Modifica la ley N° 19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, con el objeto de facilitar el trámite para que los proveedores suspendan el envío de promociones y publicidad no deseadas

Boletín N°12258-03

I. Fundamentos de la iniciativa

Nuestro país durante los últimos años ha ido reforzando su ordenamiento jurídico en lo que respecta a la defensa de los derechos de los consumidores, considerando la existencia de la Ley de Protección del Consumidor N° Ley 19.496 y sus posteriores y consecuenciales modificaciones que ha experimentado con el transcurrir de los años y el devenir de situaciones de abuso y transgresión de estos derechos.

La existencia de esta normativa y así como la del Servicio Nacional del Consumidor, organismo que vela por su cumplimiento, nos permite recalcar la instauración de una institucionalidad que confiere una protección importante y fundamental para el ejercicio de nuestros derechos, al mismo tiempo que las campañas de difusión contribuyen a generar una mayor conciencia en los propios consumidores y sumado además a los casos emblemáticos en lo que respecta a conductas sancionadas por los conglomerados económicos de nuestro país. No obstante ello, este entramado normativo posee algunas situaciones que no se encuentran reguladas, circunstancia que es aprovechada por algunas empresas, en general del ámbito de las telecomunicaciones para vulnerar intrínsecamente tales derechos consagrados en nuestra

legislación, o si bien se encuentran reguladas, no lo son de manera precisa o se encuentran un tanto alejadas de lo que sucede en la realidad.

En virtud de lo expuesto anteriormente, la Ley del Consumidor, en el Título III párrafo 1°, denominado "Información y Publicidad", en su artículo 28 B inciso segundo, dispone textualmente que *"Los proveedores que dirijan comunicaciones promocionales o publicitarias a los consumidores por medio de correo postal, fax, 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 estará prohibido".*

Que, atendido al tenor de la norma antes expuesta por su sola lectura se concluye que hoy cualquier persona puede finalizar sin más trámite los constantes llamados telefónicos que ofrecen información comercial de empresas de distintos rubros, sin embargo esto en la praxis está lejos de ocurrir. A modo de ejemplo, si una persona que ya posee un plan de telefonía suscrito con una determinada empresa, hoy la Ley no obsta ni garantiza que tal usuario no siga recibiendo insistentes llamadas de distintos tipos de ofrecimientos comerciales de otras compañías. A mayor abundamiento, se ha publicado a través de la prensa el caso del señor Raúl Otarola quien señala que a diario recibe llamadas desde el número 22-8177800 y al momento de responder no se escucha nada y la comunicación se corta, se señala además que "*La Subsecretaría de Telecomunicaciones, Subtel, no tiene ayuda en línea y cualquier reclamo debe hacerse en forma*

presencial. En tanto que en el Sernac le piden llenar datos para hacer un reclamo, "pero en contra de quién lo hago -dice-, si no sé de donde me llaman".[1]

Este mismo ejemplo se extiende a todo ámbito del quehacer comercial de las empresas en su afán de captar a nuevos clientes. En este sentido, la norma del artículo 28 B de la Ley del Consumidor si bien regula la situación descrita, se ha detectado una serie de problemas prácticos en su aplicación ya que en el caso de los llamados telefónicos no se cumple con el deber de entregar la manera de finalizar dichos llamados, en el caso del correo electrónico si bien se cumple con esta obligación, queda al arbitrio del proveedor lo "expedito" pudiendo ser a través de un link, una página, un formulario, etc., esto conlleva el traspaso de la carga al consumidor y no al proveedor que comete dichos actos.

En relación a lo anterior, hoy SERNAC posee una plataforma en línea denominada "No Molestar" que según se establece en su página web tiene como objetivo que el consumidor manifieste su voluntad expresa para que los proveedores que identifique**,** suspenda el envío de comunicaciones promocionales o publicitarias (publicidad no deseada) y sea borrado de los listados de envíos masivos que pueda recibir a través de correos electrónicos, llamados o servicios de mensajería telefónicos, y/o, envíos de publicidad impresa mediante correo convencional.[2]

---

[1] Disponible en http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=515902

[2] Disponible en https://www.sernac.cl/app/nomolestar/

Además de lo anterior, se señala también que para ejercer dicha manifestación de voluntad, se deberá previamente, ingresar datos personales y otorgar a SERNAC una autorización para el tratamiento de dichos datos, a fin de que sean usados con esta finalidad.[3]

Tal como se da cuenta, el mecanismo para terminar con estos ofrecimientos existe, sin embargo, no es un procedimiento identificado con la totalidad de los consumidores, ni tiene las facilidades correspondientes para manifestar esta voluntad de forma "expresa". Esto debido a que dentro del formulario de dicha solicitud, se deben indicar datos como nombre, rut, comuna de residencia, empresa que se desea terminar con el ofrecimiento, número del cual se remite dicho ofrecimiento, tipo de publicidad que no se desea recibir, etc.

Sin duda alguna que este proceso se vuelve tedioso y burocrático al momento de no querer recibir este tipo de publicidad, complejizándolo aún más a adultos mayores, o personas que no tienen los recursos económicos ni de tiempo para completar dicho formulario. Por otro lado, actualmente hay un sinnúmero de empresas que realizan esta dudosa práctica, tornando dificultoso para el consumidor identificar cada una de las empresas que ofrecen estos servicios.

II. Contenido de la iniciativa

El presente proyecto de ley, pretende simplemente establecer en el mismo artículo 28 B de la Ley del Consumidor

[3] Ibidem

que dicha suspensión se podrá realizar en la misma comunicación entre el consumidor y la empresa emisora, para lo cual basta que la persona que desea terminar con dicho servicio, manifieste expresamente ya sea de forma oral (en el caso de llamadas telefónicas), o escrita (mail, sms, etc.) que no desea seguir recibiendo este tipo de llamadas publicitarias, imponiendo el deber inmediato de finalizar y eliminar de los registros los datos del consumidor.

Como segundo punto, la moción actualiza el mismo artículo eliminando las expresiones “correo postal” y “fax”, y a su vez incorporando la de “correo electrónico” como medio de comunicación, de acuerdo a los medios actuales existentes en nuestro país.

Se busca por tanto, alcanzar el espíritu del legislador de lograr que con ello, sea de forma más expedita e inmediata el terminar con este tipo de ofrecimientos comerciales que en la actualidad, resultan dotados de una burocracia desmedida e inutilizable para los consumidores de nuestro país.

Por los méritos anteriormente expuestos, se presenta el siguiente:

PROYECTO DE LEY

Artículo único: Sustitúyase el inciso segundo del artículo 28 B de la Ley N° 19.496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, por el siguiente:

“Los proveedores que dirijan comunicaciones promocionales o publicitarias a los consumidores por medio de correo electrónico, llamados o servicios de mensajería telefónicos, deberán finalizar dicha comunicación de forma inmediata con la sola voluntad expresa del consumidor a través del mismo medio. Una vez realizada dicha manifestación, el envío de nuevas comunicaciones quedará prohibido.”

CRISTHIAN MOREIRA BARROS
DIPUTADO