Modifica la ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para regular la difusión de comunicaciones promocionales y publicitarias por medio de llamadas telefónicas, servicios de mensajería de texto y correos electrónicos

---

Fundamentos

1. El avance de la tecnología ha facilitado notoriamente la difusión de bienes y servicios en la población. Como resultado, el sector publicitario ha experimentado un auge importante a raíz de las estrategias comerciales formuladas por las empresas a través de plataformas digitales y dispositivos móviles, cuya consecuencia más directa ha sido un aumento de la información de los consumidores y los niveles de competencia del mercado.

2. Sin perjuicio de ello, gran parte de los ciudadanos coincide en que las llamadas telefónicas y servicios de mensajería de texto se transforman en una molestia cuando los contactos son reiterados, ya que provocan interrupciones en sus rutinas y actividades cotidianas. En efecto, el panorama muestra que la frecuencia de la publicidad recibida principalmente a través de dispositivos móviles excede toda razonabilidad desde el punto de vista de los consumidores, quienes habitualmente denuncian que el número de llamadas telefónicas no deseadas -conocidas como spam- pueden alcanzar hasta más de 10 en un día.

3. Tal es el impacto de esta práctica a nivel país, que el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) implementó una plataforma especial denominada "No Molestar" por medio de la cual los interesados pueden manifestar en forma expresa su voluntad de que se eliminen sus datos de contacto dentro de los listados que manejan las empresas, excluyendo por cierto las llamadas con fines de cobranza[1].

4. Tras la implementación de esta herramienta, el mismo Servicio informó que el 57% de las solicitudes ingresadas están relacionadas con el envío de comunicaciones publicitarias y promocionales de empresas de telecomunicaciones dirigidas a teléfonos móviles[2]. Del mismo modo, señaló que, durante el año 2022, el número de solicitudes alcanzó un total de 334.972, registrando, además, 7.066 casos de aviso de

---

[1] Servicio Nacional del Consumidor. *"Solicitar NO recibir publicidad no deseada o spam (No Molestar)"*. Disponible en: https://www.sernac.cl/portal/617/w3-article-9184.html

[1] Servicio Nacional del Consumidor. Disponible en: https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-72232.html#:~:text=Durante%202022%2C%20el%20SERNAC%20recibi%C3%B3,de%20las%20bases%20de%20datos.

incumplimiento a raíz de que las empresas no eliminaron los datos del peticionario dentro del plazo otorgado[3].

5. La actual legislación consagra el derecho del consumidor a no seguir recibiendo publicidad no deseada. Al respecto, el inciso primero del artículo 28 B de la ley Nº19.496 dispone que *"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"*.

6. En la misma línea, el inciso segundo del artículo precitado señala que *"los proveedores que dirijan comunicaciones promocionales o publicitarias a los consumidores por medio de correo postal, fax, correos electrónicos, llamados o servicios de mensajería telefónicos, deberán indicar una forma expedita en que los destinatarios podrán solicitar la suspensión de las mismas. Solicitada ésta, el envío de nuevas comunicaciones quedará prohibido"*.

7. Sin embargo, la normativa vigente no establece un límite en el número de llamadas, mensajes de texto y correos electrónicos permitidos durante el día, detectándose en razón de ello una práctica comercial consistente en reiterar varias veces en una sola jornada, publicidad no deseada por el consumidor. Por esto, estimamos pertinente regular las condiciones en que las empresas actualmente difunden sus servicios, de manera tal que esa actividad comercial no se transforme en una molestia para los consumidores.

8. Para estos efectos, la presente propuesta legislativa restringe a una vez por día el número de comunicaciones publicitarias y promocionales permitidas, las que podrán ser realizadas únicamente de lunes a viernes, en horario de 09.00 a 18.00 horas. Además, consagra en esta materia el derecho al silencio positivo del consumidor, en virtud del cual se presumirá la intención de suspender el envío de la respectiva publicidad, si dentro del plazo de tres días contados desde el primer contacto efectuado por el proveedor, la persona no manifiesta su voluntad respecto de dicha suspensión.

En mérito de lo expuesto, los diputados que suscriben vienen en someter a la consideración del Congreso Nacional el siguiente:

Proyecto de Ley

Artículo Único: Modifícase el artículo 28 B de la ley Nº19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, en el siguiente sentido:

A) Incorpórase un inciso tercero, nuevo, del siguiente tenor: “El proveedor podrá efectuar las comunicaciones señaladas en los incisos precedentes una vez por día, de lunes a viernes, en horario de 9.00 a 18.00 horas, quedando prohibido dirigir correos electrónicos, mensajes de texto o llamadas telefónicas con estos fines durante días sábados, domingos y festivos.”.

B) Incorpórase un inciso cuarto, nuevo, del siguiente tenor: “Si el consumidor no manifiesta su voluntad respecto de la suspensión de las comunicaciones promocionales o publicitarias, dentro del plazo de tres días contado desde el primer contacto efectuado por el proveedor, se entenderá que ha solicitado dicha suspensión.”.

C) Incorpórase un inciso final, nuevo, del siguiente tenor: “El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado con multa a beneficio fiscal de tres a diez unidades tributarias mensuales.”.