Modifica la ley N°19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, en materia de restitución del valor pagado cuando la compra, efectuada por medios electrónicos o a distancia, se hubiere interrumpido u obstaculizado por razones no imputables al cliente

Boletín N° 13616-03

Fundamentos y antecedentes

Las ventas a distancia son una modalidad ya desarrollada de comercio, compra y venta de productos a nivel mundial. Distintas compañías, de enorme tamaño, como *Amazon*, *E Bay*, *Ali Express*, entre otras, han explotado este mecanismo que permite la compra por medios digitales, comúnmente internet y la recepción del producto mediante despacho.

Hoy, en momentos en que el mundo entero atraviesa por una crisis sanitaria a raíz de la propagación del virus SARSCoV2 y de la patología COVID19, esta modalidad de abastecimiento y compra de bienes se ha hecho todavía más útil y hasta necesaria. Algunos reportajes informan que ha crecido en más de 50% desde febrero a la fecha para algunos proveedores[1], mientras otras estadísticas sostienen que esta modalidad ya venía en total crecimiento: al menos un 39% durante 2018[2].

Lo que también es cierto, es que esta modalidad de comercio diluye en gran medida las relaciones entre consumidores y proveedores. Esto tiene efectos sociales importantes, pues la relación de los clientes ya no es con una "persona" que oye y con la cual se relacionan, sino con una burocracia, lo cual ya había comenzado a ocurrir con la masificación de las grandes tiendas. De este modo, la relación pierde cierta humanidad que antes existía con mucha mayor fuerza, por ejemplo, cuando la compra del bien o servicio se realizaba directamente con el dueño del bien o quien presta el servicio, como ocurre con en los almacenes (cada día en peligro de extinción) Esto tiene, como es obvio, aspectos buenos y malos, pero no debemos dejar de mirar con cierta preocupación esta des-personificación de las relaciones comerciales.

Otro efecto colateral de lo anterior es que la des-personificación tiende a afectar la confianza[3]. Ello se relaciona, por otro lado, con la dificultad para ejercer y resguardar los derechos que consagra la ley N° 19.496

---

[1] Nota de prensa disponible en: https://www.abc.es/economia/abci-crisis-sanitaria-nuevo-impulso-compras-online-y- dinero-virtual-202003220245_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

[2] Nota de prensa de la Cámara Nacional del Comercio disponible en: https://www.cnc.cl/ventas-online-crecen-un-394- durante-2018-mostrando-una-tendencia-al-alza/

[3] Andrade Ramírez, Víctor (2015): "Derecho del Consumo. Un breve relato de sus fundamentos teóricos, desarrollos y nuevas tecnologías", Memoria para optar al grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales, Santiago. Ver en: http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/130041/Derecho-del-consumo-un-breve-relato-sobre-sus- fundamentos-te%C3%B3ricos-desarrollos-y-nuevas-tendencias.pdf?sequence=1&isAllowed=y

, que establece normas sobre protección de los derechos del consumidor. Efectivamente, las compras a distancia no alteran en nada la multiplicidad de derechos que asisten a todos los consumidores, como pueden ser los relativos a información, seguridad, calidad y otros. Con todo, la distancia o la compra por medios electrónicos sí altera en cierta medida la forma de reclamarlos, pues no existe la inmediatez con que opera la relación comercial presencial. Así, por ejemplo, puede existir ciertos problemas en la exigencia de una garantía, un cambio o una devolución, puesto que no existe una inmediatez en la respuesta a diferencia de si la compra es presencial. Con todo, la modalidad de compra y provisión de bienes vía electrónica y a distancia es un dato de la causa que va en aumento y hoy, de hecho, es fundamental para cumplir con las recomendaciones sanitarias de distanciamiento social aconsejadas por la Organización Mundial de la Salud para todo el planeta.

Por lo mismo, un aspecto relevante es la restitución en el valor pagado cuando la compra se ha interrumpido u obstaculizado por un motivo ajeno al cliente. Por ejemplo, al adquirir un producto determinado que, toda vez procesada y pagada la compra, no está disponible o bien cuando el envío y/o la entrega del producto no es posible, también por causas que no dependen de la voluntad del cliente.

En estos últimos casos, pareciera ser de todo inequitativo obligar a los clientes o consumidores a cargar con dichas situaciones, una vez que ya han enterado el pago, en el sentido de esperar un procedimiento extenso de restitución. Por ello, se propone una obligación legal para proveedores consistente en restituir el monto percibido en un plazo no superior a 24 horas una vez constatado el impedimento que verificó la frustración en la compra, ya sea este la no disponibilidad en stock, problemas con el despacho o entrega y cualquiera otro de similar naturaleza. Para este fin, podrán abonar mediante transferencia electrónica a la cuenta corriente del comprador, el monto, disponiendo asimismo de otras alternativas existentes o bien que vayan surgiendo para el mismo fin.

Idea Matriz

El presente proyecto modifica la ley sobre protección de los derechos de los consumidores con el objeto de consagrar la obligación legal de todo proveedor consistente en restituir, en un plazo no superior a 24 horas, el precio pagado por algún bien o producto que ha sido adquirido a distancia, por vía electrónica o habiéndose pactado una entrega diferida, en todas aquellas situaciones en que la venta se ve frustrada por motivos no imputables al consumidor.

Normativa vigente afectada por el proyecto

Ley N° 19.496 sobre protección de los derechos de los consumidores

Proyecto de ley

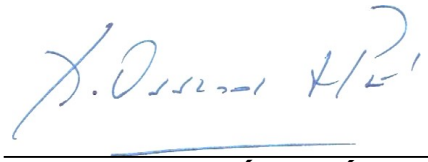
ARTÍCULO ÚNICO: agréguese, en la ley N° 19.496 sobre protección de los derechos de los consumidores, un nuevo artículo 12 B, pasando el actual artículo 12 B a ser el nuevo artículo 12 C, del siguiente tenor:

"En toda compraventa celebrada entre un consumidor y un proveedor en la cual la obligación de entrega deba cumplirse por medio de un despacho dirigido al domicilio que el consumidor designe en una época posterior a la celebración del contrato, el proveedor estará obligado a cumplir estrictamente con el plazo convenido, la identidad del bien comprado y las características atribuidas al bien por la publicidad o la información dispuesta al consumidor.

Cuando, por cualquier causa no imputable al consumidor, la entrega no se cumpliere dentro del plazo pactado, o bien el producto no correspondiere completamente con el producto ofrecido, el consumidor podrá resolver el contrato de compraventa, notificando al proveedor a través del medio remoto o electrónico que todo proveedor deberá habilitar para esos efectos. Realizado esto, el proveedor, sin necesidad de requerimiento adicional, deberá restituir el precio al consumidor a través del mismo medio de pago utilizado, en un plazo máximo de 24 horas desde que el consumidor manifestó la voluntad de resolver el contrato.

La restitución del presente inciso se incrementará de forma directa y automática, sin necesidad de declaración judicial, en un diez por ciento por cada día hábil de atraso. El máximo de incremento será de trescientos por ciento.

En caso de que la resolución del contrato haya sido motivada por la entrega de un producto que no cumple con las características ofrecidas, será cargo del proveedor volver al domicilio del consumidor para realizar el retiro del producto. El proveedor no podrá condicionar la restitución del precio indicada en el inciso anterior a la realización del retiro del producto."



XIMENA OSSANDÓN IRRÁZABAL
Diputada