Modifica la ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores en orden de regular las formalidades del otorgamiento del consentimiento por parte de los consumidores en las ventas de bienes y servicios efectuados por vía telefónica
Boletín N° 5835-03

I- NUEVAS FORMAS DE ACCEDER A LOS CONSUMIDORES.

- Atrás han quedado los tiempos en que se esperaba pacientemente que los consumidores se acercaran a los proveedores de un producto o servicio. Ahora se busca a los clientes por todos los medios posibles para ofrecerles una infinidad de bienes y servicios y se despliegan estrategias para lograr que el potencial cliente adquiera el bien o servicio en ese acto. En este caso, el contacto de¡ cliente por vía de teléfonos de red fija o móviles se ha ido masificando cada vez más.

- Estamos, entonces frente a una nueva forma de celebrar actos y contratos. En esta modalidad el cliente escucha en escasos minutos la oferta del producto o servicio que pueden ir desde planes de minutos de telefonía, hasta ofertas de seguros de vida o salud.

- La oferta la efectúa un operador de telemarketing o de sistema crm quien se identifica como funcionario de una determinada empresa. Luego pregunta si puede conversar con "la dueña de casa" o en algunos casos, pide hablar con un cliente determinado. A continuación, se lleva a cabo la descripción del producto o servicio, las condiciones de contratación y el monto a pagar por el producto o servicio. Finalmente, solicita al cliente que preste su consentimiento en orden a celebrar el acto o contrato, finalizando la conversación.

- Hemos efectuado una descripción bien simple y didáctica para identificar sólo algunas de las circunstancias que pueden debilitar el valor que tienen estos contratos consensuales. Veamos:

1 - Ninguna de las partes involucradas en la conversación telefónica sabe, a ciencia cierta, la identidad del otro.
2 - El operador supone que la persona con la que conversa es capaz de manifestar su consentimiento y celebrar un contrato válido.
3 - El cliente entiende la información con el poco tiempo que posee para comparar y pensar en su decisión.
4 - Como estos contratos son verbales, no existen señales tangibles que posibiliten al cliente el ejercicio del derecho de retracto previsto en el artículo 3 bis de la ley N° 19.496.
5 - Estas conversaciones no siempre son grabadas y a veces los son parcialmente. En esos casos no se le entrega al cliente el número de transacción con el que puede requerir el registro de audio de la conversación en caso de conflicto o de reclamo.

II- CONTENIDO DEL PROYECTO.

- Este proyecto busca proteger a los consumidores frente a las ofertas de productos y servicios ofrecidas por teléfonos. Para ello se considerará que los actos y contratos celebrados por dicha vía sólo se entenderán perfeccionados una vez que hayan sido ratificados por escrito por el cliente.
- Previo a la aceptación, las empresas que ofrezcan productos y servicios deberán hacer llegar al cliente la oferta del producto por escrito, pudiendo usarse para tales efectos, medíos electrónicos.
- Las ofertas que se efectúen por esta vía no podrán incluir presiones de ningún tipo que presionen al cliente a prestar su consentimiento en ese instante.
- El plazo de retracto previsto en el artículo tercero se contará desde la data de otorgamiento del consentimiento por escrito por parte del cliente.

POR TANTO,

En virtud de las consideraciones expuestas, de lo previsto en e! artículo 65 de la Constitución Política de la República de Chile, lo expuesto en el artículo 12 de la ley N® 18.918 en concordancia con el Reglamento Interno de la H. Cámara de Diputados vengo en presentar el siguiente:

PROYECTO DE LEY

ARTÍCULO ÚNICO: Agrégase un nuevo artículo 12 B a la ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores:

"Artículo 12 B: Los actos y contratos sobre productos y servicios, realizados por vía telefónica sólo se entenderán perfeccionados una vez que el cliente contratante manifieste por escrito su voluntad de adquirir el producto o contratar el servicio. No se considerará válida la aceptación prestada por el cliente mediante la digitación de alguna señal en el equipo telefónico.

Los proveedores que emplean esta modalidad de ventas deberán cumplir con las siguientes obligaciones:

a) Grabar en su integridad la conversación sostenida con el cliente y mantenerla en custodia durante 120 días. Los representantes telefónicos de **aquellos deberán proporcionar al cliente el número de registro de la operación.**

b) Dentro del plazo de 7 días hábiles, contados a partir de la data de comunicación telefónica, deberá hacer llegar al consumidor la oferta por escrito del producto o servicio a que se refiere este artículo. Esta podrá ser enviada por vía electrónica o por cualquier medio de comunicación que garantice el debido y oportuno conocimiento del consumidor, en los términos antes señalados.

c) Una vez perfeccionado el contrato, estarán obligados a enviar confirmación escrita y copia íntegra, clara y legible de! mismo, lo que podrá llevar a cabo del modo a que refiere la letra b) del presente articulo. A contar de esa data se contará el plazo para el ejercicio del derecho de retracto previsto e el artículo 3 bis de la presente ley."