

PROYECTO DE LEY QUE MODIFICA LA LEY N° 19.496, SOBRE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES, CON EL FIN DE REGULAR EL PROCEDIMIENTO DE MODIFICACIÓN DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN

BOLETÍN N° 9454-03

OBJETIVO	El proyecto tiene por objeto establecer un procedimiento que regule la modificación de los contratos de adhesión, contemplando una serie de requisitos copulativos para su validez, a fin de evitar modificaciones unilaterales que perjudiquen al consumidor, y velar porque éste tome una decisión debidamente informada.
TRAMITACIÓN	SENADO – VOTACIÓN GENERAL -
ORIGEN DE LA INICIATIVA	Moción (Senadores Allende; Espina; Goic; Lagos; Tuma)
NORMAS DE QUÓRUM ESPECIAL	No tiene
URGENCIA	No tiene
COMISIÓN	Economía
SUGERENCIA DE VOTACIÓN	Abstención.

IDEAS CENTRALES

El proyecto consta de un artículo único, que modifica el artículo 16 a) y crea un nuevo artículo 17 bis en la ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores.

Artículo 16 a): Establece que no producirá efecto alguno en los contratos de adhesión las cláusulas o estipulaciones que *“Otorguen al proveedor la facultad de modificar, dejar sin efecto, ponerle término al contrato o suspender su ejecución, a su solo arbitrio”*.

Artículo 17 bis: Este artículo nuevo busca establecer circunstancias expresas en la cual se puede modificar un contrato de adhesión, a través de una propuesta del proveedor al consumidor:

1. Debe basarse en parámetros objetivos, previamente fijados por el SERNAC, que sean demostrables por el proveedor y fácilmente verificables por el consumidor.
2. Que se ofrezcan prestaciones a lo menos equivalentes a las establecidas en el contrato original que se pretende modificar.
3. Que hayan transcurrido a lo menos doce meses desde la entrada en vigencia del contrato.
4. Que haya sido comunicada al consumidor tres veces consecutivas, mediando entre cada una de ellas no menos de treinta días.
5. Que se formule en un documento separado de forma específica, en términos suficientes, precisos, legibles y comprensibles para el consumidor.
6. Que haya sido aceptada por el consumidor, ya sea entre partes presentes o por medios de comunicación a distancia, incluyendo los medios electrónicos u otros análogos. En caso de no haber aceptación por parte del consumidor, la propuesta de modificación caduca transcurridos sesenta días desde la última comunicación.

Para estos efectos, el consumidor goza de los siguientes derechos:

- i) desistirse de la aceptación de la modificación del contrato, en cualquier momento, haciéndoselo saber al proveedor mediante una comunicación escrita, sea por medios de comunicación a distancia, incluyendo los medios electrónicos u otros análogos, o bien, de forma presencial, en cualquier sucursal del proveedor;
- ii) terminar el contrato en cualquier momento, mediante una comunicación escrita, sea por medios de comunicación a distancia, incluyendo los medios electrónicos u otros análogos, o bien, de forma presencial, en cualquier sucursal del proveedor. Una vez terminado el contrato, subsistirán los términos, condiciones y modalidades del pago y los deberes del proveedor asociados a ella, de conformidad con la contratación originaria.

Con todo, aquellas cláusulas o estipulaciones que otorguen algún valor a la inactividad o silencio de los consumidores, suspendan o condicionen los servicios pactados en el acuerdo original, no

producirán efecto y se tendrán por nulas de pleno derecho, lo cual dará derecho al consumidor para ejercer las acciones previstas en la presente ley.

COMENTARIOS

Los artículos 16 y 17 y sus correlativas letras establecen las normas de equidad en las estipulaciones y en el cumplimiento de los contratos de adhesión.

Antes de analizar el texto propiamente tal, debemos señalar que la finalidad de votar en general en Sala este proyecto tiene por objeto que luego de aquello sea refundido con los proyectos boletín 9728-03 (en votación general el día de hoy también); y 9916-03 (aprobado en general en septiembre de 2015, y desarchivado en abril de este año). Hacemos la prevención que NO hubo discusión general de la iniciativa. La Senadora Rincón, Presidenta de la Comisión de Economía, puso el proyecto sobre tabla el día miércoles 13 de junio y se votó sin escuchar a ningún actor relevante en la materia, ni siquiera el SERNAC.

9728-03: tiene por objeto perfeccionar el artículo 16, de la ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos del Consumidor, referido al establecimiento de un catálogo numerus apertus de cláusulas que tienen lugar comúnmente en las operaciones económicas masivas, sin perjuicio de lo prescrito en el inciso 1 del referido artículo que trata de situaciones más generales y de aplicación estricta.

9916-03: tiene por objeto establecer el deber de estandarización o uniformidad de los contratos de adhesión, con la finalidad de que se asimilen todos los contratos de un determinado producto o servicio financiero o contratos de salud, y sean los consumidores quienes puedan elegir, analizando la integridad del contrato que han de celebrar.

Proyecto de Ley

El proyecto surge luego de algunas prácticas empresariales en las cuales ha habido abuso de los contratos de adhesión. Más allá de que contenga normas que pueden limitar las asimetrías existentes entre proveedor y consumidor (por ejemplo la entrega de mayor información al consumidor al momento de modificar el contrato de adhesión; o la imposibilidad de que opere el silencio o inactividad del consumidor), existen algunas referencias que merecen mayor análisis.

- En el artículo 16 a), se eliminan las excepciones para modificar o dejar sin efecto ciertas cláusulas de los contratos de adhesión, o suspender unilateralmente su ejecución, para el comprador en las modalidades de venta por correo, a domicilio, por muestrario, usando medios audiovisuales, u otras análogas; y otras excepciones que contemple la ley. Es decir, NUNCA se podrá modificar o dejar sin efecto una cláusula de un contrato de adhesión de forma unilateral, sin excepciones.
- No se entiende por qué se establece que para modificar un contrato de adhesión se requiere que las condiciones del nuevo contrato sean equivalentes al anterior, si de igual forma se requerirá de la aceptación del consumidor. Con esto se limita gravemente la libertad de oferta, y se afecta la libre competencia entre los oferentes. El consumidor puede negarse y continuar operando el contrato de adhesión original sin problemas.
- Parece excesivo que una potencial comunicación al consumidor deba hacerse AL MENOS en tres ocasiones consecutivas. Más considerando que no operaría el silencio del consumidor como aceptación.
- Por último, el consumidor podrá desistirse de la aceptación de la modificación del contrato EN CUALQUIER MOMENTO, lo que claramente deja sin efecto la debida certeza jurídica que debe existir en esta materia. Debiese existir un plazo para poder desistir.

En vista de lo anterior, sugerimos votar abstenerse en la votación de este proyecto, ya que una buena intención contiene normas que podrían afectar gravemente el funcionamiento de las relaciones de consumo. Asimismo, se debe hacer la prevención que el proyecto boletín 9916-03, ya aprobado en general por el Senado, y que quiere refundirse con este proyecto si es aprobado en la Sala, propone estandarizar los contratos de adhesión, lo que podría generar distorsiones importantes en materia de salud principalmente. De hecho, en este proyecto, la UDI se abstuvo en su votación, realizada con fecha 15 de septiembre de 2015.