

Santiago, 01 de febrero de 2022.

REF: Iniciativa Convencional Constituyente

DE: CONVENCIONALES CONSTITUYENTES FIRMANTES

A: MESA DIRECTIVA DE LA CONVENCIÓN CONSTITUCIONAL

De nuestra consideración,

De conformidad a los artículos 81 y siguientes del Reglamento General de la Convención Constitucional, y lo que indica el artículo 64 del mismo, las y los convencionales constituyentes venimos a presentar la siguiente Iniciativa Convencional Constituyente solicitando en el mismo acto su distribución a la **Comisión sobre Medio Ambiente, Derechos de la Naturaleza, Bienes Naturales Comunes y Modelo Económico**.

## Iniciativa Convencional Constituyente

### **DERECHOS DE LAS PERSONAS COMO USUARIOS Y CONSUMIDORES**

#### 1. Fundamentación

La protección de los derechos de los consumidores ha evolucionado durante los últimos siglos, teniendo su origen primitivo como rama del derecho mercantil del siglo XIX, adaptándose a la industrialización y la modernización del derecho, factores que terminaron por gestar la aparición de los derechos de los consumidores (Velasco, 2014)<sup>1</sup>. A partir de la década de los 60s comenzaron a desarrollarse en el mundo marcos normativos para regularlos, impulsados por distintos organismos internacionales, sobre todo en Europa, los cuales inicialmente se enfocaron en políticas de protección e información para los consumidores y luego en temáticas de seguridad y salud buscando evitar riesgos derivados del uso o consumo de los bienes o servicios. Desde aquella década han ido progresivamente incorporándose a las legislaciones de los países.

Las personas se relacionan con instituciones públicas en su calidad de usuarias, y se relacionan con las empresas como consumidoras de sus mercancías y servicios. Por estos motivos se deben regular los derechos de los usuarios y consumidores, y no solo consumidores. Esto es relevante sobre todo para el caso de Chile, donde la implementación del modelo neoliberal llevó a la privatización y mercantilización de distintos derechos sociales y servicios básicos. Al minimizar los servicios públicos o estatales, se ha dejado su provisión

---

<sup>1</sup> Velasco, F. 2014. El reconocimiento constitucional de los Derechos de los Consumidores: un desafío pendiente. Fundación Fernando Fueyo; Universidad Diego Portales.

al mercado, lo que ha precarizado la vida de las personas. Los derechos ciudadanos o sociales se movieron a la esfera del mercado, de los consumidores y de los usuarios. Junto a esto, se ha instaurado en el país una sensación de frustración asociada a la percepción de abuso e injusticia de las empresas y una disparidad de poder en la relación con estas. En paralelo, desde la década de 1990 el consumo de mercancías en Chile ha aumentado sustancialmente, producto de un mayor acceso a estas y la facilidad de crédito y liquidez, y por otro lado, la era de la globalización y la virtualización de los mercados va modificando la forma en que se relacionan las personas con las instituciones y empresas.

Las principales quejas contra las empresas apuntan a bajas pensiones de las AFP, el alto precio de los medicamentos, endeudarse para acceder a educación, la demora en atenciones de salud, las colusiones entre empresarios, y las bajas penas a condenas de delitos cometidos por ejecutivos de empresas y políticos (Espacio Público e IPSOS, (2021)<sup>2</sup>. Son comunes en el país las malas prácticas de empresas, la facilidad de contratar un servicio, pero múltiples barreras y largas demoras para darse de baja. Ante las quejas las empresas blindan a sus ejecutivos, y los usuarios no encuentran dónde ingresar las quejas para que sean realmente atendidas. Todas sus formas de abuso e impunidad se traducen en malestar en la población.

En este contexto, se requiere un marco que permita proteger a las personas en su calidad de usuarios y de consumidores ante la disparidad de poder y de los abusos de las instituciones y empresas. Si bien en 1990, mediante la Ley N.º 18.959, se creó el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) y en 1997 con la promulgación de la Ley N.º 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores se reconoció expresamente la atribución del SERNAC para mediar en los conflictos de consumo y se establecieron los derechos y deberes de los consumidores, estas acciones no han sido suficiente para resolver el abuso y la disparidad de poder. Por estos motivos, se requiere consagrar los derechos de los usuarios y consumidores en la Constitución. Cabe señalar que, hay una tendencia que, en la medida que las Constituciones se modernizan, se van consagrando los derechos de los consumidores. A nivel de Latinoamérica, solo Chile y Uruguay no los tienen en su constitución, siendo la Constitución Uruguaya de 1967 (BCN, 2022)<sup>3</sup>.

Otro problema que se oculta tras las relaciones de consumo es la crisis ecológica, tanto a nivel nacional como global, la cual se encuentra estrechamente relacionada con las consecuencias del consumismo de la sociedad. Nuestros hábitos de consumo y la cultura de lo desechable llevan a que la producción de mercancías aumente constantemente, demandando más procesos extractivos en búsqueda de materias primas, más energía, más emisiones de gases de efecto invernadero, más agua, etc., lo que va irrumpiendo progresivamente los ciclos ecosistémicos y generando diversas formas de contaminación. La sociedad de consumo parece ser indiferente a esta problemática, y ha profundizado la fetichización y banalización de los productos. Es decir, la población no conoce realmente cuál es el origen de las cosas consume, dónde y cómo fueron producidos, cuál fue su huella ecológica, qué materiales contiene, de dónde vienen sus materias primas, qué contaminantes y dónde se emitieron, cuánta agua se utilizó, cuántos gases de efecto invernadero se emitió en su ciclo de vida, entre otros impactos ambientales. Tampoco se conoce quién produjo la mercancía y bajo qué condiciones o qué tipo de relaciones de producción, si es que fue un trabajo justo o si es que fue una mano de obra esclava o infantil explotada. Por el contrario, al ir al mercado uno se enfrenta a las mercancías como meros objetos, que representan glamour, status, pero sin conocer qué hay detrás de ellas. Es decir, se ocultan las relaciones

---

<sup>2</sup> Espacio Público e IPSOS (2021). Encuesta "Chilenas y Chilenos hoy: Informe 5 años".

<sup>3</sup> Biblioteca del Congreso Nacional. 2022. Comparador de Constituciones, sección Derechos del Consumidor. Plataforma online.

sociales y ecológicas de su producción. Solo se presenta su precio. Lo cual es completamente insuficiente desde una perspectiva de economía ecológica para intentar hacer frente a los problemas ambientales.

Este desconocimiento no permite que las personas puedan tomar decisiones mejor informadas. Por ello, es esencial transparentar la información ecológica y social de las mercancías. Se debe avanzar a conocer la huella ecológica de su ciclo de vida, su huella de carbono y huella hídrica, lugar de origen, emisiones relacionadas a su transporte, condiciones laborales de quiénes lo produjeron, si es que contiene elementos de origen animal o elementos testeados en animales, entre otra información ecológica y social relevante. Esta información tiene que ser presentada de forma simple y oportuna, estar disponible al momento de realizar la transacción. No obstante, se debe tener en cuenta quiénes estarán obligados a presentar aquella información, puesto que pequeños emprendedores no tendrán inicialmente la capacidad de conocer aquellos aspectos de las mercancías.

Por otro lado, para enfrentar la sociedad de consumo se debe regular la publicidad, los espacios que ocupa y a quiénes va dirigido. Asimismo, se debe resguardar el derecho de los usuarios y consumidores a agruparse y actuar de forma colectiva. También se requiere educar a los usuarios y consumidores de sus derechos, pues si las personas los conocen y ejercen, las empresas se verán obligadas a respetarlos y se crearán relaciones más igualitarias.

## 2. Justificación

Según lo expuesto, consagrar constitucionalmente los derechos de los usuarios y consumidores sería un aporte para equilibrar y transparentar las relaciones de mercado, proteger a los usuarios y consumidores frente a las asimetrías e irregularidades de poder, y transparentar la información sobre las mercancías y su huella ecológica, aportando a que tomen decisiones mejor informados. No obstante, cabe declarar que se debe apuntar a superar la sociedad de consumo y a recuperar los derechos sociales mercantilizados. La profundización de la sociedad de consumo está convirtiendo a los ciudadanos en meros consumidores, y con ello, las personas mismas se van volviendo objetos de consumo. Teniendo en cuenta la crisis ambiental y los límites ecosistémicos a los que se enfrenta la sociedad, se debe buscar que la producción se enfoque en las necesidades reales de las personas por sobre la búsqueda incesante de lucro, que no ve ni le interesa las consecuencias ambientales ni sociales de sus acciones.

## 3. Propuesta de norma

**Artículo XX1.** El Estado tiene el deber de velar por la calidad de los bienes de consumo y servicios para que no afecten la salud ni seguridad de las personas, ni los Derechos de la Naturaleza. La ley sancionará las prácticas económicas deshonestas y abusivas y protegerá los legítimos intereses económicos de las partes, estableciendo procedimientos simples, oportunos y sanciones que no sean menores al daño causado a los consumidores o usuarios.

**Artículo XX2.** Las personas tienen derecho a información fidedigna sobre los servicios y bienes a los que acceden, la cual deberá ser entregada de manera oportuna, simple y se

---

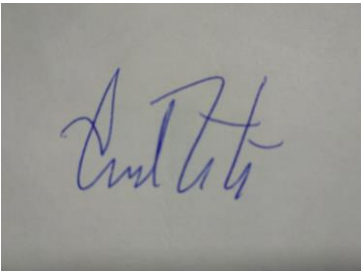
considerará esencial para la toma de decisiones. La ley regulará que la información sea presentada con perspectiva ecológica.

La publicidad será regulada por ley, y toda publicidad fraudulenta es ilegal. Los datos de las personas son información privada y estos serán protegidos por la ley. El estado garantizará el derecho de las personas a no recibir publicidad por medios y dispositivos privados, si ellos no lo han autorizado.

El Estado asegura que las personas sean debidamente informados y educados sobre sus derechos como usuarios y consumidoras.



FERNANDO SALINAS MANFREDINI  
Convencional Constituyente  
Distrito 18



CAMILA ZÁRATE ZÁRATE  
Convencional Constituyente  
Distrito 7



FRANCISCO CAAMAÑO ROJAS  
Convencional Constituyente  
Distrito 14



VANESSA CAMILA HOPPE ESPOZ  
Convencional Constituyente  
Distrito 21

FRANCISCA ARAUNA URRUTIA  
Convencional Constituyente  
Distrito 18

ISABEL GODOY MONARDEZ  
Convencional Constituyente  
Pueblo Nación Colla

GLORIA ALVARADO JORQUERA  
Convencional Constituyente  
Distrito 16

CÉSAR URIBE ARAYA  
Convencional Constituyente  
Distrito 19

LACKSIRI FÉLIX GALLEGUILLOS AYMAMI  
CONVENCIÓNAL CONSTITUYENTE  
PUEBLO NACIÓN LICKANANTAY/ATACAMEÑO

FÉLIX GALLEGUILLOS AYMAMI  
Convencional Constituyente  
Pueblo Nación Lickanantay Atacameño

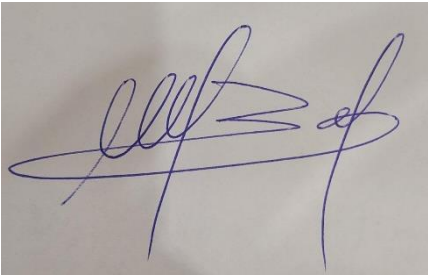
Dayyana González Araya  
Convencional Constituyente Distrito 3

DAYYANA GONZÁLEZ ARAYA  
Convencional Constituyente  
Distrito 3

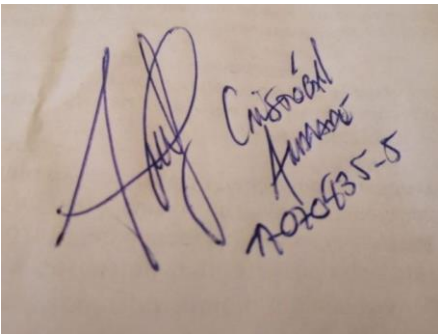
LORETO VALLEJOS DÁVILA  
Convencional Constituyente  
Distrito 15

Ingrid Villena Narbona  
Convencional Constituyente Distrito 13  
FIRMA

INGRID VILLENA NARBONA  
Convencional Constituyente  
Distrito 13



NATALIA HENRÍQUEZ CARREÑO  
Convencional Constituyente  
Distrito 9



CRISTÓBAL ANDRADE LEÓN  
Convencional Constituyente  
Distrito 6