
 SERNAC Servicio Nacional del Consumidor	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 1 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

Informe de Caracterización Inicial de Consumidores Hipervulnerables

Diciembre 2021


	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

 SERNAC Servicio Nacional del Consumidor	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 2 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

Índice

Antecedentes	3
Introducción	4
Objetivos y alcances del estudio	5
Criterios diferenciadores	7
Marco normativo de la hipervulnerabilidad	9
Desarrollo de la hipervulnerabilidad en otros países	9
Recepción normativa en Chile	11
Grupos de riesgo	15
1. Mujeres	16
2. Niños, niñas, adolescentes y jóvenes	18
3. Personas en situación de discapacidad	22
4. Personas mayores	26
5. Pueblos indígenas	35
6. Población rural	38
7. Personas en situación de pobreza o pobreza extrema	43
9. Migrantes	54
10. Personas privadas de libertad	58
11. Zona de baja vinculación o bajo acceso al consumo	61
Cuantificación de los grupos de riesgo	67
Matriz de vulnerabilidad agravada en el consumo	68
Conclusiones	76
Bibliografía	78

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 3 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		


Antecedentes

Durante el último año, el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) se sometió al “Examen voluntario entre homólogos del derecho y la política de protección del consumidor de Chile” de la Conferencia de las Naciones Unidas y el Desarrollo (UNCTAD) de las Naciones Unidas, que tiene como objetivo evaluar de manera externa la “eficacia del derecho y la política de protección al consumidor, así como determinar las dificultades que deben superarse...” (UNCTAD, 2021).

Entre las diferentes recomendaciones que nacen de dicha evaluación, se hace hincapié en la “necesidad de garantizar que las medidas de protección del consumidor se apliquen en beneficio de todos los consumidores, incluyendo lineamientos específicos para aquellos que se identifiquen como vulnerables”. Asimismo, se sugieren acciones específicas como considerar el “desarrollo o construcción de fuentes de información primaria (por ejemplo, a través de la realización de encuestas de hogares que sean representativas tanto del ámbito urbano como rural como también en la caracterización de distintos grupos sociales) que permitan incluir y tomar acciones respecto de aquellos servicios/sectores no reclamados y que los mismos puedan ser incluidos en la focalización de acciones. A ello debe sumarse el reforzamiento de los estudios de comportamiento, también para crear perfiles de consumidor a distintos niveles de clase social, nacionalidad y/o ubicación geográfica de residencia y para que sea posible planificar acciones de impacto directo en los distintos grupos de consumidores. Lo anterior permitirá focalizar esfuerzos en aquellos grupos de consumidores en situación más desfavorable o vulnerables que en la actualidad, por desconocimiento o falta de recursos, no han podido manifestar sus reclamos o generar alertas sobre la vulneración de sus derechos como consumidores” (UNCTAD, 2021, p. 68).

El presente estudio, se suma a una serie de iniciativas relacionadas con mejorar la protección al consumidor de los grupos vulnerables y representa el primer esfuerzo institucional por avanzar en una identificación y caracterización de dichos grupos considerándose que, dada la realidad institucional, este es un trabajo aún en construcción donde se deben implementar una serie de medidas por mejorar la información que tiene el Servicio sobre las y los consumidores.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 4 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

Introducción

La doctrina legal especializada en la materia señala que los consumidores son estructuralmente vulnerables en sus relaciones de consumo frente a los proveedores, debido a que estos últimos están en mejores condiciones para contratar. Sin embargo, a través de determinados criterios objetivos, hay ciertas situaciones en que algunos consumidores son más vulnerables que otros (Barocelli, 2020, p. 7).


Como base, entonces, hay una vulnerabilidad estructural en los consumidores, puesto que, dada las condiciones del mercado, no pueden negociar las condiciones del contrato, y solo les queda adherir o rechazar la oferta del proveedor (Vega, 2000, p. 230). Por esta asimetría, la ley da protección al consumidor en general, para evitar que sus intereses se vean afectados por abusos del proveedor.

No obstante, algunos consumidores son más vulnerables que otros, ya que además de verse afectados por la vulnerabilidad estructural de ser consumidores se les sumaría otra vulnerabilidad, que se vincula a su edad, condición psicofísica, de género, socioeconómica o cultural, o a otras circunstancias permanentes o transitorias (Barocelli, 2020, p. 21). Por consiguiente, pertenecerían a esta categoría los infantes, los adolescentes, la mujer, las personas con necesidades alimentarias especiales, el adulto mayor, los pueblos indígenas, el turista, entre otros (López, 2020).

De este modo, se entiende que no todos los integrantes de una sociedad viven el consumo de una misma forma. Las circunstancias actuales que se están viviendo a nivel mundial han repercutido en la concepción que existe respecto a las necesidades básicas que una persona debe poseer; la tecnología se ha vuelto fundamental en la casa de todo consumidor, del mismo modo que una conexión de internet estable es necesaria para realizar tareas básicas como trabajar o estudiar. Este proceso de globalización ha generado la necesidad de establecer otro parámetro de vulnerabilidad y desarrollo de mercado, guiado en las limitaciones que existen en un territorio determinado para acceder a este nuevo mundo, ya sea por factores externos o internos, tales como la escasa política social y dificultades territoriales.

Asimismo, las desigualdades económicas junto con los factores externos como la salud, la edad, el género, la cultura, el lugar de residencia, entre otros, provocan la obtención de más asimetrías entre la relación de consumidor y proveedor, las que pueden terminar

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

 SERNAC Servicio Nacional del Consumidor	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 5 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

agravando y complejizando los actos mismos de consumo. Es así como la bibliografía ha establecido la denominación de consumidores hipervulnerables o de vulnerabilidad agravada (Whight, 2020).

En virtud de lo anterior, la idea central del presente trabajo consiste en un análisis de la especial vulnerabilidad que puede llegar a tener más de algún grupo de consumidores, es por esto que, definir con exactitud las problemáticas específicas de dichos grupos hipervulnerables, resulta de gran importancia para poder llegar a un punto de reflexión y de entendimiento sobre las circunstancias variadas que deben sobrepasar en su realidad como tal, las cuales podrían complejizar sus actos de consumo (Whight, 2020).

Para esto se indican criterios de hipervulnerabilidad, considerando la Circular Interpretativa sobre noción de consumidor hipervulnerable¹ y el trabajo desarrollado por Erika Isler (2021 A). Con esta base, se busca identificar en cuáles mercados se verían más afectados los consumidores, para determinar si existe algún grado de consagración o reconocimiento legal y en caso de que no lo hubiese, señalar cuál podría llegar a ser el grado de vulnerabilidad que podrían tener estos grupos dentro del comercio.

Es importante señalar que pese a que no haya una mención expresa a los consumidores hipervulnerables en la legislación chilena, se han desarrollado distintas normas y situaciones que indicarían que existe vulnerabilidad en ciertos grupos, los cuales pudieran requerir un mayor grado de protección en sus relaciones de consumo. De este modo, existen otros países que han desarrollado más a fondo el tema como Argentina, España y Perú, por ende, es de relevancia estudiar sus casos para determinar su parámetro de consumidor, así como su correlación con la investigación.


Objetivos y alcances del estudio

Objetivo general

Identificar y caracterizar de forma inicial a los grupos de consumidores hipervulnerables o con vulnerabilidad agravada.

¹ A la fecha de revisión del presente informe, esta Circular Interpretativa desarrollada por la Subdirección Jurídica se encuentra en proceso de desarrollo, habiendo tomado conocimiento la Unidad de Monitoreo de Mercados con el fin de poder establecer sugerencias.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

 SERNAC Servicio Nacional del Consumidor	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 6 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

Objetivos específicos

Definir el concepto de consumidores hipervulnerables y los criterios para identificar la hipervulnerabilidad.

Analizar el marco normativo de los consumidores hipervulnerables.

Describir cada uno de los grupos vulnerables identificados.

Generar una matriz, donde para cada grupo vulnerables se identifiquen las mayores problemáticas en torno al consumo que pudieran caracterizarlos en su identificación como consumidores hipervulnerables.

Alcances

El presente estudio es un análisis preliminar sobre distintos tipos de estudios, estadísticas y regulaciones respecto de los grupos que podrían verse involucrados en la hipervulnerabilidad. Por ende, para lograr un estudio más acabado al respecto se requiere de un análisis social, político e histórico más profundo respecto a los temas tratados, en los que participe activamente la ciudadanía y las organizaciones que se involucran día a día en la protección de los consumidores.

Asimismo, es importante poder contar con más información que permita caracterizar a algunos grupos de eventuales consumidores hipervulnerables cuyas problemáticas hoy día se encuentran invisibilizadas.

Por lo mismo, se proyecta este estudio como un primer paso para la generación de un documento dinámico, donde se puedan plasmar los grupos que respecto a ciertas características sean reconocidos como hipervulnerables, buscando enfrentar las diferentes dificultades que se presentan tras esta característica.

Por su parte, se hace presente que, si bien hay un análisis jurídico del asunto, este forma parte de la realización de un estudio en el área de consumo, conforme la facultad del artículo 58 inciso 2º letra k) de la Ley de Protección del Consumidor. Por lo mismo, los análisis y revisiones planteadas en este estudio, no corresponden a una interpretación administrativa realizada en conformidad a la facultad de la letra b) de la misma disposición, sino que es una arista en la descripción del asunto.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Cabe recalcar que, desde una perspectiva social, se busca señalar las problemáticas normalizadas que una persona atraviesa en su papel de consumidor cotidiano, en la cual no posee noción de su vulnerabilidad, que en casos específicos y determinados se transforma en hipervulnerabilidad. Es por esto por lo que se considera importante explicar con claridad la definición de estas situaciones para generar conciencia en base a la visualización de determinados casos acreedores de una estigmatización.

Criterios diferenciadores

El SERNAC ha considerado tres criterios diferenciadores de hipervulnerabilidad, que toman relevancia en distintos contextos²:

- **Criterio endógeno** (o permanente): Considera una vulnerabilidad social preexistente y permanente, por alguna condición personal. Por ejemplo, la vulnerabilidad de los pueblos originarios o de las personas en situación de discapacidad.
- **Criterio circunstancial**: Considera la vulnerabilidad producida a determinados consumidores, por circunstancias personales, frente a determinados mercados. Por ejemplo, la vulnerabilidad de un adulto mayor frente al mercado de tecnología.
- **Criterio situacional**: Considera la vulnerabilidad producida por motivos externos y contingentes, independientes a las condiciones personales del consumidor. Por ejemplo, la vulnerabilidad de cualquiera que se encuentra hospitalizado o de turista.

Se plantea que el criterio endógeno ha de ser considerado para la elaboración de leyes y políticas públicas en protección de esos grupos, pero que para la identificación de consumidores hipervulnerables, se ha de circunscribir al criterio circunstancial y situacional.

Por su parte, según la doctrina, se puede sustentar la hipervulnerabilidad en base a 2 criterios distintos, uno formal y otro de análisis concreto. Cada uno de estos mecanismos tiene sus ventajas y desventajas, debido a que se prioriza o la certeza jurídica o la justicia (Isler, 2021 A).

² Circular Interpretativa sobre noción de consumidor hipervulnerable, título I apartado B.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)


- Criterio formal:** Este primer criterio supone un sistema de fijación de vulnerabilidad que se fundamenta sobre el cumplimiento de ciertos supuestos fácticos que, cumpliéndose, presume que el consumidor se encuentra en una situación especial de desventaja. Es decir, la ley define o fija grupos que considera que se encuentran en una dificultad mayor que el resto de los consumidores y, por el solo hecho de pertenecer a esa categoría, están especialmente protegidos (Isler, 2021 A).
- Criterio de análisis concreto:** Este mecanismo supone la realización de un análisis en cada caso concreto para establecer si una determinada característica conduce efectivamente a una desigualdad material, o bien, si ella es irrelevante. Es decir, que cuando en concreto exista alguna situación personal -emanada de su edad, condición psicofísica, de género, socioeconómica, cultural o de otras circunstancias permanentes o transitorias- que ponga al consumidor en una situación de especial desventaja respecto al resto, da lugar para calificarlo como un consumidor hipervulnerable (Isler, 2021 A).

El criterio formal, explica la autora, tiene la ventaja de favorecer la certeza jurídica, pues no existen dudas de la calificación del consumidor como hipervulnerable. Por su parte, el criterio de análisis concreto privilegia la justicia, pues evita una patologización excesiva de aquellos sujetos que, si bien tienen una condición objetiva, esta no incide en el ejercicio de sus derechos (Isler, 2021). Con esto, la preponderancia que se le dé a las características, conocimientos y experiencias particulares del consumidor diferenciarán uno u otro criterio.

Ahora, para efectos de este estudio, se analizará a los consumidores hipervulnerables desde un **criterio circunstancial**, pues se busca perfilar la vulnerabilidad agravada producida por sus características personales en un mercado determinado. Se excluye el criterio endógeno, pues, como señala la Circular, no basta la pertenencia a un grupo para ser consumidor hipervulnerable. Se excluye, además, el criterio situacional, pues no se corresponde con los objetivos de este trabajo, y porque dificultaría desmedidamente un análisis general del asunto.

Por su parte, se utiliza en el estudio un **criterio formal**, pues se considera la relación de un grupo de consumidores hipervulnerables y un mercado determinado, sin considerar las

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 9 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

características particulares de cada consumidor. Esto porque un análisis concreto haría imposible un estudio generalizado del problema, como el que busca este trabajo.

No obstante, si bien se está analizando el problema desde un criterio circunstancial con perspectiva formal, no se desconoce la relevancia que tienen las circunstancias particulares de cada consumidor al analizar su vulnerabilidad. Es por esto por lo que, al encuadrar un grupo de personas como consumidores hipervulnerables, se considera éste como un grupo de riesgo, donde existe mayor probabilidad de que se vean dificultades especiales en el consumo, independiente que en el caso particular pueden no producirse esas dificultades por las condiciones, conocimientos o experiencias concretas del consumidor.

A su vez, es necesario mencionar que los grupos de riesgo no son categorías rígidas ni excluyentes, sino que varían conforme las condiciones sociales y se relacionan unas con otras. Así, una persona puede presentar especiales dificultades al consumo por distintas causas, como estar en situación de pobreza y vivir en una zona de baja vinculación; y estas causas podrían atenuarse o acabarse con el tiempo, como el desarrollo de mayor conectividad en el sector donde vive.

Por último, cabe aclarar que al identificar estos grupos de riesgo, se está considerando un concepto amplio de consumidor, incluyendo a aquellos consumidores materiales, es decir, aquellos que utilizan el bien o servicio adquirido por otro (Barrientos, 2009, pp. 139-140), e incluso a aquellos que por sus circunstancias no puedan llegar a celebrar el acto de consumo. Así, se atenderá la situación de los niños que usan los bienes comprados por sus padres, las personas privadas de libertad en relación a los servicios básicos que el recinto penitenciario debe proporcionarles; las personas en situación de pobreza o en zonas de baja vinculación que no tienen la opción de participar en ciertos mercados.

Marco normativo de la hipervulnerabilidad

Desarrollo de la hipervulnerabilidad en otros países

En el caso de **Argentina**, se reconoce esta nueva categoría de consumidores en la resolución N° 139/2020, la cual consta con 7 artículos que regulan materias como la definición del concepto, cuáles grupos poseen una mayor vulnerabilidad en el consumo y, además, encomienda a la Subsecretaría de Acciones para la Defensa de los Consumidores

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

a arbitrar las medidas que crea necesarias para la implementación de la norma (Whight, 2020, p. 172-173).

En el caso de **España**, contempla en su real Decreto-ley 1/2021 normas para la protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica. Dicha norma añade un nuevo apartado al art. 3 de la ley general para la defensa de los consumidores, usuarios y otras leyes complementarias. En este apartado agrega una noción específica de consumidor vulnerable y consagra derechos básicos para este tipo de consumidores³.

Otras legislaciones en América Latina tratan de forma más o menos directa a los consumidores hipervulnerables. En Brasil, por ejemplo, el Código de Defensa del Consumidor resalta en la problemática de las prácticas abusivas el hecho de prevalerse de la “ignorancia”, “edad”, “salud” o “condición social” del consumidor, para imponer sus productos o servicios⁴.

En **Perú**, su Código de Protección y Defensa del Consumidor establece que la labor de protección y defensa hacia el usuario debe poner especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad, así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza⁵.

Bolivia, por su parte, en la Ley General de los Derechos de los Usuarios/as y de los Consumidores/as, dispone: “Información para personas vulnerables. El proveedor de productos o servicios alimenticios está obligado a proporcionar información: a) De alimentos que causen daños o riesgos a la salud de las mujeres gestantes, al embrión, al feto o al recién nacido, adultos mayores y personas con discapacidad; b) Sobre los beneficios de la leche materna; c) De los daños o riesgos a la salud de las niñas, niños y adolescentes, adultos mayores y personas con discapacidad.⁶


³ Artículo 8 de la ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias, de España.

⁴ Artículo 39, párrafo IV del Código del Consumidor de Brasil

⁵ Artículo 4 inciso 4º del Código de Protección y Defensa del Consumidor de Perú.

⁶ Artículo 15 de la ley 453, Ley General de los Derechos de las Usuarías y los Usuarios y de las Consumidoras y los Consumidores, de Bolivia.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

 SERNAC Servicio Nacional del Consumidor	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 11 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

Recepción normativa en Chile

En la ley chilena, no hay mención expresa al concepto de consumidores hipervulnerables. No obstante, sí existe regulación respecto a ellos, principalmente un ordenamiento general en cuanto a la igualdad ante la ley y la no discriminación arbitraria (especialmente en la Constitución Política de la República, CPR, y en tratados internacionales), que es recogida por la LPC como un derecho del consumidor (Campos, 2021).

Además, hay otros cuerpos normativos que reconocen la situación de vulnerabilidad que pueden afectar a ciertos grupos, además del deber del Estado y particulares de respetar tanto la equidad e igualdad como otros derechos. Estos serán analizados al revisar la situación de los distintos grupos de riesgo.

Por su parte, el SERNAC ha trabajado en una Circular Interpretativa sobre noción de consumidor hipervulnerable, donde analiza detalladamente la conceptualización del asunto, su desarrollo en el derecho extranjero, la distinta normativa en materia nacional (con acento en la igualdad ante la ley), las medidas que se han tomado al respecto y las consecuencias de la consideración de estos consumidores⁷.

A mayor abundamiento, dentro del marco general de protección hay dos conceptos clave: la igualdad ante la ley y la no discriminación arbitraria. Estos se pueden encontrar, principalmente, en las siguientes normas:

- Constitución Política de la República, que consagra que todas las personas nacen libres e iguales en dignidad y derechos⁸, la igualdad de oportunidades⁹, el derecho a la igualdad ante la ley y la prohibición de la no discriminación arbitraria¹⁰.
- Pacto Internacional de Derechos Económicos Sociales y Culturales (PIDESC), que garantiza la no discriminación en el goce de los derechos consagrados¹¹. Para su lectura, es relevante la Observación General nº20 del Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (CDESC).

⁷ A la fecha de revisión del presente informe, esta Circular Interpretativa desarrollada por la Subdirección Jurídica se encuentra en proceso de desarrollo, habiendo tomado conocimiento la Unidad de Monitoreo de Mercados con el fin de poder establecer sugerencias.

⁸ Artículo 1º inciso 1º de la CPR.

⁹ Artículo 1º inciso 5º de la CPR.

¹⁰ Artículo 19 nº2 de la CPR.

¹¹ Artículo 2 párrafo 2 del PIDESC.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

- Ley 20.609 que establece medidas contra la discriminación. Dicha ley es relevante ya que establece un mecanismo ante cualquier tipo de discriminación arbitraria (lo cual sería aplicable a las relaciones de consumo) y además define qué se debe entender por discriminación arbitraria.
- Ley 19.496 sobre la protección de los derechos de los consumidores. Esta ley es la principal respecto al consumo y puede ser extrapolada a todos los ámbitos en los cuales exista un consumo. En particular, en el artículo 3 se establecen los derechos de los consumidores, siendo relevante el no ser discriminado arbitrariamente por parte de proveedores de bienes y servicios.
- Las Directrices de Naciones Unidas para la protección del consumidor, es un instrumento jurídico que abarca 193 países pertenecientes a las Naciones Unidas entre ellos Chile. Estas directrices toman en consideración las reales necesidades de los consumidores, partiendo de la base de la desigualdad existente en el vínculo de consumo.¹²

En cuanto a la situación de los consumidores hipervulnerables, es necesario aclarar que la igualdad y la no discriminación no se limitan a criterios formales. Es necesario combatir la discriminación sustantiva, que se da en los hechos y no en la norma, poniendo suficiente atención a los grupos o individuos que sufren injusticias históricas o persistentes. Para esto, ha de ser necesario tomar medidas de discriminación positiva que los favorezcan explícitamente. Todo esto considerando que una ley, política o práctica, aparentemente neutra pero que perjudica a un grupo, constituye una forma de discriminación indirecta, por lo que también se encuentra prohibida.¹³

Además, actualmente la ley da un concepto acabado de discriminación arbitraria, presentando distintos factores de riesgo:

“La discriminación arbitraria consiste en toda distinción, exclusión o restricción que carezca de justificación razonable, efectuada por agentes del Estado o particulares, y que cause privación, perturbación o amenaza en el ejercicio legítimo de los derechos fundamentales establecidos en la Constitución Política de la República o

¹² Objetivos declarados por las Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor (en su versión ampliada de 1999).

¹³ Observación General nº 20 del CDESC, apartados 8 al 10.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

en los tratados internacionales sobre derechos humanos ratificados por Chile y que se encuentren vigentes, en particular cuando se funden en motivos tales como la raza o etnia, la nacionalidad, la situación socioeconómica, el idioma, la ideología u opinión política, la religión o creencia, la sindicación o participación en organizaciones gremiales o la falta de ellas, sexo, la maternidad, la lactancia materna, el amamantamiento, la orientación sexual, la identidad y expresión de género, el estado civil, la edad, la filiación, la apariencia personal y la enfermedad o discapacidad”¹⁴.

Con esto, el proveedor que no tiene el cuidado debido respecto de sus consumidores hipervulnerables estaría cometiendo un acto de discriminación indirecta. Si es respecto a alguna persona que entre en una categoría sospechosa (por raza, sexo, nacionalidad, etc.), esta discriminación será arbitraria, y estaría vulnerando sus derechos fundamentales, así como su derecho del consumidor.

Cabe destacar que en este punto se aprecia de forma importante el encuentro entre el Derecho del Consumidor y el Derecho Constitucional, cuya concreción contempla ciertos matices. Algunos autores consideran que las disposiciones constitucionales son aplicables a la relación de consumo. A su vez, los deberes del Estado tienden a inclinarse hacia el bien común, con el objetivo de dar protección a los derechos de la ciudadanía, asegurando la igualdad de oportunidades en todos los ámbitos de la esfera social, incluyendo a la protección del consumidor (Peña, 2021). En esta línea se argumenta la relación entre el artículo 19 n°2 con el artículo 3 letra c) de la LPDC, que convergen en la no discriminación arbitraria, la primera por el Estado, la segunda por los proveedores (Sandoval, 2004). Otros defienden la aplicación de la constitución por vía de la interpretación de la norma del consumidor, en cuanto se deben excluir los posibles sentidos de la norma legal que puedan ser inconstitucionales (Dominguez, 2010).

Por otra parte, otros derechos de los consumidores hipervulnerables estarían amparados por la Constitución (Peña, 2021), como, por ejemplo:

- *Derecho a la vida y a la integridad física y psíquica*¹⁵, que podría ser afectada por productos o bienes defectuosos.

¹⁴ Artículo 2 de la ley 20.609.

¹⁵ Artículo 19 n°1 de la CPR.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

- *Derecho a un medioambiente libre de contaminación y al derecho de propiedad*¹⁶. En este caso los grupos que se pudiesen ver más vulnerados serían los pueblos originarios, por la relación de su cosmovisión con la naturaleza o los conflictos que se pueden generar en los territorios ancestrales, campesinos o agrarios, que también pudieran afectar a la población rural.
- *Derecho Fundamental de libertad de conciencia y la manifestación de toda creencia*¹⁷. Este derecho fundamental se pudiera vincular con los grupos de población migrante y perteneciente a las etnias indígenas cuyas creencias pueden ser de distinta índole.

No obstante, parte de la doctrina considera que esta aplicación de las normas generales en materia del consumidor es insuficiente, y es necesario que se consagre expresamente en el texto constitucional la protección del consumidor (Velasco, 2014, p. 39 - 40), como se da en el ordenamiento argentino¹⁸ o brasilero¹⁹. En Chile, están en trámite tres proyectos de reforma constitucional que buscan reconocer ciertos aspectos del derecho del consumidor, como el deber del Estado de dar protección al consumidor, ciertos derechos (libre elección, información, no discriminación, etc.) y el principio pro consumidor²⁰.

Por último, es necesario considerar que se ha planteado el derecho fundamental de acceso digno al consumo, como base y fundamento de todos los otros derechos del consumidor. Correlativamente, el Estado debe garantizar a todos la posibilidad de transformarse en sujetos activos del mercado (Sozzo, 2010, p. 144). Así, el acceso al consumo “significa que la posibilidad de llegar a consumir debe extenderse a todos los sectores de la población” (Tambussi, 2014). Este asunto es especialmente relevante respecto a bienes y servicios esenciales, como alimentos, agua, productos farmacéuticos, energía y servicios públicos²¹, así como en su relación con ciertos grupos como personas

¹⁶ Artículo 19 nº8 y 24 de la CPR.

¹⁷ Artículo 19 nº 6 de la CPR.


¹⁸ Artículos 42 y 43 de la Constitución Nacional de la República Argentina.

¹⁹ Artículos 5 nº XXXII y 170 nº V de la Constitución de la República Federativa de Brasil de 1988.

²⁰ Boletín Nº 7563-07, Nº 9463-03 y Nº 11.807-07.

²¹ Directrices para la Protección del Consumidor de la ONU, puntos 5.a) y 69.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

 SERNAC Servicio Nacional del Consumidor	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 15 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

en población rural, zonas de baja vinculación o bajo acceso al consumo, pobreza extrema o recintos penitenciarios, que ven mermada incluso su posibilidad de acceder a estos bienes.

Grupos de riesgo

Identificado un marco general de la vulnerabilidad agravada, procede analizar la situación de los distintos grupos de riesgo. Si bien, para efectos del análisis se tratarán estos grupos aisladamente, cabe recordar que cada uno de estos factores pueden superponerse, generando dificultades en el consumo en distintos niveles.


Como se señalaba, en Chile existen diversas normas que protegen a determinados grupos vulnerables. Aunque estas no refieren específicamente a derechos del consumidor, dan luces de las dificultades a las que se enfrentan estas personas, que se pueden traducir en el consumo. Por esto, al tratar cada grupo de riesgo se hará referencia a las normas que tratan su situación particular. No obstante, no se ha de desconocer que los problemas pueden darse en los hechos, aunque no haya una consagración normativa respecto a ellos.

Además, considerando los criterios de hipervulnerabilidad mencionados (criterio circunstancial con perspectiva formal), se analizan las dificultades en el consumo que cada uno de estos grupos se vería más expuesto a sufrir, aunque alguien que cumpla con dichas características podría, en el caso concreto, no tener esas dificultades.

Entre los grupos de riesgo identificados más relevantes en Chile, que dadas las circunstancias podrían constituirse como consumidores hipervulnerables, se encuentran:

1. Mujeres
2. Niños, niñas, adolescentes y jóvenes
3. Personas en situación de discapacidad
4. Personas mayores
5. Pueblos indígenas
6. Población rural
7. Personas en situación de pobreza o pobreza extrema
8. Personas LGTBQIA+
9. Migrantes
10. Personas privadas de libertad
11. Zonas de baja vinculación o bajo acceso al consumo

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

 SERNAC Servicio Nacional del Consumidor	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 16 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

En este sentido, cabe recordar que el presente informe es un trabajo preliminar que ha tomado de base a estos grupos de la población para iniciar un análisis más profundo de sus dificultades en el consumo. Por lo mismo, nada obsta a que en futuros proyectos puedan incluirse otros grupos de riesgo.

1. Mujeres

En consideración a este grupo de consumidoras, se debe hacer la acepción de que no por nacer mujer las hace intrínsecamente vulnerables, sino que esto dependerá de las distintas situaciones de discriminación hacia la mujer. Por lo tanto, la protección que se brinda a las mujeres no es simplemente por razones biológicas, sino más bien por circunstancias adicionales, como por ejemplo las mujeres en etapa de gestación, menstruantes o aquellas que han sido víctimas de violencia de género (Isler, 2021 A) o se han visto afectadas por el denominado “impuesto rosa” en productos de uso diario.

Respecto al consumo, los principales problemas se encuentran en los precios elevados en productos de cuidado personal para las mujeres como lo son las toallas higiénicas -lo cual queda plasmado en el reciente informe de “Gestión Menstrual” realizado por el SERNAC²² -, problemas de accesibilidad para las mujeres embarazadas en etapas avanzadas de gestación, discriminaciones simplemente por su sexo en ciertos mercados, generalmente relacionados a hombres (como el automotriz o computacional), entre otros relacionados.

Debido a que, históricamente, las mujeres han sido vulneradas en sus derechos, es que han sido especialmente protegidas. Esta protección en nuestro país se recoge por la ratificación de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer. Se establece que los Estados deben condenar la discriminación contra la mujer en todas sus formas, tomando todas las medidas necesarias para eliminar cualquier forma de discriminación practicada por cualquier persona, organización o empresa.²³ Además, el mismo artículo 19 n°2 de la CPR establece expresamente la igualdad entre hombre y mujer.

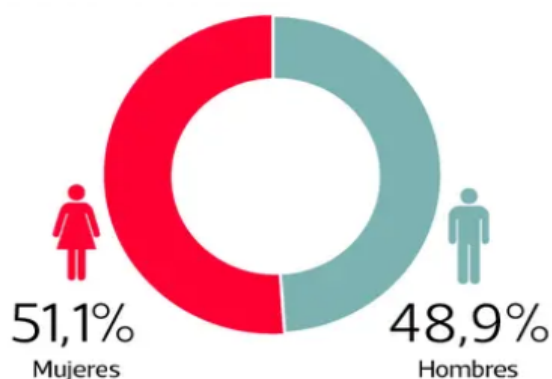
²² Disponible en <https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-63337.html>

²³ Artículo 2 letra e). Promulga Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer. Decreto 789.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

El último Censo (2017) señala que las mujeres corresponden al 51,1% de la población, con 8.972.014 de personas.

Porcentajes de población por género



Fuente: Censo 2017.

En cuanto a los reclamos ingresados al SERNAC durante el primer semestre de 2021, la cantidad realizada por mujeres llega a un total 201.876 reclamos equivalentes a un 54,6% de los reclamos totales. Al comparar los reclamos de mujeres respecto a los hombres, se puede apreciar que, en relación con el total de cada grupo, el mercado "Tiendas por Departamento" es más reclamado por mujeres que por hombres, con 6,3% más de reclamos. En la misma línea, el producto "Vestuario" es un 3,8% más reclamado por mujeres que por hombres. A raíz del problema mencionado anteriormente se destaca que el motivo más reclamado por mujeres es Problemas de Ejecución Contractual con un 4,3% más de reclamos respecto a los hombres.

Algunas de las situaciones levantadas en el marco de este estudio se esquematizan a continuación:

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)


Problema	Descripción del problema	Fuente	Derechos afectados ²⁴
Impuestos de género	Sobrepuestos en productos dirigidos al público femenino, y el costo de la gestión menstrual.	SERNAC (2021 B). Informe Estudio Gestión Menstrual . SERNAC (2019). Estudio prospectivo sobre impuesto rosa .	AC, LE, TD, SE
Abierta discriminación	Actos de rechazo u odiosidad hacia la persona, con malos tratos, aprovechamiento de su situación e incluso negativa a prestar el producto o servicio.	SERNAC (2021 A). Encuesta Ciudadana Mujer & Consumo	TD
Violencia de género	Situaciones de acoso o abuso en contextos de consumo.	Sagaris <i>et al</i> (2020). Ella se mueve ¿segura? Mujeres, seguridad y transporte público .	TD, SE
Prejuicios	Representación y promoción de prejuicios y estereotipos contra estos grupos.	Pariente (2020). Publicidad sexista: ¿De qué manera afecta la salud mental de las adolescentes?	TD
Accesibilidad	La movilidad reducida que puede tener una mujer embarazada dificulta el acceso a distintos espacios físicos.	Boudeguer, Prett y Squella (2010). Manual de Accesibilidad Universal	AC, SE.

2. Niños, niñas, adolescentes y jóvenes

En general, el mercado no está orientado solo a una gama de personas encasilladas en aspectos como la edad o la ideología que posean, sino que su meta es el consumo de forma permanente por parte de las personas, generando un sistema de consumo continuo. Por ende, los niños, niñas, adolescentes y jóvenes no están excluidos del sistema

²⁴ AC: Acceso al consumo; TD: Trato digno; SE: Seguridad; IN: Información; LE: Libre elección; GI: Garantía e indemnización; ED: Educación en el consumo.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

 SERNAC Servicio Nacional del Consumidor	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 19 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

de mercado y se ven influenciados por las prácticas que puedan generar las empresas, especialmente a través de la publicidad.

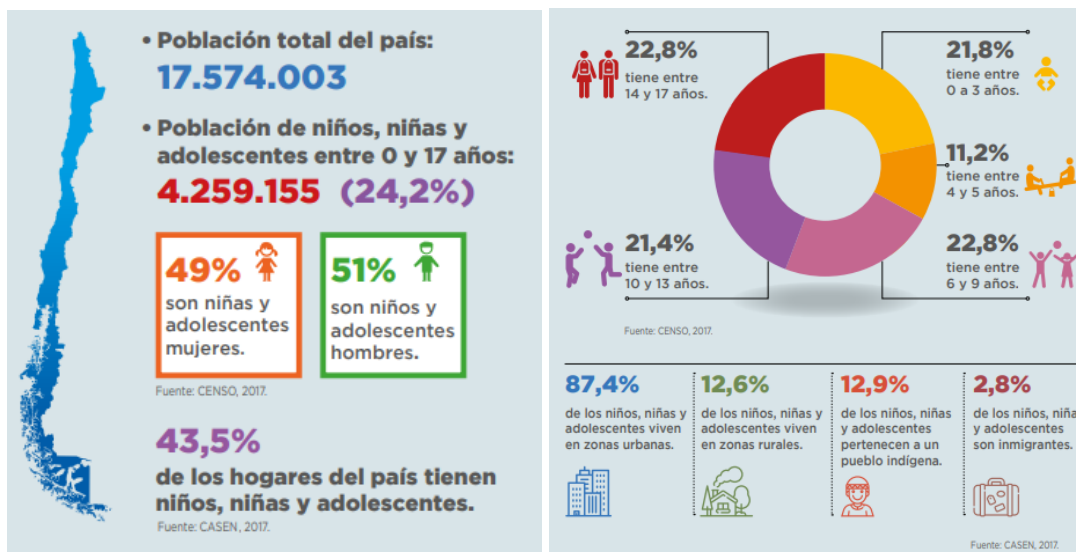
De esta manera, las niñas y niños muy pequeños sólo podrán ser consumidores pasivos o secundarios (los padres son los encargados de llevar a cabo las relaciones de consumo que son para su beneficio), debido a su poca capacidad económica, jurídica, intelectual, etc. También se podrían mencionar problemas respecto a la seguridad de los productos, una educación financiera deficiente que se traduce, por lo general, en compras impulsivas, entre otros aspectos de mayor envergadura.

En esta línea, la Organización Mundial de la Salud determina que los niños y niñas corresponden a quienes poseen hasta 10 años de edad, asimismo, el periodo de adolescencia radica entre los 10 y 19 años respectivamente. Sin embargo, se considera que este periodo etario *“es una etapa compleja de la vida, marca la transición de la infancia al estado adulto, con ella se producen cambios físicos, psicológicos, biológicos, intelectuales y sociales”* (Borrás, 2014; pág. 5), por ende, son más volubles a los factores externos que pueden intervenir en la toma de decisiones, por lo que, este grupo siempre se ha encontrado en un plano de vulnerabilidad mayor.

En Chile, según cifras de CASEN 2017, hay 4.259.155 niños, niñas y adolescentes, lo que es equivalente al 24,2% de la población chilena. Asimismo, un 13,9% vive en situación de pobreza por ingresos (577.000) y un 22,9% vive en situación de pobreza multidimensional (907.711) a lo que se suma, que un 5,8% de entre 2 y 17 años se encuentran en situación de discapacidad.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Infografía de caracterización de niños, niñas y adolescentes



Fuente: Infografía de UNICEF en base a datos de Encuesta CASEN 2017

En este contexto, se han establecido diversos tratados internacionales, dentro de los cuales Chile ha ratificado la Convención sobre los derechos del niño, la cual establece que los Estados deben respetar los artículos que están enunciados en la convención y aseguren su aplicación a cada niño sin distinción alguna, tomando las medidas necesarias para evitar cualquier tipo de discriminación debido a alguna circunstancia o situación de sus padres, tutores o familiares. Si bien es cierto que no hay regulación específica respecto al consumo por parte de menores (solo simples directrices respecto a la seguridad de los juguetes, normas relativas a la calificación del nivel de violencia en videojuegos, etc.) es evidente que están en una esfera de protección mayor por su nivel de vulnerabilidad intrínseco, pero a su vez transitorio (hasta que sean mayores).

Con respecto a los reclamos ingresados al SERNAC para el año 2020 la cantidad realizada por niños, niñas, adolescentes y jóvenes llega a un total de 1.661 reclamos equivalentes a un 0,2% de los reclamos totales. Al comparar los reclamos de niños, niñas, adolescentes y jóvenes respecto al resto de las personas, se puede apreciar que, en relación con el total de cada grupo, el mercado "Correspondencia" es más reclamado por niños, niñas,

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

adolescentes y jóvenes que por el resto de las personas, con 9% más de reclamos. Seguido por “Computación y Similares” y “Tiendas Medianas y Pequeñas” con 4% y 3% más de reclamos de niños, niñas, adolescentes y jóvenes respecto al resto de personas.


Dentro de ello, el motivo más reclamado por niños, niñas, adolescentes y jóvenes corresponde a “Retardo de la Entrega en lo Comprado” con un 8% más de reclamos respecto al resto de las personas, lo que además podría estar reflejando el actuar de este grupo frente al consumo.

Algunas de las situaciones levantadas en el marco de este estudio se esquematizan a continuación:

Problema	Descripción del problema	Fuente	Derechos afectados ²⁵
Capacidad limitada	En general, los NNA son legalmente incapaces para celebrar contratos, pero igual realizan distintos actos de consumo, siendo más influenciables en estos.	Isler (2021 B). Consumidores vulnerables: La vulnerabilidad en razón de la edad.	LE, IN, ED
Mal uso de productos y servicios	El uso que dan a los productos, o su comportamiento en los servicios, puede arriesgar especialmente su salud.	Isler (2021 B). Consumidores vulnerables: La vulnerabilidad en razón de la edad.	SE
Abierta discriminación	Actos de rechazo u odiosidad hacia la persona, con malos tratos, aprovechamiento de su situación e incluso negativa a prestar el producto o servicio.	Crónica Digital (2007). Miles de estudiantes son discriminados en el transporte rural de Santiago Soychile (2019). Reclamo de estudiantes lidera aumento de denuncias en el transporte	AC, TD, SE.

²⁵ AC: Acceso al consumo; TD: Trato digno; SE: Seguridad; IN: Información; LE: Libre elección; GI: Garantía e indemnización; ED: Educación en el consumo.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

 SERNAC Servicio Nacional del Consumidor	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 22 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

		público de Antofagasta	
--	--	--	--

3. Personas en situación de discapacidad

Las personas en situación de discapacidad se encuentran en una posición de vulnerabilidad más relacionado a los espacios de tránsito en los que están envueltos (discapacidad física), debido a la falta de infraestructura que les permita un libre tránsito o acceso a ciertos comercios, todo esto sin dejar de lado la discriminación que pudiesen llegar a tener por ciertas condiciones que no les permitiese acceder directamente a los productos que requiere o que el comercio interprete que no pueden hacerlo.

Respecto de ello, se encuentran varios cuerpos normativos que, a pesar de no ser específicamente relacionados al consumo, establecen directrices, obligaciones y recomendaciones para que las personas con discapacidad alcancen un plano de igualdad en todo ámbito de la vida. Como se adelantaba anteriormente, las distintas formas en las cuales se podrían ver afectadas las personas con alguna discapacidad en el consumo son principalmente relacionadas con el acceso a los servicios por no contar con infraestructura adecuada, el acceso a la información en cuanto al formato presentado, el diseño de los productos, sin considerar las discriminaciones que pueden sufrir también personas con distintos tipos de discapacidad.

Entre las leyes mencionadas, se encuentra la Ley 20.422 que tiene como objetivo el que las personas con discapacidad obtengan una plena inclusión social, asegurando el disfrute de sus derechos y eliminando cualquier forma de discriminación fundada en la discapacidad²⁶. Posteriormente señala que en la aplicación de la ley se debe dar cumplimiento a una serie de principios, entre los cuales destacan (y que se relacionan con el consumo) el de accesibilidad y diseño universal.²⁷ Además, establece normas para asegurar la accesibilidad a todos los medios del transporte público de pasajeros²⁸,

²⁶ Artículo 1 de la Ley 20.422 Establece normas sobre igualdad de oportunidades e inclusión social de personas con discapacidad.

²⁷ Artículo 3 letra b) y c) de la Ley 20.422

²⁸ Artículo 30 de la Ley 20.422

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

estacionamientos preferenciales²⁹, promover y respetar los derechos de las personas sordas asegurando el acceso a servicios³⁰.

Chile ha ratificado tratados internacionales, tales como la “Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad” o la “Convención Interamericana para la eliminación de todas las formas de discriminación contra las personas con discapacidad”. Siguiendo la misma línea que la ley mencionada en el párrafo precedente, establece directrices que promueven la integración y adopción de medidas para eliminar progresivamente la discriminación contra las personas con discapacidad³¹.

En general, estos tratados establecen deberes para los Estados, relativos a asegurar la inclusión de las personas con discapacidad a la vida en sociedad sin ningún tipo de discriminación ya sea por infraestructura³², su condición³³, acceso a la información³⁴, etc.

De acuerdo con las cifras del Segundo Estudio Nacional de Discapacidad, efectuado el año 2015 por SENADIS, 2.606.914 personas, es decir, un 20% de la población nacional de adultos (18 años y más), posee discapacidad.

²⁹ Artículo 31 de la Ley 20.422

³⁰ Artículo 26 inciso 2 de la Ley 20.422

³¹ Artículo 21, 28. Decreto 201 Promulga la Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad. Ministerio de relaciones exteriores; Artículo 2 y 3. Decreto 99 Promulga Convención Interamericana para la eliminación de todas las formas de discriminación contra las personas con discapacidad. Ministerio de relaciones exteriores.

³² Artículo 9 del Decreto 201.

³³ Artículo 25 letra f) y 30 del Decreto 201.

³⁴ Artículo 4 letra h) del Decreto 201.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Gráfica de caracterización de población con discapacidad



Fuente: II Estudio Nacional de Discapacidad 2015, SENADIS

De este número:

- 1.523.949 personas (11.7%) tiene una discapacidad moderada.
- 1.082.965 personas (8.3%) tienen discapacidad severa.
- El 49,9% se concentra en los quintiles I y II de ingreso autónomo per cápita del hogar, siendo, por tanto, más vulnerables aún.
- El 40,4% se encuentran en situación de dependencia.
- El 41,2% cuenta con la asistencia de otras personas para la realización de actividades básicas e instrumentales de la vida diaria.
- Sólo el 42,8% participa (buscando empleo o trabajando) en el mercado laboral.
- El 57,2% está inactivo.
- El 39,3% tiene empleo, de los cuales, el 73,9% tiene contrato a plazo indefinido, mientras que el 26,1% tiene a plazo fijo, de acuerdo a los datos del estudio.

En este caso, SERNAC se encuentra trabajando sobre un convenio con el Registro Civil que permita obtener la información de las personas en situación de discapacidad que presentan reclamos al Servicio.


Algunas de las situaciones levantadas en el marco de este estudio se esquematizan a continuación:

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Problema	Descripción del problema	Fuente	Derechos afectados ³⁵
Accesibilidad	Su movilidad reducida dificulta el acceso a distintos espacios físicos.	<p>Calle <i>et al</i> (2018). Accesibilidad al transporte público de las personas en situación de discapacidad de la Región de Atacama</p> <p>SENADIS (s.f). Medidas de accesibilidad e inclusión para personas con discapacidad</p> <p>Boudeguer, Prett y Squella (2010). Manual de Accesibilidad Universal</p>	AC, SE
Acceso a la información	Por condiciones sensoriales o cognitivas, no comprenderán la información entregada, con lo que no podrán comparar los distintos productos y servicios. No sabrán hacer valer sus derechos, ni comprenderán los instrumentos educativos. Tampoco podrán usar adecuadamente los productos, con riesgo a su salud.	SENADIS (s.f). Medidas de accesibilidad e inclusión para personas con discapacidad	IN, LE, GI, ED, SE.
Abierta discriminación	Actos de rechazo u odiosidad hacia la persona, con malos tratos, aprovechamiento de su situación e incluso negativa a prestar el producto o servicio.	<p>BCN (2018). Guía legal sobre inclusión social de personas con discapacidad</p> <p>SERNAC (2006). SERNAC estudiará antecedentes sobre discriminación</p>	TD, AC

³⁵ AC: Acceso al consumo; TD: Trato digno; SE: Seguridad; IN: Información; LE: Libre elección; GI: Garantía e indemnización; ED: Educación en el consumo.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

 SERNAC Servicio Nacional del Consumidor	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 26 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

		en local a jóvenes con Síndrome de Down	
Prejuicios	Representación y promoción de prejuicios y estereotipos contra estos grupos.	Bernaschina (2019). ¿Dónde está la publicidad inclusiva para personas con discapacidad en Chile? Labbé y Freixas (2016). ONU acusa a Teletón chilena de mostrar a personas con discapacidad como «objetos de caridad» y no como «sujetos de derecho»	TD

4. Personas mayores

Analizando la vulnerabilidad de este grupo, hay que señalar como antecedente que Chile se encuentra en pleno proceso de transición demográfica y su población envejece rápidamente. Esta situación presenta múltiples desafíos en relación con las políticas públicas, incluidas las del área de la salud. En concreto, la relación entre el envejecimiento y la pérdida de la autonomía exige diseñar con urgencia una planificación de cuidados a largo plazo orientada a las inminentes necesidades de las personas mayores. (Villalobos, 2017).

Esta población se ve afectada principalmente en mercados relacionados con el canal de comercio electrónico, mercados crediticios y bancarios, así como en salud y seguros, debido a temas de preexistencias y exclusiones.

Con respecto al comercio electrónico, las personas mayores son quienes tienen menos herramientas respecto al uso de internet, por desconocimiento o difícil acoplamiento a este, dificultando la búsqueda de información, la comunicación o el ocio. Dado esto, acciones como la compra online o usar la banca electrónica se vuelven sumamente complicadas sin asistencia. Se marca en ellos todavía una gran presencia de los canales tradicionales para realizar estas actividades (Narr, 2020). Esto puede verse agravado con sitios web complicados, poco intuitivos, con letra pequeña o que no cuentan con otro tipo

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

de asistencia a distancia de fácil acceso, en particular, centro de atención telefónica gratuito.

Con respecto al mercado crediticio, muchas instituciones que se dedican a este giro ponen mayores trabas al momento de otorgar créditos a las personas mayores. SERNAC, como órgano fiscalizador, se ha percatado de esta situación y, en su plataforma web, dispone un boletín acerca de créditos de consumo para personas mayores, con objeto de ser más transparente para este grupo etario debido a su situación de vulnerabilidad³⁶.

Dentro de la regulación para personas mayores se encuentra la ley 19.228 que crea el Servicio Nacional del Adulto Mayor que, si bien no regula materias de consumo, sí establece dentro de las funciones del Servicio incentivar la participación del sector privado en la atención de aquellas necesidades y soluciones de los problemas derivados del proceso de envejecimiento.

Además, se encuentra la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores, que tiene como objetivo “promover, proteger y asegurar el reconocimiento y pleno goce y ejercicio, en condiciones de igualdad, de todos los derechos humanos y libertades fundamentales de la persona mayor, a fin de contribuir a su total inclusión, integración y participación en la sociedad”³⁷.

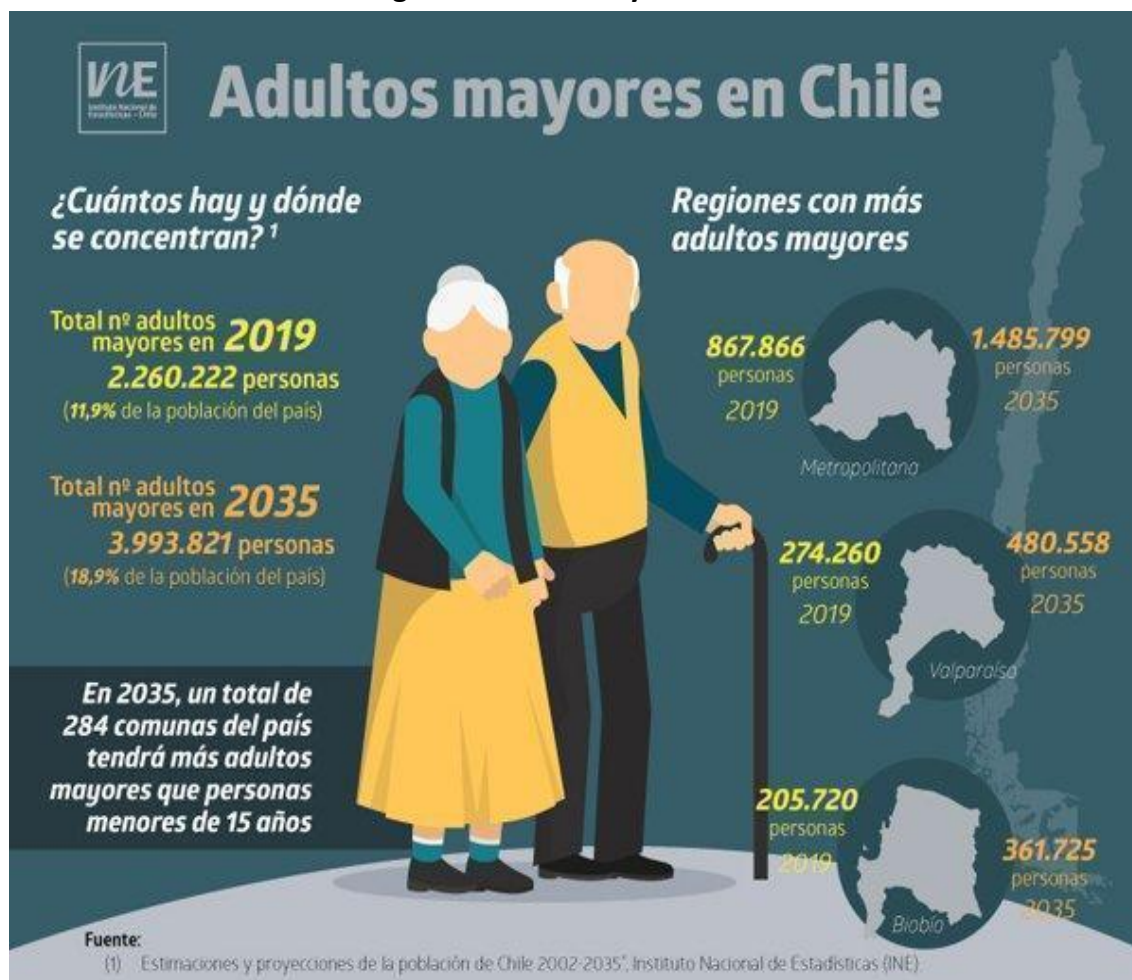
Para 2019, de acuerdo con las proyecciones de población realizadas sobre la base del Censo 2017, el número de adultos mayores se estimó en 2.260.222 personas, cifra que representa el 11,9% del total de la población del país. Las regiones con mayor cantidad de adultos de 65 años y más -según esa proyección- son la Metropolitana, con 867.866 (11,0% del total de la población de esa región); Valparaíso, con 274.260 personas (14,2% del total local), y Biobío, con 205.720 (12,4%).

³⁶ BOLETÍN N°9/2015 del SERNAC. Oferta de créditos de consumo para los adultos mayores.

³⁷ Presentación de la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores
<http://www.senama.gob.cl/storage/docs/Ratificacion-Conv-Interamericana-Prot-Derechos-Pers-Mayores.pdf>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Infografía Adultos Mayores en Chile



Fuente: Estimaciones y proyecciones de Chile 2020-2035. Instituto Nacional de Estadística. (INE)

Para 2035, sin embargo, se prevé un importante aumento de este grupo etario³⁸ que se compondrá de 3.993.821 adultos, lo que equivaldrá al 18,9% del total de la población. Es más, las proyecciones indican que ese año todas las regiones evidenciarán un proceso

³⁸ Prensa INE (2020)

<https://www.ine.cl/prensa/2020/04/15/adultos-mayores-en-chile-cu%C3%A1ntos-hay-d%C3%B3nde-viven-y-en-qu%C3%A9-trabajan#:~:text=Para%202019%2C%20de%20acuerdo%20con,de%20la%20poblaci%C3%B3n%20del%20pa%C3%ADs.>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

creciente de envejecimiento poblacional. La RM tendría 1.485.799 de personas mayores (16,8% del total de población de esa región), en Valparaíso vivirían 480.558 personas de ese grupo etario (22,2% del total local) y en Biobío, 361.725 (21,2% del total regional).

En cuanto a los reclamos ingresados al SERNAC para el año 2020,³⁹ la cantidad realizada por personas mayores corresponde a un total de 60.365 reclamos, equivalentes a un 7% de los reclamos totales. Al comparar los reclamos de personas mayores respecto a personas menores de 60 años, se puede apreciar que, en relación con el total de cada grupo, el mercado "Financiero" es más reclamado por personas mayores que por menores de 60 años, con un 10,7% más de reclamos, seguido por "Telecomunicaciones" y "Servicios básicos" con 9,6% y 4,7% más de reclamos en personas mayores que en menores de 60 años respectivamente.

En la misma línea, el producto "Tarjetas Multitienda" es un 6,3% más reclamado por personas mayores que por personas menores de 60 años seguido por "Electricidad" y "Telefonía Fija – Internet Fija – TV" con 3,3% y 2,2% más de reclamos respectivamente. A raíz del problema mencionado anteriormente se destaca que el motivo más reclamado por personas mayores es Problemas de "Señal, Lentitud o Cortes Injustificados de Servicios" con un 2,5% más de reclamos respecto a personas menores de 60 años. Seguido por "Cobro de un Precio Superior al Exhibido, Informado" y "No Reconoce Deuda" con 1,8% y 1,7% más de reclamos por personas mayores en relación con menores de 60 años.

El SERNAC ha venido visibilizando los reclamos de personas mayores a través de la Radiografía de Reclamos del Adulto Mayor⁴⁰.

³⁹ El SERNAC cuenta con un convenio con el Registro Civil a través del cual se accede a la información de la edad de las personas que han reclamado a SERNAC. La última actualización de esta información es hasta diciembre de 2020, encontrándose en curso su actualización.

⁴⁰ Producto disponible en <https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-59270.html>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Radiografía de Reclamos del Adulto Mayor



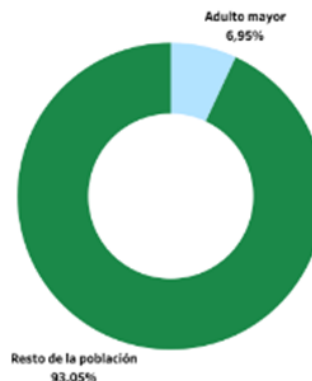
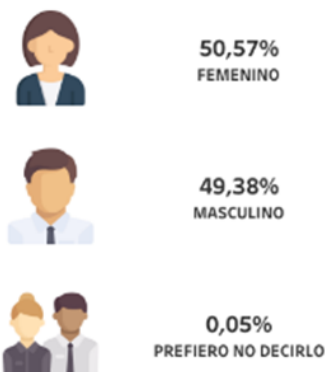
Año 2020



Si bien entre 2019 y 2020 hubo un aumento del **141,9%** de los **reclamos** presentados a nivel nacional, para las personas **menores de 60 años** el aumento de reclamos fue de **151,6%**, es decir, los adultos mayores **disminuyeron** su participación relativa en los reclamos de SERNAC desde un **10,6%** el 2019 a un **7%** el 2020. Los **reclamos** presentados por personas de **género femenino** a nivel nacional representan un **50,6%** muy cercano a las personas **menores de 60**, donde las **mujeres** ingresan un **55,1%** de los reclamos.

El género que los **adultos mayores** señalan, se distribuye en:

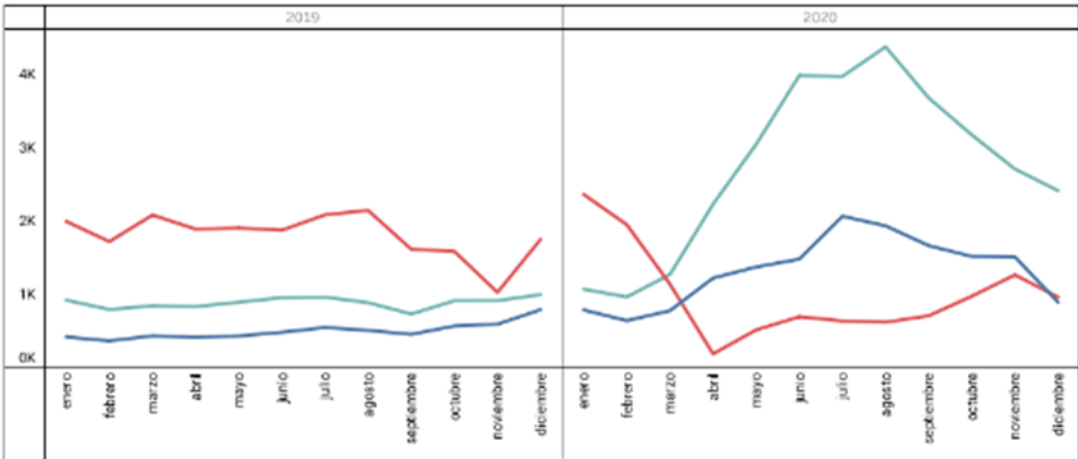
El total de **adultos mayores** que han presentado un reclamo al SERNAC representan un:



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Hasta antes de la **pandemia**, las personas **mayores** a nivel nacional privilegiaban el canal **presencial** para el ingreso de sus **reclamos** con un **56,7%** durante el **2019**, a diferencia del resto de la población donde el canal **internet** representaba el **67,7%** durante el mismo año. El **confinamiento** causó que la mayoría de los reclamos ingresados por **adultos mayores** fueran por el canal **Internet**, lo que puede explicar parte de la **disminución** de la participación total de las **personas mayores** en los reclamos ingresados el **2020**.

■ INGRESO CALL
■ INGRESO PRESENCIAL
■ INGRESO WEB



En cuanto a la **respuesta de las empresas**, a nivel nacional para el **2020** las empresas acogieron un **57,6%** de los reclamos presentados por **adultos mayores**, mientras que esta cifra alcanza un **60,9%** en las personas **menores de 60 años**.

Las **empresas más reclamadas** para el año **2020** por **adultos mayores** fueron, **Movistar** (telefonía fija y móvil) con un total de **5.080 reclamos**, equivalente a un **8,4%** de los reclamos ingresados por **adultos mayores**, seguida por **Falabella**, con un total de **4.478 reclamos**, equivalentes a un **7,4%** de los reclamos totales ingresados por **adultos mayores**, y en tercer lugar **VTR** (telefonía móvil y fija) con un total de **3.348 reclamos**, equivalentes a un **5,5%** del total de los reclamos ingresados por **adultos mayores**.

Tipo de cierre

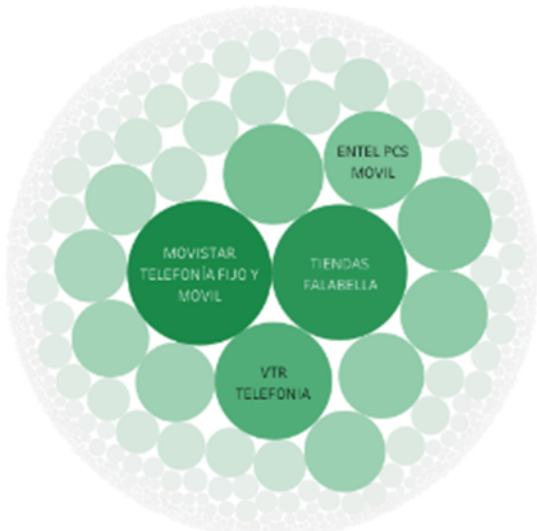
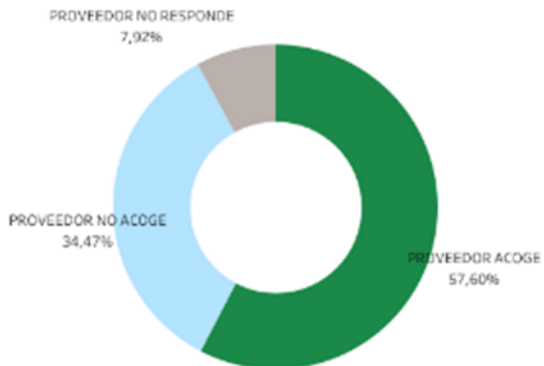
Respecto al cierre de los **reclamos de adulto mayor**, estos se comportan de la siguiente manera:

Empresa

En cuanto a las empresas más reclamadas por los **adultos mayores** destacan:

■ PROVEEDOR ACOGE
■ PROVEEDOR NO ACOGE
■ PROVEEDOR NO RESPONDE

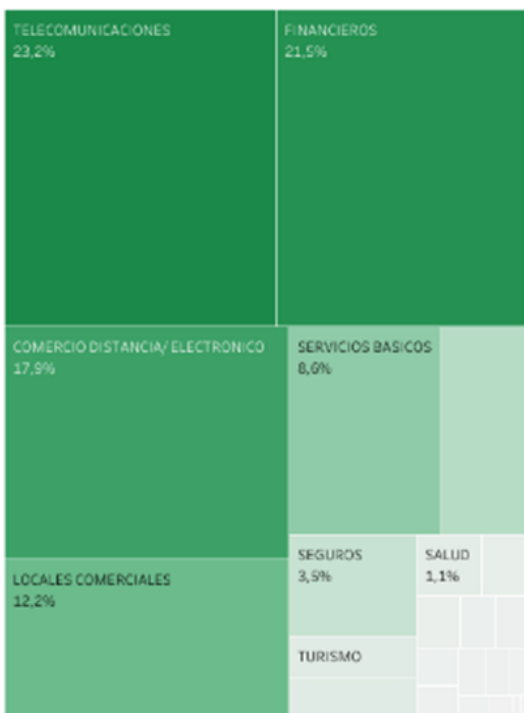
Empresas
All



Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables

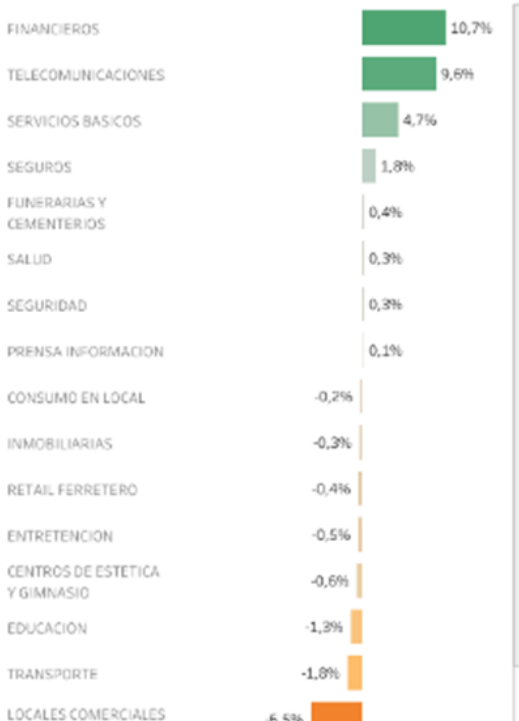
Mercado

En cuanto a los mercados, los **adultos mayores** distribuyeron sus reclamos en los siguientes:



Comparación Mercado

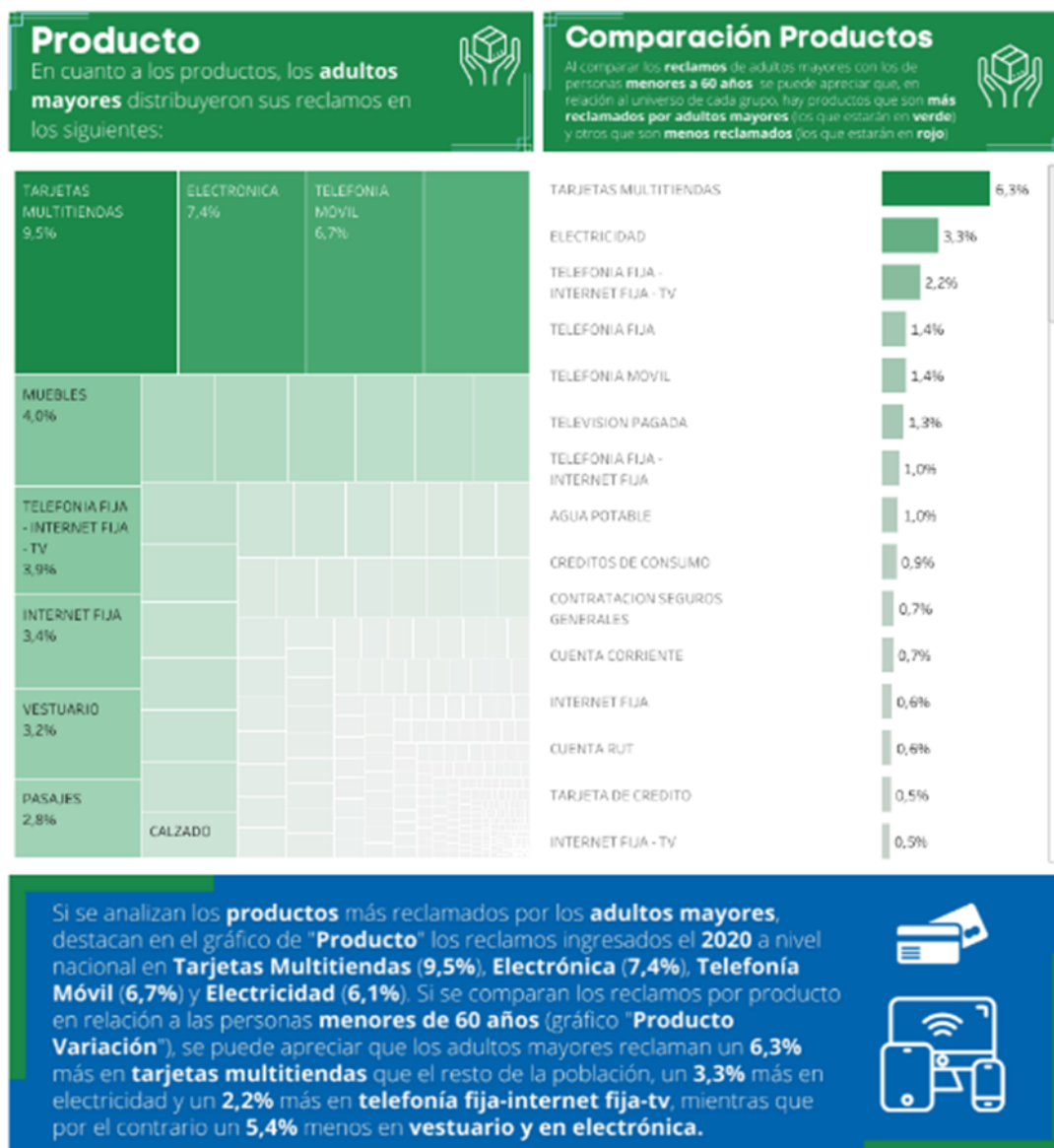
Al comparar los **reclamos** de adultos mayores con los de personas **menores a 60 años** se puede apreciar que, en relación al universo de cada grupo, hay mercados que son **más reclamados por adultos mayores** (los que estarán en **verde**) y otros que son **menos reclamados** (los que estarán en **rojo**)



Si se analizan los **mercados** más reclamados por los **adultos mayores**, destacan en el gráfico de "Mercado" los reclamos ingresados el 2020 a nivel nacional en **Telecomunicaciones (23,2%)**, **Financieros (21,5%)**, **Comercio Electrónico (17,9%)** y **Servicios Básicos (8,6%)**. Si comparamos los reclamos por mercado en relación a las personas **menores de 60 años** (gráfico "Mercado Variación"), se puede apreciar que los **adultos mayores reclaman un 10,7% más en financiero que el resto de la población**, un **9,6% más en telecomunicaciones** y un **4,7% más en servicios básicos**, mientras que por el contrario un **16,4% menos en comercio electrónico**.



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)



Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

Asimismo, algunas de las situaciones levantadas en el marco de este estudio se esquematizan a continuación:

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Problema	Descripción del problema	Fuente	Derechos afectados ⁴¹
Brecha digital	Falta de recursos o conocimiento para el uso de internet y plataformas digitales.	<p>Narr, C. (2020). La alfabetización digital de los adultos mayores: un proyecto país</p> <p>León <i>et al</i> (2020). Brecha en el uso de internet. Desigualdad digital en el 2020.</p>	AC, IN, LE, ED
Dificultades financieras	Especiales trabas al mercado financiero, y mayor propensión al sobre endeudamiento.	SERNAC (2015). Oferta de créditos de consumo para los adultos mayores	AC, IN, LE, ED
Accesibilidad	Su movilidad reducida dificulta el acceso a distintos espacios físicos.	<p>Vecchio <i>et al</i> (2020). Movilidad urbana y personas mayores en Santiago de Chile</p> <p>Graham (2019). Hospitales y clínicas deberían ser más accesibles para los adultos mayores</p>	AC, SE
Abierta discriminación	Actos de rechazo u odiosidad hacia la persona, con malos tratos, aprovechamiento de su situación e incluso negativa a prestar el producto o servicio.	<p>Cárdenas y Garza (2019). Discriminación hacia los adultos mayores en los servicios de hospitalización.</p> <p>SENAMA (2013). Maltrato a las personas mayores en Chile: Haciendo visible lo invisible.</p>	TD, AC

⁴¹ AC: Acceso al consumo; TD: Trato digno; SE: Seguridad; IN: Información; LE: Libre elección; GI: Garantía e indemnización; ED: Educación en el consumo.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

5. Pueblos indígenas

En la legislación chilena, existe la Ley Indígena que, si bien no refiere a los consumidores como tales, sí establece una sanción pecuniaria por la discriminación manifiesta e intencionada en contra de los indígenas, en razón de su cultura y origen⁴². Esto perfectamente puede suceder entre una empresa y un ciudadano indígena. Por su parte, la Declaración de la ONU sobre los derechos de los pueblos indígenas consagra la igualdad y no discriminación en el ejercicio de sus derechos⁴³. Asimismo, el Convenio 169 de la OIT establece el deber del Estado de asegurarles el goce de los derechos y oportunidades en pie de igualdad, sin discriminación⁴⁴.

La Ley Indígena reconoce la existencia de diez pueblos indígenas: Aymaras, Quechuas, Atacameños, Collas, Diaguitas y Changos en el norte del país, Mapuches (el más grande), Kawashkar o Alacalufe, y Yámana o yagán en el sur, y Rapa Nui de la Isla de Pascua, en la Polinesia⁴⁵. Otras instituciones consideran como grupos adicionales a los Chonos y Tehuelches.⁴⁶

Población que se considera perteneciente a un pueblo indígena u originario según pueblo

Pueblo	Casos	Porcentaje (%)
Mapuche	1.745.147	79,8
Aymara	156.754	7,2
Rapa Nui	9.399	0,4
Lican Antai	30.369	1,4
Quechua	33.868	1,5
Colla	20.744	0,9
Diaguita	88.474	4,1
Kawésqar	3.448	0,1
Yagán o Yámana	1.600	0,1
Otro	28.115	1,3
Pueblo ignorado	67.874	3,1
TOTAL	2.185.792	100,0

⁴² Artículo 8 de la ley 19.253.

⁴³ Artículo 2 de la Declaración de la ONU sobre los derechos de los pueblos indígenas.

⁴⁴ Artículos 2 párrafo 2 letra a) y artículo 3 párrafo 1 del Convenio 169 de la OIT.

⁴⁵ Artículo 1 inciso 2 de la ley 19.253 modificada por la ley 21.273

⁴⁶ Museo Chileno de arte precolombino.

<http://precolombino.cl/culturas-americanas/pueblos-originarios-de-chile/>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Fuente: Informe de resultados, Censo 2017 Instituto Nacional de Estadísticas.

Algunas organizaciones señalan que la población indígena en Chile es de 1.565.915, esto es el 9% de la población nacional⁴⁷. Sin embargo, según el Censo 2017, 2.185.792 personas afirmaron pertenecer a algún pueblo originario o indígena, lo que corresponde al 12,8% de la población total del país (INE, 2017, p. 16) . De ese porcentaje, 79,8% se considera perteneciente al pueblo Mapuche, 7,2% se considera Aymara y 4,1% se considera Diaguita. La población que se considera perteneciente al pueblo Mapuche representa un 9,9% de la población total efectivamente censada en el país.

La vulnerabilidad de este grupo radica en las dificultades para entender y respetar la cosmovisión que tiene cada etnia desde su esencia. En el caso de los mapuches, quienes representan el mayor pueblo originario del país, tienen una concepción del mundo en la que se asocia cada elemento de la naturaleza con una deidad o figura divina que representa la estructura de su sociedad, por lo tanto, la cautela respecto de la naturaleza pasa a ser un cuidado de lo “sagrado” (Huenulau, 2021). Por esta razón los proveedores deben tener en cuenta esta cosmovisión y respetar a los consumidores pertenecientes a las etnias indígenas, teniendo en consideración, por ejemplo, en el medio ambiente, vestimentas y otros elementos propios de cada cultura, sin la probabilidad de que exista una apropiación cultural de los elementos sagrados.

Con respecto a los mercados en que se ven afectados no existe alguno en específico, pero se plasma la situación de vulnerabilidad en lo siguiente:

En el derecho relativo a la información y educación, no se tiene en consideración la cultura de los pueblos indígenas, siendo muchas veces rechazados en cuestiones prácticas como la enseñanza de las lenguas originarias del país. Es por ello que es muy frecuente observar que los bienes y servicios son ofrecidos principalmente en español, al igual que las leyes, reglamentos y circulares a favor de los consumidores.

Otra situación de vulnerabilidad tiene que ver con la directa discriminación arbitraria, ya sea por su forma de observar el mundo, vestimenta, cultura o lengua. Un ejemplo es el denominado derecho de admisión por parte de algunas empresas, en virtud del cual se ha impedido el ingreso de consumidores que usan la vestimenta tradicional de determinada

⁴⁷ Grupo Internacional de Trabajo sobre Asuntos Indígenas (IWGIA). <https://www.iwgia.org/es/chile.html>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

etnia a diversos locales. Con respecto a esto, SERNAC señaló que, si bien se permite a un establecimiento comercial fijar los límites y condiciones de su oferta, también concibe que al hacerlo se debe respetar criterios objetivos, razonables y claros, para no afectar la igualdad de los consumidores en el acceso de bienes y servicios⁴⁸.

Resulta necesario que se adopten políticas públicas específicas en materia de los derechos de los consumidores miembros de pueblos indígenas, en particular en lo relativo a la información y educación en lengua originaria, al combate de prácticas abusivas y en lo que hace a la dignidad de estos pueblos, que son sujetos de derecho, merecedores de una especial tutela.

En cuanto a los registros administrativos que SERNAC cuenta respecto de población indígena, hoy no es factible conocer los reclamos que se presentan, debido a que no es un campo que se consulte cuando los consumidores reclaman, ni hay convenios en curso para poder determinar los reclamos de esta población.

Pese a ello, al realizar una búsqueda por conceptos claves, se pueden detectar algunos reclamos relacionados con situaciones donde los consumidores acusan discriminación de parte de las empresas por ser indígenas, así como problemas puntuales con Banco Estado por problemas con disponer de los dineros que le son depositados desde la Beca Indígena. Llama la atención un reclamo en contra de Falabella, donde una persona reclama que se estarían vendiendo “artesanía e instrumentos del pueblo mapuche sin explicación si esta colaboración pactada con la comunidad para vender estos artículos”, ante lo cual la empresa rechaza el reclamo señalando que “que los productos comercializados por Falabella Retail, tanto en nuestro sitio web como en tiendas físicas, se ajustan a la normativa vigente en nuestro país”.

Pese a lo anterior, algunas de las situaciones levantadas en el marco de este estudio se esquematizan a continuación:

⁴⁸ Sernac(26 de julio 2021) Sentencias del mes: El Derecho de Admisión

<https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-6783.html>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)


Problema	Descripción del problema	Fuentes	Derechos afectados ⁴⁹
Idioma	Por no conocer el español, no comprenderán la información entregada, con lo que no podrán comparar los distintos productos y servicios. No sabrán hacer valer sus derechos, ni comprenderán los instrumentos educativos en español. Tampoco podrán usar adecuadamente los productos, con riesgo a su salud.	Pojzman (2016). Unicef: 40% de niños no tiene acceso a educación en su lengua materna MINEDUC (s.f). Situación de lenguas originarias	IN, LE, GI, ED, SE
Abierta discriminación	Actos de rechazo u odiosidad hacia la persona, con malos tratos, aprovechamiento de su situación e incluso negativa a prestar el producto o servicio.	SERNAC (2005). Sentencias del mes: El Derecho de Admisión.	TD, AC
Prejuicios	Representación y promoción de prejuicios y estereotipos contra estos grupos.	Chan y Gómez (2020). Racismo, televisión y publicidad en Chile	TD

6. Población rural

Uno de los argumentos para plantear la situación de vulnerabilidad de este grupo radica en que primero la cultura dominante en el ámbito rural es urbana. El hecho de dedicarse a la agricultura como actividad principal o vivir en núcleos de población reducida ya no son determinantes para pensar que su modo de vida en general y su consumo en particular han de desviarse de forma significativa de la media nacional (Martínez, 2019). Un consumidor rural en la actualidad tiene las mismas necesidades que un consumidor urbano, como por ejemplo el acceso a los servicios básicos.

⁴⁹ AC: Acceso al consumo; TD: Trato digno; SE: Seguridad; IN: Información; LE: Libre elección; GI: Garantía e indemnización; ED: Educación en el consumo.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

 SERNAC Servicio Nacional del Consumidor	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 39 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

Para los habitantes de zonas rurales, los mercados en donde se encuentran en una clara desventaja corresponden a los servicios básicos (ejemplo: agua, luz, gas y telecomunicaciones). La Fundación Amulen (2020) indica que el 47,2% de la población rural (383.204 viviendas), no cuentan con abastecimiento de agua potable de manera formal, del cual el 58,8% se abastece de pozos, el 25,8% de ríos, esteros, canales o vertientes, mientras el 15,4% restante lo hace mediante la entrega de agua por camiones aljibes. Por otra parte, según la SISS⁵⁰, la cobertura de agua potable en los territorios urbanos y concesionados es de 99,9%, muy distante de la cobertura rural.

En caso de otros servicios, como el de electricidad, se crean proyectos como el Programa de Electrificación Rural para dotar de suministro eléctrico a familias que no tienen acceso actualmente o para mejorar el suministro actual en caso de que este sea parcial. Esto precisamente debido a que se reconoce su situación de vulnerabilidad.

En efecto, según datos del Ministerio de Energía la cobertura es de 99,6% a nivel nacional y a nivel rural es del 96,5%⁵¹. Asimismo 24.556 viviendas no tienen acceso a energía eléctrica y 5.086 sólo tienen acceso parcial (algunas horas al día)⁵². Estas cifras representan altos porcentajes en relación al total de viviendas rurales como en Magallanes 26,8%; Antofagasta 21,8% y Atacama 16,6%.

Este grupo es tratado de forma especial en las Directrices para la Protección del Consumidor, en relación con la distribución de bienes o servicios esenciales⁵³. En este sentido, dentro de las normas nacionales se encuentra la ley que regula los servicios sanitarios rurales⁵⁴ y su respectivo reglamento que establece su operación mediante comités y cooperativas sin fines de lucro. En el caso del servicio de telecomunicaciones se establece un Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones, dependiente del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, con el objeto de promover el aumento de la cobertura de los servicios de telecomunicaciones preferentemente en áreas rurales y

⁵⁰ Informe de Gestión SISS, 2019.

⁵¹ Datos estimados a enero del año 2019 por el Ministerio de Energía.

⁵² Fuente: Mapa de vulnerabilidad energética, División de Acceso y Desarrollo social, mayo 2019. Revisado con fecha: 23.07.2021.

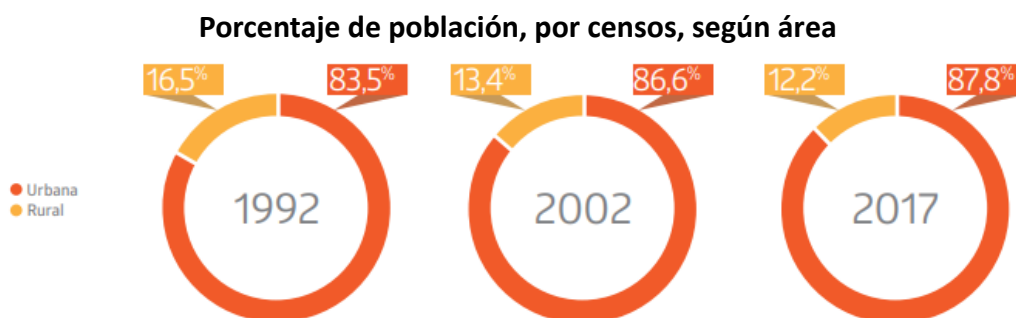
Recuperado de: https://energia.gob.cl/sites/default/files/documento_de_metodologia_y_resultados_0.pdf

⁵³ Directrices para la Protección del Consumidor de la ONU, punto 36.

⁵⁴ Artículo 1 de la ley 20.998, que regula los servicios sanitarios rurales.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

urbanas de bajos ingresos⁵⁵. La población rural del país corresponde a 2.149.469 personas (INE, 2017, p. 8). Un 87,8% de la población total habita en áreas urbanas, en tanto que 12,2% vive en las zonas rurales.



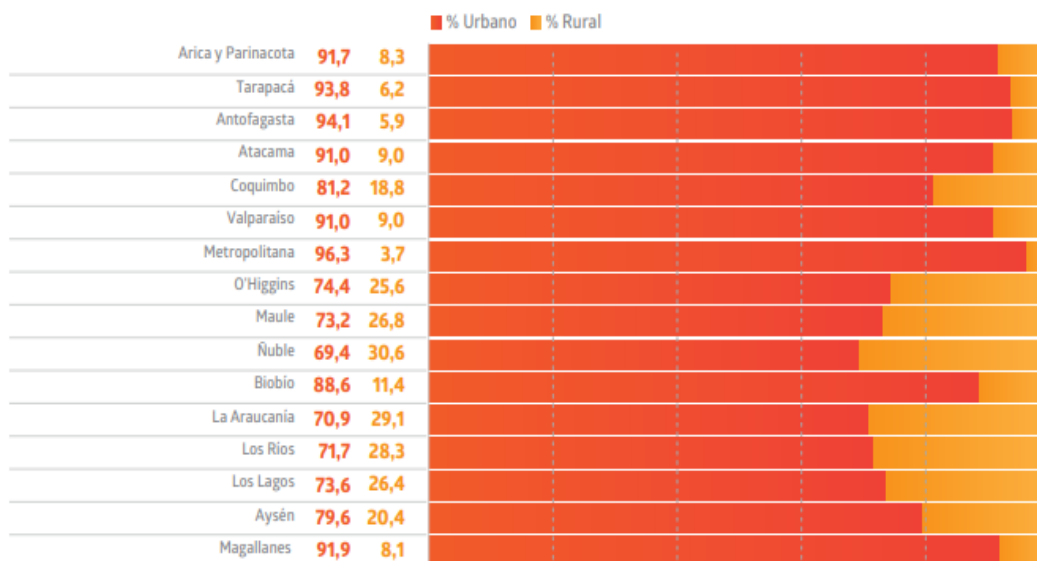
Fuente: Censo 2017, realizado por el INE

Las regiones con predominio de personas en áreas rurales son Ñuble (30,6%), La Araucanía (29,1%) y Los Ríos (28,3%).

⁵⁵ Artículo 28 A de la Ley General de Telecomunicaciones.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Población urbana – rural según región en Censo 2017



Fuente: Censo 2017, realizado por INE


Algunos de los problemas que se identifican en la población rural tiene relación con: las dificultades para la implementación y desarrollo de determinados servicios debido principalmente a la distribución de la población (diseminada). Un ejemplo es la falta de centros comerciales por lo que habría menos competencia (y, en consecuencia, productos más caros)⁵⁶. Asimismo, existe una falta de servicios culturales y esparcimiento (menos teatros, cines, librerías, etc.). El analfabetismo (mayor que en zonas urbanas) dificulta el acceso a ciertos bienes y servicios. El autoconsumo de calefacción y alumbrado (más contaminante) por no tener acceso a cierta oferta de productos.

Para poder identificar los reclamos ingresados al SERNAC por personas que viven en zonas rurales, se utilizan las proyecciones de población del Instituto Nacional de Estadística construidas con base en el Censo del 2017. Para el año 2021, las comunas que presentan un 100% de población rural corresponden a: Alto Biobío, Alto del Carmen, Antártica, Camarones, Camina, Cochamó, Colchane, General Lagos, Juan Fernández, Lago Verde, Laguna Blanca, Navidad, O'Higgins, Ollagüe, Paiguano, Primavera, Pumanque, Puqueldón,

⁵⁶ Consumo rural / consumo urbano. P.14

https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_1993_8_10_19.pdf

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

 SERNAC Servicio Nacional del Consumidor	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 42 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

Río Hurtado, Río Ibáñez, Río Verde, San Gregorio, San Pedro, Sierra Gorda, Timaukel, Torres del Paine y Tortel. La población total de estas comunas representa el 0,4% de la población nacional.

En base a esta información, el primer semestre de 2021, la cantidad de reclamos ingresados al SERNAC pertenecientes a estas comunas suma 382, los cuales representan 0,1% de los reclamos totales. En este sentido, también se aprecia una subrepresentación de los reclamos registrados en relación con la población rural.

En cuanto a las diferencias entre estas comunas contra el resto del país, a nivel de mercados, las mayores diferencias se dan en:

- Telefonía Móvil con un 18,6% más de reclamos;
- Distribución de Electricidad con un 3,9% más;
- Televisión de Pago con una diferencia de 1,5% más.


Respecto a las diferencias entre estas comunas contra el resto del país, a nivel de motivos legales, las mayores diferencias se dan en:

- Problemas de Señal, Lentitud o Cortes Injustificados de Servicios con un 19,3% más de reclamos;
- Retardo en la Entrega de lo Comprado con un 1,7% más de reclamos.

Problema	Descripción del problema	Fuente	Derechos afectados ⁵⁷
Baja conectividad	Poca disponibilidad de servicios y mercados por falta de oferta o distribución a su sector.	Fundación Amulen (2019). Pobres de agua: Radiografía del agua rural en Chile , p 12-13. Martínez (1993). Consumo rural/consumo urbano. ¿Dónde están las diferencias?	AC, LE, SE.

⁵⁷ AC: Acceso al consumo; TD: Trato digno; SE: Seguridad; IN: Información; LE: Libre elección; GI: Garantía e indemnización; ED: Educación en el consumo.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

 SERNAC Servicio Nacional del Consumidor	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 43 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

Brecha digital	Falta de recursos o conocimiento para el uso de internet y plataformas digitales.	Reclamos SERNAC primer semestre 2021.	AC, ED, IN.
----------------	---	---------------------------------------	-------------

7. Personas en situación de pobreza o pobreza extrema

En atención a este grupo, hay que señalar que la pobreza es un fenómeno multidimensional⁵⁸ ya que es un concepto que va más allá de la falta de ingresos para la satisfacción de necesidades, sino más bien cómo las personas sufren carencias en las dimensiones de educación, salud, trabajo, seguridad social, vivienda y la vida general. Ejerciendo el criterio formal de vulnerabilidad se presume que el consumidor en situación de pobreza se encuentra en una situación especial de desventaja con respecto al acceso al consumo.

Según datos de la encuesta Casen 2020⁵⁹, el porcentaje de personas en condición de pobreza pasó del 8,6% de la población en 2017 al 10,8% en 2020, lo que afecta a 2.112.185 habitantes. La mayor concentración se encuentra en la Región Metropolitana con el 34,7% del total de población vulnerable, seguida por Valparaíso, con el 10,6%, y Biobío, con el 10,4%, como se explica en el siguiente gráfico.

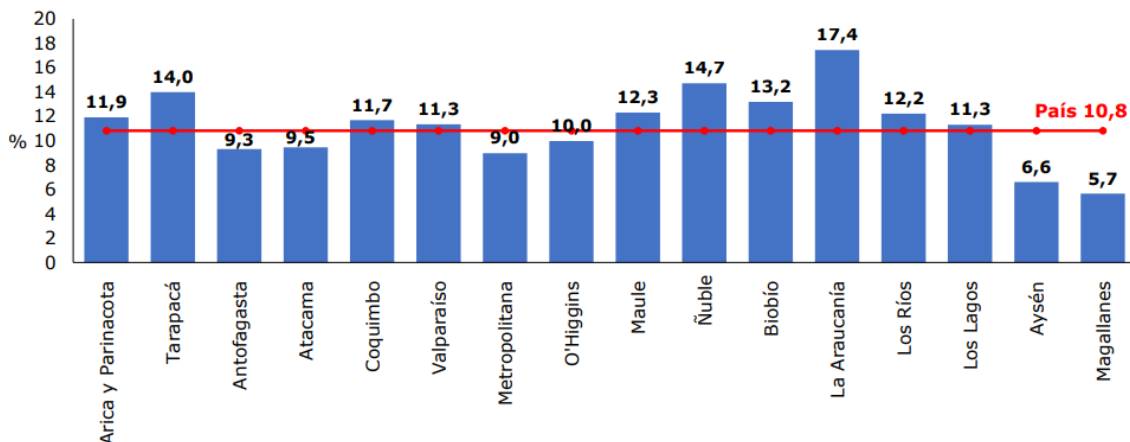
⁵⁸ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Más allá del ingreso un perfil de la pobreza. Disponible en <https://feature.undp.org/multidimensional-poverty/es/>

⁵⁹ Observatorio Social Mideso
<http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/encuesta-casen-en-pandemia-2020>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Incidencia de la pobreza en la población por región

(Porcentaje, personas por región)




Fuente: Encuesta CASEN 2020. Elaborado por CASEN.

Dentro de los mercados más afectados se encuentran los servicios básicos ya que no tienen ingresos como para poder financiarlos y tienen que recurrir al endeudamiento con estas empresas o por el contrario no tener acceso a ellos. En servicios bancarios y crediticios, generalmente quedan excluidos para poder tener acceso a tarjetas de crédito o débito, ya que, generalmente piden acreditar un determinado nivel de ingresos. En servicios de supermercados y retail, debido a la escasez de recursos, no pueden acceder a bienes de primera necesidad u otros tipos servicios, pues, generalmente los precios exceden de su presupuesto.

Asimismo, existe una legislación que busca la protección en el ejercicio de los derechos para este grupo debido a su situación de vulnerabilidad, como la Ley 19.949 que establece un sistema de protección social para familias en situación de extrema pobreza denominado "Chile Solidario".

En cuanto a los reclamos del SERNAC, no hay información suficiente para poder tener claridad respecto de aquellos que presentan situación de pobreza o pobreza extrema. Considerando sólo a aquellas personas vinculadas a programas FOSIS (Fondo de Solidaridad de Inversión Social), se tiene que dichos beneficiarios presentaron un total de 4.232 reclamos durante el año 2020, equivalentes a un 0,5% de los reclamos totales. Al

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 45 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

comparar los reclamos de usuarios FOSIS respecto al resto de las personas, se puede apreciar que, en relación con el total de cada grupo, el mercado "Servicios Básicos" es más reclamado por usuarios FOSIS que por el resto de las personas, con 3,4% más de reclamos. En la misma línea, el producto "Electricidad" es un 2,7% más reclamado por usuarios FOSIS que el resto de las personas. A raíz del problema mencionado anteriormente se destaca que el motivo más reclamado es "Cobro Superior al Exhibido, Informado" con un 1,4% más de reclamos respecto a las demás personas⁶⁰.

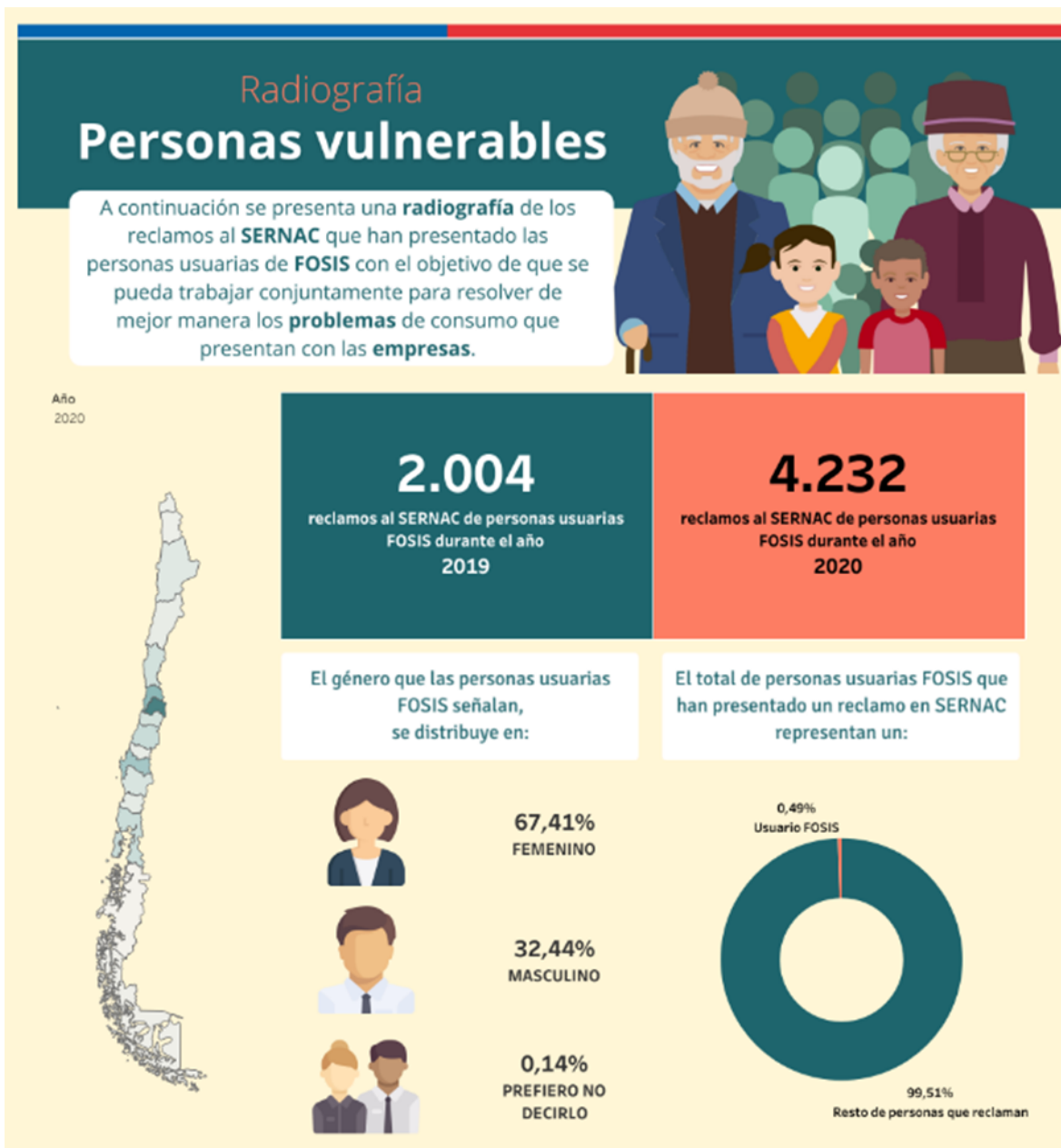
En este sentido, destaca el trabajo realizado en el marco del estudio de Gestión Menstrual⁶¹, donde se trabajó en el diseño de los instrumentos de levantamiento de información con la Fundación Gente de Calle, que había estado levantando una campaña para llegar con productos de gestión menstrual a la población en situación de calle, otro aspecto que presenta barreras importantes de acceso al consumo.

⁶⁰ SERNAC ha desarrollado un estudio sobre los cobros en Servicios Básicos que ahonda sobre estos problemas.

⁶¹ <https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-63337.html>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Radiografía de Reclamos Personas Vulnerables

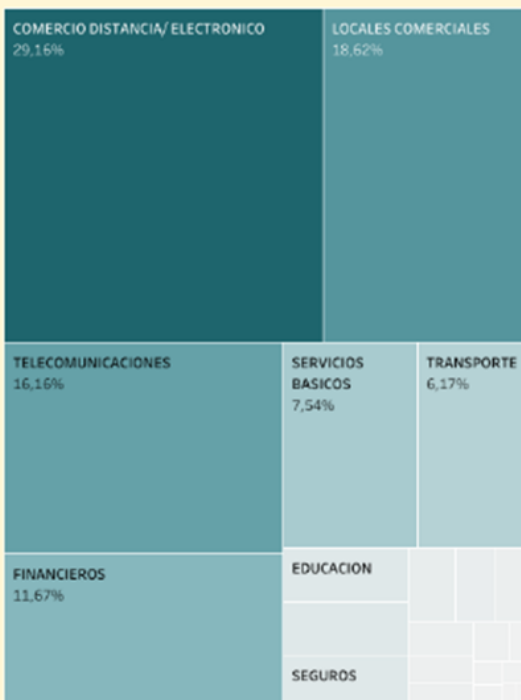


	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables

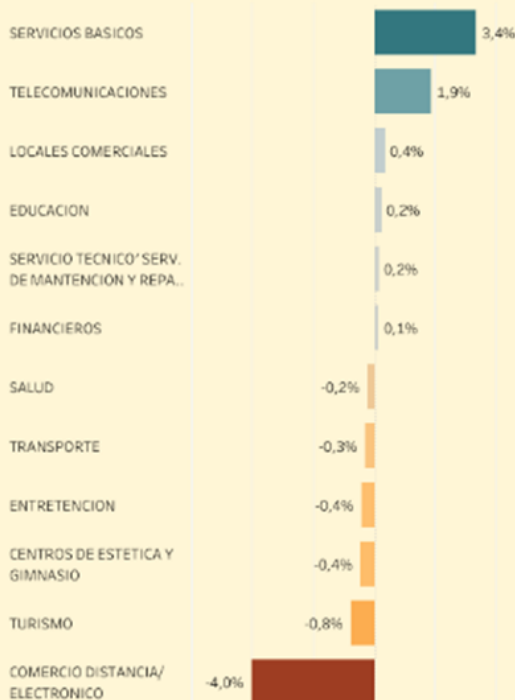
Mercado

En cuanto a los mercados, las personas usuarias de FOSIS distribuyeron sus reclamos en los siguientes:



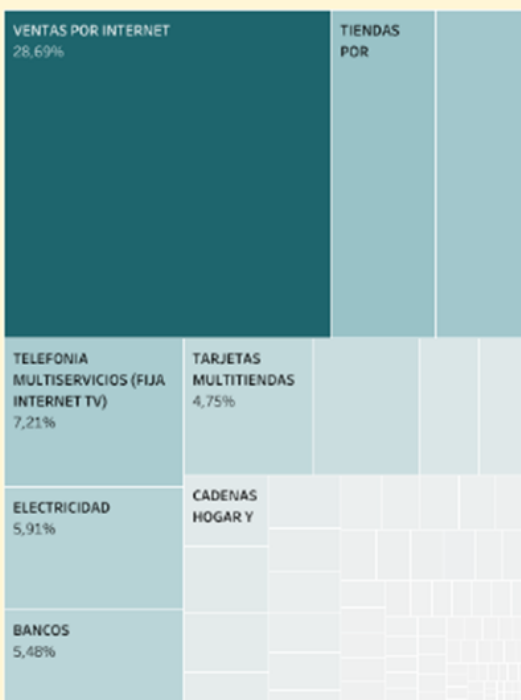
Comparación Mercado

Al comparar los reclamos de los usuarios FOSIS con las personas que no pertenecen a este segmento, se puede apreciar que, en relación al universo de cada grupo, hay mercados que son **más reclamados por usuarios FOSIS** (los que estarán en verde oscuro) y otros que son **menos reclamados** (los que estarán en rojo).



Subcategoría

En cuanto a las subcategorías, las personas usuarias de FOSIS distribuyeron sus reclamos en los siguientes:



Comparación Subcategoría

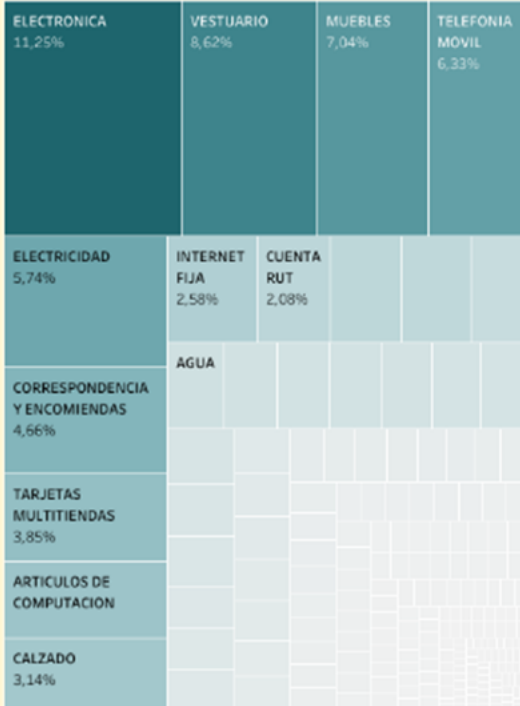
Al comparar los reclamos de los usuarios FOSIS con las personas que no pertenecen a este segmento, se puede apreciar que, en relación al universo de cada grupo, hay subcategorías que son **más reclamados por usuarios FOSIS** (los que estarán en verde oscuro) y otros que son **menos reclamados** (los que estarán en rojo).



Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables

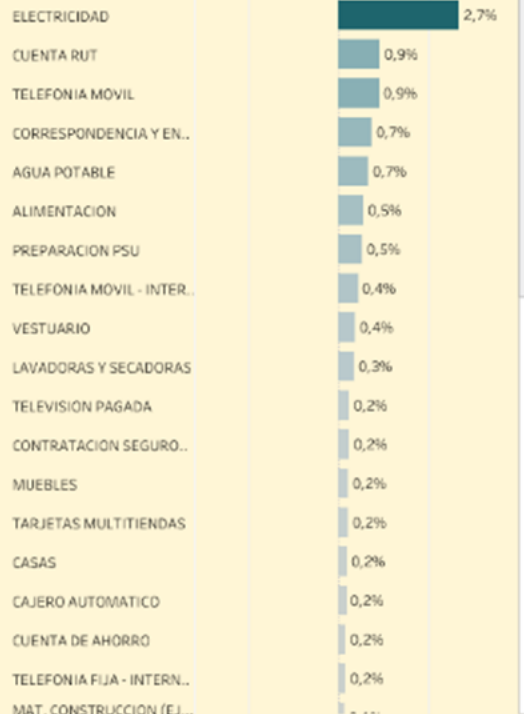
Producto

En cuanto a los productos, las personas usuarias de FOSIS distribuyeron sus reclamos en los siguientes:



Comparación Producto

Al comparar los reclamos de los usuarios FOSIS con las personas que **no pertenecen a este segmento**, se puede apreciar que, en relación al universo de cada grupo, hay productos que son **más reclamados por usuarios FOSIS** (los que estarán en **verde oscuro**) y otros que son **menos reclamados** (los que estarán en **rojo**).



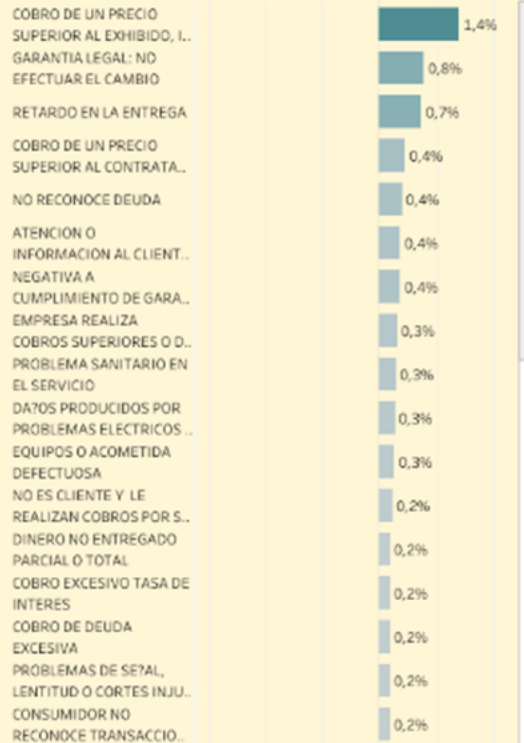
Motivo del reclamo

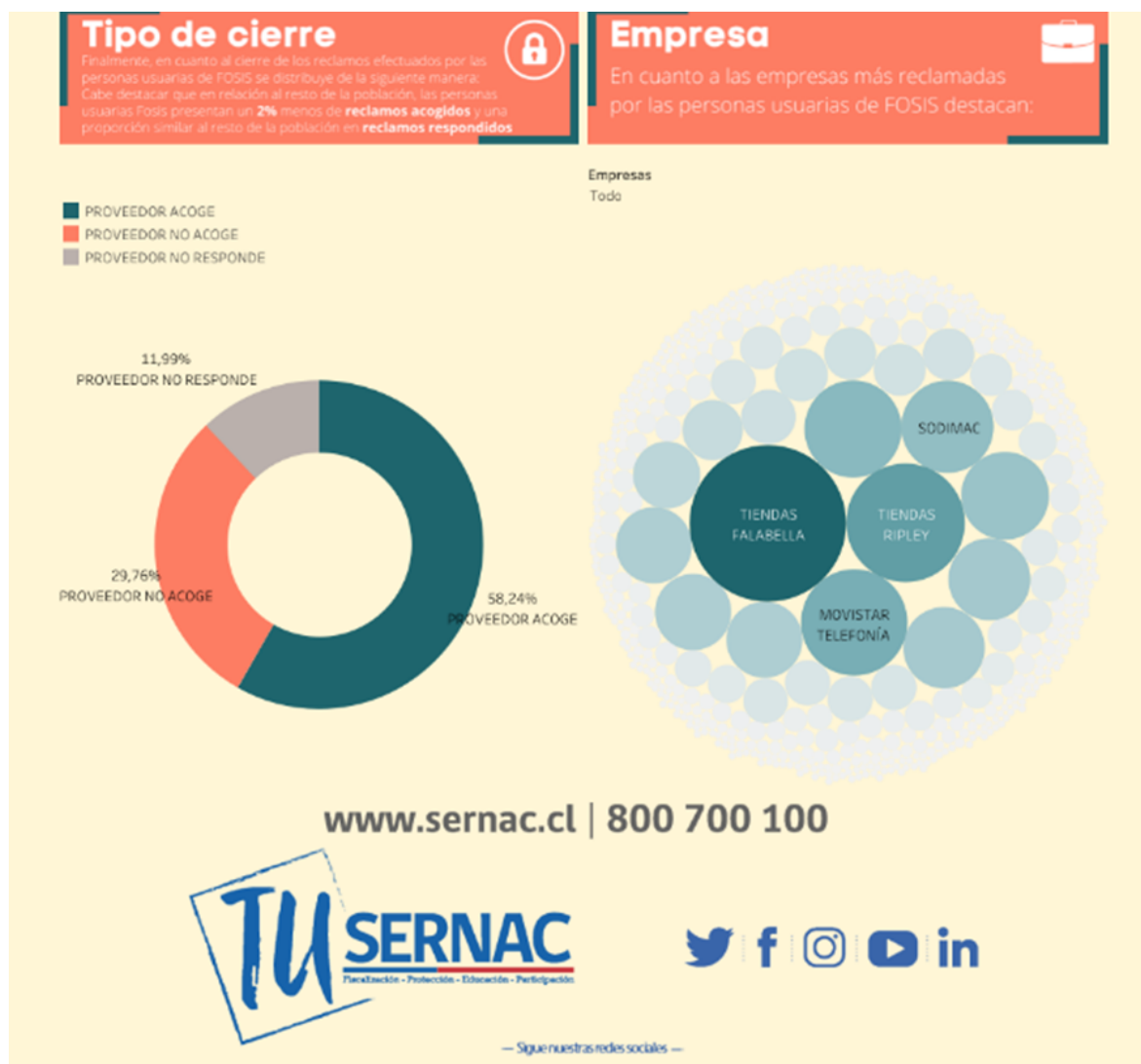
En cuanto al motivo de reclamo, las personas usuarias de FOSIS distribuyeron sus reclamos en los siguientes:



Comparación Motivo del Reclamo

Al comparar los reclamos de los usuarios FOSIS con las personas que **no pertenecen a este segmento**, se puede apreciar que, en relación al universo de cada grupo, hay motivos que son **más reclamados por usuarios FOSIS** (los que estarán en **verde oscuro**) y otros que son **menos reclamados** (los que estarán en **rojo**).





Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

Algunas de las situaciones levantadas en el marco de este estudio se esquematizan a continuación:

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Problema	Descripción del problema	Fuente	Derechos afectados ⁶²
Escasos recursos	Por sus bajos ingresos, tienen menor posibilidad de participar en los mercados.	Rojas de Luca (2015). Explorando la relación entre consumo y pobreza en un contexto urbano. Ministerio de Desarrollo Social y Familia (2019). Informe Desarrollo Social 2019	AC, LE, SE
Dificultades financieras	Especiales trabas al mercado financiero, y mayor propensión al sobre endeudamiento	Rojas de Luca (2015). Explorando la relación entre consumo y pobreza en un contexto urbano.	AC, LE
Abierta discriminación	Actos de rechazo u odiosidad hacia la persona, con malos tratos, aprovechamiento de su situación e incluso negativa a prestar el producto o servicio.	Barragán (2017). Pobreza, desigualdad y discriminación en América Latina	TD, AC
Baja escolaridad	En general, tienen una baja escolaridad, lo que dificulta su uso de recursos digitales y su acceso a la información.	Ministerio de Desarrollo Social y Familia (2019). Informe Desarrollo Social 2019	IN, ED

8. Personas LGBTQIA+

Se entiende que las personas LGBTQIA+ agrupa a la diversidad sexual comprendida por lesbianas, *gays*, bisexuales, transgéneros, *queers*, intersexuales, asexuales y otras identidades. Históricamente este grupo de personas han sufrido discriminación en relación con la vida en sociedad y su baja aceptación referente a sus preferencias individuales,

⁶² AC: Acceso al consumo; TD: Trato digno; SE: Seguridad; IN: Información; LE: Libre elección; GI: Garantía e indemnización; ED: Educación en el consumo.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

observándose discriminación desde el propio Estado, hasta aquellas ejercidas por particulares.

En relación con el consumo, los mayores problemas que sufren las personas pertenecientes a la comunidad LGBTQIA+ son relativos al trato, la atención, la fijación y diversos tipos de discriminaciones por su orientación sexual, identidad de género y vestimentas.

Sin embargo, la sociedad está en un constante proceso de cambios, que han logrado alinearse con las nuevas tendencias sociales, para proveer derechos que no existían para una población socialmente vulnerada desde sus orígenes. Esto se materializa en la conocida “ley Zamudio” la cual tiene por objeto establecer un mecanismo judicial que permita restablecer el imperio del derecho ante cualquier acto de discriminación arbitraria⁶³. Es la misma ley que define qué se debe entender por discriminación arbitraria y la cual considera qué motivos son prohibidos respecto a la orientación sexual, la identidad y expresión de género⁶⁴.

El mecanismo antes mencionado establece la acción de no discriminación⁶⁵, la cual se podrá interponer ante el juez de letras en cualquier acto que signifique una discriminación considerando los motivos mencionados. Interpretando ampliamente la norma, esta también tendría aplicación respecto a las relaciones de consumo, por lo cual los clientes pertenecientes al grupo LGBTQIA+ se verían protegidos con esta ley ante eventuales situaciones de discriminaciones respecto al consumo.

En el ámbito internacional, se pueden encontrar una serie de instrumentos, declaraciones, informes y otra clase de documentos que condenan la homofobia y transfobia, y que abogan por la igualdad respecto a estos grupos. Entre estos trabajos se pueden mencionar las Declaraciones de Derechos Humanos, Orientación Sexual e Identidad y Expresión de Género de la OEA; las Resoluciones sobre Protección contra la violencia y la discriminación por motivos de orientación sexual e identidad de género de la ONU; y las declaraciones de la Organización Panamericana de la Salud y la Asociación Mundial de Psiquiatría que

⁶³ Artículo 1. Ley 20.609 Establece medidas contra la discriminación.

⁶⁴ Artículo 2. Ley 20.609

⁶⁵ Artículo 3. Ley 20.609

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

rechazan los procedimientos que tiendan a revertir la orientación sexual o la identidad de género de una persona⁶⁶.

En Chile, no hay información exacta sobre el porcentaje de población LGBTQIA+, sólo existen aproximaciones con respecto a esta población, las cuales reconocen altos márgenes de error, principalmente por la discriminación que pueden llegar a sufrir, la cual obliga a las personas a esconder su orientación sexual o identidad de género. El 1,98% de las personas que viven en Chile declaran tener una orientación distinta a la heterosexual, según los datos de la Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (Casen 2017). No obstante, estas cifras han sido cuestionadas por el Movimiento de Integración y Liberación Homosexual (Movilh) debido a que no reflejarían la realidad debido a motivos culturales y razones metodológicas de la encuesta⁶⁷.

De acuerdo a los datos del Informe Kinsey, citados por el mismo Movilh “a nivel mundial, el movimiento de la diversidad sexual ha llegado a la conclusión que entre el 7 al 10 por ciento de toda la población es hombre o mujer homosexual⁶⁸”. Asimismo, aplicando este porcentaje a la población en Chile y según el Censo 2017, “habría 860.189 hombres bisexuales o gays y 897.201 mujeres lesbianas o bisexuales”.

⁶⁶Estos y otros documentos se enumeran y explican en el sitio web del Movilh

<https://www.movilh.cl/biblioteca/textos-internacionales/>

⁶⁷ Sitio web del Movilh

<https://www.movilh.cl/casen-solo-el-198-de-las-personas-reconoce-en-chile-que-es-gay-lesbiana-o-bisexual/>

⁶⁸ Sitio web del Movilh <https://www.movilh.cl/preguntas-frecuentes/>

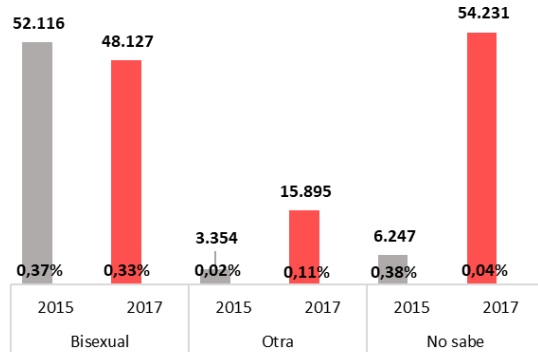
	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Infografía sobre la orientación sexual de los chilenos

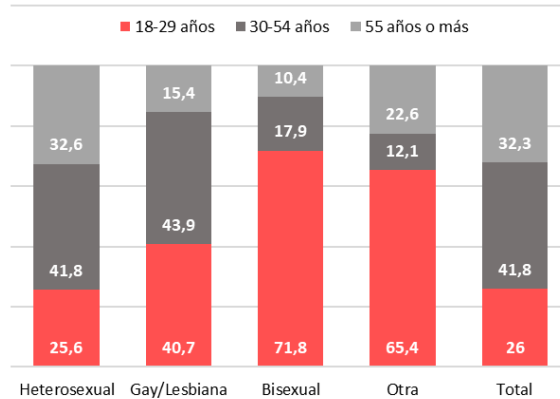
ORIENTACIÓN SEXUAL DE LOS CHILENOS

Según datos de la última encuesta Casen, más de 220 mil personas se consideran homosexuales en el país

¿Cuál de estas alternativas define mejor su orientación sexual?
(Mayores de 18 años)



Distribución según grupo de edad
Mayores de 19 años, en porcentaje



Fuente: elaboración propia: réplica gráfica diario La Tercera, publicación 30 de septiembre de 2018

Algunas de las situaciones levantadas en el marco de este estudio se esquematizan a continuación:

Problema	Descripción del problema	Fuente	Derechos afectados ⁶⁹
Abierta discriminación	Actos de rechazo u odiosidad hacia la persona, con malos tratos, aprovechamiento de su situación e incluso negativa a prestar el producto o servicio.	<p>MOVILH (2021 A). Pareja diversa denuncia ataque con palos y golpes de pies y puños al interior de un hotel del centro de Santiago</p> <p>MOVILH (2021 B). Taxista ataca a joven trans: la arrastró desde su automóvil dejándola con heridas en todo el cuerpo y trauma renal</p> <p>Martínez y Tomicic (2020). Terapias</p>	TD, AC, SE.

⁶⁹ AC: Acceso al consumo; TD: Trato digno; SE: Seguridad; IN: Información; LE: Libre elección; GI: Garantía e indemnización; ED: Educación en el consumo.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

		Conversivas: el mito de la libre elección y la negligencia del Estado	
Prejuicios	Representación y promoción de prejuicios y estereotipos contra estos grupos.	MOVILH (2021 C). Transfobia: Banco BCI se niega a reconocer nombre de cliente trans en sus registros bancarios MOVILH (2021 D). Paciente sufre humillación y brutal homofobia en el Hospital San Pablo de Coquimbo MOVILH (2021 E). Guardias de Tottus humillan a joven lesbiana no binaria	TD.

9. Migrantes

La población extranjera que reside habitualmente en Chile está compuesta por 1.462.103 personas según estimaciones realizadas al 31 de diciembre de 2020⁷⁰ por el Departamento de Extranjería y Migración (DEM) y el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), siendo un número importante para la población chilena. Si bien, la construcción de la proyección de migrantes considera el último Censo y distintos registros administrativos, considerando la población total proyectada en el país al 30 de junio de 2021 – 19.678.363 –, la población migrante equivaldría aproximadamente a un 7,4% del total.

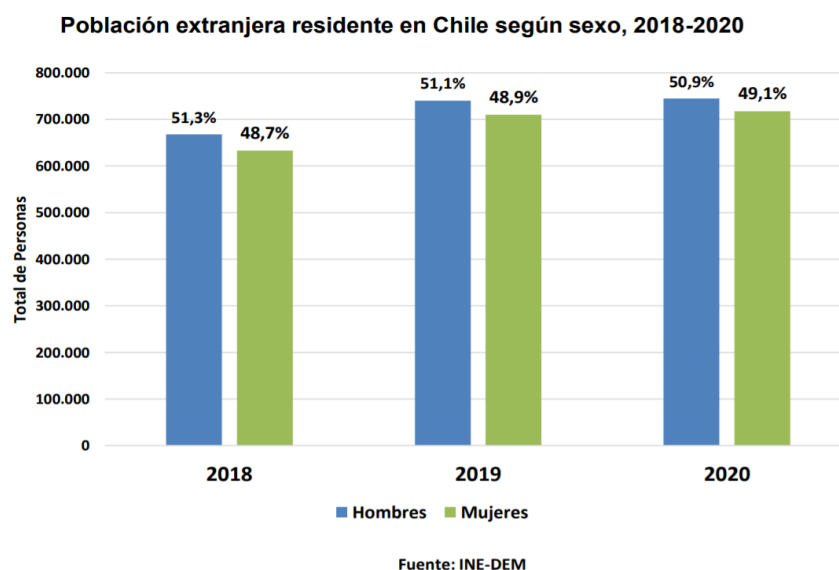
Al igual que la tendencia reflejada en las estimaciones de 2018 y 2019, la mayoría (poco más de 79% del total) de las personas extranjeras residentes en el país al 31 de diciembre de 2020 proviene de Venezuela (30,7%), Perú (16,3%), Haití (12,5%), Colombia (11,4%) y Bolivia (8,5%). Del total de personas extranjeras a diciembre de 2020, 744.815 son

⁷⁰ “Estimación de personas extranjeras residentes en Chile” Publicaciones INE (2021)

https://www.ine.cl/docs/default-source/demografia-y-migracion/publicaciones-y-anuarios/migraci%C3%B3n-internacional/estimaci%C3%B3n-poblaci%C3%B3n-extranjera-en-chile-2018/estimaci%C3%B3n-poblaci%C3%B3n-extranjera-en-chile-2020-s%C3%ADntesis.pdf?sfvrsn=5bdc44de_4

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

hombres (50,9%) y 717.288 son mujeres (49,1%), éstas últimas denotan una leve alza en la proporción de ellas respecto a 2018, cuando alcanzaron el 48,7% del total.




Fuente: INE – DEM, Publicación “Estimación de personas extranjeras residentes en Chile”

En tanto, aproximadamente la mitad (48%) tiene entre 25 a 39 años, siendo el grupo de 30 a 34 años (17,8%) el con mayor porcentaje de población y el que, a su vez, más aumentó su proporción respecto de los años anteriores (en 2018 representaban el 16,3%). Por el contrario, destaca la disminución de las personas entre 20 a 24 años, que pasaron de representar el 12,2% del total de extranjeros en 2018 a 9% en 2020, y el tramo de 0 y 4 años, que bajó de 2,6% a 1,3% en el período. Por su parte, todos los grupos etarios, a partir de los 30 a 34 años, crecieron en el total de personas.

Respecto a la vulnerabilidad de la población migrante, hay que considerar que estas personas, al llegar al país, deben pasar por un proceso de integración, enfrentándose al racismo, discriminación y prejuicios que hay contra los inmigrantes (Barrios-Valenzuela y Palou-Julián, 2014) como lo es su raza y su cultura. Por otra parte, se ha observado un aumento de migrantes que provienen de países no hispanohablantes, como Brasil, China,

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

	Versión:1.1	Estado: Vigente	Página 56 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

Italia o Haití (Sumonte *et al*, 2018), quienes se encuentran con una barrera adicional: el idioma.

Con esto, se pueden ver afectados en una gran variedad de mercados, donde ser discriminados por su nacionalidad, raza, etnia, derecho de admisión o simplemente, una barrera idiomática los deja en una posición asimétrica respecto al resto. Además, aquellos inmigrantes no hispanohablantes ven dificultades a su acceso de información veraz y oportuna, pues esta suele estar en español, pudiendo llegar a confundir a ambas partes en la transacción de un producto, ya que, son menos específicos con lo que realmente se desea consumir. Por último, pueden ser especialmente vulnerables respecto al transporte internacional (buses y aerolíneas), pues pueden verse obligados a viajar incluso contra su voluntad, o en condiciones de precariedad o clandestinidad, estando expuestos a la trata de personas⁷¹.

Si bien no se regula su situación como consumidores, sí se ven amparados por la nueva Ley de Migración y Extranjería (que entrará en vigencia al dictarse el reglamento), donde se consagra su derecho a la igualdad en el ejercicio del derecho y la protección contra la discriminación⁷². Por su parte, la Convención Internacional sobre la protección de los derechos de todos los trabajadores migratorios y de sus familiares reconoce en el preámbulo la situación de vulnerabilidad a la que éstos se exponen, y consagra la no discriminación en el reconocimiento de sus derechos⁷³.

En cuanto a los reclamos ingresados al SERNAC para el primer semestre de 2021, la cantidad realizada por extranjeros llega a un total 3.388 reclamos equivalentes a un 0,92% de los reclamos totales. Si estas cifras se comparan con el porcentaje de población extranjera en Chile que debiera rondar el 7,4%, se presenta que la cantidad de reclamos que personas extranjeras realizan al SERNAC es muy inferior al porcentaje de población que representan.

Al comparar los reclamos de los extranjeros respecto a las personas de nacionalidad chilena, se puede apreciar que con relación al total de cada grupo, el mercado "Transporte Aéreo" es más reclamado por extranjeros que por chilenos, con 7,8% más de reclamos. En

⁷¹ Delito regulado en los artículos 411 bis al 411 octies del Código Penal.

⁷² Artículo 13 de la Ley 21.325.

⁷³ Artículo 7 de la Convención Internacional sobre la protección de los derechos de todos los trabajadores migratorios y de sus familiares.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

la misma línea, el producto "Pasajes" es un 10,4% más reclamado por personas extranjeras que por personas de nacionalidad chilena. A raíz del problema mencionado anteriormente se destaca que el motivo más reclamado por extranjeros es Problemas de Ejecución Contractual con un 6,2% más de reclamos respecto a las personas de nacionalidad chilena.


En este sentido, es importante eliminar las barreras de acceso que pudiera presentar la población migrante para acceder a los mecanismos de protección que contempla SERNAC, en particular, la generación de reclamos hacia las empresas que contempla un registro vía clave única o clave SERNAC que pudiera generar trabas para personas que presenten dificultades idiomáticas o que, por su situación irregular, no deseen registrarse en una entidad de gobierno para poder presentar una reclamación.

Algunas de las situaciones levantadas en el marco de este estudio se esquematizan a continuación:

Problema	Descripción del problema	Fuente	Derechos afectados ⁷⁴
Idioma	Por no conocer el español, no comprenderán la información entregada, con lo que no podrán comparar los distintos productos y servicios. No sabrán hacer valer sus derechos, ni comprenderán los instrumentos educativos en español. Tampoco podrán usar adecuadamente los productos, con riesgo a su salud.	Sumonte <i>et al</i> (2018). Migración no hispanoparlante en Chile: Tendiendo puentes lingüísticos e interculturales.	IN, LE, GI, ED, SE
Abierta discriminación	Actos de rechazo u odiosidad hacia la persona, con malos tratos, aprovechamiento de su situación e incluso negativa a prestar el producto o servicio.	Barrios-Valenzuela y Palou-Julián (2014). Educación intercultural en Chile: la integración del alumnado extranjero en el sistema escolar.	TD, AC

⁷⁴ AC: Acceso al consumo; TD: Trato digno; SE: Seguridad; IN: Información; LE: Libre elección; GI: Garantía e indemnización; ED: Educación en el consumo.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

 SERNAC Servicio Nacional del Consumidor	Versión:1.1	Estado: Vigente	Página 58 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		


		Velásquez y Radovic (2020). Xenofobia en tiempos de crisis.	
Trata de personas	Por su situación se ven susceptibles a ser víctimas de la trata de personas.	Delito regulado en los artículos 411 bis al 411 octies del Código Penal. PP 20 Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2020). Mesa intersectorial sobre Trata de Personas	TD, SE
Irregularidad	Se les deniega la prestación de servicios debido a su situación migratoria.	Art. 3 de la ley 21.325 sobre migración y extranjería. MINSAL (2020). Atención de salud a población inmigrante no regulada	AC
Prejuicios	Representación y promoción de prejuicios y estereotipos contra estos grupos.	Chan y Gómez (2020). Racismo, televisión y publicidad en Chile.	TD.

10. Personas privadas de libertad

Las personas que están cumpliendo condena en centros penitenciarios están respondiendo ante la sociedad por los delitos cometidos. Precisamente, la condena les priva de libertad de movimiento, y los fuerza a permanecer en dichos centros. Por esto, las privaciones que conforme esa condena puedan tener son razonables, y no serían una forma de discriminación.

No obstante, es necesario tener en consideración que la condena no les priva de su dignidad, ni de la igualdad con todas las personas en aquello que exceda la condena. En este sentido, ellos tienen una vulnerabilidad particular en el consumo, pues carecen de la libertad para acceder al mercado en la satisfacción de sus necesidades y dependen del

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 59 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

Estado para acceder de manera digna a productos y servicios básicos. Sin embargo, suelen tener deficiencias en los servicios sanitarios y de higiene (por faltas en la continuidad del agua o de espacios de aseo adecuados y accesibles), en la calefacción y en la alimentación (por falta de implementos para comer, o problemas en la calidad y cantidad de comida) (INDH, 2020, pp. 91 a 109) lo que puede llevar consigo propensión a diversas enfermedades y deficiencias inmunológicas para los reclusos.

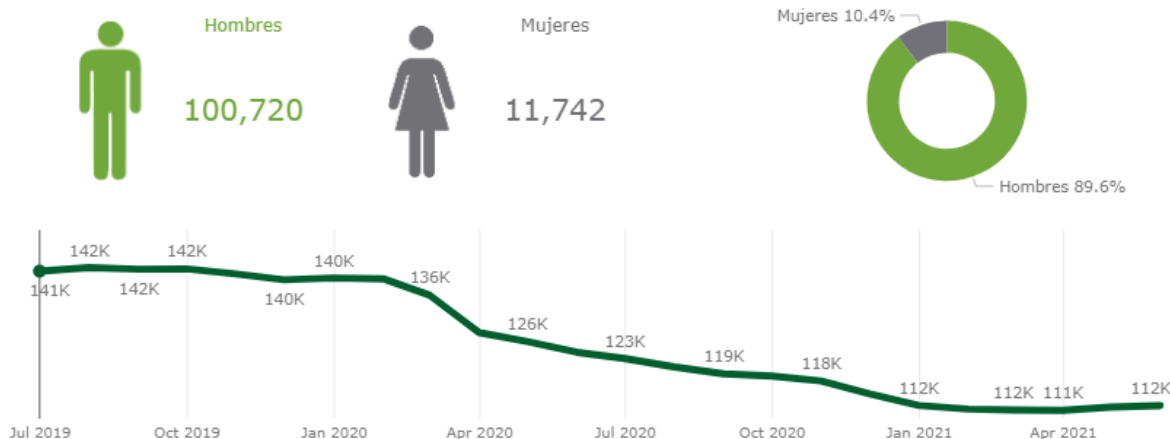
Según datos de Gendarmería de Chile, la población privada de libertad al 30 de junio de 2021 es de 112.462, siendo la mayoría hombres (90%). Si bien es claro que no constituye un problema de consumo el hecho que estas personas no puedan acceder a distintos mercados debido a su privación de libertad; sí constituye un problema de consumo el acceso digno a los bienes y servicios de primera necesidad antes señalados.

Al respecto, el Reglamento de Establecimientos Penitenciarios consagra la igualdad con los ciudadanos libres (fuera de los derechos limitados o perdidos por su detención), y establece los derechos a la información (mediante libros, diarios, radio, televisión, etc) y a las condiciones básicas de vida (con vestuario, cama y alimentación). Además, instrumentos internacionales regulan su situación, como las Reglas Mínimas de las Naciones Unidas para el Tratamiento de los Reclusos (Reglas Mandela).

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Total País

Resumen por Sexo y Tendencia



Fuente: Gendarmería de Chile <https://www.gendarmeria.gob.cl/estadisticaspp.html>

En este sentido, en el estudio de Gestión Menstrual se identificó que las mujeres privadas de libertad tenían especiales dificultades de acceso a los productos de gestión menstrual y a los servicios sanitarios, estableciendo un primer contacto con la organización “Periodo Entre Rejas” que vela por esta temática.

Algunas de las situaciones levantadas en el marco de este estudio se esquematizan a continuación:

Problema	Descripción del problema	Fuente	Derechos afectados ⁷⁵
Servicios deficientes	Prestación precaria de servicios básicos y de alimentos, entre otros.	Instituto Nacional de Derechos Humanos (2020). Estudio de las condiciones carcelarias en Chile 2018	AC, SE

⁷⁵ AC: Acceso al consumo; TD: Trato digno; SE: Seguridad; IN: Información; LE: Libre elección; GI: Garantía e indemnización; ED: Educación en el consumo.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Modelo de Defensa especializada de la Defensoría Penal Pública

Una experiencia de gestión que destaca en relación a las personas privadas de libertad y la vulnerabilidad, es el Modelo de Defensa Especializada de la Defensoría Penal Pública (DPP).

La DPP considera que ser “extranjero o migrante, pertenecer a un pueblo originario, ser menor de edad, sufrir de una enfermedad mental o permanecer privado de libertad sin asesoría legal significa agregar un agravio más intenso al que impone el sistema como castigo por la comisión de un delito, y en definitiva, condiciona la eficacia de los derechos y su protección.”(Defensoría Penal Pública, 2012)

Para ello, ha generado modelos de defensa especializada para cada grupo de la población vulnerable que consideran especial atención y protocolos específicos de su actuar en cada caso, lo que se considera una buena experiencia a ser analizada por el SERNAC en relación con el tratamiento de consumidores hipervulnerables.

Lo interesante ahí, es que ambas instituciones parten desde el reconocimiento que en la población que atienden que ya es vulnerable, hay grupos que tienen una vulnerabilidad agravada y que debieran tener un tratamiento especial.

11. Zona de baja vinculación o bajo acceso al consumo

El cambio de paradigma a nivel internacional impuesto por el COVID- 19, ha generado dentro del territorio nacional la visualización de zonas desvinculadas en diferentes ámbitos, tales como la conectividad, el acceso a servicios de primera necesidad y baja afluencia de repartos o *deliverys*, lo cual en contexto de crisis se vuelve más relevante; por ende, la vulnerabilidad de este grupo es en atención a circunstancias socioeconómicas y culturales que complejizan su acceso a determinados bienes y servicios, puesto que los residentes de zonas con baja vinculación o bajo acceso al consumo se sienten confinados a un espacio delimitado y periférico (Labbé, 2021) que son comúnmente estigmatizados, como “zonas rojas” por parte de diversos análisis y/o estudios relevantes al tema, donde se estima que existe un millón de personas partícipes (Pizarro y Arriagada, 2021).

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)


El término de “zonas rojas” dentro de las diversas localidades involucradas, ha provocado una desconexión y discriminación por parte de las empresas en variados rubros de bienes y servicios, lo que, en conjunto de un alto índice de criminalidad en las zonas, genera injurias respecto a todos los habitantes, lo cual es basado únicamente en una razón socio-cultural, que culmina en una discriminación arbitraria, que carece de fundamento y trasfondo, por ende, se es importante reconocer dicha experiencia proponiendo el uso del término “zonas de baja vinculación” o “zonas de bajo acceso al consumo”, los cuales no se centran en focalizar negativamente a quienes se encuentran dentro de las zonas estudiadas, sino, en ver la carencia que existe por parte de diversos mercados hacia quienes son usuarios de algún bien o servicio.

Abordando de forma más específica el problema, la instalación de supermercados y retail dentro de las zonas de baja vinculación es bajo. Como ejemplo de esto, en la Región Metropolitana las comunas de Cerro Navia y San Ramón no poseen ningún supermercado en sus territorios, las que se suman a La Pintana, Lo Espejo y Pedro Aguirre Cerda, quienes poseen un supermercado cada aproximadamente 90.000 habitantes, muy por el contrario de zonas como Santiago, Lo Barnechea, Vitacura y Las Condes, quienes se destacan por tener un supermercado cada un máximo de 15.000 habitantes; misma situación ocurre con la cantidad de Farmacias por territorio, ya que, Lo Espejo y La Granja no poseen ninguna farmacia; La Pintana, San Ramón y Cerro Navia cuentan con una Farmacia por un aproximado de 90.000 a 120.000 habitantes por comuna (Censo, 2017), lo cual presiona a los vecinos a recurrir a otras comunas para abastecerse tanto de insumos comestibles, como artículos de higiene y salud.

En cuanto a los despachos y diversos servicios de *delivery*, existen metodologías de decisión en algunas aplicaciones que constan de un sistema de información geográfica que busca monitorear e indicar las áreas con mayor flujo de asalto a repartidores, las cuales se vinculan muchas veces con las zonas de baja vinculación por sus altos índices de criminalidad, lo cual provoca el levantamiento de muros invisibles (Labbé, 2021) para las personas que necesiten recurrir a estos servicios y estén dentro de las comunas aisladas.

Siguiendo esta línea, un tema que es relevante en la actualidad corresponde a la accesibilidad a internet que una persona puede poseer en su hogar ya que, con la llegada de la conectividad y la globalización, es una herramienta necesaria para realizar trámites, trabajar o estudiar, lo cual no se condice con las estipulaciones que la Subsecretaría de

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

 SERNAC Servicio Nacional del Consumidor	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 63 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

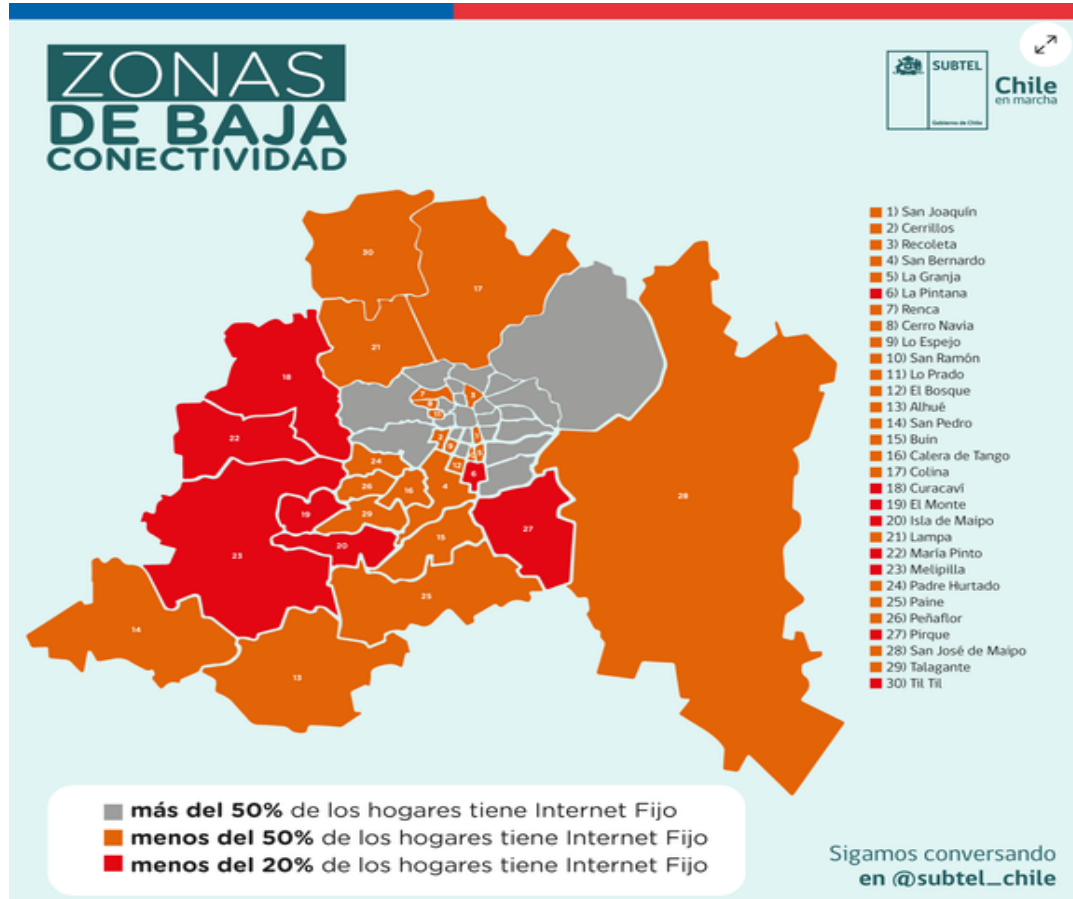
Telecomunicaciones (SUBTEL) determinó, donde en la mayoría de las comunas de la Región Metropolitana, menos del 50% de los hogares poseen internet fijo, destacando La Pintana pues, a pesar de ser una de las comunas céntricas, menos del 20% de sus hogares posee una conexión de internet estable y fija. Actualmente la SUBTEL trabaja en un plan de cobertura para terminar con las zonas de baja conectividad en la Región Metropolitana.

Con lo anteriormente señalado, se debe destacar que no existe normativa que regule específicamente las condiciones del consumo en las zonas de baja vinculación, esto porque no se ha mostrado una visibilización del problema como tal.

Sin embargo, se vulnera al consumidor en la idea de "no ser discriminado arbitrariamente", ya que para muchas empresas las zonas en las que se instalan son ubicaciones en donde no correrán peligro, orientándose a un público objetivo y, de este modo, seleccionando quiénes pueden o no ser consumidores de acuerdo con los estándares que estipule el proveedor. Esto se traduce en una transgresión al derecho de no discriminación arbitraria por parte de los que suministran a la población de bienes y servicios, el cual está consagrado en la Ley de Protección al Consumidor.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Mapa Zonas de Baja Conectividad




Fuente: Subtel 2019

Durante el primer semestre del año 2021, se llevó a cabo a un *focus group* realizado por SERNAC con dirigentes sociales beneficiarios de FOSIS, donde se pudo identificar que los consumidores que pertenecen a zonas de baja vinculación expresan tener dificultad en el acceso a diversos bienes y servicios, especialmente aquellos relacionados al uso de redes de internet en las diversas localidades, lo cual ha gatillado obstaculizaciones extras, siendo las más mencionadas:

- No poder comprar alimentos de primera necesidad mediante aplicaciones (principalmente debido a la pandemia y la restricción de permisos para circular).

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 65 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

- No poder acceder a ofertas de internet, que según se menciona, son mejores que las presenciales.
- No poder acceder a clases telemáticas en los colegios.
- Desconocimiento digital, enfocado principalmente en las personas mayores, lo que ha sido aprovechado por empresas para realizar malas prácticas por inexperiencia de los usuarios.

Por ende, se ha recurrido diversas veces a reclamar a las empresas encargadas de mantener el servicio de internet activo en las zonas mencionadas, sin embargo, son derivados a centro de atención telefónica que, según lo mencionado por los consumidores, no responden o no entienden los requerimientos debido a dificultades de comunicación con quienes los atienden. También se recurrió a los canales de SERNAC y SUBTEL para presentar sus reclamos por la falta de este servicio esencial en la actualidad, lo que culmina con la respuesta por parte de las empresas que atribuyen su falta de servicios en las zonas afectadas por la sustracción de cables realizado por terceros.

Sin embargo, estas zonas de baja vinculación generalmente representan a una población de bajos ingresos que no posee dentro de sus necesidades básicas el tiempo o el dinero para realizar los trámites correspondientes al proceso burocrático de los reclamos; del mismo modo, tal como se plantea en el *focus group*, poseen una tasa de analfabetismo más alta que el promedio, otorgándoles una vulneración extra en la toma de decisión de consumo que puedan generar, fundamentalmente en casos atribuibles a la educación sobre sus derechos, donde aspectos como la garantía legal y la garantía de satisfacción son frecuentemente confundidos.

De este modo, se planea llegar a las personas afectadas, mediante la incorporación de educación digital sobre la oferta de productos que ofrece SERNAC, del mismo modo, utilizar más recursos visuales como imágenes y videos en proceso explicativos para los consumidores, que se complemente en la búsqueda de fortalecer la entrega de información en las redes sociales y los medios de comunicación masiva para generar mayor accesibilidad y difusión al consumidor.

En este caso, SERNAC también se encuentra desarrollando un mapa que pueda visualizar la situación territorial en base a la disposición de comercio.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Algunas de las situaciones levantadas en el marco de este estudio se esquematizan a continuación:

Problema	Descripción del problema	Fuente	Derechos afectados ⁷⁶
Baja conectividad	Poca disponibilidad de servicios y mercados por falta de oferta o distribución a su sector.	<p>Labbé (2017). ¿Por qué en mi barrio no? Las «Zonas Rojas» como forma de retracción institucional en Santiago de Chile</p> <p>Pizarro y Arriagada (2021). Zonas ocupadas II: un millón de santiaguinos vive en áreas catalogadas de alto riesgo y lejos de servicios básicos</p> <p>Censo 2017.</p>	AC, SE, LE, GI.
Abierta discriminación	Actos de rechazo u odiosidad hacia la persona, con malos tratos, aprovechamiento de su situación e incluso negativa a prestar el producto o servicio.	<p>Labbé (2017). ¿Por qué en mi barrio no? Las «Zonas Rojas» como forma de retracción institucional en Santiago de Chile</p>	TD, AC.
Brecha digital	Falta de recursos o conocimiento para el uso de internet y plataformas digitales.	<p>Subtel (2019)</p> <p>Chilevisión (2021). El reportaje que da cuenta de la impactante segregación social y tecnológica que afecta a varias comunas de Santiago.</p>	AC, IN, LE, GI, ED.

⁷⁶ AC: Acceso al consumo; TD: Trato digno; SE: Seguridad; IN: Información; LE: Libre elección; GI: Garantía e indemnización; ED: Educación en el consumo.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Cuantificación de los grupos de riesgo

En todos los grupos levantados, se han considerado distintas estimaciones de la población que no representan una verdadera estadística oficial en todos los casos pero que dan una idea de la magnitud de la que se está refiriendo en cada caso.

Como una forma de representar estas cifras y sólo de manera ilustrativa se presenta el cuadro a continuación, considerando que en el único grupo que no se señala esta cifra es en las zonas de baja vinculación o acceso al consumo, donde el trabajo de mapeo que se viene desarrollando en el SERNAC podría comenzar a dar luces en ese sentido:

Grupo de riesgo	Población Estimada
1. Mujeres	8.972.014
2. Niños, niñas, adolescentes y jóvenes	4.259.155
3. Personas en situación de discapacidad	2.606.914
4. Personas mayores	2.260.222
5. Pueblos indígenas	2.185.792
6. Población rural	2.149.469
7. Personas en situación de pobreza o pobreza extrema	2.112.185
8. Personas LGBTQIA+	1.757.390
9. Migrantes	1.462.103
10. Personas privadas de libertad	112.462
11. Zonas de baja vinculación	-

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Matriz de vulnerabilidad agravada en el consumo⁷⁷

Conforme a la situación descrita en cada grupo de riesgo y al criterio circunstancial que encuadra este trabajo, se puede apreciar que cada consumidor hipervulnerable se vería expuesto al trato discriminatorio de distinta manera, ya sea en relación con distintos mercados como en cuanto a los derechos que pueden verse afectados.

Para graficar lo anterior, se ha desarrollado una matriz que pueda visualizar de mejor forma lo que se ha expuesto, entendiendo que en ningún caso esto representa un trabajo terminado, sino sólo un inicio, debido a la invisibilización que tienen la mayoría de estas poblaciones como consumidores.

En la matriz que se presenta, las columnas corresponden a los grupos de riesgo trabajados en este informe y las filas a distintos mercados. En el recuadro donde se encuentra un grupo con un mercado, se incluyeron siglas que reflejan riesgos asociados a determinados derechos del consumidor. Con esto, **la sigla en ese recuadro significa que ese grupo de riesgo se ve expuesto a sufrir una vulneración al derecho señalado en el mercado determinado, conformándolo en un consumidor hipervulnerable.**

Cabe recordar, por su parte, que esta matriz está realizada con problemas identificados desde el Servicio y que, como ya se ha señalado, corresponde a un primer paso en el trabajo de identificar los riesgos que los distintos grupos de consumidores hipervulnerables pueden sufrir. Por consiguiente, esta puede y debe ser complementada a futuro, ya con mayores grupos, mercados o riesgos, en un trabajo donde participen las personas y las agrupaciones que trabajan con ellas.

En cuanto a los mercados, pese a las dificultades de su categorización, se buscó considerar una lista lo más completa posible. Al respecto, cabe aclarar que las dos primeras filas (comercio electrónico y locales comerciales) refieren a conceptos generales relacionados a la forma de realizar el acto de consumo. El primero abarca todas las plataformas de consumo electrónicas, independiente del producto o servicio que ofrezcan. El segundo, por su parte, se extiende al comercio presencial como supermercados, tiendas de retail,

⁷⁷ Para mayor detalle de la matriz revisar la visualización disponible en <https://public.tableau.com/app/profile/unidad.de.monitoreo.de.mercados.sernac/viz/MatrizHipervulnerables/MatrizHipervulnerables>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

tiendas especializadas, etc. En cambio, las demás categorías se distinguen por el bien o servicio ofrecido.

En cuanto a los derechos que se ven en riesgo en estos distintos contextos, estos han sido escogidos como elementos relevantes de la protección del consumidor, siendo, en su mayoría, derechos considerados expresamente por la LPC. Estos son:

- **Acceso al consumo:** Comprende la posibilidad de disfrutar de los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, en igualdad de condiciones que los demás consumidores⁷⁸. Se ve afectado al no poder participar en ese mercado, ya sea por las dificultades para llegar a realizar el acto de consumo (como personas con movilidad reducida en locales comerciales o adultos mayores en el comercio electrónico) o para recibir el bien o servicio determinado (como servicios básicos en zonas rurales o para personas privadas de libertad). A su vez, se considera afectado en casos que por abierta discriminación se les pueda negar el bien o servicio.
- **Trato digno:** Si bien todos los consumidores hipervulnerables requieren de un trato digno conforme su situación⁷⁹, se considera en riesgo este aspecto cuando hay situaciones de abierta discriminación, con actitudes de expreso rechazo u odiosidad a este consumidor. Por su parte, se considera el riesgo en aquellos mercados donde el consumidor se exponga de mayor manera al escrutinio del proveedor (como en locales comerciales o en la educación).
- **Seguridad:** Refiere al derecho a la seguridad en el consumo, la protección de la salud y el medio ambiente y el deber de evitar los riesgos que puedan afectarles⁸⁰. Puede verse afectado, precisamente, cuando la vida o la integridad del consumidor está en riesgo por un acto de consumo. Por ejemplo, la salud de adultos mayores o mujeres embarazadas en locales comerciales.
- **Información:** Comprende el derecho a una información veraz y oportuna, sobre los bienes y servicios y sus condiciones de contratación⁸¹. Se ve en riesgo cuando el consumidor, por alguna circunstancia, no es capaz de comprender la información

⁷⁸ Si bien no está consagrado expresamente como un derecho en la LPC, ya fue analizada su relevancia respecto al consumo digno.

⁷⁹ Esto considerando que una afectación a sus derechos puede comprender la agravante del artículo 24 por haber dañado en forma grave su dignidad, conforme la Circular Interpretativa sobre Noción de Consumidor Hipervulnerable, título IV apartado 4.

⁸⁰ Artículo 3 letra d) de la LPC.

⁸¹ Artículo 3 letra b) de la LPC.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

proporcionada (como migrantes que no hablan español o personas en situación de discapacidad visual).

- **Libre elección:** Implica el derecho a la libre elección del bien o servicio⁸², en cuanto se tenga la real posibilidad de decidir entre las opciones que da el mercado. Se ve afectado cuando, por alguna razón, no se pueden conocer efectivamente estas opciones (como adultos mayores que no pueden optar entre compras presenciales y compras electrónicas), o cuando no se pueden acceder a ellas (como las personas en situación de pobreza).
- **Garantía e indemnización:** Refiere a la posibilidad del consumidor de hacer valer sus derechos, especialmente en lo que refiere a las garantías en el consumo, con la garantía legal⁸³, y al derecho a indemnización⁸⁴. Se pone en riesgo cuando el consumidor, por su situación, ve dificultada la posibilidad de hacer valer sus derechos, ya por desconocimiento (como las personas que no hablan español) o por falta de acceso (como la población rural o en zonas de baja vinculación).
- **Educación:** Considera el derecho del consumidor a una educación para el consumo responsable⁸⁵, especialmente de parte del SERNAC. Se ve afectado cuando, por las condiciones del consumidor, no puede recibir o comprender los materiales de educación para el consumo (como adultos mayores ante material digital, o personas en situación de discapacidad auditiva frente a videos).

Por último, cabe señalar que un mismo problema puede implicar la afectación de distintos derechos, así como puede presentarse en distintos mercados. Por ejemplo, una persona que no entiende el idioma, no va a poder informarse de las condiciones del producto o servicio y de la contratación, por lo que no podrá elegir libremente entre sus distintas opciones, ni sabrá cómo hacer valer sus derechos de garantía e indemnización; situación que se producirá al desenvolverse en distintos mercados.


⁸² Artículo 3 letra a) de la LPC.

⁸³ Artículos 19 y siguientes de la LPC.

⁸⁴ En general, artículo 3 letra e) de la LPC.

⁸⁵ Artículo 3 letra f) de la LPC.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 71 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

Las siglas utilizadas fueron las siguientes:

- [AC] = Acceso al consumo.
- [TD] = Trato digno.
- [SE] = Seguridad.
- [IN] = Información.
- [LE] = Libre elección.
- [GI] = Garantía e indemnización.
- [ED] = Educación en el consumo.


Esta matriz, guarda profunda relación con los problemas en el consumo analizados respecto a cada grupo de riesgo, y presenta ciertos patrones que conviene explicar.

En primer lugar, se presentan problemas que pueden afectar a distintos grupos y en variados mercados, al ser transversales en el desenvolvimiento de la persona. Por ejemplo, los problemas de comunicación, que afectan el derecho a la información (IN), libre elección (LE), garantía e indemnización (GI) y educación (ED), se pueden dar prácticamente en todos los mercados respecto a la población indígena, personas migrantes y personas con discapacidad, pues en cualquier mercado se requiere de información, y en cualquiera puede darse una barrera idiomática o de accesibilidad a la información.

En segundo lugar, hay derechos afectados que se presentan en gran medida y en variados contextos, lo que se da pues son distintos los problemas que pueden comprometerlos. Por ejemplo, respecto al acceso al consumo (AC), pueden darse problemas de accesibilidad, como el de personas con discapacidad en locales comerciales; de conectividad, como la población rural con los servicios básicos; de falta de recursos o capacidades, como adultos mayores en el comercio electrónico, o personas en situación de pobreza en gran parte de los mercados; y de abierta discriminación con denegación del servicio, como las personas LGBTQIA+ en locales comerciales.

En tercer lugar, hay casos en los que no se señalan vulneraciones a derechos de consumidores hipervulnerables en mercados específicos. Esto puede deberse a que, por una parte, conforme la información que se dispone hasta ahora, si bien hay un riesgo generalizado, este no se presenta significativamente en el mercado determinado. Por

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

	Versión:1.1	Estado: Vigente	Página 72 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

ejemplo, si bien las mujeres sufren violencia de género en diversos contextos, no se considera que ello sea especialmente riesgoso en el mercado de los servicios básicos.

Lo anterior también puede ser a causa de que un riesgo generalizado quede mejor representado al acotarse. Por ejemplo, el riesgo a abierta discriminación de las personas LGBTQIA+ podría darse en cualquier tienda, pero esto queda más claro al señalar que sufren dicho riesgo en locales comerciales y no que sufren dicho riesgo en las funerarias o el mercado financiero.

En este sentido, es muy importante insistir en la advertencia de que esta matriz representa una primera aproximación y que en el caso de un cuadrante en blanco, no quiere decir que se haya descartado la presencia de derechos que pudieran verse afectados, sino que no ha sido levantado hasta el momento por el estudio desarrollado.

Por último, un caso especial es el de la población privada de libertad, que si bien no tienen acceso a gran parte de los mercados, este no se consideró como una afectación a sus derechos en todos ellos. Esto porque, como ya se señaló, dicha limitación es razonable, en la medida que se dé por el cumplimiento de su condena. Por esto, solo se consideran vulneraciones las relacionadas a la calidad y suficiencia de los servicios que el recinto penitenciario debe prestarles.

Para una mayor comprensión de cada celda de esta matriz, se ha generado un producto informativo complementario al presente estudio denominado [Matriz de Vulnerabilidad Agravada](#), visualización interactiva que permite ahondar en cada problemática.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Mercado/ Tipo de consumidor	Población indígena	Migrantes	Adultos mayores	Zonas de baja vinculación	Población rural	Personas LGBTQIA +	Personas con discapacidad	Mujeres	Niños, niñas y adolescentes	Personas en situación de pobreza	Personas privadas de libertad
Comercio electrónico y delivery	[IN] [LE] [GI] [ED]	[IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [IN] [LE] [ED]	[AC] [TD] [IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [IN] [LE] [ED] [GI]		[IN] [LE] [GI] [ED]		[LE] [IN] [ED]	[AC] [IN] [ED]	
Locales comerciales	[AC] [TD] [IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [TD] [IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [SE]	[AC] [LE] [GI]	[AC] [LE] [GI]	[AC] [TD]	[AC] [TD] [SE] [IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [SE]	[SE]	[AC] [TD] [LE]	
Servicios básicos	[IN] [LE] [GI] [ED]	[IN] [LE] [GI] [ED]		[AC] [LE] [SE]	[AC] [LE] [SE]		[IN] [LE] [GI] [ED]			[AC] [SE]	[AC] [SE]
Alimentos	[SE] [IN] [LE] [GI] [ED]	[SE] [IN] [LE] [GI] [ED]		[AC] [LE]			[SE] [IN] [LE] [GI] [ED]		[SE]	[AC] [SE]	[AC] [SE]
Financiero	[IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [IN] [LE] [ED]	[AC] [LE]	[AC] [LE]		[IN] [LE] [GI] [ED]			[AC] [LE] [IN] [ED]	
Transporte	[IN] [LE] [GI] [ED]	[TD] [SE] [IN] [LE]	[AC] [SE]	[AC] [TD] [SE] [LE]	[AC] [LE]		[AC] [SE] [IN] [LE]	[AC] [TD] [SE]	[AC] [TD] [SE]	[AC] [TD] [SE] [LE]	

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)


		[GI] [ED]									
Educación	[AC] [TD] [IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [TD] [IN] [LE] [GI] [ED]		[AC] [LE]	[AC] [LE]	[AC] [TD]	[AC] [TD] [SE] [IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [TD] [SE]		[AC] [LE]	[AC]
Turismo	[AC] [TD] [IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [TD] [IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [SE]				[AC] [TD] [SE] [IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [SE] [SE]	[SE]	[AC] [TD]	
Entretención	[AC] [TD] [IN] [LE] [GI] [ED]	[IN] [LE] [GI] [ED]		[AC] [SE] [LE]	[AC] [LE]	[AC] [TD]	[AC] [TD] [SE] [IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [SE]	[SE] [IN] [LE]	[AC]	[AC]
Salud y cuidado personal	[SE] [IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [SE] [IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [TD] [SE]	[AC] [LE]	[AC] [LE]	[TD]	[AC] [TD] [SE] [IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [TD] [SE] [LE]	[SE]	[AC] [IN] [LE]	[AC] [SE]
Hogar y construcción	[SE] [IN] [LE] [GI] [ED]	[SE] [IN] [LE] [GI] [ED]		[AC] [LE]			[SE] [IN] [LE] [GI] [ED]	[TD] [SE]	[SE]	[AC] [SE]	
Automotriz y combustible	[IN] [LE] [GI] [ED]	[IN] [LE] [GI] [ED]			[AC] [LE]		[IN] [LE] [GI] [ED]	[TD]		[AC]	
Servicios de seguridad	[IN] [LE]	[IN] [LE]		[AC]	[AC]		[IN] [LE] [GI]			[AC]	

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

	[GI] [ED]	[GI] [ED]					[ED]				
Inmobiliario	[AC] [TD] [IN] [LE] [GI] [ED]	[AC] [TD] [IN] [LE] [GI] [ED]					[AC] [TD] [IN] [LE] [GI] [ED]			[AC] [TD] [SE] [LE]	
Publicidad y prensa	[AC] [TD] [IN]	[AC] [TD] [IN]				[TD]	[AC] [TD] [IN]	[TD]	[LE]		
Cuidado de mascotas	[IN] [LE] [GI] [ED]	[IN] [LE] [GI] [ED]		[AC] [SE] [LE]			[IN] [LE] [GI] [ED]			[AC] [SE] [LE]	
Funerarias y cementerios	[IN] [LE] [GI] [ED]	[IN] [LE] [GI] [ED]					[IN] [LE] [GI] [ED]			[AC]	
Servicio técnico y reparación	[IN] [LE] [GI] [ED]	[IN] [LE] [GI] [ED]		[AC] [LE]	[AC] [LE]		[IN] [LE] [GI] [ED]			[AC] [LE]	

Fuente: Elaboración propia

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 76 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

Conclusiones

Si bien todos los consumidores se encuentran en una situación de asimetría respecto a los proveedores, hay personas que tienen dificultades adicionales en este aspecto, por distintas situaciones que requieren de una especial protección. Estos pueden ser denominados consumidores hipervulnerables, los que conforme al criterio por el cual se designe la vulnerabilidad, se determinará por coincidencia los parámetros generales (o criterios formales) o haciendo una revisión caso a caso respecto a sus condiciones particulares y el ambiente en el cual se profundizan estas hipervulnerabilidades en el mercado.


Si bien en Chile no hay una regulación explícita, sistemática o exhaustiva respecto los consumidores hipervulnerables, sí existen países en donde se demuestra la existencia de reglamentos que protegen a sus consumidores, tales como Argentina, España o Perú.

Ahora bien, en Chile existe un amparo en el cual se puede encontrar un sustento normativo que sí considera la aplicación de las normas generales sobre igualdad y discriminación arbitraria, especialmente la CPR y la LPC. En este sentido, se debe velar por una efectiva igualdad desde la base asimétrica que se genera entre el mercado y el consumidor, que al ser sumamente codependientes una de la otra, provocan situaciones de hipervulnerabilidad las cuales se pueden evitar, exigiendo leyes, normas y decretos que protejan a aquella población especialmente vulnerable ante el mercado, como se vio en el proceso de este informe.

Considerando este marco general y las normas particulares que regulan la protección de determinados grupos, se pueden considerar que existen situaciones en que grupos de la población que son vulnerables en general, presentan afectaciones de sus derechos como consumidores en ciertos mercados que los transformarían en consumidores hipervulnerables en dichas circunstancias.

En particular, en este estudio se han recolectado antecedentes para los siguientes grupos de riesgo: Pueblos indígenas, Migrantes, Adultos mayores, Zonas de baja vinculación a acceso al consumo, Población rural, Personas LGTBQIA+, Personas en Situación de Discapacidad, Mujeres, Niños, niñas, adolescentes y jóvenes, Personas en Situación de Pobreza o Pobreza Extrema y Personas privadas de libertad. Se debe explicar que estos grupos no son excluyentes uno de los otros, por lo cual, podríamos observar a una persona

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

	Versión: 1.1	Estado: Vigente	Página 77 de 79
	Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables		

en situación de discapacidad, que cabe en la categoría de mujer e indígena, teniendo tener circunstancias de hipervulnerabilidad mayor a la ya mencionada.

Explicar esta regla iría ligada a la idea de que la hipervulnerabilidad no está en una línea horizontal, sino más bien, trasciende desde diferentes esferas y se fusiona con otros aspectos para generar un punto específico donde el proveedor genera una situación de hipervulnerabilidad por ciertas cualidades específicas del comprador.

Los alcances del reconocimiento de los consumidores hipervulnerables en el derecho, así como de la protección específica que se ha de dar a cada grupo, sigue siendo un tema en desarrollo. Para esto, sería de gran utilidad el trabajo de perfilamiento de los distintos grupos hipervulnerables, para identificar de mejor manera sus problemas específicos y aquellos puntos en los que requieren más apoyo.

En ese sentido, es necesario ahondar la investigación a partir de la implementación de entrevistas o focus group, tanto con consumidores como con organizaciones que les representen, que permitan dar a entender realmente la situación de las personas. Si bien es un trabajo exhaustivo, el consumidor es el principal actor en este trabajo, por lo que su opinión es fundamental a la hora de generar un reporte de hipervulnerabilidades.

Para finalizar, es necesario integrar esta visión a nivel país, para poner en equilibrio al consumidor y al proveedor, dándole soluciones rápidas y reales a aquellos que se encuentran en una situación de particular desventaja, lo que podría ser abordado con distintas iniciativas del Servicio.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Bibliografía

- Barocelli, Sergio Sebastián, (2020), La Problemática De Los Consumidores Hipervulnerables En El Derecho Del Consumidor Argentino.
- Barragán, M. (2017). Pobreza, desigualdad y discriminación en América Latina. Disponible en <https://www.dejusticia.org/column/poverty-inequality-discrimination-latin-america/>.
- Barrientos, F. (2009). Algunos comentarios sobre la noción de consumidor en la ley y en la jurisprudencia. Temas de Derecho Años XXIV - XXVII (Enero - Diciembre 2009 - 2012). Pag. 133-143. Disponible en: <http://repositorio.ugm.cl/bitstream/handle/20.500.12743/789/ALGUNOS%20%20COMENTARIOS%20%20SOBRE%20%20LA%20%20NOCI%C3%93N.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Barrios-Valenzuela, L. A., y Palou-Julián, B. (2014). Educación intercultural en Chile: la integración del alumnado extranjero en el sistema escolar. Revista Educación y Educadores, 17 (3), 405-426. doi: 10.5294/edu.2014.17.3.1
- BCN (2018). Guía legal sobre: Inclusión social de personas con discapacidad. Disponible en <https://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/inclusion-social-de-personas-con-discapacidad>
- Bernaschina, D. (2019). ¿Dónde está la publicidad inclusiva para personas con discapacidad en Chile?. Revista Publicitas, vol. 7 Núm 2, pp. 46-62. Disponible en <https://www.revistas.usach.cl/ojs/index.php/publicitas/article/view/4334>
- Borrás Santisteban, Tania. (2014). Adolescencia: definición, vulnerabilidad y oportunidad. Correo Científico Médico, 18(1), 05-07. Recuperado en 04 de octubre de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1560-43812014000100002&lng=es&tlng=es.
- Boudeguer, A., Prett, P. y Squella, P. (2010). Manual de Accesibilidad Universal. Corporación Ciudad Accesible y Mutual de Seguridad CChC. Disponible en https://www.mutual.cl/Portals/0/PDF/dividendo_social/manual_accesibilidad_OK_sello_baja.pdf.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

- Calle, A. et al (2018). Accesibilidad al transporte público de las personas en situación de discapacidad de la Región de Atacama. Una mirada integral. Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad de Atacama. Disponible en <http://www.salud.uda.cl/postgrados/wp-content/uploads/2019/11/accesibilidad-a-l-transporte-pu%CC%81blico-de-las-personas-en-situacio%CC%81n-de-discapacida-d-de-la-regio%CC%81n-de-atacama.pdf>.
- Campos, S. (2021). El consumidor hipervulnerable en el derecho de consumo chileno. Seminario “Ciclo Derecho y Consumo”, sesión 4 (24 de junio 2021).
- Cárdenas, J. y Garza, C. (2019). Discriminación hacia los adultos mayores en los servicios de hospitalización. Maestría en Salud Pública (Universidad Santo Tomás, Bogotá). Disponible en <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/16655/2019juliethcardenas.pdf?sequence=1>.
- Chan, C. y Gómez, N. (2020). Racismo, televisión y publicidad en Chile. El Mostrador. Disponible en <https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/columnas/2020/06/27/racismo-television-y-publicidad-en-chile/>.
- Chilevisión (2021). Zonas Rojas: El reportaje que da cuenta de la impactante segregación social y tecnológica que afecta a varias comunas de Santiago. Disponible en <https://www.chilevision.cl/contigo-en-la-manana/mejores-momentos/zonas-rojas-el-reportaje-que-da-cuenta-de-la-impactante-segregacion>.
- Cohen, R., Irwin, L., Newton-John, T., Slater, A., (2019), #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram, Body Image, Vol. 29, Pag. 47-57.
- Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, Observación General Nº 20. La no discriminación y los derechos económicos, sociales y culturales (artículo 2, párrafo 2 del PIDESC), 2/7/2009, E/C.12/GC/20.
- Crónica Digital (2007). Miles de estudiantes son discriminados en el transporte rural de Santiago. Disponible en <https://www.cronicadigital.cl/2007/09/26/cronica-2007-p9191/>.
- Defensoría Penal Pública (2012). Revista de la Defensoría Penal Pública. Artículo 93 El Imputado. Derechos y Garantías del Imputado.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables

- Domínguez, R. (2010). Aspectos de la constitucionalización del Derecho Civil Chileno. (RDJ, Tomo XCIII, Nro. 3), CL/DOC/1046/2010, pp. 107-137.
- Efe (2021). Encuesta Casen: la pobreza en Chile subió hasta el 10,8 % en 2020 por la pandemia. Disponible en <https://www.elmostrador.cl/dia/2021/07/05/encuesta-casen-la-pobreza-en-chile-subio-hasta-el-108-en-2020-por-la-pandemia/>.
- Fundación Amulen (2019). Informe “Pobres de Agua. Radiografía del agua rural de Chile: Visualización de un problema oculto”. Disponible en <https://cambioglobal.uc.cl/proyectos/289-pobres-de-agua-radiografia-del-agua-rural-en-chile>.
- Graham, J. (2019). Hospitales y clínicas deberían ser más accesibles para los adultos mayores. Kaiser Health News. Disponible en <https://www.aarp.org/espanol/salud/enfermedades-y-tratamientos/info-2019/hospitales-no-son-accesibles-para-personas-mayores.html>
- Huenulau, J. (2019) ¿Qué puede aportar a Chile la cosmovisión mapuche en el combate contra el deterioro medioambiental? Disponible en <https://www.elmostrador.cl/destacado/2019/09/28/que-puede-aportar-a-chile-la-cosmovision-mapuche-en-el-combate-contra-el-deterioro-medioambiental/>
- Instituto Nacional de Derechos Humanos (2020). Estudio de las condiciones carcelarias en Chile 2018. Disponible en <https://www.indh.cl/bb/wp-content/uploads/2020/08/Estudio-de-las-condiciones-carcelarias-en-Chile-2018-INDH-Versio%CC%81n-final.pdf>.
- Instituto Nacional de Estadísticas (2017). Informe de resultados, Censo 2017. Disponible en <https://www.censo2017.cl/descargas/home/sintesis-de-resultados-censo2017.pdf>.
- Isler, E. (2021 A). Acerca del reconocimiento de los consumidores hipervulnerables. Estudios de Derecho Comercial, X jornadas chilenas de derecho comercial, p. 201.
- Isler, E. (2021 B). Consumidores vulnerables: La vulnerabilidad en razón de la edad. Seminario “Ciclo Derecho y Consumo”, sesión 4 (24 de junio 2021).
- Labbé, D. y Freixas, M. (2016). ONU acusa a Teletón chilena de mostrar a personas con discapacidad como «objetos de caridad» y no como «sujetos de derecho». El Ciudadano. Disponible en <https://www.elciudadano.com/salud/onu-acusa-a-teleton-chilena-de-mostrar-a-pe>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables

[rsonas-con-discapacidad-como-objetos-de-caridad-y-no-como-sujetos-de-derecho/12/02/](#)

- Labbé, G. (2017) ¿Por qué en mi barrio no? Las «Zonas Rojas» como forma de retracción institucional en Santiago de Chile. Disponible en <https://invi.uchilefau.cl/por-que-en-mi-barrio-no-las-zonas-rojas-como-forma-de-retraccion-institucional-en-santiago-de-chile/>
- León, R. et al (2020). Brecha en el uso de internet. Desigualdad digital en el 2020 (Fundación País Digital, Santiago). Disponible en <https://paisdigital.org/brecha-en-el-uso-de-internet-2020/>.
- López, P. (2020). El Mercurio legal. Los consumidores hipervulnerables: ¿Una categoría dogmática necesaria? Disponible en https://www.litoralpress.cl/sitio/MediosOnline_Detalles.cshtml?lpkey=lgd.Kf.Tx.Oo9.O.I.Ouy.Y1rddxh.Lgu.C.V.H.Znuf.Jw8.Wq.J2.L.T.O8.Ö.
- Martínez, C. y Tomacic, A. (2020). Terapias Conversivas: el mito de la libre elección y la negligencia del Estado. Disponible en <https://www.ciperchile.cl/2020/09/19/terapias-conversivas-el-mito-de-la-libre-eleccion-y-la-negligencia-del-estado/>.
- Martínez, J. M. (1993), Consumo rural/Consumo urbano ¿Dónde están las diferencias?. Distribución y consumo, nº8 (1993), p. 10-19. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2919491>.
- MINEDUC (s.f). Situación de lenguas originarias. Disponible en <https://peib.mineduc.cl/lenguas-originarias/situacion-de-lenguas-originarias/>.
- Ministerio de Desarrollo Social y Familia (2019). Informe Desarrollo Social 2019. Disponible en https://www.desarrollosocialyfamilia.gob.cl/storage/docs/Informe_de_Development_Social_2019.pdf.
- Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2020). Mesa intersectorial sobre Trata de Personas. Datos 2011 – 2020. Disponible en <http://tratadepersonas.subinterior.gov.cl/media/2021/04/Informe-estadistico-sobre-Trata-de-Personas-2011-2020.pdf>.
- MINSAL (s. f). Atención de salud a población inmigrante no regulada. Disponible en https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2016/09/6_ATENCION-DE-SALUD-A-P OBLACION-INMIGRANTE-NO-REGULADA-APS.pdf.
- MOVILH (2021 A). Pareja diversa denuncia ataque con palos y golpes de pies y puños al interior de un hotel del centro de Santiago. Disponible en

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables

<https://www.movilh.cl/pareja-lesbica-es-atacada-con-palos-y-golpes-de-pies-y-punos-al-interior-de-un-hotel-del-centro-de-santiago/>.

- MOVILH (2021 B). Taxista ataca a joven trans: la arrastró desde su automóvil dejándola con heridas en todo el cuerpo y trauma renal. Disponible en <https://www.movilh.cl/taxista-ataca-a-joven-trans-la-arrastro-desde-su-automovil-dejandola-con-heridas-en-todo-el-cuerpo-y-trauma-renal/>.
- MOVILH (2021 C). Transfobia: Banco BCI se niega a reconocer nombre de cliente trans en sus registros bancarios. Disponible en <https://www.movilh.cl/transfobia-banco-bci-se-niega-a-reconocer-nombre-de-cliente-trans-en-sus-registros-bancarios/>.
- MOVILH (2021 D). Paciente sufre humillación y brutal homofobia en el Hospital San Pablo de Coquimbo. Disponible en <https://www.movilh.cl/paciente-sufre-humillacion-y-brutal-homofobia-en-hospital-san-pablo-de-coquimbo/>.
- MOVILH (2021 E). Guardias de Tottus humillan a joven lesbiana no binaria: “¿Angélica, es broma esta hueá?, qué asco”, le dijeron al ver su identificación. Disponible en <https://www.movilh.cl/guardias-de-tottus-humillan-a-joven-lesbiana-no-binaria-angélica-es-broma-esta-huea-que-asco-le-dijeron-al-ver-su-identificacion/>.
- Narr, C. (2020). La alfabetización digital de los adultos mayores: un proyecto país. Disponible en <https://www.zoomtecnologico.com/2020/08/31/opinion-alfabetizacion-digital/>
- Pariente, E. (2020). Publicidad sexista: ¿De qué manera afecta la salud mental de las adolescentes?. La Tercera. Disponible en <https://www.latercera.com/paula/publicidad-sexista-de-que-manera-afecta-la-salud-mental-de-las-adolescentes/>.
- Peña, M. (2021). Reconocimiento constitucional de los derechos de los consumidores. Seminario “Ciclo Derecho y Consumo”, sesión 5 (29 de julio 2021).
- Pizarro, G., y Arriagada, P. (2021) Zonas ocupadas II: un millón de santiaguinos vive en áreas catalogadas de alto riesgo y lejos de servicios básicos. Disponible en <https://www.ciperchile.cl/2021/04/20/zonas-ocupadas-ii-un-millon-de-santiago-no-vive-en-areas-catalogadas-de-alto-riesgo-y-lejos-de-servicios-basicos/>
- Pojzman, A. (2016). Unicef: 40% de niños no tiene acceso a educación en su lengua materna. Diario UChile. Disponible en <https://radio.uchile.cl/2016/02/28/unicef-40-de-ninos-no-tiene-acceso-a-educacion-en-su-lengua-materna/>.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

Informe Estudio Consumidores Hipervulnerables

- Rojas de Luca, M. (2015). Explorando la relación entre consumo y pobreza en un contexto urbano. Aproximación cualitativa a la realidad de Santiago de Chile. Disponible en <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/136195>.
- Sagaris, L., et al (2020). Ella se mueve ¿segura? Mujeres, seguridad y transporte público (Laboratorio de Cambio Social, Santiago). Disponible en http://www.cambiarnos.cl/wp-content/uploads/2020/07/ELLA-SE-MUEVE-SEGURA_compressed.pdf.
- Sandoval, R. (2004). Derecho del Consumidor (Santiago, Editorial Jurídica de Chile).
- Sanhueza, G., & Pérez, F. (2019). Explorando el “Desempeño moral” en cárceles chilenas y su potencial en la reinserción. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, 64(236), 83–110. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2019.236.63108>
- SENADIS (s.f). Medidas de accesibilidad e inclusión para presonas con discapacidad. Disponible en <https://www.senadis.gob.cl/download/i/3408/documento>.
- SENAMA (2013). Maltrato a las personas mayores en Chile: Haciendo visible lo invisible. Disponible en http://www.senama.gob.cl/storage/docs/Maltrato-las-personas-mayores-Chile_Haciendo-visible-lo-invisible-2014.pdf.
- SERNAC (2005). Sentencias del mes: El Derecho de Admisión. Disponible en <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-6783.html>.
- SERNAC (2006). SERNAC estudiará antecedentes sobre discriminación en local a jóvenes con Síndrome de Down. Disponible en <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-872.html>.
- SERNAC (2015). Oferta de créditos de consumo para los adultos mayores. Boletín N°9/2015. Disponible en https://www.sernac.cl/portal/619/articles-4379_archivo_01.pdf.
- SERNAC (2019). Estudio prospectivo sobre impuesto rosa. Disponible en <https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-56136.html>.
- SERNAC (2021 A). Encuesta Ciudadana Mujer & Consumo. Disponible en <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-62286.html>.
- SERNAC (2021 B). Informe Estudio Gestión Menstrual. Disponible en https://www.sernac.cl/portal/619/articles-63337_archivo_01.pdf.
- Soychile (2019). Reclamo de estudiantes lidera aumento de denuncias en el transporte público de Antofagasta. Disponible en <https://www.soychile.cl/Antofagasta/Sociedad/2019/07/15/605873/Reclamo-de-estudiantes-lidera-aumento-de-denuncias-en-el-transporte-publico-de-Antofagasta.aspx>.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)

- Sozzo, G. (2010). Consumo digno y verde: humanización y ambientalización del derecho del consumidor. Revista de Derecho Privado y Comunitario, 3. Disponible en https://www.academia.edu/download/33269582/SOZZO_consumo_digno_y_verde.pdf.
- Sumonte, V., Sanhueza, S., Friz, M., y Morales, K. (2018). Migración no hispanoparlante en Chile: Tendiendo puentes lingüísticos e interculturales. Diálogo andino, (57), 61-71. doi: 10.4067/S0719-26812018000300061
- Tambussi, C. (2014). Los derechos de usuarios y consumidores son derechos humanos. Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política, Vol. 12, Nº13, pp. 91-111.
- UNCTAD (2021). Examen voluntario entre homólogos del derecho y la política de protección del consumidor de Chile.
- Vecchio, G. et al (2020). Movilidad urbana y personas mayores en Santiago de Chile. Revista de Urbanismo, Nº43. Disponible en <https://revistaurbanismo.uchile.cl/index.php/RU/article/view/57090>.
- Velasco, F. (2014). El reconocimiento constitucional de los derechos de los consumidores: un desafío pendiente (Santiago, Fundación Fueyo).
- Velásquez, F. y Radovic, P. (2020). Xenofobia en tiempos de crisis: “Me escupieron porque pensaban que tenía coronavirus”. La Tercera. Disponible en <https://www.latercera.com/la-tercera-domingo/noticia/xenofobia-en-tiempos-de-crisis-me-escupieron-porque-pensaban-que-tenia-coronavirus/2XBVYQUBT5AIFLSAIFEGKXNUBI/>.
- Villalobos, P. (2017). Envejecimiento y cuidados a largo plazo en Chile: desafíos en el contexto de la OCDE. Rev Panam Salud Publica.
- Whight A. E., (2020), Camino al reconocimiento legal del consumidor hipervulnerable, Red Sociales, Revista del Departamento de Ciencias Sociales, Vol. 07, Nº 07, pp. 168 a 181.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	30-07-2021 / 01-11-2021	05-11-2021 / 02-12-2021	03/12/2021
Cargo	Profesional UMM (PED/PGC)	Jefatura UMM (EAF)	Jefatura DEI (CCE)