**MODIFICA LA LEY N°19.496, QUE ESTABLECE NORMAS SOBRE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES, CON EL OBJETO DE EXIGIR A LOS PROVEEDORES CLARIDAD EN LA INFORMACIÓN QUE PROPORCIONAN POR MEDIOS AUDIOVISUALES O ELECTRÓNICOS**

**Boletín N°12225-03**

Fundamentos y antecedentes

Los servicios financieros ofrecidos por los bancos e instituciones de dicha índole son de total relevancia para el desarrollo. Así, productos como el crédito, el ahorro, las cuentas corrientes y la extensa gama de los que son ofertados por estos organismos, cumplen múltiples objetivos sociales: facilitan el acceso al financiamiento para el emprendimiento o para la obtención de bienes esenciales tales como vivienda y movilización propios, intermedian entre ahorrantes y empresas captadoras de inversión y logran que la gran mayoría de personas accedan a los servicios que facilitan la vida patrimonial.

Asimismo, los servicios financieros son de aquellos en que existe una gran asimetría de información, puesto que mientras los bancos e instituciones afines son empresas altamente tecnificadas y de gran envergadura, los clientes y consumidores corresponden, normalmente, a sujetos individuales con escasa información, que confían su patrimonio y contraen obligaciones en beneficio de los organismos inicialmente señalados.

Esta asimetría de información es entendida por la teoría económica como una falla de mercado y, en general, se produce toda vez que los agentes participantes del negocio bancario no poseen información acerca de su contraparte o acerca del negocio en que consentirán o bien la poseen en un grado de insuficiencia[1]. Esta misma vía explicativa nos señala que la asimetría de información es una falla de mercado en cuanto encarece los costos de transacción de las partes y muy especialmente para el caso de los clientes, ya que serán estos los que deberán gastar más en pos de obtener una información útil y suficiente para el negocio que persiguen[2].

En efecto, las instituciones financieras se encuentran en mejor pie para evaluar la idoneidad de los sujetos de crédito y el nivel de riesgo tolerable en razón del préstamo, servicio o producto a otorgar, dada su expertiz y envergadura y considerando además el hecho de que tanto la legislación bancaria, como la legislación de derechos del consumidor impone deberes de veracidad al cliente y lo sanciona drásticamente -incluso mediante una pena criminal- cuando falsea información, la oculta sin justificación u obtiene servicios de manera maliciosa generando un perjuicio en la entidad crediticia.

Los consumidores, en cambio, se encuentran naturalmente en una posición desventajosa para acceder a la información, generándose esta falla connatural al mercado financiero con su consecuente encarecimiento. Como se ha señalado por estudiosos de la materia: "*un mercado económico, en parte, se encuentra limitado*

1 Delvasto, Carlos (2006): "*Asimetrías de información, fallas del mercado crediticio y correctivos institucionales. El papel del Estado en la cobertura del mercado crediticio*." En: Revista Criterio Jurídico de la Pontificia Universidad Javierana de Cali, p. 220.

2 *Op. Cit.*, pp. 220-222.

*debido a los cotos de transacción intrínsecos a él y una forma de ampliar el mismo es disminuyendo los costos de transacción*"[3]

En dicho contexto y con el objeto de generar confianza entre los partícipes del mercado financiero, reduciéndose así los costos de diversa naturaleza asociados al sistema, diversas reformas legislativas han introducido obligaciones relativas a la entrega de información por parte de bancos e instituciones financieras. Ello ha sido así desde el punto de vista de la propia legislación bancaria, contenida en el Decreto con Fuerza de Ley N° 3 o Ley General de Bancos, en la normativa que emana desde la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras y en la ley de protección a los derechos de los consumidores.

Un ejemplo patente sobre la información que deben aportar las instituciones financieras son las obligaciones dispuestas en el Capítulo 18-8 de la Recopilación Actualizada de Normas (RAN) de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras – SBIF[4]. Allí, la Superintendencia ha dispuesto, entre otros deberes de informar, el de hacerlo con relación a la garantía estatal de los depósitos. Para ello, ha especificado en dicha norma cómo es que debe efectuarse esta difusión de información en el caso de publicidad audiovisual, escrita, difundida por medios electrónicos, dispuestas en soportes físicos, etc.

Es en el cumplimiento de esta obligación de índole administrativa que se observa un abuso por parte de las compañías, al establecer un sistema de difusión completamente ininteligible constituido por la locución "*infórmese sobre la garantía estatal de los depósitos en su banco o en www.sbif.cl*", la que es agregada al final de los spots publicitarios que se difunden en radio, televisión y medios electrónicos, en un tono, forma de pronunciamiento y velocidad que la hacen imposible de ser comprendida.

Para evitar abusos e incumplimientos como éste, es que la normativa sobre protección de los derechos de los consumidores especificó, en su artículo 17, cómo debe entregarse la información mínima cuando ello se hace por escrito en contratos de adhesión (tal como ocurre en el sistema financiero) Sin embargo, no ocurre lo mismo para la difusión verbal de esta información, siendo allí donde se produce la situación anteriormente descrita.

Se cree, entonces, que es necesario dotar de rango legal a la obligación de aportar información legible y clara cuando ella es difundida por medios audiovisuales o electrónicos. Esto va en directo beneficio de los consumidores, quienes se verán posibilitados de acceder a la información sobre el servicio o producto que les interesa de manera clara e inteligible.

## Idea Matriz

3 *Op. Cit.*, p. 224.
4 https://www.sbif.cl/sbifweb3/internet/archivos/norma_108_1.pdf

El presente proyecto modifica la ley general de bancos, con el objeto de obligar a las compañías e instituciones financieras regidas por dicha normativa a entregar información clara e inteligible sobre aspectos relevantes de los servicios y productos que ofrecen.

Ley vigente afectada por el proyecto

Artículo 17 A de la ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores

**Por todo lo dicho, los Diputados firmantes venimos en proponer el siguiente:**

Proyecto de Ley

**Artículo Único**: introdúzcase un nuevo artículo 17 A a la ley número 19.496, pasando el actual artículo 17 A a ser el 17 B y así sucesivamente, del siguiente tenor:

"*Cada vez que un proveedor se encuentre obligado a entregar y/o a difundir información por medios audiovisuales o electrónicos, esta difusión deberá hacerse de manera tal, que la información resulte clara e inteligible. Lo anterior será también exigible, cuando el proveedor decida voluntariamente efectuar la difusión de información.*

*La omisión en el cumplimiento de esta obligación se entenderá como una trasgresión a las disposiciones y obligaciones de la presente ley.*

*Se entenderá que la información difundida no es clara ni inteligible, en aquellos casos en que su velocidad de locución y forma de pronunciamiento hagan imposible su aprehensión por los consumidores.*

*La obligación anterior se entenderá especialmente extendida a las instituciones financieras regidas por el Decreto con Fuerza de Ley N° 3 de 1997 o Ley General de Bancos.*

*Los organismos reguladores, fiscalizadores y sectoriales que intervengan en el establecimiento de obligaciones similares a la aquí señalada o en su control y supervigilancia, podrán considerar, para la dictación de instrucciones y normativa de su competencia, la opinión técnica de especialistas tales como expertos en marketing, publicidad, fonoaudiología y otras áreas afines, que permita concluir un umbral mínimo de claridad e inteligibilidad de la información difundida."*