

**Servicio Nacional
del Consumidor**

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

**APRUEBA
INTERPRETATIVA
SUPERMERCADOS Y ALMACENES.**

**CIRCULAR
SOBRE**

RESOLUCIÓN EXENTA N°

0185

SANTIAGO, 21 MAR 2019

VISTO: Lo dispuesto en el Decreto con Fuerza de Ley N° 1-19.653, de 2000, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; la Ley N° 19.496 que Establece Normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores; la Ley N° 20.285, sobre Acceso a la Información Pública; en la Ley N° 19.880; el Decreto Supremo N° 90 de 2018, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo; la resolución exenta N° 158 de fecha 14 de marzo de 2019, que establece la organización interna y determina las denominaciones y funciones de cada centro de responsabilidad; y la Resolución N° 1.600, de 30 de octubre de 2008, de la Contraloría General de la República

CONSIDERANDO:

1.- Que, el Servicio Nacional del Consumidor, en adelante también SERNAC, es un servicio público descentralizado, dotado de patrimonio y personalidad jurídica propia, que tiene por función velar por el cumplimiento de las disposiciones de la ley N° 19.496 y demás normas que digan relación con el consumidor, difundir los derechos y deberes del consumidor y realizar acciones de información y educación del consumidor.

2.- Que, la ley N° 21.081 incorporó al artículo 58 de la ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de Consumidores, entre otras, la función del SERNAC de interpretar administrativamente la normativa de protección de los derechos de los consumidores.

3.- Que, en efecto, es una necesidad determinar el sentido y alcance de materias respecto de las normas de protección a los consumidores, entre ellas, aquellas sobre infracciones que pueden ser cometidas por proveedores de Supermercados y Almacenes.

4.- Que, en virtud de lo anterior, mediante Oficio N° 01628, de fecha 24 de enero de 2019, se realizó una invitación a los representantes del Consejo Consultivo de la Sociedad Civil, en la que participaron gremios y asociaciones de consumidores, para que realizaran observaciones a las hoy llamadas "Guías de alcance

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

jurídico" con sus representados, las cuales fueron recogidas para efectos de la dictación de la presente circular interpretativa administrativa.

5. Que, por disponerlo así el artículo 3° de la ley N°19.880, las decisiones escritas que adopte la Administración se expresarán por medio de actos administrativos, es decir las decisiones formales que emitan los órganos de la Administración del Estado en las cuales se contienen declaraciones de voluntad, realizadas en el ejercicio de una potestad pública, por lo que

RESUELVO:

1. APRUEBA DOCUMENTO. Apruébase el documento denominado "Circular Interpretativa sobre Supermercados y Almacenes", cuyo texto forma parte integrante de este acto administrativo.

2. ÁMBITO DE APLICACIÓN. La "Circular Interpretativa sobre supermercados y almacenes" será obligatoria para los funcionarios del Servicio Nacional del Consumidor.

3. ACCESIBILIDAD. El texto original de la "Circular Interpretativa sobre Supermercados y Almacenes" será archivado en la Oficina de Partes del Servicio Nacional del Consumidor y estará disponible al público en su página web.

4. ENTRADA EN VIGENCIA. La presente resolución exenta entrará en vigencia en la fecha de la total tramitación de este acto administrativo.

5. 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 sobre la misma materia.

ANÓTESE, REGÍSTRESE y COMUNÍQUESE.


LUCAS DEL VILLAR MONTT
DIRECTOR NACIONAL
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
DIRECTOR NACIONAL
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

CIRCULAR INTERPRETATIVA SOBRE SUPERMERCADOS Y ALMACENES

Contenido	
I. Introducción	4
II. Principios generales aplicables	4
A. Principio de Protección del Consumidor.	4
B. Principio de Irrenunciabilidad de los Derechos de los Consumidores.	5
C. Principio de Veracidad y Acceso a la Información.	5
D. Principio de Integración Publicitaria.	6
E. Principio de Profesionalidad del Proveedor.	6
F. Principio de Reparación e Indemnización Adecuada y Oportuna.	7
III. ÁMBITO DE APLICACIÓN	7
A. Derecho a la calidad de los bienes ofrecidos y en la prestación del servicio.	7
B. Derecho a la Triple Opción por Defectos en la Calidad o Idoneidad de los Bienes Durables	8
C. De los Bienes Perecibles	8
D. Derecho a la seguridad en el consumo	9
E. Derecho a un trato digno	14

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

I. Introducción

El presente documento tiene por objeto, indicar los parámetros de cumplimiento que, a juicio de este Servicio, exigen las normas vigentes sobre protección de los derechos del consumidor, en cuanto a las relaciones de consumo que se desarrollan en los Supermercados, el cual además se difunde con el fin de propender al correcto desenvolvimiento de los agentes económicos en nuestro mercado.

II. Principios generales aplicables

A. Principio de Protección del Consumidor.

Este principio constituye el pilar fundamental del derecho de consumo y aquello que lo diferencia del derecho común. Este principio, parte de la base que, en la relación de consumo, existe una asimetría entre las partes, que debe ser corregida por la vía legal, para reestablecer el equilibrio entre proveedores y consumidores.

En virtud del principio de protección del consumidor, *"el legislador crea normas que restringen la libertad contractual de la parte aventajada, con el único objetivo de proteger al más débil y evitar abusos por parte del contratante fuerte"*¹

Nuestros tribunales superiores de justicia reconocen y aplican este principio, lo que puede verse reflejado en el contenido de sus decisiones. De esa manera, la Ilustrísima Corte de Apelaciones de Santiago, ha señalado:

"8°) *Que la sentencia que se revisa ha declarado abusivas las cláusulas denominadas "arbitraje"; "oferta irrevocable"; "vigencia" y "especificaciones técnicas", en los términos descritos en el artículo 16 inciso final de la Ley N° 19.496; y consecuentemente nulas. A este respecto ha de tenerse en cuenta el espíritu de las normas jurídicas aplicables a la controversia que nos ocupa, que está inspirado en el carácter protector de la citada ley, que se justifica entre tantas razones, por la asimetría en la información que soporta el consumidor. Así se entiende que sea visto como "la parte débil del contrato". Y del mismo modo en el principio general que inspira todo el ordenamiento jurídico, incluido por cierto el ámbito de los consumidores que rige la conducta de las partes y la contratación, cual es la buena fe."*²

En ese mismo sentido, la Ilustrísima Corte de Apelaciones de Valdivia:

¹ María Elisa Morales Ortíz, *"Control Preventivo de cláusulas abusivas"*, Ediciones DER, 2018, p.51

² Corte de Apelaciones de Santiago, 3 de junio de 2014, Rol Ingreso a Corte N° 8281-2014.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

"SEXTO: *Que, atendido el carácter protector del derecho del consumidor derivado de la aseverada asimetría de medios existente entre las partes, no ha podido válidamente pretender el proveedor que sea el consumidor quien acredite que no realizó las dos operaciones que acusa haber sido ajenas..."*³.

B. Principio de Irrenunciabilidad de los Derechos de los Consumidores.

En virtud de este principio, los derechos establecidos en la ley de protección de los derechos de los consumidores, no pueden ser renunciados anticipadamente por estos.

Lo anterior, debido a que los derechos establecidos en la LPC, son normas de orden público y, por ende, no son disponibles por los consumidores, a lo menos **anticipadamente**.

La irrenunciabilidad anticipada de los derechos, se encuentra íntimamente relacionada con el principio desarrollado en el numeral anterior, en tanto, lo que busca, es evitar que, en virtud de la asimetría existente entre el proveedor y el consumidor, el primero, termine abusando de este último, obligándolo a renunciar a los derechos que la ley le confiere.

Si bien limita principios fundamentales del derecho privado, como la autonomía de la voluntad, lo hace con la finalidad de resguardar a la parte débil de la relación contractual, lo que da a entender, el carácter de rama autónoma del derecho del consumidor.

C. Principio de Veracidad y Acceso a la Información.

Este principio dice relación con la corrección de una de las asimetrías más evidentes que existe en la relación de consumo, esto es, la asimetría en la información. Los proveedores, siendo profesionales en su giro, tienen una gran ventaja respecto a los consumidores en cuanto a la información que poseen.

Es así, que la ley 19.496 establece el derecho de los consumidores a ser informados veraz y oportunamente sobre los bienes y servicios ofrecidos por los proveedores. Este deber, comprende las condiciones de contratación, el precio de los bienes y otras características relevantes de los mismos.

Se debe tener en cuenta, que este principio de igual forma, permite ejercer a los consumidores otro derecho básico: el derecho a la libre elección del bien o servicio. En tanto, un consumidor, sólo puede manifestar libremente su consentimiento, si en ese momento, cuenta con toda la información que sea **determinante** para acceder a la contratación

³ Corte de Apelaciones de Valdivia, 21 de agosto de 2018, Rol Ingreso a Corte N° 96-2018.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

de los bienes o servicios ofrecidos. De ahí que el legislador haya utilizado la expresión "toda otra característica relevante de los mismos", con el objeto de no limitar la entrega de información al precio y las condiciones de contratación.

Relacionado con lo anterior, es en virtud de este principio, que el legislador establece la denominada "información básica comercial", definida en el artículo 1 N°3 de la LPC como: "*Los datos, instructivos, antecedentes o indicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al público consumidor, en cumplimiento de una norma jurídica*".

D. Principio de Integración Publicitaria.

Este principio, dice relación con la incorporación de las condiciones objetivas de la publicidad a las estipulaciones del contrato celebrado entre proveedor y consumidor. El artículo 1 N° 4 de la ley 19.496 señala, después de definir publicidad, "*...entendiéndose incorporadas al contrato las condiciones objetivas contenidas en la publicidad hasta el momento de celebrar el contrato. Son condiciones objetivas aquellas señaladas en el artículo 28.*"

En consecuencia, las condiciones objetivas publicitadas por el proveedor pasarán a formar parte de los términos y condiciones del contrato celebrado, por lo que el incumplimiento de lo publicitado conllevará, necesariamente, a un incumplimiento contractual.

E. Principio de Profesionalidad del Proveedor.

Este principio dice relación con la pericia adquirida por el proveedor, como consecuencia de la habitualidad, en el ejercicio de su actividad o giro.

La ley del consumidor, define proveedor como: "*las personas naturales o jurídicas, de carácter público o privado, que **habitualmente** desarrollen actividades de producción, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores, por las que se cobre precio o tarifa*"

A su turno, el artículo 7° del Código de Comercio, define comerciante, señalando: "*Son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su **profesión habitual***".

Y, el artículo 23° inciso primero de la ley del ramo, hace responsable al proveedor que "*en la venta de un bien o en la prestación de un servicio, actuando con negligencia, causa menoscabo al consumidor debido a fallas o deficiencias en la calidad, cantidad, identidad, sustancia, procedencia, seguridad, peso o medida del respectivo bien o servicio*".

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Como consecuencia de este principio, al proveedor, en su calidad de profesional del comercio, no se le puede exigir el mismo nivel de diligencia que al consumidor. Este último, un hombre promedio, generalmente responderá por culpa leve, como un buen padre de familia. En cambio, el nivel de diligencia exigible al proveedor, es mayor. Y lo es, justamente, porque es un profesional que se encuentra en una posición de ventaja en relación al consumidor, quien no tiene los mismos conocimientos y pericia que aquél.

F. Principio de Reparación e Indemnización Adecuada y Oportuna.

Este principio, dice relación con que el derecho del consumidor, establece un régimen especial de responsabilidad civil, en virtud del cual, se deben indemnizar al consumidor, adecuada y oportunamente, los daños materiales y morales causados como consecuencia de la infracción del proveedor a la ley del consumidor.

Este principio, es manifestación del principio general del derecho de daños, denominado "Reparación integral del daño". De conformidad con aquél *"la reparación tiene por objeto poner al demandante en la misma situación que se encontraría si no hubiese sido víctima del daño causado por el hecho del demandado"*⁴

III. ÁMBITO DE APLICACIÓN

A. Derecho a la calidad de los bienes ofrecidos y en la prestación del servicio.

Conforme al carácter de profesional de este tipo de proveedores, éstos se encuentran obligados a comercializar bienes o a prestar servicios de calidad. De esta manera, no basta con el mero cumplimiento formal del acto de consumo: sino que además la prestación realizada por el proveedor, debe ser precisamente idónea para satisfacer la pretensión que tuvo en vista el consumidor al momento de contratar.

En este mismo sentido, el profesor FRANCISCO FERNÁNDEZ, define a la calidad como *"la aptitud o idoneidad para satisfacer el propósito natural a que se destine el respectivo artículo o servicio, como también el grado en que uno y otro resultan acordes a datos descriptores o características incorporados en una norma o ponderados y exaltarlos por el proveedor en la publicidad que haga de sus mercancías"*.

En atención a los distintos tipos de bienes que se comercializan en los Supermercados, debemos distinguir:

⁴ Barros Bourie, Enrique, *"Tratado de Responsabilidad Extracontractual"*, Editorial Jurídica de Chile, primera edición, Santiago, 2007, P.255.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

B. Derecho a la Triple Opción por Defectos en la Calidad o Idoneidad de los Bienes Durables⁵

Artículo 20 de la LPC. *"En los casos que a continuación se señalan, sin perjuicio de la indemnización por los daños ocasionados, el consumidor podrá optar entre la reparación gratuita del bien o, previa restitución, su reposición o la devolución de la cantidad pagada".*

En el ámbito de la garantía legal, el legislador contempla tres derechos tendientes a dar un remedio frente a problemas relacionados con la calidad de bienes nuevos que hayan sido comprados por el consumidor. A saber, i) la reparación gratuita del bien, previa restitución, ii) su reparación, o iii) la devolución de la cantidad pagada. La doctrina ha señalado que las causas y procedencia de esta institución, se refieren, en general, a la falta de aptitud del bien para satisfacer las funciones ordinarias para las cuales fue creado o aquellas que se hubieran indicado, con anterioridad a la celebración del contrato de consumo.

Se debe precisar, que las opciones antes señaladas, son del ámbito de decisión del consumidor y no existe un orden preestablecido. Como tampoco, debe haber condicionamientos en el ejercicio de dicha opción, dado que se trata del ejercicio de un derecho irrenunciable.

En cuanto al plazo para ejercer el derecho de garantía legal está contemplado en el artículo 21 de la LPC, que señala: *"El ejercicio de los derechos que contemplan los artículos 19 y 20 deberá hacerse efectivo ante el vendedor dentro de los tres meses siguientes a la fecha en que se haya recibido el producto, siempre que éste no se hubiere deteriorado por hecho imputable al consumidor."*

De acuerdo a la norma precedente, el legislador ha impuesto un límite temporal al ejercicio del derecho a opción, en tanto el consumidor, deberá hacerlo efectivo dentro de los tres meses siguientes a la fecha en que se haya recibido el producto.

Asimismo, impone un requisito fundamental para su ejercicio, **que el bien no se haya deteriorado por hecho imputable al consumidor.**

C. De los Bienes Perecibles

Según lo dispuesto en el artículo 21 inciso séptimo de la LPC, en caso de encontrarnos ante bienes que por su uso perezcan en el acto, es decir, bienes de naturaleza consumible, el término para ejercer la garantía legal se reduce considerablemente, ya que se limita al tiempo señalado en el envase, o de forma residual al plazo máximo de 7 días.

⁵ Ver Guía de Alcance Jurídico Derecho a la calidad e idoneidad de bienes www.sernac.cl

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

D. Derecho a la seguridad en el consumo

a) Deber de seguridad en relación al cuidado de bienes e integridad física y psíquica de los consumidores

El fundamento de la responsabilidad por los bienes y/o servicios que se ofrecen y prestan, descansa en el deber de seguridad en el consumo. Este deber de seguridad constituye una obligación propia de todo proveedor, y que se traduce en un deber general de proteger la salud y la integridad física de los consumidores, su persona y sus bienes.

Es importante señalar que las dependencias del supermercado forman parte de la prestación del servicio, sirven de sustento a la relación de consumo, facilitando el acceso a los servicios ofrecidos y a la adquisición de los productos que se ofrecen, por lo que, si no se toman las medidas necesarias para que dichas dependencias importen un cuidado para los bienes de los consumidores y un desplazamiento sin riesgos para la integridad física de los clientes que ingresan, se estará prestando un servicio de manera negligente, poniendo así en peligro la integridad física de los consumidores.

i) Daños corporales y afectación de la integridad física y psíquica de los consumidores

Un primer ámbito de aplicación del deber de seguridad, es aquel en el cual los consumidores sufren accidentes al interior del recinto en el que el proveedor vende bienes o presta servicios. Los casos van desde la caída de un consumidor por líquido derramado, riñas, caídas de objetos en altura, hasta aprisionamiento de extremidades.

El principal debate que se advierte en este campo, es sobre la necesidad o no del acto de consumo para que el acto sea comprendido dentro de la competencia de la LPDC. En este sentido, es posible advertir una serie de pronunciamientos por parte de nuestros tribunales señalando que no es necesario el acto de consumo para que se enmarque el acto dentro de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores. Así queda de manifiesto en la siguiente sentencia:

"3.) [...] Ahora bien, la citada ley [19.496], como se ha señalado, entrega una normativa completa sobre las relaciones de consumo, sin que para su aplicación resulte esencial la existencia de un vínculo jurídico previo, esto es, que se haya concretado la compraventa con el pago de los productos seleccionados por la querellante, hecho que en el caso sublite, de acuerdo con el relato contenido en el libelo, no pudo agotarse por haber sufrido una caída la mujer en el sector mismo de las cajas. [...]"

En consecuencia, como corolario de todo lo relacionado se puede concluir, como ya se ha adelantado, que en rigor, la calidad de consumidor

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

no sólo la tiene quien ha comprado el bien, sino que también la persona que con tal propósito se encuentra al interior del local, como ha acontecido en la especie. Ergo, la posición de la querellada, en esta parte, manifestada en su apelación, será desestimada.⁶

En el mismo sentido se ha pronunciado la Ilustrísima Corte de Apelaciones de San Miguel: "[...] no puede desconocerse el amparo de los hechos denunciados en la Ley N° 19.496 sobre la base de una supuesta inexistencia de un acto de consumo [...]"

10°. Que no es efectivo que la operatoria del ámbito de protección del consumidor que se refiere la Ley N° 19.496 suponga estrictamente un acto finalizado de consumo por medio del contrato respectivo, ya que algunos de sus efectos requieren esa etapa de concreción en tanto otros operan en tiempos anteriores al acto de contratación⁷. Al respecto, la Corte inclusive hace una analogía con los casos de estacionamientos señalando: "9°. Que, en efecto, tanto como resulta claro para la jurisprudencia de esta Corte de Apelaciones (rol N° 388 2012 Civil, fallo de 31 de mayo de 2012) que "los espacios destinados a estacionamiento por los establecimientos comerciales para sus clientes son parte del servicio que éstos ofrecen para que eventuales consumidores puedan acceder al local con sus propios vehículos, facilitando de esta forma el acto de consumo..." (fundamento cuarto); de la misma manera el iter contractual en esta clase de establecimientos donde se ofrece una variedad indeterminada de artículos en un espacio cerrado y delimitado, supone la policitud previa y el traslado de los eventuales adquirente por sus dependencias interiores para de esta manera propender al acto de adquisición, donde ha de regir evidentemente, según las circunstancias, las obligaciones impuestas legalmente al proveedor de bienes o servicios, en los términos de la Ley N° 19.496, entre ellas la obligación de seguridad que persigue resguardar a los eventuales clientes de los riesgos posibles y atribuibles a la actividad o inactividad que se espera deben o no brindar los referidos proveedores de bienes y servicios".

Con respecto a los daños provocados por caídas dentro de los Supermercados, la jurisprudencia ha estimado que efectivamente existe vulneración al deber de seguridad en el consumo, infringiendo de esta manera lo dispuesto por los artículos 3° inciso 1° letra d) y 23 de la LPC⁸.

ii) Daños en los bienes de los consumidores

⁶ 9 Corte de Apelaciones de La Serena, 11 de diciembre de 2008, Rol: 181-2008, cita online Legal Publishing: CL/JUR/6019/2008.

⁷ Placencia Pilquiantre Custodio Mario y otro con Sodimac S.A, Corte de Apelaciones de San Miguel, 17 de octubre de 2012, Rol: 862-2012, cita online Legal Publishing: CL/JUR/2321/2012

⁸ González Miranda Isabel Margarita con Comercializadora El Mirador S.A., Corte de Apelaciones de San Miguel, 18 de febrero de 2013, Rol: 105-2013, Cita online Legal Publishing: CL/JUR/370/2013. 15 Héctor Fuentes Roca y otra con Empresas Cencosud Supermercados S.A. y otra, Corte de Apelaciones de San Miguel, 05 de noviembre de 2012, Rol: 1298-2011, Cita online Legal Publishing: CL/JUR/2513/2012. 16 Liliana Parada Villalobos con Cencosud Supermercado S.A., Corte de Apelaciones de Iquique, 29 de julio de 2011, Rol: 25-2011, cita online Legal Publishing: CL/JUR/6094/2011.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Los casos de estacionamientos de locales comerciales son los más numerosos. En ellos se presentan diversos supuestos en los que resulta posible atribuir responsabilidad a los proveedores, ya por el robo, hurto o sustracción de un vehículo, de artículos en el interior de un vehículo, de partes de un vehículo; o del choque a un vehículo estacionado.

Respecto a este punto la doctrina nacional ha indicado que *"constituye (...) una obligación permanente vigilar y custodiar el vehículo y no es una quimera el pretender que sea devuelto en las condiciones en que fue estacionado"*⁹. Es el mínimo exigible que tanto el automóvil, como los bienes en su interior, se conserven en iguales condiciones a las que tenían al momento de estacionar, pues sería ilógico estimar lo contrario, más aún si tenemos en cuenta que el acto de consumo no debe implicar nunca un riesgo para el consumidor y que es deber de la empresa afrontar, prever y evitar cualquier posibilidad riesgosa para los bienes del consumidor (como lo es la ocurrencia de un ilícito), a fin de proporcionar un servicio realmente seguro.

De esta misma manera lo ha entendido la Ilustrísima Corte de Apelaciones de Santiago, en causa de Ingreso Corte N° 476-2016, en la cual señaló en el fallo de fecha 27 de julio de 2016 que:

*"Noveno: Que, así las cosas y, con el mérito de los antecedentes allegados al proceso y analizados conforme a las reglas de la sana crítica, esta Corte estima acreditada la infracción contemplada en el artículo 3 inciso 1° letra d) en tanto ha quedado acreditado que los derechos que asisten al consumidor no fueron respetados en el presente caso, en cuanto a la seguridad en el consumo, toda vez que existiendo indudablemente dicho acto de consumo, el establecimiento comercial no brindó las condiciones de seguridad a que se encontraba obligada, sin adoptar medidas para evitar los riesgos que pudieren afectarle."*¹⁰

De igual manera ha fallado la Ilustrísima Corte de Apelaciones de Valparaíso:

(...) "el proveedor debe cumplir diversas obligaciones para con sus clientes, y entre otras, cabe destacar las de seguridad y de protección, en relación a los productos o servicios que expenden o prestan. Y naturalmente que debe entenderse que forman parte integrante del acto jurídico que se celebra entre el proveedor y el consumidor, los servicios complementarios, necesarios o conducentes al fin del establecimiento, que en el caso sub lite (robo de especies desde automóvil en estacionamiento) es la más expedita comercialización de los productos que ofrece, para cuya consecución el servicio de estacionamiento que ofrece en espacios especialmente habilitados para ello resulta indispensable, pues de otro modo los clientes no podrían acceder con

⁹ BARRIENTOS ZAMORANO, MARCELO. Jurisprudencia por daños en estacionamiento de vehículos regido por la "Ley del consumidor". Revista de derecho de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, N° 34, 2010, 59 pp.

¹⁰ Corte de Apelaciones de Santiago, 27 de julio de 2016, Rol Ingreso a Corte N° 476-2016.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

facilidad y expedición a adquirir los productos que tales locales exhiben, constituyendo, además, una exigencia legal para funcionar como tales" (...) ¹¹

Debemos tener presente, que el servicio de estacionamiento forma parte de lo que se entiende por actos jurídicos complejos, los que están compuestos de diversas etapas. Este tipo de actos comienzan con el ingreso del consumidor al estacionamiento del local comercial, continúan con la adquisición de bienes ofrecidos y concluyen con el retiro del consumidor de sus dependencias, constituyendo una operación única y global, que no se puede descomponer en distintas actividades desconectadas entre ellas.

En definitiva, el deber de seguridad emanado del artículo 3 letra d) de la LPC corresponde aplicarlo a todo el proceso de consumo, lo que involucra no sólo el acto de consumo mismo, sino los actos complementarios, como el uso de los estacionamientos con los que cuenta la empresa.

En este sentido, el derecho a la seguridad en el consumo, exige no sólo la existencia de protocolos de seguridad para evitar robos en el recinto, sino que es necesario que estos funcionen con absoluta certeza, de modo tal que, utilizado el servicio, ya sea gratuito o por brindado empresas externas, no exista riesgo alguno en el resguardo de vehículos o cualquier otro bien perteneciente a los consumidores, menos aún, un robo.

En estrecha relación con lo señalado precedentemente, el artículo 12° de la ley N° 19.496 establece que los proveedores deben respetar los términos, condiciones y modalidades conforme a las cuales se hubiere ofrecido o convenido la entrega del bien o prestación del servicio con el consumidor.

La norma en comento, no es más que una manifestación del principio general del derecho denominado "pacta sunt servanda", consagrado en el artículo 1545 del Código Civil, de acuerdo al cual, "*Todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes, y no puede ser invalidado sino por su consentimiento mutuo o por causas legales.*"

Los Supermercados no sólo ostentan la calidad de proveedores en la venta de bienes determinados, sino que además, detentan la calidad de proveedores del servicio de estacionamientos. Esto, en atención a que, tal como se indicó en párrafos precedentes, el acto de consumo es un acto jurídico de aquellos considerados complejos, no solo compuesto por el acto de la compra en sí mismo, sino que comienza desde el momento en que los consumidores ingresan al estacionamiento que ofrece el proveedor, realizan la compra y finalmente se retiran del estacionamiento.

¹¹ Corte de Apelaciones de Valparaíso, 4 de mayo de 2011, Rol Ingreso a Corte N° 205-2011

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Por lo tanto, el deber que impone la ley al proveedor se extiende a todos esos actos y no solo al hecho de la compra en sí, debiendo resguardar durante todas esas etapas, la seguridad en el consumo. En concreto, garantizando al consumidor la integridad de su automóvil y demás pertenencias durante el transcurso del acto de consumo.

Del artículo 1546 del Código Civil se desprende el principio de buena fe objetiva y que consagra el denominado "principio de integración del contrato", de acuerdo al cual:

"Los contratos deben ejecutarse de buena fe, y por consiguiente obligan no sólo a lo que en ellos se expresa, sino a todas las cosas que emanan precisamente de la naturaleza de la obligación, o que por la ley o la costumbre pertenecen a ella."

De lo señalado en esta norma, se entiende que de la naturaleza del contrato, que incluye el servicio de estacionamiento, se desprende la obligación de contar con todas las medidas de seguridad necesarias para evitar daños en los vehículos de los consumidores que asisten a estos establecimientos a celebrar actos de consumo.

La Excelentísima Corte Suprema ha señalado al respecto:

"6° Que, si bien la Ley de Protección al Consumidor no se refiere expresamente a la seguridad de esta clase de estacionamiento (porque la ley no puede contemplarlo todo), aquél es de tal modo inherente al acto de consumo de que se trata, que no puede entenderse este último sin aquél, de donde se sigue que la norma del artículo 23 es perfectamente aplicable en la especie, porque el proveedor que contempla un estacionamiento para la entrega de sus productos, está obligado a velar de manera diligente, por su calidad y seguridad. Este aserto se ve avalado por el hecho indiscutible, que el estacionamiento forma parte de la misma estructura del supermercado, al menos así aparece en este caso donde se trata de un estacionamiento subterráneo; y donde no es poco habitual, de acuerdo a la experiencia que cada zona esté identificada en todas sus hileras con letras y/o números, para facilitar al cliente la ubicación de su vehículo y se contemple además, una indicación que prohíbe sacar los carros del estacionamiento lo que refuerza que se trata de un espacio del supermercado y no de un lugar público. Si el estacionamiento fuera un bien nacional de uso público, la custodia de los vehículos estaría limitada al Estado, sin embargo, en el caso de autos, el estacionamiento es un espacio privado, de propiedad del supermercado, que no es precisamente de uso público, sino que de uso del público que concurre al supermercado y que tiene la calidad de cliente o consumidor de los productos que comercializa el supermercado. La construcción y disposición de los estacionamientos, está dirigida a la venta de los productos que comercializa naturalmente el supermercado y forman parte de la misma infraestructura que aquél dispone para el uso de sus clientes. El supermercado no comercializa los carros del supermercado, como tampoco las góndolas en que se instalan las mercaderías, ni siquiera las máquinas receptoras de botellas vacías, pero dado que están destinados al giro del negocio, al supermercado corresponde velar por su correcto

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

funcionamiento y seguridad en tanto están dirigidos a la comodidad del cliente. Lo mismo vale para el estacionamiento.”¹²

b) Venta de productos cuyo uso resulte potencialmente peligroso para la salud o integridad física de los consumidores o para la seguridad de sus bienes

Se entiende por producto peligroso a aquel que por su naturaleza presenta riesgos para la salud o el patrimonio de los consumidores. Es apropiada la conceptualización que hace de ellos el artículo 45 de la LPC, según la cual son tales los productos *“cuyo uso resulte potencialmente peligroso para la salud o integridad física de los consumidores o para la seguridad de sus bienes”*.

Al respecto, el profesor Hernán Corral ha señalado: *“Estos productos no son necesariamente defectuosos, en el sentido de inseguros, si proporcionan las advertencias e instrucciones para un uso correcto o adecuado. Por eso el art. 45, señala que en este tipo de productos el proveedor debe incorporar, en ellos o en instructivos anexos, las advertencias e indicaciones necesarias para que su empleo se efectúe con la máxima seguridad posible. La ley N° 19.955 agregó la exigencia de que estas advertencias e indicaciones deben estar en idioma español”*.¹³

En caso de que los proveedores adviertan peligros o riesgos no previstos a la época de introducción del bien en el mercado, se obligan a ponerlos, sin demora, en conocimiento de la autoridad competente para que se adopten las medidas preventivas o correctivas que el caso amerite, sin perjuicio de su deber de advertir a los consumidores. La omisión de este aviso oportuno constituirá una infracción que lo obligará *“al pago de las indemnizaciones por los daños y perjuicios que se ocasionen”*, según lo dispone el artículo 49 de la LPC.

Este deber de información en el caso de la venta de bienes cuyo uso resulte potencialmente peligroso para la salud o integridad física de los consumidores o para la seguridad de sus bienes, se manifiesta además en las exigencias legales sobre rotulado de los productos y publicidad de los mismos, siendo la herramienta de que dispone el consumidor para informarse de las características del bien.

E. Derecho a un trato digno

El proveedor se encuentra en la obligación de tener sistemas de seguridad y vigilancia que sean concordantes con los derechos básicos de

¹² Corte Suprema, 16 de mayo de 2011, Rol Ingreso a Corte N°3299-2010

¹³ CORRAL TALCIANI, HERNÁN. La responsabilidad por incumplimiento y por productos peligrosos en la Ley de Protección de los Derechos del Consumidor. [publicado en Baraona, J. y Lagos, O. (edits.), La protección de los derechos de los consumidores en Chile, Cuadernos de Extensión Jurídica, U. de los Andes, 2006, 12, pp. 95-110]



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

los seres humanos, como lo son el respeto a la dignidad e integridad física y psíquica. La misma obligación pesa sobre los dependientes del establecimiento al momento sorprender a un consumidor en la comisión de un delito flagrante, donde se limitarán, bajo su responsabilidad, a poner sin demora al presunto infractor, a disposición de las autoridades competentes (artículo 15 de la LPC).

Para estos efectos, proveedores deben tomar todas las precauciones necesarias con el objeto de reconstituir prueba respecto al delito que a su juicio se está cometiendo, para luego acreditar la existencia del ilícito.

No cabe duda alguna que los consumidores tienen derecho a ser tratados con dignidad (lo que no es más que una manifestación de las garantías constitucionales). En este sentido, si bien las empresas pueden tener mecanismos de vigilancia para evitar robos, el límite está en el respeto de la dignidad de los consumidores, teniendo presente que es la Ley del Consumidor quien establece las reglas, por tanto, las políticas de vigilancia de las empresas deben ajustarse a ellas.

Los guardias o personal de seguridad no están facultados para registrar ni detener a la persona contra su voluntad. En el caso de la comisión de un delito flagrante, debe ponerse al infractor de inmediato a disposición de la Policía.

Por lo tanto, los consumidores que injustamente son acusados de hechos ilícitos deben exigir la presencia de Carabineros o Investigaciones a fin de que se inicie el procedimiento que pueda determinar si existió delito.

Asimismo, los guardias deben tener certeza antes de acusar a una persona de robo y contar con las pruebas ya que una afirmación o acción injustificada se convierte inmediatamente en infracción a la Ley del Consumidor que puede ser sancionada, siendo las empresas quienes deben responder ante el consumidor por sus incumplimientos, aunque hayan contratado la seguridad con terceros.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

APRUEBA INTERPRETATIVA SUPERMERCADOS Y ALMACENES.

CIRCULAR SOBRE

RESOLUCIÓN EXENTA N°

0185

SANTIAGO, 21 MAR 2019

VISTO: Lo dispuesto en el Decreto con Fuerza de Ley N° 1-19.653, de 2000, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; la Ley N° 19.496 que Establece Normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores; la Ley N° 20.285, sobre Acceso a la Información Pública; en la Ley N° 19.880; el Decreto Supremo N° 90 de 2018, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo; la resolución exenta N° 158 de fecha 14 de marzo de 2019, que establece la organización interna y determina las denominaciones y funciones de cada centro de responsabilidad; y la Resolución N° 1.600, de 30 de octubre de 2008, de la Contraloría General de la República

CONSIDERANDO:

1.- Que, el Servicio Nacional del Consumidor, en adelante también SERNAC, es un servicio público descentralizado, dotado de patrimonio y personalidad jurídica propia, que tiene por función velar por el cumplimiento de las disposiciones de la ley N° 19.496 y demás normas que digan relación con el consumidor, difundir los derechos y deberes del consumidor y realizar acciones de información y educación del consumidor.

2.- Que, la ley N° 21.081 incorporó al artículo 58 de la ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de Consumidores, entre otras, la función del SERNAC de interpretar administrativamente la normativa de protección de los derechos de los consumidores.

3.- Que, en efecto, es una necesidad determinar el sentido y alcance de materias respecto de las normas de protección a los consumidores, entre ellas, aquellas sobre infracciones que pueden ser cometidas por proveedores de Supermercados y Almacenes.

4.- Que, en virtud de lo anterior, mediante Oficio N° 01628, de fecha 24 de enero de 2019, se realizó una invitación a los representantes del Consejo Consultivo de la Sociedad Civil, en la que participaron gremios y asociaciones de consumidores, para que realizaran observaciones a las hoy llamadas "Guías de alcance

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

jurídico" con sus representados, las cuales fueron recogidas para efectos de la dictación de la presente circular interpretativa administrativa.

5. Que, por disponerlo así el artículo 3° de la ley N°19.880, las decisiones escritas que adopte la Administración se expresarán por medio de actos administrativos, es decir las decisiones formales que emitan los órganos de la Administración del Estado en las cuales se contienen declaraciones de voluntad, realizadas en el ejercicio de una potestad pública, por lo que

RESUELVO:

1. APRUEBA DOCUMENTO. Apruébase el documento denominado "Circular Interpretativa sobre Supermercados y Almacenes", cuyo texto forma parte integrante de este acto administrativo.

2. ÁMBITO DE APLICACIÓN. La "Circular Interpretativa sobre supermercados y almacenes" será obligatoria para los funcionarios del Servicio Nacional del Consumidor.

3. ACCESIBILIDAD. El texto original de la "Circular Interpretativa sobre Supermercados y Almacenes" será archivado en la Oficina de Partes del Servicio Nacional del Consumidor y estará disponible al público en su página web.

4. ENTRADA EN VIGENCIA. La presente resolución exenta entrará en vigencia en la fecha de la total tramitación de este acto administrativo.

5. 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 sobre la misma materia.

ANÓTESE, REGÍSTRESE y COMUNÍQUESE.



LUCAS DEL VILLAR MONTT
DIRECTOR NACIONAL
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

CC/DMZ

Distribución:

- Integrantes del Comité Asesor
- Subdirección Jurídica e Interpretación Administrativa.
- Gabinete.
- Fiscalía Administrativa.
- Oficina de partes.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

CIRCULAR INTERPRETATIVA SOBRE SUPERMERCADOS Y ALMACENES

Contenido	
I. Introducción	4
II. Principios generales aplicables	4
A. Principio de Protección del Consumidor.	4
B. Principio de Irrenunciabilidad de los Derechos de los Consumidores.	5
C. Principio de Veracidad y Acceso a la Información.	5
D. Principio de Integración Publicitaria.	6
E. Principio de Profesionalidad del Proveedor.	6
F. Principio de Reparación e Indemnización Adecuada y Oportuna.	7
III. ÁMBITO DE APLICACIÓN	7
A. Derecho a la calidad de los bienes ofrecidos y en la prestación del servicio.	7
B. Derecho a la Triple Opción por Defectos en la Calidad o Idoneidad de los Bienes Durables	8
C. De los Bienes Perecibles	8
D. Derecho a la seguridad en el consumo	9
E. Derecho a un trato digno	14

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

I. Introducción

El presente documento tiene por objeto, indicar los parámetros de cumplimiento que, a juicio de este Servicio, exigen las normas vigentes sobre protección de los derechos del consumidor, en cuanto a las relaciones de consumo que se desarrollan en los Supermercados, el cual además se difunde con el fin de propender al correcto desenvolvimiento de los agentes económicos en nuestro mercado.

II. Principios generales aplicables

A. Principio de Protección del Consumidor.

Este principio constituye el pilar fundamental del derecho de consumo y aquello que lo diferencia del derecho común. Este principio, parte de la base que, en la relación de consumo, existe una asimetría entre las partes, que debe ser corregida por la vía legal, para reestablecer el equilibrio entre proveedores y consumidores.

En virtud del principio de protección del consumidor, *"el legislador crea normas que restringen la libertad contractual de la parte aventajada, con el único objetivo de proteger al más débil y evitar abusos por parte del contratante fuerte"*¹

Nuestros tribunales superiores de justicia reconocen y aplican este principio, lo que puede verse reflejado en el contenido de sus decisiones. De esa manera, la Ilustrísima Corte de Apelaciones de Santiago, ha señalado:

"8°) *Que la sentencia que se revisa ha declarado abusivas las cláusulas denominadas "arbitraje"; "oferta irrevocable"; "vigencia" y "especificaciones técnicas", en los términos descritos en el artículo 16 inciso final de la Ley N° 19.496; y consecuentemente nulas. A este respecto ha de tenerse en cuenta el espíritu de las normas jurídicas aplicables a la controversia que nos ocupa, que está inspirado en el carácter protector de la citada ley, que se justifica entre tantas razones, por la asimetría en la información que soporta el consumidor. Así se entiende que sea visto como "la parte débil del contrato". Y del mismo modo en el principio general que inspira todo el ordenamiento jurídico, incluido por cierto el ámbito de los consumidores que rige la conducta de las partes y la contratación, cual es la buena fe."*²

En ese mismo sentido, la Ilustrísima Corte de Apelaciones de Valdivia:

¹ María Elisa Morales Ortíz, *"Control Preventivo de cláusulas abusivas"*, Ediciones DER, 2018, p.51

² Corte de Apelaciones de Santiago, 3 de junio de 2014, Rol Ingreso a Corte N° 8281-2014.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

*"SEXTO: Que, atendido el **carácter protector del derecho del consumidor** derivado de la aseverada asimetría de medios existente entre las partes, no ha podido válidamente pretender el proveedor que sea el consumidor quien acredite que no realizó las dos operaciones que acusa haber sido ajenas..."³.*

B. Principio de Irrenunciabilidad de los Derechos de los Consumidores.

En virtud de este principio, los derechos establecidos en la ley de protección de los derechos de los consumidores, no pueden ser renunciados anticipadamente por estos.

Lo anterior, debido a que los derechos establecidos en la LPC, son normas de orden público y, por ende, no son disponibles por los consumidores, a lo menos **anticipadamente**.

La irrenunciabilidad anticipada de los derechos, se encuentra íntimamente relacionada con el principio desarrollado en el numeral anterior, en tanto, lo que busca, es evitar que, en virtud de la asimetría existente entre el proveedor y el consumidor, el primero, termine abusando de este último, obligándolo a renunciar a los derechos que la ley le confiere.

Si bien limita principios fundamentales del derecho privado, como la autonomía de la voluntad, lo hace con la finalidad de resguardar a la parte débil de la relación contractual, lo que da a entender, el carácter de rama autónoma del derecho del consumidor.

C. Principio de Veracidad y Acceso a la Información.

Este principio dice relación con la corrección de una de las asimetrías más evidentes que existe en la relación de consumo, esto es, la asimetría en la información. Los proveedores, siendo profesionales en su giro, tienen una gran ventaja respecto a los consumidores en cuanto a la información que poseen.

Es así, que la ley 19.496 establece el derecho de los consumidores a ser informados veraz y oportunamente sobre los bienes y servicios ofrecidos por los proveedores. Este deber, comprende las condiciones de contratación, el precio de los bienes y otras características relevantes de los mismos.

Se debe tener en cuenta, que este principio de igual forma, permite ejercer a los consumidores otro derecho básico: el derecho a la libre elección del bien o servicio. En tanto, un consumidor, sólo puede manifestar libremente su consentimiento, si en ese momento, cuenta con toda la información que sea **determinante** para acceder a la contratación

³ Corte de Apelaciones de Valdivia, 21 de agosto de 2018, Rol Ingreso a Corte N° 96-2018.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

de los bienes o servicios ofrecidos. De ahí que el legislador haya utilizado la expresión "toda otra característica relevante de los mismos", con el objeto de no limitar la entrega de información al precio y las condiciones de contratación.

Relacionado con lo anterior, es en virtud de este principio, que el legislador establece la denominada "información básica comercial", definida en el artículo 1 N°3 de la LPC como: "*Los datos, instructivos, antecedentes o indicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al público consumidor, en cumplimiento de una norma jurídica*".

D. Principio de Integración Publicitaria.

Este principio, dice relación con la incorporación de las condiciones objetivas de la publicidad a las estipulaciones del contrato celebrado entre proveedor y consumidor. El artículo 1 N° 4 de la ley 19.496 señala, después de definir publicidad, "*...entendiéndose incorporadas al contrato las condiciones objetivas contenidas en la publicidad hasta el momento de celebrar el contrato. Son condiciones objetivas aquellas señaladas en el artículo 28.*"

En consecuencia, las condiciones objetivas publicitadas por el proveedor pasarán a formar parte de los términos y condiciones del contrato celebrado, por lo que el incumplimiento de lo publicitado conllevará, necesariamente, a un incumplimiento contractual.

E. Principio de Profesionalidad del Proveedor.

Este principio dice relación con la pericia adquirida por el proveedor, como consecuencia de la habitualidad, en el ejercicio de su actividad o giro.

La ley del consumidor, define proveedor como: "*las personas naturales o jurídicas, de carácter público o privado, que **habitualmente** desarrollen actividades de producción, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores, por las que se cobre precio o tarifa*"

A su turno, el artículo 7° del Código de Comercio, define comerciante, señalando: "*Son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su **profesión habitual***".

Y, el artículo 23° inciso primero de la ley del ramo, hace responsable al proveedor que "*en la venta de un bien o en la prestación de un servicio, actuando con negligencia, causa menoscabo al consumidor debido a fallas o deficiencias en la calidad, cantidad, identidad, sustancia, procedencia, seguridad, peso o medida del respectivo bien o servicio*".

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Como consecuencia de este principio, al proveedor, en su calidad de profesional del comercio, no se le puede exigir el mismo nivel de diligencia que al consumidor. Este último, un hombre promedio, generalmente responderá por culpa leve, como un buen padre de familia. En cambio, el nivel de diligencia exigible al proveedor, es mayor. Y lo es, justamente, porque es un profesional que se encuentra en una posición de ventaja en relación al consumidor, quien no tiene los mismos conocimientos y pericia que aquél.

F. Principio de Reparación e Indemnización Adecuada y Oportuna.

Este principio, dice relación con que el derecho del consumidor, establece un régimen especial de responsabilidad civil, en virtud del cual, se deben indemnizar al consumidor, adecuada y oportunamente, los daños materiales y morales causados como consecuencia de la infracción del proveedor a la ley del consumidor.

Este principio, es manifestación del principio general del derecho de daños, denominado "Reparación integral del daño". De conformidad con aquél *"la reparación tiene por objeto poner al demandante en la misma situación que se encontraría si no hubiese sido víctima del daño causado por el hecho del demandado"*⁴

III. ÁMBITO DE APLICACIÓN

A. Derecho a la calidad de los bienes ofrecidos y en la prestación del servicio.

Conforme al carácter de profesional de este tipo de proveedores, éstos se encuentran obligados a comercializar bienes o a prestar servicios de calidad. De esta manera, no basta con el mero cumplimiento formal del acto de consumo: sino que además la prestación realizada por el proveedor, debe ser precisamente idónea para satisfacer la pretensión que tuvo en vista el consumidor al momento de contratar.

En este mismo sentido, el profesor FRANCISCO FERNÁNDEZ, define a la calidad como *"la aptitud o idoneidad para satisfacer el propósito natural a que se destine el respectivo artículo o servicio, como también el grado en que uno y otro resultan acordes a dedos descriptores o características incorporados en una norma o ponderados y exaltarlos por el proveedor en la publicidad que haga de sus mercancías"*.

En atención a los distintos tipos de bienes que se comercializan en los Supermercados, debemos distinguir:

⁴ Barros Bourie, Enrique, *"Tratado de Responsabilidad Extracontractual"*, Editorial Jurídica de Chile, primera edición, Santiago, 2007, P.255.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

B. Derecho a la Triple Opción por Defectos en la Calidad o Idoneidad de los Bienes Durables⁵

Artículo 20 de la LPC. *"En los casos que a continuación se señalan, sin perjuicio de la indemnización por los daños ocasionados, el consumidor podrá optar entre la reparación gratuita del bien o, previa restitución, su reposición o la devolución de la cantidad pagada".*

En el ámbito de la garantía legal, el legislador contempla tres derechos tendientes a dar un remedio frente a problemas relacionados con la calidad de bienes nuevos que hayan sido comprados por el consumidor. A saber, i) la reparación gratuita del bien, previa restitución, ii) su reparación, o iii) la devolución de la cantidad pagada. La doctrina ha señalado que las causas y procedencia de esta institución, se refieren, en general, a la falta de aptitud del bien para satisfacer las funciones ordinarias para las cuales fue creado o aquellas que se hubieran indicado, con anterioridad a la celebración del contrato de consumo.

Se debe precisar, que las opciones antes señaladas, son del ámbito de decisión del consumidor y no existe un orden preestablecido. Como tampoco, debe haber condicionamientos en el ejercicio de dicha opción, dado que se trata del ejercicio de un derecho irrenunciable.

En cuanto al plazo para ejercer el derecho de garantía legal está contemplado en el artículo 21 de la LPC, que señala: *"El ejercicio de los derechos que contemplan los artículos 19 y 20 deberá hacerse efectivo ante el vendedor dentro de los tres meses siguientes a la fecha en que se haya recibido el producto, siempre que éste no se hubiere deteriorado por hecho imputable al consumidor."*

De acuerdo a la norma precedente, el legislador ha impuesto un límite temporal al ejercicio del derecho a opción, en tanto el consumidor, deberá hacerlo efectivo dentro de los tres meses siguientes a la fecha en que se haya recibido el producto.

Asimismo, impone un requisito fundamental para su ejercicio, **que el bien no se haya deteriorado por hecho imputable al consumidor.**

C. De los Bienes Perecibles

Según lo dispuesto en el artículo 21 inciso séptimo de la LPC, en caso de encontrarnos ante bienes que por su uso perezcan en el acto, es decir, bienes de naturaleza consumible, el término para ejercer la garantía legal se reduce considerablemente, ya que se limita al tiempo señalado en el envase, o de forma residual al plazo máximo de 7 días.

⁵ Ver Guía de Alcance Jurídico Derecho a la calidad e idoneidad de bienes www.sernac.cl

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

D. Derecho a la seguridad en el consumo

a) Deber de seguridad en relación al cuidado de bienes e integridad física y psíquica de los consumidores

El fundamento de la responsabilidad por los bienes y/o servicios que se ofrecen y prestan, descansa en el deber de seguridad en el consumo. Este deber de seguridad constituye una obligación propia de todo proveedor, y que se traduce en un deber general de proteger la salud y la integridad física de los consumidores, su persona y sus bienes.

Es importante señalar que las dependencias del supermercado forman parte de la prestación del servicio, sirven de sustento a la relación de consumo, facilitando el acceso a los servicios ofrecidos y a la adquisición de los productos que se ofrecen, por lo que, si no se toman las medidas necesarias para que dichas dependencias importen un cuidado para los bienes de los consumidores y un desplazamiento sin riesgos para la integridad física de los clientes que ingresan, se estará prestando un servicio de manera negligente, poniendo así en peligro la integridad física de los consumidores.

i) Daños corporales y afectación de la integridad física y psíquica de los consumidores

Un primer ámbito de aplicación del deber de seguridad, es aquel en el cual los consumidores sufren accidentes al interior del recinto en el que el proveedor vende bienes o presta servicios. Los casos van desde la caída de un consumidor por líquido derramado, riñas, caídas de objetos en altura, hasta aprisionamiento de extremidades.

El principal debate que se advierte en este campo, es sobre la necesidad o no del acto de consumo para que el acto sea comprendido dentro de la competencia de la LPDC. En este sentido, es posible advertir una serie de pronunciamientos por parte de nuestros tribunales señalando que no es necesario el acto de consumo para que se enmarque el acto dentro de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores. Así queda de manifiesto en la siguiente sentencia:

"3.) [...] Ahora bien, la citada ley [19.496], como se ha señalado, entrega una normativa completa sobre las relaciones de consumo, sin que para su aplicación resulte esencial la existencia de un vínculo jurídico previo, esto es, que se haya concretado la compraventa con el pago de los productos seleccionados por la querellante, hecho que en el caso sublite, de acuerdo con el relato contenido en el libelo, no pudo agotarse por haber sufrido una caída la mujer en el sector mismo de las cajas. [...]"

En consecuencia, como corolario de todo lo relacionado se puede concluir, como ya se ha adelantado, que en rigor, la calidad de consumidor

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

no sólo la tiene quien ha comprado el bien, sino que también la persona que con tal propósito se encuentra al interior del local, como ha acontecido en la especie. Ergo, la posición de la querellada, en esta parte, manifestada en su apelación, será desestimada.⁶

En el mismo sentido se ha pronunciado la Ilustrísima Corte de Apelaciones de San Miguel: "[...] no puede desconocerse el amparo de los hechos denunciados en la Ley N° 19.496 sobre la base de una supuesta inexistencia de un acto de consumo [...]"

10°. Que no es efectivo que la operatoria del ámbito de protección del consumidor que se refiere la Ley N° 19.496 suponga estrictamente un acto finalizado de consumo por medio del contrato respectivo, ya que algunos de sus efectos requieren esa etapa de concreción en tanto otros operan en tiempos anteriores al acto de contratación⁷. Al respecto, la Corte inclusive hace una analogía con los casos de estacionamientos señalando: "9°. Que, en efecto, tanto como resulta claro para la jurisprudencia de esta Corte de Apelaciones (rol N° 388 2012 Civil, fallo de 31 de mayo de 2012) que "los espacios destinados a estacionamiento por los establecimientos comerciales para sus clientes son parte del servicio que éstos ofrecen para que eventuales consumidores puedan acceder al local con sus propios vehículos, facilitando de esta forma el acto de consumo..." (fundamento cuarto); de la misma manera el iter contractual en esta clase de establecimientos donde se ofrece una variedad indeterminada de artículos en un espacio cerrado y delimitado, supone la policitud previa y el traslado de los eventuales adquirente por sus dependencias interiores para de esta manera propender al acto de adquisición, donde ha de regir evidentemente, según las circunstancias, las obligaciones impuestas legalmente al proveedor de bienes o servicios, en los términos de la Ley N° 19.496, entre ellas la obligación de seguridad que persigue resguardar a los eventuales clientes de los riesgos posibles y atribuibles a la actividad o inactividad que se espera deben o no brindar los referidos proveedores de bienes y servicios".

Con respecto a los daños provocados por caídas dentro de los Supermercados, la jurisprudencia ha estimado que efectivamente existe vulneración al deber de seguridad en el consumo, infringiendo de esta manera lo dispuesto por los artículos 3° inciso 1° letra d) y 23 de la LPC⁸.

ii) Daños en los bienes de los consumidores

⁶ 9 Corte de Apelaciones de La Serena, 11 de diciembre de 2008, Rol: 181-2008, cita online Legal Publishing: CL/JUR/6019/2008.

⁷ Placencia Pilquiente Custodio Mario y otro con Sodimac S.A, Corte de Apelaciones de San Miguel, 17 de octubre de 2012, Rol: 862-2012, cita online Legal Publishing: CL/JUR/2321/2012

⁸ González Miranda Isabel Margarita con Comercializadora El Mirador S.A., Corte de Apelaciones de San Miguel, 18 de febrero de 2013, Rol: 105-2013, Cita online Legal Publishing: CL/JUR/370/2013. 15 Héctor Fuentes Roca y otra con Empresas Cencosud Supermercados S.A. y otra, Corte de Apelaciones de San Miguel, 05 de noviembre de 2012, Rol: 1298-2011, Cita online Legal Publishing: CL/JUR/2513/2012. 16 Liliana Parada Villalobos con Cencosud Supermercado S.A., Corte de Apelaciones de Iquique, 29 de julio de 2011, Rol: 25-2011, cita online Legal Publishing: CL/JUR/6094/2011.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Los casos de estacionamientos de locales comerciales son los más numerosos. En ellos se presentan diversos supuestos en los que resulta posible atribuir responsabilidad a los proveedores, ya por el robo, hurto o sustracción de un vehículo, de artículos en el interior de un vehículo, de partes de un vehículo; o del choque a un vehículo estacionado.

Respecto a este punto la doctrina nacional ha indicado que *"constituye (...) una obligación permanente vigilar y custodiar el vehículo y no es una quimera el pretender que sea devuelto en las condiciones en que fue estacionado"*⁹. Es el mínimo exigible que tanto el automóvil, como los bienes en su interior, se conserven en iguales condiciones a las que tenían al momento de estacionar, pues sería ilógico estimar lo contrario, más aún si tenemos en cuenta que el acto de consumo no debe implicar nunca un riesgo para el consumidor y que es deber de la empresa afrontar, prever y evitar cualquier posibilidad riesgosa para los bienes del consumidor (como lo es la ocurrencia de un ilícito), a fin de proporcionar un servicio realmente seguro.

De esta misma manera lo ha entendido la Ilustrísima Corte de Apelaciones de Santiago, en causa de Ingreso Corte N° 476-2016, en la cual señaló en el fallo de fecha 27 de julio de 2016 que:

*"Noveno: Que, así las cosas y, con el mérito de los antecedentes allegados al proceso y analizados conforme a las reglas de la sana crítica, esta Corte estima acreditada la infracción contemplada en el artículo 3 inciso 1° letra d) en tanto ha quedado acreditado que los derechos que asisten al consumidor no fueron respetados en el presente caso, en cuanto a la seguridad en el consumo, toda vez que existiendo indudablemente dicho acto de consumo, el establecimiento comercial no brindó las condiciones de seguridad a que se encontraba obligada, sin adoptar medidas para evitar los riesgos que pudieren afectarle."*¹⁰

De igual manera ha fallado la Ilustrísima Corte de Apelaciones de Valparaíso:

(...) "el proveedor debe cumplir diversas obligaciones para con sus clientes, y entre otras, cabe destacar las de seguridad y de protección, en relación a los productos o servicios que expenden o prestan. Y naturalmente que debe entenderse que forman parte integrante del acto jurídico que se celebra entre el proveedor y el consumidor, los servicios complementarios, necesarios o conducentes al fin del establecimiento, que en el caso sub lite (robo de especies desde automóvil en estacionamiento) es la más expedita comercialización de los productos que ofrece, para cuya consecución el servicio de estacionamiento que ofrece en espacios especialmente habilitados para ello resulta indispensable, pues de otro modo los clientes no podrían acceder con

⁹ BARRIENTOS ZAMORANO, MARCELO. Jurisprudencia por daños en estacionamiento de vehículos regido por la "Ley del consumidor". Revista de derecho de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, N° 34, 2010, 59 pp.

¹⁰ Corte de Apelaciones de Santiago, 27 de julio de 2016, Rol Ingreso a Corte N° 476-2016.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

facilidad y expedición a adquirir los productos que tales locales exhiben, constituyendo, además, una exigencia legal para funcionar como tales" (...) ¹¹

Debemos tener presente, que el servicio de estacionamiento forma parte de lo que se entiende por actos jurídicos complejos, los que están compuestos de diversas etapas. Este tipo de actos comienzan con el ingreso del consumidor al estacionamiento del local comercial, continúan con la adquisición de bienes ofrecidos y concluyen con el retiro del consumidor de sus dependencias, constituyendo una operación única y global, que no se puede descomponer en distintas actividades desconectadas entre ellas.

En definitiva, el deber de seguridad emanado del artículo 3 letra d) de la LPC corresponde aplicarlo a todo el proceso de consumo, lo que involucra no sólo el acto de consumo mismo, sino los actos complementarios, como el uso de los estacionamientos con los que cuenta la empresa.

En este sentido, el derecho a la seguridad en el consumo, exige no sólo la existencia de protocolos de seguridad para evitar robos en el recinto, sino que es necesario que estos funcionen con absoluta certeza, de modo tal que, utilizado el servicio, ya sea gratuito o por brindado empresas externas, no exista riesgo alguno en el resguardo de vehículos o cualquier otro bien perteneciente a los consumidores, menos aún, un robo.

En estrecha relación con lo señalado precedentemente, el artículo 12° de la ley N° 19.496 establece que los proveedores deben respetar los términos, condiciones y modalidades conforme a las cuales se hubiere ofrecido o convenido la entrega del bien o prestación del servicio con el consumidor.

La norma en comento, no es más que una manifestación del principio general del derecho denominado "pacta sunt servanda", consagrado en el artículo 1545 del Código Civil, de acuerdo al cual, "*Todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes, y no puede ser invalidado sino por su consentimiento mutuo o por causas legales.*"

Los Supermercados no sólo ostentan la calidad de proveedores en la venta de bienes determinados, sino que además, detentan la calidad de proveedores del servicio de estacionamientos. Esto, en atención a que, tal como se indicó en párrafos precedentes, el acto de consumo es un acto jurídico de aquellos considerados complejos, no solo compuesto por el acto de la compra en sí mismo, sino que comienza desde el momento en que los consumidores ingresan al estacionamiento que ofrece el proveedor, realizan la compra y finalmente se retiran del estacionamiento.

¹¹ Corte de Apelaciones de Valparaíso, 4 de mayo de 2011, Rol Ingreso a Corte N° 205-2011

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Por lo tanto, el deber que impone la ley al proveedor se extiende a todos esos actos y no solo al hecho de la compra en sí, debiendo resguardar durante todas esas etapas, la seguridad en el consumo. En concreto, garantizando al consumidor la integridad de su automóvil y demás pertenencias durante el transcurso del acto de consumo.

Del artículo 1546 del Código Civil se desprende el principio de buena fe objetiva y que consagra el denominado "principio de integración del contrato", de acuerdo al cual:

"Los contratos deben ejecutarse de buena fe, y por consiguiente obligan no sólo a lo que en ellos se expresa, sino a todas las cosas que emanan precisamente de la naturaleza de la obligación, o que por la ley o la costumbre pertenecen a ella."

De lo señalado en esta norma, se entiende que de la naturaleza del contrato, que incluye el servicio de estacionamiento, se desprende la obligación de contar con todas las medidas de seguridad necesarias para evitar daños en los vehículos de los consumidores que asisten a estos establecimientos a celebrar actos de consumo.

La Excelentísima Corte Suprema ha señalado al respecto:

"6° Que, si bien la Ley de Protección al Consumidor no se refiere expresamente a la seguridad de esta clase de estacionamiento (porque la ley no puede contemplarlo todo), aquél es de tal modo inherente al acto de consumo de que se trata, que no puede entenderse este último sin aquél, de donde se sigue que la norma del artículo 23 es perfectamente aplicable en la especie, porque el proveedor que contempla un estacionamiento para la entrega de sus productos, está obligado a velar de manera diligente, por su calidad y seguridad. Este aserto se ve avalado por el hecho indiscutible, que el estacionamiento forma parte de la misma estructura del supermercado, al menos así aparece en este caso donde se trata de un estacionamiento subterráneo; y donde no es poco habitual, de acuerdo a la experiencia que cada zona esté identificada en todas sus hileras con letras y/o números, para facilitar al cliente la ubicación de su vehículo y se contemple además, una indicación que prohíbe sacar los carros del estacionamiento lo que refuerza que se trata de un espacio del supermercado y no de un lugar público. Si el estacionamiento fuera un bien nacional de uso público, la custodia de los vehículos estaría limitada al Estado, sin embargo, en el caso de autos, el estacionamiento es un espacio privado, de propiedad del supermercado, que no es precisamente de uso público, sino que de uso del público que concurre al supermercado y que tiene la calidad de cliente o consumidor de los productos que comercializa el supermercado. La construcción y disposición de los estacionamientos, está dirigida a la venta de los productos que comercializa naturalmente el supermercado y forman parte de la misma infraestructura que aquél dispone para el uso de sus clientes. El supermercado no comercializa los carros del supermercado, como tampoco las góndolas en que se instalan las mercaderías, ni siquiera las máquinas receptoras de botellas vacías, pero dado que están destinados al giro del negocio, al supermercado corresponde velar por su correcto

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

funcionamiento y seguridad en tanto están dirigidos a la comodidad del cliente. Lo mismo vale para el estacionamiento.”¹²

b) Venta de productos cuyo uso resulte potencialmente peligroso para la salud o integridad física de los consumidores o para la seguridad de sus bienes

Se entiende por producto peligroso a aquel que por su naturaleza presenta riesgos para la salud o el patrimonio de los consumidores. Es apropiada la conceptualización que hace de ellos el artículo 45 de la LPC, según la cual son tales los productos *“cuyo uso resulte potencialmente peligroso para la salud o integridad física de los consumidores o para la seguridad de sus bienes”*.

Al respecto, el profesor Hernán Corral ha señalado: *“Estos productos no son necesariamente defectuosos, en el sentido de inseguros, si proporcionan las advertencias e instrucciones para un uso correcto o adecuado. Por eso el art. 45, señala que en este tipo de productos el proveedor debe incorporar, en ellos o en instructivos anexos, las advertencias e indicaciones necesarias para que su empleo se efectúe con la máxima seguridad posible. La ley N° 19.955 agregó la exigencia de que estas advertencias e indicaciones deben estar en idioma español”*.¹³

En caso de que los proveedores adviertan peligros o riesgos no previstos a la época de introducción del bien en el mercado, se obligan a ponerlos, sin demora, en conocimiento de la autoridad competente para que se adopten las medidas preventivas o correctivas que el caso amerite, sin perjuicio de su deber de advertir a los consumidores. La omisión de este aviso oportuno constituirá una infracción que lo obligará *“al pago de las indemnizaciones por los daños y perjuicios que se ocasionen”*, según lo dispone el artículo 49 de la LPC.

Este deber de información en el caso de la venta de bienes cuyo uso resulte potencialmente peligroso para la salud o integridad física de los consumidores o para la seguridad de sus bienes, se manifiesta además en las exigencias legales sobre rotulado de los productos y publicidad de los mismos, siendo la herramienta de que dispone el consumidor para informarse de las características del bien.

E. Derecho a un trato digno

El proveedor se encuentra en la obligación de tener sistemas de seguridad y vigilancia que sean concordantes con los derechos básicos de

¹² Corte Suprema, 16 de mayo de 2011, Rol Ingreso a Corte N°3299-2010

¹³ CORRAL TALCIANI, HERNÁN. La responsabilidad por incumplimiento y por productos peligrosos en la Ley de Protección de los Derechos del Consumidor. [publicado en Baraona, J. y Lagos, O. (edits.), La protección de los derechos de los consumidores en Chile, Cuadernos de Extensión Jurídica, U. de los Andes, 2006, 12, pp. 95-110]



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

los seres humanos, como lo son el respeto a la dignidad e integridad física y psíquica. La misma obligación pesa sobre los dependientes del establecimiento al momento sorprender a un consumidor en la comisión de un delito flagrante, donde se limitarán, bajo su responsabilidad, a poner sin demora al presunto infractor, a disposición de las autoridades competentes (artículo 15 de la LPC).

Para estos efectos, proveedores deben tomar todas las precauciones necesarias con el objeto de reconstituir prueba respecto al delito que a su juicio se está cometiendo, para luego acreditar la existencia del ilícito.

No cabe duda alguna que los consumidores tienen derecho a ser tratados con dignidad (lo que no es más que una manifestación de las garantías constitucionales). En este sentido, si bien las empresas pueden tener mecanismos de vigilancia para evitar robos, el límite está en el respeto de la dignidad de los consumidores, teniendo presente que es la Ley del Consumidor quien establece las reglas, por tanto, las políticas de vigilancia de las empresas deben ajustarse a ellas.

Los guardias o personal de seguridad no están facultados para registrar ni detener a la persona contra su voluntad. En el caso de la comisión de un delito flagrante, debe ponerse al infractor de inmediato a disposición de la Policía.

Por lo tanto, los consumidores que injustamente son acusados de hechos ilícitos deben exigir la presencia de Carabineros o Investigaciones a fin de que se inicie el procedimiento que pueda determinar si existió delito.

Asimismo, los guardias deben tener certeza antes de acusar a una persona de robo y contar con las pruebas ya que una afirmación o acción injustificada se convierte inmediatamente en infracción a la Ley del Consumidor que puede ser sancionada, siendo las empresas quienes deben responder ante el consumidor por sus incumplimientos, aunque hayan contratado la seguridad con terceros.