



**Servicio Nacional
del Consumidor**
Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

RESOLUCIÓN EXENTA N°

SANTIAGO,

**APRUEBA DICTAMEN INTERPRETATIVO
SOBRE LA APLICACIÓN DEL ARTÍCULO 17
DE LA LPDC, EN RELACIÓN AL REQUISITO
DEL TAMAÑO DE LA LETRA, A LOS
CONTRATOS SUSCRITOS POR MEDIOS
DIGITALES, QUE RESUELVE LA
SOLICITUD N° 69.576.**

VISTOS:

Lo dispuesto en el Decreto con Fuerza de Ley N° 1/19.653, de 2000, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que Fija el Texto Refundido, Coordinado y Sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; el DFL. N° 29, de 2004, del Ministerio de Hacienda, que fijó el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 18.834, sobre Estatuto Administrativo; el D.F.L N° 3, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N.º 19.496; la Ley N° 21.398, que establece Medidas para Incentivar la Protección de los Derechos de los Consumidores; la Ley N° 19.880, que Establece Bases de los Procedimientos Administrativos que Rigen los Actos de los Órganos de la Administración del Estado; en el Decreto N° 91, del 14 de octubre de 2022, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que nombra a don Andrés Herrera Troncoso como Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor; el artículo 80 del D.F.L N° 29, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 18.834, sobre Estatuto Administrativo; y la Resolución N° 7, de 2019, de la Contraloría General de la República.

CONSIDERANDO:

1.- Que, la Constitución Política de la República prescribe que el Estado está al servicio de las personas y que su finalidad es promover el bien común. Asimismo, garantiza a todas las personas el derecho a presentar peticiones a la autoridad sobre asuntos de interés público y privado.



Este documento ha sido firmado electrónicamente de acuerdo con la ley N° 19.799.

Para verificar la integridad y autenticidad de este documento ingrese al siguiente link:

<https://doc.digital.gob.cl/validador/IOKR54-337>





**Servicio Nacional
del Consumidor**
Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

2.- Que, la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de Consumidores, entrega la potestad al Servicio Nacional del Consumidor de interpretar administrativamente la normativa de protección de los derechos de los consumidores que le corresponde vigilar.

3.- Que, en virtud de lo considerado previamente, el Servicio Nacional del Consumidor, cuando hubiere motivos fundados como en la especie, puede ejercer su potestad interpretativa en casos singulares, como manifestación específica de lo prescrito en la letra b) del inciso segundo del artículo 58 de la Ley N° 19.496.

4.- La Solicitud de Interpretación Administrativa N° 69.576, de fecha 24 de noviembre de 2023.

5.- Las facultades que le confiere la Ley al Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor.

RESUELVO:

1° APRUÉBASE el presente Dictamen denominado "Dictamen Interpretativo sobre la aplicación del artículo 17 de la LPDC, en relación al requisito del tamaño de la letra, a los contratos suscritos por medios digitales", que resuelve la solicitud N° 69.576, que forma parte integrante de este acto administrativo y cuyo texto se transcribe a continuación.

DICTAMEN INTERPRETATIVO SOBRE LA APLICACIÓN DEL ARTÍCULO 17 DE LA LPDC, EN RELACIÓN AL REQUISITO DEL TAMAÑO DE LA LETRA, A LOS CONTRATOS SUSCRITOS POR MEDIOS DIGITALES, QUE RESUELVE LA SOLICITUD N° 69.576

I. Antecedentes

En virtud de la solicitud N° 69.576 se requiere al Servicio Nacional del Consumidor (en adelante, "SERNAC" o el "Servicio") la interpretación del artículo 17 de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de Consumidores (en adelante, "LPDC" o "la Ley")¹, relativo a los requisitos de forma de los contratos de adhesión. Particularmente, se solicitó un pronunciamiento respecto de la **aplicación de la norma en comento, a contratos generados por medios digitales, específicamente en relación a la contratación y publicidad por medios remotos.**

¹ Las referencias a la Ley N.º 19.496 se entienden hechas, para todos los efectos, respecto del DFL N.º 3 que fija texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N.º 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores.



Este documento ha sido firmado electrónicamente de acuerdo con la ley N° 19.799.

Para verificar la integridad y autenticidad de este documento ingrese al siguiente link:

<https://doc.digital.gob.cl/validador/IOKR54-337>



II. Interpretación Jurídica

Respecto de la suscripción de contratos generados por medios digitales, es posible señalar que no existen normas que regulen expresamente los requisitos formales que deben cumplirse. Sin perjuicio de esto, en aquellos casos que exista una relación de consumo, tanto el proceso de suscripción de este tipo de contratos, como sus aspectos de forma y fondo, deberán respetar irrestrictamente la Ley N° 19.496.

En este sentido, es necesario destacar que el artículo 17 de la LPDC establece distintos **requisitos de forma para los contratos de adhesión** relativos a las actividades regidas por la propia Ley y que se suscriban en el marco de una relación de consumo. Al respecto, es posible señalar que el carácter de adhesión de los contratos suscritos por medios digitales es de toda lógica debido a la asimetría que se genera entre las partes contratantes. Como sanción, la norma dispone que aquellas cláusulas que no cumplan con los requisitos establecidos **no producirán efecto alguno respecto del consumidor**. Esta norma, entre otras, permiten realizar un **control de forma** de este tipo de contratos, el cual consiste en aquel mecanismo legal de control erigido sobre la base de cumplimiento de una serie de requisitos formales y cuyo objeto es **garantizar a los consumidores un correcto acceso a la información**, necesaria e idónea para suscribir un determinado contrato².

Cabe señalar que la imposición de los requisitos de forma para los contratos de adhesión, tiene una **finalidad eminentemente protectora**, pues busca asegurar que el consentimiento haya sido prestado libremente por un consumidor; se entregue información al momento de contratar; el consumidor haya manifestado su voluntad válidamente; y exista una comprensión los términos respecto de los cuales se está obligando.

De esta forma, es posible señalar que *"el cumplimiento de requisitos formales se sitúa en la etapa de formación del consentimiento con la finalidad de proporcionar al adherente información suficiente para tomar decisiones racionales desde el punto de vista económico"*³. La imposición de ciertos requisitos, tanto de forma como de fondo, para este tipo de contratos, se realiza con la clara intención de contrarrestar las asimetrías existentes entre los proveedores y consumidores.

Junto con lo anterior, es relevante mencionar que el artículo 17 de la LPDC, entre otros requisitos de forma, dispone que estos contratos *"deberán estar escritos de modo claramente legible, con un **tamaño de letra no inferior a 2,5 milímetros**"*. Imponiendo un tamaño mínimo de letra, con el objeto que los contratos suscritos puedan ser comprendidos por los consumidores y estos puedan consentir libre e informadamente.

²Circular Interpretativa sobre criterios de equidad en las estipulaciones contenidas en contratos de adhesión de consumo. Véase en https://www.sernac.cl/portal/618/articles-64611_archivo_01.pdf

³ Pizarro, Carlos y Pérez, Ignacio (2013): "Artículo 17", en De la Maza, Íñigo, Pizarro, Carlos y Barrientos, Francisca, La protección de los derechos de los consumidores (Santiago, Thomson Reuters), p. 361.



Ahora bien, respecto a **la aplicación de la norma a contratos generados por medios digitales, específicamente en relación a la contratación y publicidad por medios remotos** es menester señalar que la norma no establece diferencia en el tipo de contrato ni los medios a través de los cuales son suscritos. En este sentido, el requisito del tamaño de la letra establecida en la Ley, así como los demás establecidos en la norma, no sufren modificación para aquellos contratos de adhesión suscritos en el comercio electrónico o a través de medios digitales. En consecuencia, el cumplimiento de aquellos requisitos son del todo exigibles en aquel tipo de contratos.

El **estándar mínimo establecido en la Ley**, respecto del tamaño de la letra para este tipo de contratos, debe ser respetado irrestrictamente en la visualización de los documentos en la pantalla o al imprimir los contratos y/o documentos. Esto, aun cuando existan herramientas que permitan aumentar el tamaño de visualización de las letras o configurar una impresión ampliada. En otras palabras, la visualización por defecto de los documentos debe cumplir con los estándares de tamaño dispuesto en la Ley.

En consecuencia, conforme a lo expuesto en los párrafos precedentes, es necesario señalar que la **sanción a la existencia de vicios formales en los contratos de adhesión**, así como la eventual existencia de cláusulas abusivas, es la nulidad de dichas cláusulas. Ahora bien, es imperioso señalar que la nulidad de las cláusulas, ya sea por vicios de forma o de fondo debe, necesariamente, ser declarada por los tribunales competentes en la materia, según el tipo interés comprometido y no por el Servicio Nacional del Consumidor.

En materia publicitaria, el año 2022 este Servicio dictó la **Circular Interpretativa sobre publicidad y prácticas comerciales**⁴, la cual destaca que la información complementaria o letra chica en materia publicitaria⁵ deberá exponerse con un **tamaño de letra** que permita su lectura y comprensión.

Como se señaló anteriormente, la LPDC en su artículo 17 establece un parámetro de tipología de letra de 2.5 milímetros para los contratos de adhesión, sin embargo, **dicha regla es considerada como un criterio adecuado para la correcta visibilidad de los mensajes publicitarios**, especialmente en soporte fijo o escrito en prensa y televisivo, a fin de informar adecuadamente a un consumidor medio, lo cual ha sido confirmado por la jurisprudencia nacional⁶.

⁴ Disponible en <https://www.sernac.cl/portal/618/w3-article-65391.html>

⁵ Es aquella que se incluye en una pieza publicitaria para entregar información adicional sobre la materia, producto o servicio publicitado, sin incluir características relevantes del producto o servicio que deban ser expuestas en el mensaje principal. En este sentido, su objetivo debería ser informar sobre materias que por su extensión o importancia relativa no merecen destacarse con igual énfasis que los llamados y textos principales. Ver artículo 9 inciso 3° del Código Chileno de Ética Publicitaria Sexta Edición. Conar.

⁶ V. gr. fallo dictado por la Corte de Apelaciones de Santiago, Rol N° 1164-2016, de fecha 28 de septiembre de 2016, considerando 7°: "*Que en lo dice relación con la dimensión de la letra utilizada en la publicidad, en el párrafo inferior citado, efectivamente la Ley del Consumidor, ha establecido en 2,5mm el porte de ésta para los contratos de adhesión. Sin perjuicio de ello, nuestra jurisprudencia, lo ha hecho extensivo a la publicidad, a objeto de no inducir a error a los consumidores*".





Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Sumado a lo señalado precedentemente, para dar cumplimiento a lo dispuesto en la LPDC, la información complementaria o letra chica en materia publicitaria deberá: **a)** disponerse en **orientación horizontal** en la publicidad, pues su inclusión vertical genera que el consumidor se vea obligado a realizar un esfuerzo adicional para leer y tomar conocimiento de dicha información; **b)** exponerse con un **nivel de contraste** que permita a cualquier consumidor advertir la existencia de la información y realizar la lectura de la misma sin dificultad, pues de presentarse con un contraste débil respecto del color de fondo del mensaje publicitario, su percepción y lectura se torna dificultosa para el receptor e incluso imperceptible a simple vista; **c)** exhibirse en un **espacio de tiempo** que permita un acceso claro, comprensible e inequívoco a la información que se transmite, de modo tal que cumpla con su objeto informativo. Con la imposición de los requisitos señalados, se pretende que los consumidores tengan acceso a la publicidad y a la información complementaria de esta de la forma más clara posible.

III. Conclusiones

En consecuencia, el Servicio Nacional del Consumidor interpreta que los requisitos de forma para los contratos de adhesión de consumo, especialmente el tamaño de la letra, conforme a lo señalado en el artículo 17 de la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, deben ser cabalmente cumplidos por los proveedores, aún cuando los contratos sean suscritos por medios electrónicos.

Cabe destacar que la sanción ante vicios formales o de fondo de ciertas cláusulas, será la nulidad de las mismas, la cual deberá ser determinada por los tribunales de justicia competentes, dependiendo del tipo de interés involucrado. Este requisito se ha hecho extensivo a materia publicitaria, respecto de la información adicional o la denominada "letra chica", conforme a lo señalado en la Circular Interpretativa sobre publicidad y prácticas comerciales, lo cual ha sido confirmado por la jurisprudencia nacional.

2° ACCESIBILIDAD. El texto original del "Dictamen interpretativo sobre la aplicación del artículo 17 de la LPDC, en relación al requisito del tamaño de la letra, a los contratos suscritos por medios digitales" que resuelve la solicitud N° 69.576, será archivado en la Oficina de Partes del Servicio Nacional del Consumidor y estará disponible al público en su página web.

3° ENTRADA EN VIGENCIA. La presente Resolución Exenta entrará en vigencia desde la publicación de este acto administrativo en la página web del SERNAC.



Este documento ha sido firmado electrónicamente de acuerdo con la ley N° 19.799.

Para verificar la integridad y autenticidad de este documento ingrese al siguiente link:

<https://doc.digital.gob.cl/validador/IOKR54-337>





**Servicio Nacional
del Consumidor**
Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

4° REVOCACIÓN. De conformidad a lo previsto en el artículo 61 de la Ley N° 19.880, y en consideración a las circunstancias de oportunidad, mérito y conveniencia expuestos en este acto administrativo, déjase sin efecto, a partir de la entrada en vigencia de este acto, cualquier guía anterior que esté expuesta en los mismos términos y sobre la misma materia.

**ANÓTESE, PUBLÍQUESE EN LA PÁGINA WEB DEL SERVICIO NACIONAL
DEL CONSUMIDOR Y ARCHÍVESE.**

**ANDRÉS HERRERA TRONCOSO
DIRECTOR NACIONAL
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR**

MJAL/GGP/EOR

Distribución:

- Destinatario
- Gabinete
- Subdirección Jurídica
- Subdirección de Fiscalización
- Subdirección de Estrategia y Servicios a la Ciudadanía
- Departamento de Comunicaciones Estratégicas
- Oficina de Partes y Gestión Documental.
- Direcciones Regionales



Este documento ha sido firmado electrónicamente de acuerdo con la ley N° 19.799.

Para verificar la integridad y autenticidad de este documento ingrese al siguiente link:

<https://doc.digital.gob.cl/validador/IOKR54-337>

