos que se dan en la práctica, que si bien se da con mayor frecuencia en el comercio electrónico, se establece para cualquier tipo de modalidad.

En virtud de los antecedentes anteriormente expuestos, los diputados y diputadas abajo firmantes vienen en someter a la consideración de esta Honorable Cámara de Diputados, el siguiente:

PROYECTO DE LEY

ARTÍCULO ÚNICO: Introdúzcase un nuevo Artículo 19 bis a la ley Nº 19.496 que Establece Normas Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, del siguiente tenor:

“Artículo 19 bis.- En caso de que el proveedor venda un producto que no tiene disponible en stock al momento de la venta, o si el proveedor no cumpliere con la entrega en el plazo convenido, el consumidor tendrá el derecho a elegir uno de los siguientes mecanismos de reparación:

1. Obtener la restitución íntegra e inmediata de lo que hubiere pagado por el producto en dinero, y una indemnización equivalente al valor del producto, cuyo monto podrá ser pagado en otros productos disponibles por el proveedor.

2. Optar por la entrega de otros productos disponibles, a elección del consumidor, que en su totalidad sean de un valor de hasta un 100% mayor a lo que hubiere pagado.”



H.D. Francesca Muñoz G.