



**UNIVERSIDAD DE CHILE**  
**FACULTAD DE DERECHO**  
**DEPARTAMENTO DE DERECHO ECONÓMICO**

---

## **Comentarios al marco regulatorio de las asociaciones de consumidores**

Memoria para optar al grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales

Autora Susana Abarca Muñoz

Profesor Guía Nicolás Rojas Covarrubias

---

**Santiago, Chile**

**2019**

## Índice

<b>Introducción</b> .....	4
<b>CAPITULO I. MARCO CONCEPTUAL, CONSTITUCIÓN Y DISOLUCIÓN DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES</b> .....	7
I.1.    Concepto y características de las asociaciones de consumidores. ....	7
i.    Concepto legal de las asociaciones de consumidores.....	7
ii.   El análisis doctrinario del concepto legal de las asociaciones de consumidores.	10
iii.  Características de las asociaciones de consumidores.....	13
I.2.    Procedimiento de constitución de una asociación de consumidores.....	14
i.    El procedimiento de constitución propiamente tal.....	16
ii.   Contenido de los estatutos de las asociaciones de consumidores. ....	18
I.3.    Disolución de las asociaciones de consumidores. ....	25
i.    Disolución forzosa en la ley de Protección de Derechos del Consumidor. ....	26
ii.   Disolución de una asociación de consumidores, por aplicación del artículo 18 del D.L. 2.757, de 1979.....	28
I.4.    Comentarios al marco conceptual, el procedimiento de constitución y de disolución de las asociaciones de consumidores.....	29
<b>CAPITULO II FUNCIONES Y PROHIBICIONES PARA LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES</b> .....	32
II.1.   Funciones legales del artículo 8° de la LPDC.....	32
i.    Clasificación doctrinaria de las funciones de las asociaciones de consumidores.	32
ii.   Funciones legales propiamente tales:.....	34
iii.  Semejanzas entre una de las funciones legales de las asociaciones de consumidores con las del Servicio Nacional del Consumidor. ....	46
II.2.   Prohibiciones legales aplicables a las asociaciones de consumidores. ....	46
II.3.   El mediático caso del papel tissue.....	51
II.4.   Comentarios y reflexiones respecto de las nuevas atribuciones y prohibiciones para las asociaciones de consumidores.....	53
<b>CAPITULO III FINANCIAMIENTO DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES</b> .....	57
III.1.  Fondo Concursable de la LPDC .....	57
i.    Elementos que componen el Fondo Concursable. ....	57
ii.   Administración del Fondo Concursable. ....	58

iii. Testimonios de las asociaciones de consumidores, respecto de su financiamiento.....	58
III.2. Fondo de Fortalecimiento de las Organizaciones de Interés Público – Fondo de la ley N° 20.500. ....	60
III.3 Otras fuentes de financiamiento: las cuotas sociales, el producto de las actividades realizadas conforme a la LPDC. ....	61
III.4. Nueva normativa sobre financiamiento, contabilidad y transparencia.....	62
i. Transparencia en los ingresos y gastos de las asociaciones de consumidores..	62
ii. Las prácticas de transparencia de las asociaciones de consumidores.....	63
<b>CAPITULO IV ORGANIGRAMA INTERNO: ÓRGANO DELIBERANTE, ÓRGANO ADMINISTRATIVO Y ÓRGANO DE CONTROL.....</b>	<b>67</b>
IV.1. Asamblea de socios de una asociación de consumidores. ....	67
IV.2. Directorio de una asociación de consumidores.....	68
IV.3. Comisión Revisora de Cuentas.....	70
IV.4. Comentarios relacionados con el organigrama de una asociación de consumidores.....	70
<b>Conclusiones y Recomendaciones.....</b>	<b>72</b>
Bibliografía.....	78
Anexo 1 Cuestionario para dirigentes y asesores de asociaciones de consumidores.....	81
Anexo 2 Respuestas de dirigentes y asesores de asociaciones de consumidores .....	83

## Introducción

En Chile, son múltiples las formas organizacionales a través de las cuales, las personas se organizan para satisfacer y realizar intereses comunes. De hecho, una cantidad no menor de dichas expresiones colectivas tienen por objeto principal la protección de determinados derechos, que se perciben vulnerados o desprotegidos, o que, en cambio, pretenden el fortalecimiento, conocimiento y eficiente ejercicio de los mismos.

En nuestro país, en materia de protección de derechos de una especie particular de personas, los consumidores, se ha instituido y regulado una figura distintiva denominada, **asociaciones de consumidores**, que está expresamente reconocida en la ley N° 19.496, que establece normas sobre Protección de los Derechos de Los Consumidores -en adelante LPDC- y cuyo marco regulatorio ha sido modificado en dos ocasiones, a través de las leyes N° 19.955, de 2004, y la ley N° 21.081, de 2018.

La LPDC define conceptualmente a las asociaciones de consumidores, describe un catálogo de sus funciones o finalidades, enumera las prohibiciones a las cuales se encuentran sometidas, se hace cargo de referenciar otras especificidades, como por ejemplo, las exigencias para quienes deseen desempeñarse como dirigentes, describe las formas y causales de su disolución y aborda, lo que finalmente, ha sido la principal fuente de financiamiento de sus actividades, el Fondo Concursable.

A través de la ley N° 19.955, de 2004, se agilizó el trámite de constitución de las asociaciones de consumidores, en tanto se les aplicó, de manera supletoria, el estatuto de las Asociaciones Gremiales, contenido en el D.L. 2.757, de 1979 y se creó el Fondo Concursable, destinado a financiar los proyectos que las mismas presentaren para cumplir con sus objetivos.

Mediante la ley N° 21.081, de 2018, se complementaron y corrigieron las funciones y prohibiciones de las asociaciones de consumidores, se modificaron algunos aspectos del Fondo Concursable, se abrió una nueva línea de financiamiento para aquellas asociaciones que adquirieran el carácter de asociación nacional de consumidores, para aquellas que operen en ocho o más regiones de país, y se sumó un nuevo estatuto legal subsidiario, el de la ley N° 20.500, del año 2011, sobre Asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública.

La LPDC es el marco regulatorio principal de las asociaciones de consumidores, pero nada dice de la forma en que se constituyen o de otras alternativas de disolución, distintas

a la judicial o legal que contempla la LPDC. Por ello, el legislador determinó dos marcos regulatorios supletorios, por una parte, el Decreto Ley N° 2.757, de 1979, que proporciona el procedimiento de constitución y obtención de personalidad jurídica, el contenido mínimo que deben tener y desarrollar sus estatutos, dos alternativas de disolución (voluntaria y forzosa) y la función fiscalizadora que a su respecto detenta el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

Un segundo marco legal supletorio, para las asociaciones de consumidores, está contenido en las disposiciones de la ley N° 20.500, de 2011, a razón de la cual se les califica como organizaciones de interés público, correspondiéndoles registrarse en el Registro de Personas Jurídicas sin Fines de Lucro que lleva el Servicio de Registro Civil e Identificación, y aplicándoseles los preceptos de dicha ley en los aspectos que la ley 19.496 y el D.L. 2.757, de 1979, no aborda o no aplica respectivamente.

Pero con este nivel de detalle regulatorio, se sabe realmente ¿qué son las asociaciones de consumidores? ¿qué hacen las asociaciones de consumidores? La respuesta es negativa. Sólo un porcentaje pequeño de la sociedad conoce su existencia y las funciones que la LPDC les encomienda.

A propósito de las modificaciones introducidas por la ley N° 21.081, y dada mi trayectoria laboral de más de 16 años, en la Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, me interesé por desarrollar una investigación a favor de observar ¿cuánto de su objetivo legal cumplen las asociaciones de consumidores en la actualidad? ¿Sólo una parte de sus finalidades o la totalidad? Si es una parte, ¿qué obstaculiza que no cumplan la totalidad de las tareas encomendadas por el legislador? ¿Es suficiente el rol que les impone la LPDC o se requieren más políticas públicas a su favor, mayor fortalecimiento, mejores plataformas de visibilización? ¿Quiénes podrían colaborar en la difusión del rol de las asociaciones de consumidores, el Servicio Nacional del Consumidor, las Universidades acreditadas? ¿Quién tiene que financiar el quehacer de este tipo de entidades, el Estado, a través de mejores fondos públicos, o el propio sector de los consumidores, o una mezcla de ambos? ¿Qué expectativas tienen las propias asociaciones de consumidores para con la nueva normativa introducida por la ley N° 21.081? Esas son algunas de las preguntas que se pretender responder en esta tesis.

Para ello, utilicé algunos mecanismos básicos propios de una tesis de pregrado, investigué la escasa doctrina nacional referida al tema de las asociaciones de consumidores y luego, complementé la información obtenida con el resultado de

entrevistas semi estructuradas prestadas por cinco dirigentes de distintas asociaciones de consumidores.<sup>1</sup>

Se ha hecho el intento por sistematizar en un solo trabajo las materias relativas a asociaciones de consumidores en Chile. Por ello, se han abordado y analizado en esta tesis, el concepto de asociaciones de consumidores, se ha explicado la forma de su constitución y de su disolución, se han comentado también sus funciones legales, antiguas y nuevas, y las prohibiciones a las cuales se encuentran sometidas, para después describir la normativa relacionada con sus fuentes de financiamiento, y terminar con la descripción de las funciones principales que deben tener sus órganos internos y que construyen el organigrama de una entidad de estas características: la asamblea de socios, el directorio y la comisión revisora de cuentas.

---

<sup>1</sup> Considerando que llevo 16 años trabajando en la Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores, y que el acceso a los expedientes y bases de datos, es parte de mi trabajo cotidiano, puedo afirmar que al mes de febrero del año 2019, existían 141 asociaciones de consumidores inscritas en el registro respectivo, sin embargo, una mirada más aguda a dicha base de datos interna, permite observar que la cifra de aquellas que funcionan regularmente, es muy distinta; sólo cerca de 48 de dichas entidades han sido regulares en la remisión de información para la actualización de los registros de directorio, del número de socios y/o de los balances anuales y sus asambleas aprobatorias, encomendados por el D.L. 2.757, de 1979 a dicha cartera ministerial, lo que permite afirmar con cierta certeza, que, un tercio de las asociaciones de consumidores inscritas en los Registros del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo funcionan activamente.

## CAPITULO I. MARCO CONCEPTUAL, CONSTITUCIÓN Y DISOLUCIÓN DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

### I.1. Concepto y características de las asociaciones de consumidores.

#### i. Concepto legal de las asociaciones de consumidores.

Lo primero que hay que señalar es la ausencia casi total, de doctrina, académica o judicial, que se haya ocupado sistemáticamente de este tipo particular de organizaciones, ya sea para proporcionar una definición consensuada, distinta de la legal y que permita mayores comentarios o análisis, como tampoco, para explicar el quehacer nacional de dichas entidades.

La única fuente que contiene un concepto de asociaciones de consumidores es la propia LPDC que, en su artículo 5º, ubicado en el Párrafo Segundo, “*De las organizaciones para la defensa de los derechos de los consumidores*”, del Título II, las define como:

“Se entenderá por Asociación de Consumidores la organización constituida por personas naturales o jurídicas, independientes de todo interés económico, comercial o político, cuyo objetivo es proteger, informar y educar a los consumidores y asumir la representación y defensa de los afiliados y de los consumidores que así lo soliciten, todo ello con independencia de cualquier interés”<sup>23</sup>.

El artículo antes transcrito entrega un concepto de las asociaciones de consumidores, a razón de su objetivo, instrumentaliza su definición, para significarlas por lo que hacen pero no por lo que son.

El mismo artículo contiene conceptos no definidos en la LPDC, dejando a la libre interpretación la elaboración de respuestas a preguntas tales como, qué se entenderá por organizaciones “independientes de todo interés económico, comercial o político”; lo anterior pareciera indicar que son organizaciones que no deben dedicarse a actividades empresariales o comerciales, porque ello importaría cruzar la línea imaginaria que divide a

---

<sup>2</sup> CHILE. Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción (Hoy, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo). 1997. Ley 19.496: Establece Normas Sobre Protección a los Derechos de Los Consumidores. 14 de marzo 2019.

<sup>3</sup> Sin que la referencia a la ley N° 20.500, introducida por la ley N° 21.081, importe cambios en el concepto legal antes referido, es interesante conocer la definición legal de las organizaciones de interés público, que al efecto equivalen a unas “... *personas jurídicas sin fines de lucro cuya finalidad es la promoción del interés general, en materia de derechos ciudadanos, asistencia social, educación, salud, medio ambiente, o cualquiera otra de bien común, en especial las que recurran al voluntariado...*”. Comparte con la definición de las asociaciones de consumidores, el que ambas se preocupan de derechos ciudadanos y hay una relación de género a especie entre ambas.

Resultando aplicable la ley N° 20.500, las asociaciones de consumidores, deberán inscribirse en el Registro de Personas Jurídicas sin Fines de Lucro que lleva el Servicio de Registro Civil, y postular a la inscripción en el Catastro Nacional de Organizaciones de Interés Público, que administra, por su parte, el Fondo de Fortalecimiento de las Organizaciones de Interés Público, administrado por un Consejo Nacional del Ministerio Secretaría General de Gobierno.

consumidores y proveedores, y que, además, no deben adscribir a alguna ideología política, constituyéndose en un actor independiente, una figura separada de la del consumidor, del proveedor, e inclusive, del Estado; o bien, que en el sólo desarrollo de sus objetivos, deben tener un proceder neutral. Con todo, ello no obstaría a que en instancias, como por ejemplo, Consejos Consultivos de la Sociedad Civil de Servicios dependientes de Ministerios del Estado o de Municipalidades, pueden manifestar ideas, las que finalmente, incidirán en el diseño de políticas públicas. La respuesta no está dada ni en la ley respectiva ni menos en la doctrina analítica que no existe, en esta materia.

Con todo, cuando se revisan otras legislaciones, se observa el mismo sentido descriptivo e instrumentalizado de las asociaciones de consumidores:

- a) En Perú, el número 6 del artículo IV – que trata de Definiciones - de la ley N° 29.571, del año 2010, y que contiene el *Código de Protección y Defensa del Consumidor*, define, a las asociaciones de consumidores como “organizaciones que se constituyen de conformidad con las normas establecidas para tal efecto en el Código Civil. Su finalidad es proteger, defender, informar y representar a los consumidores y usuarios, pudiendo interponer ante las autoridades competentes reclamos y denuncias a nombre de sus asociados y de las personas que hayan otorgado poder a su favor, así como en defensa de intereses difusos o colectivos de los consumidores, con sujeción a lo previsto en el presente Código”<sup>4</sup>.

Esta fuente legal extranjera también conceptualiza a las asociaciones de consumidores desde lo que hacen, y además, las menciona como sujetos de dos de los ocho de los principios a los que se somete el referido Código. El cuerpo normativo, reconoce a las asociaciones de consumidores como actores encargados de la defensa colectiva de los consumidores, tanto administrativa como judicial, les define una serie de roles y prohibiciones, regulando también, el procedimiento para que puedan emplear el monto de las multas que, por su intervención, se obtuvieren ante las autoridades competentes.

- b) En Argentina, el artículo 55, de la ley N° 24.240, del año 1993 – modificado en esta parte en el año 2008 – reafirma esta característica de definir a las asociaciones de consumidores, desde el para qué sirven, señalando que “Las asociaciones de consumidores y usuarios constituidas como personas jurídicas reconocidas por la autoridad de aplicación, están legitimadas para accionar

---

<sup>4</sup>Revisado en <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/CodigoDProteccionyDefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e> [Consulta: 20 diciembre de 2018]



cuando resulten objetivamente afectados o amenazados intereses de los consumidores o usuarios, sin perjuicio de la intervención de éstos prevista en el segundo párrafo del artículo 58 de esta ley”<sup>5</sup>.

Al igual como el caso chileno, la ley argentina no sólo reconoce legalmente la funcionalidad de las asociaciones de consumidores y usuarios, sino que también, describe los fines a los cuales deben atender, para ser legitimadas para accionar.

- c) En España, el artículo 23 del Real Decreto Legislativo 1/2007, del año 2007, denominado coloquialmente como TRLGDCU, (Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias), conceptualiza y enuncia los fines generales de las asociaciones de consumidores y usuarios, señalando “Son asociaciones de consumidores y usuarios las organizaciones sin ánimo de lucro que, constituidas conforme a lo previsto en la legislación sobre asociaciones y reuniendo los requisitos específicos exigidos en esta norma y sus normas de desarrollo y, en su caso, en la legislación autonómica que les resulte de aplicación, tengan como finalidad la defensa de los derechos e intereses legítimos de los consumidores, incluyendo su información, formación y educación, bien sea con carácter general, bien en relación con bienes o servicios determinados.

También son asociaciones de consumidores y usuarios las entidades constituidas por consumidores con arreglo a la legislación de cooperativas, que respeten los requisitos básicos exigidos en esta norma y entre cuyos fines figure, necesariamente, la educación y formación de sus socios, y estén obligadas a constituir un fondo con tal objeto, según su legislación específica.

Las asociaciones de consumidores y usuarios podrán integrarse en uniones, federaciones o confederaciones que tengan idénticos fines y cumplan los requisitos específicos exigidos por esta norma.

Las asociaciones de consumidores y usuarios deben actuar para el cumplimiento de sus fines con independencia frente a los operadores del mercado y a los poderes públicos, sin que la obtención de subvenciones u otros recursos públicos concedidos en base a criterios de objetividad puedan mermar tal independencia”<sup>6</sup>.

La sola lectura de esta norma, hace pensar que las asociaciones de consumidores no pueden ser definidas sin desatender sus fines, sin embargo, también resulta

---

<sup>5</sup> Revisado en <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm> [Consulta: 20 de diciembre de 2018]

<sup>6</sup>Revisado en <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-20555> [Consulta: 20 de diciembre de 2018]

interesante comentar la posibilidad de que personas jurídicas constituidas bajo otro marco normativo, como son las cooperativas, puedan ser consideradas como asociaciones de consumidores y usuarios, porque se trata de modelos empresariales o de negocios colaborativos, que seguramente pueden admitirse en esta categoría especial de asociaciones, porque nacen desde la ayuda mutua de los socios y de la solidaridad entre ellos.

Es atractivo también el modelo español, porque a diferencia del nuestro, regula expresamente lo que debe entenderse por “deber de independencia”, y autoriza no solamente la posibilidad de que puedan formar sociedades mercantiles, con cuyas utilidades podrán cumplir sus funciones, sino que puedan realizar convenios con las asociaciones de operadores de mercado o empresarios, autoriza también la existencia de un interlocutor supra representativo, conformado por distintas asociaciones de consumidores, y les establece también, un régimen de transparencia y publicidad, que es delimitado por un Plan General de Contabilidad a las entidades sin fines lucrativos.

## ii.El análisis doctrinario del concepto legal de las asociaciones de consumidores.

La escasa doctrina sobre el concepto legal de las asociaciones de consumidores está radicada en la publicación denominada “*La Protección a los Derechos de los Consumidores, Comentarios a la Ley de Protección de los Derechos de Los Consumidores*”, patrocinada por la Fundación Fernando Fueyo. Allí, Quiroz Valenzuela<sup>7</sup>, lo primero que hace, es mencionar dos requisitos “endógenos”, para la existencia y la operatividad las asociaciones de consumidores:

- i) El primero, que dichas asociaciones, tienen que estar conformada por sujetos de derecho, quedando excluidas, las comunidades y las llamadas sociedades de hecho.

En estricto rigor, y al exigirse por parte del legislador, que las asociaciones de consumidores deben estar constituidas por personas naturales o por personas jurídicas, o por ambas, resulta redundante especificar que no son de la categoría de personas jurídicas las sociedades de hecho o las comunidades.

---

<sup>7</sup> QUIROZ VALENZUELA, HUGO. 2013. Párrafo 2° De las Organizaciones para la Defensa de los Derechos de los Consumidores. Artículo 5°. En: PIZARRO, CARLOS & DE LA MAZA GAMURI, IÑIGO. La Protección de los Derechos de Los Consumidores Comentarios a la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores. 1ª Edición. Chile. Legal Publishing. Pág. 207.

- ii) El segundo requisito consiste en que las personas que constituyen una asociación de consumidores deben tener una especial condición, deben carecer o ser independientes de cualquier interés económico, comercial o político, lo que no importa necesariamente que no tengan ningún interés, sino que deben ser carentes de aquel que pudiera hacerlos influenciables en su quehacer. En otras palabras, el interés primordial que debe sustentar a la asociación de consumidores es la protección, información y defensa de los consumidores.

Reiterar en esta parte de la exposición, la insistencia que se hace, tanto por el legislador, como por el comentarista de la ley, que se defina a este tipo especial de organizaciones, a razón de lo que hacen.

En segunda instancia, el especialista<sup>8</sup> analiza el concepto legal antes extractado, para concluir que las asociaciones de consumidores tienen los siguientes fines:

- a) Fin de protección, derivado del propio fundamento de contar con una legislación de protección a los consumidores y que proviene de la asimetría de información entre proveedores y consumidores, o el que el modelo de contrato bilateral resulta insuficiente para solucionar los inconvenientes. El autor señaló que el fin de protección al que se deben estas especiales organizaciones, está dado por otra teoría, consistente en reconocer que los derechos de los consumidores se caracterizarían por ser, en algunos casos, supraindividuales, como el derecho a la información y educación, y en otros, porque detrás de la adecuada defensa de éstos, (cuando sean sólo derechos individuales), hay intereses generales o de terceros comprometidos que deben tutelarse por parte de una persona jurídica distinta de los afectados. Agrega que existen tres razones que hacen posible que las asociaciones de consumidores se dediquen a la protección de éstos: 1) el desconocimiento por parte de los consumidores, acerca del producto o servicio ofrecido, 2) la imposibilidad que podrían enfrentar para poder elegir entre productos o servicios equivalentes y 3) la existencia de obstáculos que dificultarían para reclamar de los defectos de los bienes o servicios adquiridos.

---

<sup>8</sup> QUIROZ VALENZUELA, HUGO. 2013. Párrafo 2° De las Organizaciones para la Defensa de los Derechos de los Consumidores. Artículo 5°. En: PIZARRO, CARLOS & DE LA MAZA GAMURI, IÑIGO. La Protección de los Derechos de Los Consumidores Comentarios a la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores. 1ª Edición. Chile. Legal Publishing. Pág. 208-2017.

- b) Fin de información, cuya base está en la idea de “perfección de mercados”, la que consiste en la posibilidad de disponer de suficiente información, para que bajo las mismas condiciones y con las mismas oportunidades, los sujetos puedan decidir acerca de los mismos bienes.
- c) Fin de educación.
- d) Fin de representación de afiliados.
- e) Fin de representación de consumidores no asociados. Al respecto, lo primero que cabe distinguir que esta clase de representación es de aquellas legales, en contraposición con las de carácter convencional o voluntariamente contratada.

Sin embargo, aunque la representación sea de carácter legal, la naturaleza jurídica de la relación entre la asociación de consumidores y los consumidores, es de índole contractual, lo que implica que no se termina por un acto unilateral de alguna de las partes, y que la responsabilidad civil que puede perseguirse, es la de carácter contractual, y por ende, si la asociación de consumidores incumple con su obligación, se presume culposo en el actuar negligente.

- f) Fin de defensa, que, y en atención a lo que dispone la ley 18.120, debería ceñirse a la defensa extrajudicial. Sin embargo, y por aplicación de los artículos 54 B y 56 E de la LPDC, las asociaciones de consumidores podrían comparecer personalmente a nombre de quienes se los soliciten.

Sin embargo y en relación con esta última finalidad, se discrepa con el autor, en tanto las asociaciones de consumidores, desde la publicación de la ley N° 19.955, podían expresamente representar judicialmente, tanto el interés individual como colectivo de los consumidores, y especialmente podían representarlos en las causas que ante los tribunales de justicia se iniciaren para la determinación de la indemnización de perjuicios.

Otro tema es que nunca lo hicieron, ya sea porque y muy a pesar de lo que se pudiera pensar, las asociaciones de consumidores, en general, no conocen las normas que autorizan la comparecencia en juicio, sin necesidad de abogado habilitado, y además, están seguras, que cuando se trata de judicializar los temas o interponer acciones, necesaria y obligatoriamente deben contar con el patrocinio de un abogado habilitado.

Otro autor que aborda brevemente este grupo asociativo, es Sandoval López<sup>9</sup>, quien y aunque no las define ni les reconoce fines a modo de declaración de principio, señala que son una instancia para “restablecer el equilibrio en las relaciones entre éstos y los proveedores...Siendo el consumidor la parte débil que tiene que enfrentar al proveedor, generalmente organizado como poderosa empresa económica, que dispone de tecnología y de estrategias para defender sus intereses, parece lógico que la legislación destinada al resguardo del primero, contemple entre sus disposiciones la posibilidad de dotarlo de organizaciones que le permitan defender sus derechos de manera colectiva, lo que sin duda constituye una mejor forma de actuar, que hacerlo individualmente o aisladamente”.

### iii. Características de las asociaciones de consumidores.

Este tipo de personas jurídica, puede ser caracterizado, en base a los siguientes aspectos:

- a) Es una persona jurídica de derecho privado, cuyo marco normativo está dado por la LPDC y por otros dos cuerpos normativos supletorios, y por los estatutos internos que adopten, cuyas potestades tienen como límites, las prohibiciones que al efecto le imponga la ley y que, por tanto, puede hacer todo aquello que la ley no le prohíba y que sus estatutos internos le autoricen.
- b) Es una persona jurídica sin fines de lucro, lo que importa que, si llegase a obtener utilidades o ganancias en el ejercicio de sus actividades, esas no pueden repartirse entre sus asociados y son reinvertidas en el propio objeto social.<sup>10</sup>

De hecho, se prohíbe, por texto legal expreso, que las asociaciones de consumidores puedan distribuir rentas, excedentes, beneficios o utilidades a los socios de la misma.

- c) Es una persona jurídica colectiva, que, compuesta por un número determinado de personas naturales o jurídicas, que no podrá nunca estar integrada por una sola persona y que, de hecho, puede sancionarse la cancelación de la

---

<sup>9</sup> SANDOVAL LOPÉZ, RICARDO. 2004. Derecho del Consumidor Protección del Consumidor en la Ley N° 19.496, de 1997, Modificada por la Ley N° 19.955, de 14 de julio de 2004, y en la legislación comparada. Chile. Editorial Jurídica de Chile. Página 117.

<sup>10</sup> LYON PUELMA, ALBERTO. 2003. Personas Jurídicas Abuso de la Forma - Gobierno Corporativo y Responsabilidad Derechos y Obligaciones de los Miembros - Divisiones Fusiones - Conflictos de Interés – Control. Santiago. Ediciones Universidad Católica de Chile. Páginas 81-82.

personalidad jurídica, cuando el número de sus integrantes, disminuye a un número inferior que el requerido para su constitución.

- d) Es una persona jurídica que tiene un organigrama bien definido; la voluntad de la asociación de consumidores, está radicada en la asamblea de socios, la administración, en un directorio y el control interno, en una comisión revisora o fiscalizadora de cuentas.
- e) Los órganos internos que la administran y controlan, son órganos colegiados, que deben estar integrados por una cantidad determinada o determinable de socios.
- f) Sin perjuicio de ser una persona jurídica de derecho privado, están sometidas a la fiscalización del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

## I.2.Procedimiento de constitución de una asociación de consumidores.

La respuesta a esta pregunta está en la ley N° 19.955, que asimiló la constitución de las asociaciones de consumidores a la forma de constitución de las asociaciones gremiales<sup>11</sup>, contenida y descrita en el D.L. 2.757, de 1979; normativa, que dicho sea de paso, confiere personalidad jurídica con el sólo hecho de publicar un extracto del acta constitutiva en el Diario Oficial, y que, al menos, hasta el año 2011, era uno de los cuerpos normativos con trámites de constitución de personas jurídicas, más sencillos de cumplir.

La doctrina<sup>12</sup>, antes de analizar la forma en que se constituye una asociación de consumidores, señala expresamente que éstas no son asociaciones gremiales, no sólo porque el D.L. 2.757, de 1979, tiene un carácter supletorio a lo prescrito por la LPDC, sino también porque parte del quehacer de las asociaciones de consumidores consiste en dar un servicio a consumidores socios, desconociendo dicha actividad en lo que él considera, hacen las asociaciones gremiales. Sin embargo, el autor se equivoca al pensar que las asociaciones gremiales no podrían hacer cosas para sus socios o inclusive, para sus no socios, en tanto y en el ejercicio de la función legal que tienen las asociaciones gremiales,

---

<sup>11</sup> Lo curioso de la elección de la norma supletoria que hace el legislador, es que muchos de los empresarios y proveedores de los servicios a los que las asociaciones de consumidores podrían demandar, se han organizado efectivamente en la figura de asociaciones gremiales, para así representar a sus respectivos sectores, ante las autoridades públicas o civiles que sean afines.

<sup>12</sup> QUIROZ VALENZUELA, HUGO. 2013. Párrafo 2° De las Organizaciones para la Defensa de los Derechos de los Consumidores. Artículo 6°. En: PIZARRO, CARLOS & DE LA MAZA GAMURI, IÑIGO. La Protección de los Derechos de Los Consumidores Comentarios a la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores. 1ª Edición. Chile. Legal Publishing. Pág. 219-220.

de promover la racionalización, desarrollo y protección de la actividad común, a razón de una profesión u oficio o de una rama de la producción o de los servicios, pueden brindar un servicio a los socios de la asociación gremial y a la comunidad no socia en general, de hecho, uno de los servicios más conocidos que proporciona una emblemática asociación gremial (Cámara de Comercio de Santiago) es el Informe Comercial<sup>13</sup>, que puede aprovechar a cualquier persona que consulta.

Lo que sí es claro, es que el D.L. 2.757, de 1979, se aplica para las asociaciones de consumidores, en aquellos aspectos que la LPDC no regula explícitamente.

Antes de la dictación de ley N° 19.955, el procedimiento de constitución de las asociaciones de consumidores, era extensa y extenuante, en tanto debían ajustarse a lo previsto en el los artículos 2° y 3° Decreto N° 110, del año 1979<sup>14</sup>, y cumplir con las solicitudes que, al efecto, determinara formular el Departamento de Personas Jurídicas del Ministerio de Justicia, y que entre otras cosas exigía un instrumento privado reducido a escritura pública de conformación, una solicitud escrita para la concesión de personalidad jurídica, patrocinada por un abogado habilitado y dirigida al Presidente de la República, quien era el que finalmente concedía o denegaba la personalidad jurídica. El procedimiento en comento, autorizaba también al Ministerio de Justicia, a través del Consejo de Defensa y según así lo dispone el artículo 21 del Decreto N° 110, de 1979, requiriese a los organismos que estimare pertinentes, entre ellos, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, la remisión de informes sobre la naturaleza de la entidad y la persecución de finalidades dispuestas para otras personas jurídicas. En fin, era de larga data la tramitación de la personalidad jurídica de una corporación que pretendiera dedicarse a la información, educación y representación de los consumidores.

Con todo, lo cierto era que, a esas asociaciones de consumidores, constituidas con anterioridad a la ley N° 19.955, se les impuso una carga burocrática que las asociaciones gremiales de proveedores, no tenían. Este de hecho, fue uno de los argumentos que en la historia de la LPDC se esgrimió para corregir el procedimiento de constitución de las asociaciones de consumidores, acogiendo la propuesta de que se hiciera más sencillo, como así era el procedimiento que establecía el D.L. 2.757, de 1979.

---

<sup>13</sup> Revisado en [https://www.boletincomercial.cl/html/que\\_es\\_BoletinComercial/historia.html](https://www.boletincomercial.cl/html/que_es_BoletinComercial/historia.html) [Consultado el 04 de junio de 2019].

<sup>14</sup> CHILE. Ministerio de Justicia. 1979. Decreto Supremo 110: Aprueba Reglamento sobre concesión de personalidad jurídica a Corporaciones y Fundaciones que indica. 20 de marzo de 1979.

- i. El procedimiento de constitución propiamente tal.

El procedimiento de constitución de una asociación de consumidores, lo describen los artículos 3°, 4°, 5° y 6° del D.L. 2.757, de 1979.

El primer requisito es la realización de una reunión, que se llamará acto constitutivo, al que deben comparecer 25 personas naturales o jurídicas o 4 de éstas últimas, de cuya celebración se levanta un acta constitutiva y que debe contener los siguientes acuerdos expresos:

- a. Acuerdo a favor de constituir de una asociación de consumidores.
- b. Aprobación de los estatutos de la asociación de consumidores.
- c. Elección de una directiva de la asociación de consumidores.
- d. Individualización de los comparecientes.

El acta constitutiva, debe levantarse en presencia de un notario público o ante el respectivo oficial del Registro Civil, en aquellas comunas que no sean asiento de notario público o mediante su suscripción ante dicho ministro de fe, correspondiéndole a éste certificar que los socios constituyentes suscriben el acta constitutiva en su presencia<sup>15</sup>.

En otras palabras, la solemnidad del ministro de fe puede acreditarse de dos maneras, igualmente válidas, la primera, a través de una certificación que indique que presenció el acto constitutivo y que se adoptaron los respectivos acuerdos en su presencia, no siendo necesario ni la reducción a escritura pública del instrumento ni la protocolización del acta constitutiva; o la segunda, que el acto constitutivo se celebre sin la presencia del ministro de fe, pero que luego de realizado, los socios suscriban o firmen el acta constitutiva ante él, correspondiéndole certificar que los mismos, han firmado en su presencia.

El proceso de constitución de la asociación de consumidores, continúa en términos de exigirles, que, dentro de los 60 días siguientes a la realización del acto constitutivo, se debe depositar ante el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, tres copias del acta constitutiva y de los estatutos de la asociación de consumidores, conjuntamente con un extracto del acta constitutiva, a fin de poder publicarlo dentro del mismo plazo, en el Diario Oficial.

---

<sup>15</sup> Artículo 3° del D.L. 2.757, de 1979 "... se constituirán por la reunión de a lo menos veinticinco personas naturales y jurídicas, o de cuatro personas jurídicas, que así lo acuerden, en una reunión celebrada ante notario público o mediante la suscripción del acta constitutiva ante dicho ministro de fe. El Oficial del Registro Civil podrá actuar como ministro de fe en las comunas que no sean asiento de notario.

En el acta constitutiva deberá constar la aprobación de los estatutos y la elección de la mesa directiva, así como la individualización de los que concurran a la constitución.



El depósito de tales antecedentes, permite que la asociación de consumidores, se incorpore en el Registro respectivo, quedando anotadas en un registro especial, que lleva el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, del que se deja constancia del nombre y del número de registro asignado.

El extracto del acta constitutiva que deben publicar en el Diario Oficial, y que les conferirá su personalidad jurídica, sin más trámite, debe contener el nombre y domicilio de la asociación, el que podrá ser equivalente a la comuna en la que la entidad tendrá su sede principal, sus objetivos, para lo cual basta con la reproducción de la expresión genérica que para los mismos contiene el artículo 5° de la LPDC, el nombre de los miembros de la directiva elegida en el acto constitutivo, el número de los socios participantes en el acto constitutivo y el número de registro que al efecto, le hubiere asignado el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo<sup>16</sup>. Este número que se les da a todas las asociaciones de consumidores, es un rol que las identifica del resto, que tiene un orden numérico ascendente, y que en el caso de las asociaciones de consumidores que se constituyen en regiones, llevan además un guion seguido del número de la región de que se trata.

Hasta este momento de la tramitación de la constitución de una asociación de consumidores, cuatro situaciones pueden verificarse: 1) que la asociación de consumidores no publique, 2) que publique fuera del plazo legal, 3) que no deposite los antecedentes de constitución ante el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y 4) que cumpla con el proceso. En las primeras tres esas instancias, la cartera ministerial respectiva emite un pronunciamiento oficial y declara su inexistencia, sin perjuicio que los socios de la asociación de consumidores decidan volver a constituirse y cumplir con el procedimiento nuevamente.

Bajo la cuarta alternativa, y si la asociación de consumidores deposita los antecedentes de constitución, y publica su extracto en el Diario Oficial, recibirá de parte del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo un oficio ordinario que informará la ausencia de objeciones o la formulación de éstas. Para realizar esta comunicación, la referida cartera ministerial, cuenta con un plazo de 90 días. Y las asociaciones de

---

<sup>16</sup> Artículo 4° del D.L. 2.757, de 1979. "La asociación deberá depositar el acta constitutiva, en tres ejemplares, ante el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, el que llevará un registro de las asociaciones gremiales. Estas asociaciones gozarán de personalidad jurídica por el solo hecho de publicar en el Diario Oficial un extracto del acta, incluyendo el número de registro que se le haya asignado por el Ministerio indicado. El extracto deberá contener a lo menos el nombre y domicilio de la asociación gremial, su objetivo, el nombre de los miembros de su directorio y el número de los asociados a ella. El depósito y publicación a que se refieren los incisos anteriores, deberá efectuarse dentro de los sesenta días siguientes a la fecha del acta, y si no se realizaren dentro de ese plazo, deberá procederse nuevamente en la forma dispuesta en el artículo anterior".

consumidores, con un plazo de 60 días para adecuarlas<sup>17</sup>. Si no cumplieren con las objeciones que al efecto se les formularen, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo podrá cancelar la personalidad jurídica de la referida asociación de consumidores. Puede ocurrir también que no se formularen objeciones algunas, y por tanto, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo emite un oficio ordinario precisando, en este caso, la ausencia de objeciones al acto constitutivo y a los estatutos de la asociación de consumidores.

Las objeciones que al efecto formule el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, a través de los oficios ordinarios, podrán tener relación con el acto constitutivo propiamente tal, como cuando falta la certificación del ministro fe asistente al acto constitutivo o ante el cual los socios han firmado el acta constitutiva, o también, puede relacionarse con la ausencia de acreditación de la vigencia de las personas jurídicas participantes del acto constitutivo o, y de manera conjunta a las anteriores, podrían decir relación también con alguna discrepancia entre las normas estatutarias y las disposiciones legales, tanto con las del D.L. 2.757, de 1979, como con las normas de la ley 19.496. En cualquiera de estos casos, el directorio de la asociación de consumidores objetada, debe cumplir con los requerimientos ministeriales, y eximirse de la posibilidad de que la personalidad jurídica de la misma, sea cancelada, atendida la causal que para tales efectos, contempla la letra a) del número 2 del artículo 18 del D.L. 2.757, de 1979.

ii. Contenido de los estatutos de las asociaciones de consumidores.

El contenido mínimo de los estatutos de las asociaciones de consumidores, se encuentra descrito el artículo 7° del D.L. 2.757, de 1979<sup>18</sup>, exigiendo la regulación expresa de las siguientes materias:

---

<sup>17</sup> Artículo 5° del D.L. 2.757, de 1979. El Ministerio no podrá negar el registro de una asociación gremial y deberá autorizar a lo menos tres copias del acta del respectiva, autenticándola e insertando, además, el número de registro correspondiente. Sin embargo, dentro del plazo de noventa días, contado desde la fecha del depósito del acta, el Ministerio podrá objetar la constitución de la asociación gremial si faltare cumplir algún requisito para constituirlo, o si los estatutos no se ajustaren a lo prescrito por la ley.

Dentro del plazo de sesenta días, la asociación gremial deberá subsanar los defectos de constitución o conformar sus estatutos a las observaciones formuladas.

Si así no se procediere, el Ministro de Economía, Fomento y Reconstrucción, mediante resolución dictada al efecto, cancelará la personalidad jurídica de la asociación, ordenando sea eliminada del registro respectivo.

En tal caso, los miembros de la mesa directiva responderán solidariamente por las obligaciones que la asociación haya contraído en el tiempo intermedio.

De esta resolución podrá reclamarse ante el tribunal que se señala en el artículo 23.

<sup>18</sup> Artículo 7° del D.L. 2.757, de 1979 Las asociaciones gremiales se regirán por esta ley, su reglamento y los estatutos que aprobaren.

Dichos estatutos deberán contemplar, a lo menos, lo siguiente:

a. El nombre y domicilio de la asociación;

- a. El nombre y domicilio de la asociación. El nombre de una asociación de consumidores, que debe estar reconocido expresamente en una norma del estatuto, debe hacer referencia a su naturaleza de tal,<sup>19</sup> y por tanto debe llevar siempre las expresiones “Asociación de Consumidores”, a fin de que no quepa duda su propia naturaleza.

Desde la publicación de la Ley N° 19.955, la autoridad administrativa que revisa y fiscaliza los estatutos y la observancia de las obligaciones legales que se imponen a las asociaciones de consumidores, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, ha sido enfático en que no se pueden reemplazar las expresiones “Asociación de Consumidores” por las siglas “A.C” o “AdC”, pero sí éstas pueden emplearse en el nombre de fantasía que pudiere querer emplear la asociación; ejemplos de esos requerimientos, se pueden encontrar en los oficios números 7074, de 07 de diciembre de 2004, formulado en el expediente administrativo de la entidad con número de Registro 1, y en el signado con el número 7546, de 31 de diciembre de 2004, del expediente con Registro número 4<sup>2021</sup>.

Para cumplir con la exigencia legal de contener una norma estatutaria con el domicilio de la asociación de consumidores, bastaría la indicación de la comuna donde funcionará principal o regularmente la entidad, ya que dicho requisito importaría para fijar la jurisdicción competente para el eventual caso de la interposición de alguna acción judicial en contra de la misma.

- b. Los fines que se propone y los medios económicos de que dispondrá para su realización. En relación con la descripción estatutaria de las finalidades, recordar que en el artículo 5° de LPDC, se contiene el objetivo genérico de las asociaciones de consumidores en términos de “... *proteger, informar y educar a los consumidores y asumir la representación y defensa de los derechos de sus*

---

b. Los fines que se propone y los medios económicos de que dispondrá para su realización;

c. Las categorías de socios, sus derechos y obligaciones, las condiciones de incorporación y la forma y motivos de exclusión;

d. Los órganos de administración, ejecución y control; sus atribuciones y el número de miembros que los componen, y

e. El destino de los bienes en caso de disolución.

<sup>19</sup> Artículo 8° del D.L. 2.757, de 1979. El nombre de la asociación deberá hacer referencia a su naturaleza de tal y no podrá llevar el de una persona natural o su seudónimo, el de una persona jurídica, ni una denominación igual al de otra existente en la misma Región. En caso alguno dicho nombre podrá comprender la expresión “única” o sus sinónimos o tener una connotación política.

<sup>20</sup> MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO. Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores. Ord. N° 7074, de 07 de diciembre de 2004. Expediente administrativo de Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Nacional – ANADEUS, Registro N° 1.

<sup>21</sup> MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO. Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores. Ord. N° 7546, de 31 de diciembre de 2004. Expediente administrativo de Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile – Asociación de Consumidores – CONADECUS, Registro N° 4.

*afiliados y de los consumidores que así lo soliciten, todo ello con independencia de cualquier otro interés...”.*

Pero, y si se quiere hacer una lectura de lo general a lo particular, es el artículo 8° de la LPDC, el que describe las funciones de las asociaciones de consumidores; funciones que hasta el 13 de marzo de 2019, tuvieron un carácter taxativo y excluyente de cualquier otra actividad que no hubiese estado prevista en la ley, y que a partir del 14 de marzo del mismo año, se abren a todas aquellas actividades destinadas a proteger, informar y educar a los consumidores, según así lo contempla la incorporación de una nueva norma genérica.

Dicho de otro modo, y hasta el 13 de marzo de 2019, las funciones que taxativamente podían realizar las asociaciones de consumidores, tenían como ejes centrales la educación y el fortalecimiento de los derechos de protección a los consumidores, a través de la difusión de sus normas principales y conexas; la posibilidad de participar en los procesos de fijación de precios de los servicios básicos; y, por último, la representación, tanto judicial como administrativa, tanto para causas específicas como para la representación del interés difuso y colectivo de los consumidores. A partir del 14 de marzo del año 2019, el catálogo de finalidades de las asociaciones de consumidores aumentó, se suprimió el carácter taxativo del mismo, pudiendo ahora no sólo realizar gran parte de las antiguas finalidades sino que también, celebrar contratos civiles y mercantiles para la consecución de sus finalidades; realizar, a petición de uno o más consumidores, mediaciones individuales, y en general, efectuar cualquier otra actividad destinada a la protección, información y educación de los consumidores.

En definitiva, el cumplimiento de la exigencia legal, en cuanto al contenido estatutario, de describir los fines que la asociación de consumidores se propone, se satisface, con la reproducción de los artículos 5° y 8° o sólo con éste último, de la LPDC.

Así se comprobó, luego de revisar aleatoriamente expedientes administrativos y los estatutos rectores de algunas de estas entidades, advirtiéndose que la Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, cuando formuló objeciones a los estatutos constitutivos de las asociaciones de consumidores, requirió ajustar la identificación de las respectivas finalidades, a lo que describía el artículo 8° de la LPDC. Un ejemplo de ello, se lee en el oficio número 7546, de 31 de diciembre de 2004, por medio del cual, la

Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, requirió que la Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile – Asociación de Consumidores - CONADECUS, inscrita bajo el número de Registro N° 4, adecuara el artículo 2° de sus estatutos tanto a lo dispuesto en el artículo 8° como en el artículo 9° de la LPDC<sup>22</sup>.

Igual requerimiento se observa en la lectura del oficio ordinario número 7074, de 07 de diciembre de 2004, por el cual, se requirió la corrección del artículo 3° estatutario, de la Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Nacional – ANADEUS, inscrita en el Registro bajo el N° 1<sup>23</sup>.

Por otra parte, y en cuanto a la forma en que debe dejarse constancia, en el estatuto de la asociación de consumidores, de los medios económicos que exige la letra b) del artículo 7° del D.L. 2.757, de 1979, bastaría reproducir total o parcialmente la enunciación de elementos que describe el artículo 11 del mismo Decreto Ley y recordar, el carácter obligatorio que, para las cuotas sociales, impone el artículo 12 del mismo. O, lo que es lo mismo, el estatuto de una asociación de consumidores, debería contener al menos un artículo que enunciara o describiera los medios económicos de los que se valdrá para el cumplimiento de sus finalidades, haciéndose presente, que las cuotas sociales son obligatorias.

En relación con el desarrollo de normas estatutarias sobre patrimonio, bien cabría preguntarse si las asociaciones de consumidores ¿son entidades sin fines de lucro? Lo cierto es que la respuesta no es expresa ni tajante, más cuando se considera que, a propósito de la enunciación de los elementos del patrimonio, el artículo 11 del D.L. 2.757, de 1979, prohíbe expresamente la distribución de rentas, excedentes, beneficios o utilidades a los socios de la misma.

El texto original del Decreto Ley, de fecha 04 de julio de 1979, y más específicamente, el inciso segundo del artículo 1° de la referida norma, permite leer lo siguiente: *“...estas asociaciones no podrán tener fines de lucro ni desarrollar actividades políticas o religiosas, ni funciones propias de otro tipo de*

---

<sup>22</sup> MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO. Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores. Ord. N° 7546, de 31 de diciembre de 2004. Expediente administrativo de Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile – Asociación de Consumidores – CONADECUS, Registro N° 4.

<sup>23</sup> MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO. Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores. Ord. N° 7074, de 07 de diciembre de 2004. Expediente administrativo de Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Nacional – ANADEUS, Registro N° 1.

*entidades, tales como las cooperativas, las confederaciones, las federaciones y las demás organizaciones cuya constitución o finalidad estén expresamente contempladas en otros cuerpos legales”* lo que más tarde, a través del D.L. 3163, de 1980, se modificó para sólo prohibir el desarrollo de actividades políticas y religiosas.

Luego, la respuesta a la pregunta de si las asociaciones de consumidores son entidades sin fines de lucro, debería ser “sí”, pero no existe fuente ni texto legal expreso que así lo disponga. Con todo, el carácter subsidiario que detenta la ley N° 20.500, podría reforzar dicha idea; aunque, también es cierto, que dicha norma legal, tampoco hace mención ni enumera las entidades sin fines de lucro.

c. Las categorías de socios, sus derechos y obligaciones, las condiciones de incorporación y la forma y motivos de exclusión:

El tercero de los contenidos normativos estatutarios mínimos dice relación con el reconocimiento y consecuencial definición de las categorías de los socios, sus derechos y obligaciones, los requisitos para poder ingresar a la asociación y los motivos y el procedimiento por los cuales se puede salir de ella.

En atención a que la norma supletoria no contiene un catálogo de requisitos para afiliarse a una asociación de consumidores, ni de derechos u obligaciones mínimas oponibles a los mismos, es muy relevante, la descripción que al efecto adopte la asociación de consumidores, es de relevancia primordial.

Si fuere el caso, que la asociación de consumidores estimase necesario tener distintas categorías de socios, sus estatutos deberán definir derechos y obligaciones para todas esas calidades. Así se corroboró en la lectura del ordinario número 710, de 23 de febrero del año 2006<sup>24</sup>, por el cual, la Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores, solicitó respecto de la entidad inscrita en los Registros bajo el N° 14, que se definieran derechos y obligaciones para las distintas categorías que los estatutos constitutivos habían dispuesto.

En relación con la afiliación a una asociación de consumidores, el artículo 2° del D.L. 2.757, de 1979, señala que la afiliación a una entidad de las que trata, debe ser manifestada voluntaria y personalmente, de manera que quien quiera ingresar a una asociación de consumidores debería hacerlo expresamente.

---

<sup>24</sup> MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO. Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores. 2006. Ord. N° 710, de 23 de febrero de 2006. Expediente administrativo de Asociación de Consumidores y Usuarios de las Poblaciones La Victoria y San Joaquín Poniente de la Comuna de Pedro Aguirre Cerda – ACUJOVI. Registro N°14.

Aunque el legislador no dispone de un catálogo expreso de derechos y obligaciones a los cuales se someterán los socios y sus distintas calidades, cabe consignar que la normativa específica del D.L. 2.757, de 1979, regula expresamente tres materias - cuotas extraordinarias, disolución voluntaria y constitución, afiliación y desafiliación de federaciones y confederaciones -, contenidas por su parte en el inciso segundo del artículo 12, número 1) del artículo 18 e inciso segundo del artículo 32, para las cuales todos los socios deben ser considerados, y por ende, es esencial que se reconozca el derecho a voto en tales circunstancias. La lectura del oficio número 2968, de 03 de agosto de 2006<sup>25</sup>, emitido en el expediente administrativo de la entidad Asociación de Consumidores de Osorno – ACO, es un ejemplo de dicha exigencia, En lo que concierne al catálogo de obligaciones, se vuelve a recordar la norma que señala la obligatoriedad de pago de las cuotas sociales y por tanto, la obligación mínima que tienen los socios de las asociaciones de consumidores, es la de pagar sus cotizaciones sociales.

En relación a los motivos y formas de exclusión, se debe hacer presente que los principios generales del debido proceso, deben ser una guía esencial. Los estatutos deben contemplar las debidas notificaciones de la sanción, la posibilidad de que el afectado presente descargos, debiendo en todo caso, dejar establecido si habrá una única o segunda revisión de la decisión de exclusión. Así se puede intuir, de la lectura del ordinario número 4114, de 25 de agosto de 2008<sup>26</sup>, por el cual, la Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores, objetó, entre otras materias, ciertas omisiones del procedimiento de exclusión de la asociación de consumidores denominada Liga Ciudadana de Defensa de los Consumidores de Chile, Asociación de Consumidores – Liga Ciudadana A.C.

---

<sup>25</sup> MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO. Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores. 2006. Ord. N° 2968, de 03 de agosto de 2006. Expediente administrativo de Asociación de Consumidores de Osorno – ACO, Registro N° 17.

<sup>26</sup> MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO. Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores. 2008. Ord. N° 4114, de 25 de agosto de 2008. Expediente administrativo de Liga Ciudadana de Defensa de los Consumidores de Chile, Asociación de Consumidores – Liga Ciudadana A.C. Registro N° 31.

d. Los órganos de administración, ejecución y control; sus atribuciones y el número de miembros que los componen:

La exigencia de que los estatutos de las asociaciones de consumidores, contengan normas que identifiquen las atribuciones y el número de integrantes de sus órganos internos de administración, ejecución y control, lo que se está solicitando es la regulación estatutaria de al menos, tres órganos específicos, el directorio, la comisión revisora o fiscalizadora de cuentas y la asamblea de socios, todos ellos conformados por los socios de las asociaciones de consumidores.

Si bien el legislador no lo señala expresamente, las asociaciones de consumidores tienen un organigrama vertical, en cuya cima, está la asamblea de socios, que constituye la voluntad de la asociación gremial, que decide el devenir de la misma, que vota las decisiones que el estatuto y la ley le impone y que elige a sus respectivos representantes, administrativos y contralores, mandatándolos para el cumplimiento de los propios estatutos; en la parte media de dicho organigrama, están el directorio y la comisión fiscalizadora de cuentas, órganos de administración y control interno, cuyos dirigentes son parte de la asamblea y por ende, socios de la entidad ésta. Pueden ser parte de dicho organigrama, otros órganos específicos, con funciones determinadas, algún comité asesor, pero de ser así, el estatuto de la asociación de consumidores, debe regular su composición numérica y sus atribuciones.

La revisión de este tipo de normas estatutarias, exige que describan claramente el número y atribuciones del órgano directivo, y del que se encargará del control interno de la asociación de consumidores. En el expediente de la asociación de consumidores, Registro número 22, está el requerimiento signado con el número 5063, de 14 de diciembre de 2006<sup>27</sup>, por el cual, la autoridad administrativa solicita ajustar las normas estatutarias relacionadas con el número y atribuciones del directorio, a fin de evitar equívocas interpretaciones.

e. El destino de los bienes en caso de disolución:

Otra exigencia mínima para los estatutos de una asociación de consumidores dice relación con la identificación de un destinatario de los bienes en caso de disolución, el que nunca podrá ser igual a los afiliados a la misma. En otras

---

<sup>27</sup> MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO. Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores. 2008. Ord. N° 5063, de 14 de diciembre de 2006. Expediente administrativo de Asociación de Consumidores de Accidentados del Tránsito de Chile – ASCODATCHILE Registro N° 22.



palabras, disuelta una asociación de consumidores, deberá liquidar su patrimonio y transferir el saldo favorable, a la institución o entidad receptora indicada en el estatuto gremial. Así se observó, en la lectura del oficio número 1924, de 19 de mayo de 2006<sup>28</sup>, dictado en el expediente administrativo de la entidad denominada Asociación de Consumidores y Usuarios de las Poblaciones La Victoria y San Joaquín Poniente de la Comuna de Pedro Aguirre Cerda – ACUJOVI, Aunque la norma supletoria del D.L. 2.757, de 1979, contiene una disposición que suple el silencio de las partes y los estatutos, respecto del beneficiario de la disolución de la asociación de consumidores, o que no fuere posible entregar a quien se hubiere indicado en el estatuto, especificando que será el Presidente de la República el que decida el destino de los bienes cuando el estatuto nada dice, lo cierto es que numerosos oficios dictados por la Unidad de Asociaciones de Consumidores del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo requieren designación expresamente del destinatario de bienes.

### I.3. Disolución de las asociaciones de consumidores.

Habiéndose hecho el ejercicio de informar cómo se constituye una asociación de consumidores, menester es referir las formas por las cuales deja de existir o pierde su personalidad jurídica.

La disolución de una asociación de consumidores es el acto jurídico por el cual la asociación de consumidores termina su vigencia. Dicho término, puede ser voluntario, si así lo acuerdan en una asamblea de socios, o forzoso, por decisión de una autoridad administrativa o judicial que así lo resuelva.

En esta materia, la LPDC contiene dos circunstancias que sancionan forzosamente con la disolución de la asociación de consumidores, y el D.L. 2.757, de 1979, autoriza la disolución voluntaria, pero también, describe cinco causales en las cuales la disolución de la entidad se impone de manera forzosa.

---

<sup>28</sup> MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO. Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores. 2006. Ord. N° 1924, de 19 de mayo de 2006. Expediente administrativo de Asociación de Consumidores y Usuarios de las Poblaciones La Victoria y San Joaquín Poniente de la Comuna de Pedro Aguirre Cerda – ACUJOVI. Registro N°14.

i. Disolución forzosa en la ley de Protección de Derechos del Consumidor.

Los artículos 7° y 9° de LPDC describen dos formas por las cuales se disuelve una asociación de consumidores, y que producen sus efectos, aun cuando exista voluntad en contrario de los socios, la primera, que así lo determine una sentencia judicial (con causales distintas), la segunda, que así lo ordene una disposición legal.

a) Disolución ordenada por sentencia judicial.

Para efectos de explicar el tipo de disolución a la que se refiere el artículo 7° de la LPDC, la doctrina<sup>29</sup>, enumera las siguientes condiciones que deben concurrir:

- 1) Que la disolución de la asociación de consumidores, sea consecuencia de una petición de parte.
- 2) Que se trate de casos graves y calificados.
- 3) Que dichos casos deben haber ocurrido dentro del lapso de tres años.
- 4) Debe tratarse de dos demandas colectivas, al menos.
- 5) Las demandas deben haber sido interpuestas por una misma asociación de consumidores.
- 6) El mismo juez y el mismo plazo de tres años, debió haberlas declarado temerarias. Aunque el autor no lo aborda, se estima que si las demandas fueron conocidas por distintos jueces, la petición de disolución debería declararse inadmisibile. Que la acción judicial que interpusiere una asociación de consumidores sea declarada temeraria, en dos o más veces, y en un plazo de tres años, no sólo constituye una de las condiciones para que los proveedores puedan solicitar su disolución, sino que también afecta a los dirigentes de dichas asociaciones gremiales, quienes no pueden ser parte del directorio si hubieren sido sancionados como reincidentes de denuncias temerarias o por denuncias temerarias reiteradas.
- 7) La sentencia debe ser fundada, lo que significa es que además de la fundamentación que deben tener todas las sentencias, el fallo debe indicar y explicitar las razones por las cuales se trata de casos graves y calificados.

---

<sup>29</sup> QUIROZ VALENZUELA, HUGO. 2013. Condiciones de Existencia: Constitución por Sujetos de Derecho e Independencia de Intereses Ajenos a los Propiamente Tales. En: PIZARRO, CARLOS & DE LA MAZA GAMURI, IÑIGO. La Protección de los Derechos de Los Consumidores Comentarios a la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores. 1ª Edición. Chile. Legal Publishing. Pág. 227-228.

Por otra parte, la sentencia judicial que ordena la disolución de una asociación de consumidores analizada en esta parte, inhabilita a quienes fueron sus directores, por un tiempo de dos años en los cuales no podrán ser parte del directorio de otras asociaciones de consumidores.

Otro caso de sentencia judicial que ordene la disolución forzosa de una asociación de consumidores, es la que podría pronunciar el Juez de Policía Local competente, ante el cual se hubiere demandado o denunciado el hecho que una asociación de consumidores hubiere realizado, de manera reiterativa, uno o más de los actos que el artículo 9° de la LPDC les prohíbe realizar.

Por tanto, para que pueda decidirse, en este segundo caso, la cancelación de la personalidad jurídica de una asociación de consumidores, deben darse las siguientes condiciones:

- 1) Se deben haber incumplido las prohibiciones numeradas en el artículo 9° de la LPDC.
- 2) Las infracciones o incumplimientos del artículo 9° de la LPDC, deben ser graves y reiterados.
- 3) La demanda de cancelación de la personalidad jurídica puede ser interpuesta por cualquier persona, y no necesariamente y como en el caso anterior, por el demandado de una demanda colectiva interpuesta por la referida asociación de consumidores.
- 4) Los dirigentes infractores no se encuentran eximidos de responsabilidad civil o penal, aun cuando se cancele la personalidad jurídica de la asociación de consumidores.

b) Disolución por disposición legal.

Esta causal de disolución, se explica por sí misma, sin embargo y en los casi 22 años que tiene la LPDC, no se ha dictado nunca una ley que disponga la disolución de una asociación de consumidores.

- ii. Disolución de una asociación de consumidores, por aplicación del artículo 18 del D.L. 2.757, de 1979.

El artículo 18 del D.L. 2.757, de 1979, señala dos formas por las cuales una asociación de consumidores puede ser disuelta:

- a) Por acuerdo de la mayoría de sus socios, lo que equivale a una disolución voluntaria de la asociación de consumidores.

Una asociación de consumidores que se disuelve voluntariamente no requiere configurar ningún tipo de condiciones o causales especiales, basta que su asamblea de socios, se reúna con un quórum correspondiente a la mayoría relativa del total de los mismos, y acuerde disolver la entidad.

Un extracto del acta de asamblea donde se hubiere acordado la disolución, debe ser publicado en el Diario Oficial.

- b) Por cancelación de la personalidad jurídica de la asociación de consumidores, lo que equivale a una disolución forzosa de la misma.

La cancelación de la personalidad jurídica de una asociación de consumidores, es un acto administrativo que firma el Ministro de Economía, Fomento y Turismo, que contiene no solamente la decisión de cancelar la personalidad jurídica, ajustada a las causales que la sustentan y fundamentada, sino que además, deberá hacer mención a los liquidadores del patrimonio social, cuando los estatutos no lo indicaren o resultare imposible de cumplir la norma que los señalase.

Un extracto de la resolución que ordena la cancelación, debe ser publicado en el Diario Oficial.

De la resolución de cancelación de personalidad jurídica, puede reclamarse en la forma que describe el artículo 38 del Decreto Ley antes referido, esto es, ante un Ministro de Corte de Apelaciones, cuya sentencia también podrá ser apelable, en ambos efectos, ante la Corte de Apelaciones respectiva.

Las causales por las cuales el Ministro de Economía puede cancelar la personalidad jurídica de una asociación de consumidores, están expresamente descritas en la norma legal, y consisten en:

- a) Por incumplimiento de lo previsto en el artículo 5° del D.L. 2.757, de 1979.
- b) Por haber disminuido los socios a un número inferior al requerido para su constitución, durante un lapso de 6 meses.

- c) Por incumplimiento grave de las disposiciones legales, reglamentarias o estatutarias.
- d) Cuando hubiere estado en receso durante un período superior a un año.
- e) Por las que establezcan los estatutos.

I.4.Comentarios al marco conceptual, el procedimiento de constitución y de disolución de las asociaciones de consumidores.

Cómo se dijo más arriba, la definición que de las asociaciones de consumidores entrega el artículo 5° de la LPDC, resulta con más, incompleta, no sólo porque no delimita correctamente al sujeto de derecho en análisis, sino también, porque construye un significado a partir de lo que se hace, lo que tampoco permite interiorizarse acertadamente sobre el sentido y alcance de lo que se pretende que sean las asociaciones de consumidores.

Una correcta definición de este tipo de entidades, debió primeramente hacerse cargo del término “organización”, que, desde ya, hubiese sido una eficiente manera de hacer referencia a los elementos esenciales de las asociaciones de consumidores, las personas. Porque no hay que olvidar que las asociaciones de consumidores están conformadas por personas, que comúnmente, no se conocen entre sí, y que se reúnen finalmente por la motivación de aquellos que tienen mayor liderazgo.

Cuando se revisa la historia de la ley N° 19.496,<sup>30</sup> se observa que el Mensaje del Ejecutivo nada decía de las asociaciones de consumidores, y que no fue hasta el Primer Informe de la Comisión de Economía (1992), acordado casi un año después de presentado el Mensaje del Ejecutivo, que se registraron menciones a las asociaciones de consumidores; obviamente desde lo que se suponía que tenían que hacer. En este sentido, la Asociación Chilena de Consumidores, ACHICO, señaló que sería una buena medida “dar existencia legal a las asociaciones de consumidores por ser ellas más representativas de los intereses del consumidor y estar en mejores condiciones para informar, capacitar y defender los derechos de este sector de la población”. La Organización Internacional de Uniones de Consumidores IOCU, argumentó en favor de la “creación de organizaciones de consumidores por constituir una instancia necesaria para

---

<sup>30</sup> Revisado en [https://www.bcn.cl/historiadelaley/fileadmin/file\\_ley/6746/HLD\\_6746\\_37a6259cc0c1dae299a7866489dff0bd.pdf](https://www.bcn.cl/historiadelaley/fileadmin/file_ley/6746/HLD_6746_37a6259cc0c1dae299a7866489dff0bd.pdf) [Consulta: 02 de enero de 2019]

el mejor conocimiento de la legislación correspondiente y, consecuentemente, la defensa de los derechos de los consumidores”.

Por tanto y en relación con el concepto de las asociaciones de consumidores, puede concluirse que se tratan de personas jurídicas de derecho privado, que pueden estar constituidas por personas naturales y jurídicas, que tienen un objeto bien específico, pero no por ello, único, en tanto pueden dedicarse simultánea o separadamente a la protección, información, educación, o a la representación individual y/o colectiva, de una categoría especial de ciudadanos, que son los consumidores, los cuales podrán ser parte de ellas mediante la afiliación a las mismas, o también, y sin la obtención de la calidad de socio, pueden requerir de sus servicios de representación o inclusive, sin haber sido requeridas oficialmente, pueden ser beneficiados por los resultados favorables que obtengan de las acciones colectivas y difusas que las mismas entidades pueden presentar en la justicia común.

En cuanto al procedimiento de constitución de una asociación de consumidores y la regulación mínima que, para los estatutos de las mismas, impone la normativa supletoria, se puede concluir que se trata de un procedimiento sencillo y ágil, en caso alguno, es restrictivo para los consumidores, sin embargo, algo pasa que la conformación e incremento de estas organizaciones crece muy lentamente.

Al mes de febrero del año 2019, el Registro, que de las asociaciones de consumidores llevaba la Unidad de Asociaciones Gremiales y de Consumidores, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, informaba 141 organizaciones, sin embargo, poco más de 40 de ellas, funcionaban activamente, actividad que se verifica, a través de la remisión de información a la autoridad fiscalizadora.

A mi parecer, aunque nos dotemos legalmente, de procedimientos sencillos para constituir, por ejemplo, una asociación de consumidores, carecemos de normas que fomenten, en términos cualitativos y cuantitativos, la asociatividad. En mi opinión, las leyes en general, y la LPDC puede facilitar y tentativamente, propiciar mayor cantidad de asociaciones de consumidores, pero no conozco una ley que procure, que las personas, primero, conozcan la norma, y segundo, afiancen sus confianzas en el sistema legal y en las otras personas con los cuales podrían potencialmente unirse para conformar, por ejemplo, una asociación de consumidores.

Considero que la asociatividad, en cualquiera de sus formas, no puede forzarse ni instrumentalizarse, no cuando las confianzas personales entre los potenciales socios no estén consolidadas. Por tanto, para que las expresiones asociativas, como las

asociaciones de consumidores, crezcan de manera dinámica, debe hacerse un trabajo educativo, en todos los niveles, que revele los beneficios o logros que importa actuar colectiva y colaborativamente en sociedad.

Por último y en cuanto al término de la personalidad jurídica de una institución como son las asociaciones de consumidores, debería importar, no sólo, como un ejercicio para constatar la existencia de una regulación legal clara y precisa a la que debe someterse dicho proceso, lo que la LPDC y las normas supletorias efectivamente consiguen; sino también debería importar por los efectos que podría causar la disolución de la asociación, tanto para sí como para terceros, porque sea cual fuere la forma en que se ha producido la disolución, esto es, si ha sido voluntaria o forzosa, el patrimonio de la asociación de consumidores pasará a un destinatario distinto de sus socios.

Afortunadamente, aunque dos tercios de las asociaciones de consumidores inscritas en la Unidad de Asociaciones Gremiales del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, no funcionan con regularidad, al mes de octubre del año 2019, ninguna se ha disuelto.

## CAPITULO II FUNCIONES Y PROHIBICIONES PARA LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES.

### II.1. Funciones legales del artículo 8° de la LPDC.

Para poder analizar el sentido y alcance de las funciones que el artículo 8° de la LPDC, se comentarán una a una sus letras, - salvo las letras d) y e), que se verán como una sola funcionalidad relacionada con la representación – complementando dicho análisis, con la opinión de dos autores que se han referido al tema, pero, además, se enriquecerá la discusión con las respuestas que algunos dirigentes y asesores de cinco asociaciones de consumidores, compartieron generosamente para este trabajo.

#### i. Clasificación doctrinaria de las funciones de las asociaciones de consumidores.

Siguiendo a Domínguez Argomedo<sup>31</sup>, las funciones concedidas en la LPDC para las asociaciones de consumidores se clasifican de la siguiente forma:

#### 1° Funciones de Tutela:

Según se colige de la propuesta de análisis del autor en comento, las funciones de tutela están en la raíz propia de las asociaciones de consumidores, porque tutela significa protección, y la protección es el eje central en el ejercicio del rol que desempeñan, que se construye sobre la premisa que el consumidor es la parte débil en las relaciones comerciales.

Dentro de esta categoría, están las letras c) y f) del artículo 8° de la LPDC, que consisten en el estudiar y proponer medidas encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores y efectuar o apoyar investigaciones en el área del consumo y el participar en los procesos de fijación de tarifas de los servicios básicos domiciliarios, conforme a las leyes y reglamentos que los regulen.

---

<sup>31</sup> DOMÍNGUEZ ARGOMEDO, F. 2014. Las competencias de las asociaciones de consumidores a la luz de la legislación vigente y el proyecto de ley de fortalecimiento del SERNAC. Páginas 19-21. [en línea] Fundación Fernando Fueyo. Universidad Diego portales. Santiago, Chile. <http://derechoyconsumo.udp.cl/wp-content/uploads/2015/05/LAS-COMPETENCIAS-DE-LAS-ASOCIACIONES-DE-CONSUMIDORES-A-LA-LUZ-DE-LA-LEGISLACION-VIGENTE-Y-EL-PROYECTO-DE-LEY-DEL-FORTALECIMIENTO-DEL-SERNAC.-Francisco-Dom%C3%ADnguez-Argomedo-.pdf> [consulta: 20 diciembre 2018]



### 2°Funciones de información y educación:

Se encuentran contenidas en las letras a) y b) del artículo 8° de la LPDC, ya que tienen relación con la difusión normativa específica de protección al consumidor y con las regulaciones complementarias y con la información orientación y educación para el ejercicio de los derechos de los consumidores, tienen su explicación en otro de los roles y de las actividades de las asociaciones de consumidores, la disminución de las asimetrías de información entre consumidores y proveedores.

### 3°Funciones de representación y defensa:

En esta categoría están las letras d) y e) del artículo 8° de la LPDC y abarca tanto la representación “corporativa” de los socios, como el interés individual, colectivo, y difuso de los consumidores, ante las autoridades jurisdiccionales o administrativas.

Sin perjuicio que la publicación de Dominguez Argomedo es con mucho, anterior a la ley N° 21.081, considero que la última de sus clasificaciones comentadas precedentemente, puede también abarcar las nuevas funciones de la letra h) del artículo 8° de la LPDC y que se relaciona con la facultad de realizar mediaciones.

Pero y para tener un panorama más completo, bien podría complementarse la clasificación presentada, agregando unas nuevas 4ª y 5ª categoría, una que podría denominarse “funciones mercantiles o contractuales” para así considerar el de la letra g) del artículo 8° de la LPDC, y otra, que por constituirse en la función genérica o de “bolsón”, que podría denominarse “función general”, y que podría dejar espacio para todo lo que no está expresamente señalado en la ley, pero que podría guardar relación con cualquier actividad destinada a proteger, informar y educar a los consumidores (letra i) del artículo 8° de la LPDC).

ii. Funciones legales propiamente tales:

a) Función de difusión de la LPDC y regulaciones complementarias.

La letra a) del artículo 8° de la LPDC, señala al efecto que las asociaciones de consumidores podrán realizar la siguiente actividad “*difundir el conocimiento de las disposiciones de esta ley y sus regulaciones complementarias*”.

Domínguez Argomedeo<sup>32</sup> señala que, desde un punto de práctico, las asociaciones de consumidores, cumplen con la función de la letra a) del artículo 8° de la LPDC, mediante las publicaciones que hacen en sus respectivas páginas web<sup>33</sup> y en las atenciones presenciales que también realizan, sin embargo sugiere abrir el espectro y recomienda e invita a que las asociaciones de consumidores puedan también ocupar las actuales redes sociales, como otros canales efectivos de difusión.

Por su parte, Quiroz Valenzuela<sup>34</sup>, describe a la finalidad de la letra a) del artículo 8° de la LPDC, como una actividad de comunicación, que deben hacer las asociaciones de consumidores, pero no de cualquier comunicación o información, sino que limitada precisamente al contenido de la LPDC y las demás normas de protección a los derechos de los consumidores.

b) Función de informar, orientar y educar.

La letra b) del artículo 8° de la LPDC, señala al efecto que las asociaciones de consumidores podrán realizar la siguiente actividad “*Informar, orientar y educar a los consumidores para el adecuado ejercicio de sus derechos y brindarles asesoría cuando la requieran*”.

---

<sup>32</sup> DOMÍNGUEZ ARGOMEDO, F. 2014. Las competencias de las asociaciones de consumidores a la luz de la legislación vigente y el proyecto de ley de fortalecimiento del SERNAC. Página 22 [en línea] Fundación Fernando Fueyo. Universidad Diego portales. Santiago, Chile. <http://derechoyconsumo.udp.cl/wp-content/uploads/2015/05/LAS-COMPETENCIAS-DE-LAS-ASOCIACIONES-DE-CONSUMIDORES-A-LA-LUZ-DE-LA-LEGISLACION-VIGENTE-Y-EL-PROYECTO-DE-LEY-DEL-FORTALECIMIENTO-DEL-SERNAC.-Francisco-Dom%C3%ADnguez-Argomedeo-.pdf> [consulta: 20 diciembre 2018]

<sup>33</sup> A pesar de la invitación que realiza el autor, si se revisa el listado de asociaciones de consumidores inscritas en el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, no más de 10 de las 141 que existían al mes de febrero del año 2019, tenían páginas web. Por tanto, es muy difícil que las asociaciones de consumidores vigentes en nuestro país puedan cumplir con la letra del artículo 8° de la LPDC que se analiza.

En mi opinión, la omisión en el cumplimiento de este numeral estaría fundamentado en la creencia que debe ser el SERNAC el que informe y difunda la LPDC; con ello, no se quiere decir que las asociaciones de consumidores ignoren las disposiciones legales, muy por el contrario, las asociaciones de consumidores conocen las disposiciones legales atingentes, pero pareciera que dedican sus esfuerzos y trabajo a otras de las letras del referido artículo 8° de la LPDC.

<sup>34</sup> QUIROZ VALENZUELA, HERNÁN. 2013. Párrafo 2° De las Organizaciones para la Defensa de los Derechos de los Consumidores. Artículo 6°. En: PIZARRO, CARLOS & DE LA MAZA GAMURI, IÑIGO. La Protección de los Derechos de Los Consumidores Comentarios a la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores. 1ª Edición. Chile. Legal Publishing. Pág. 233.

Para Domínguez Argomedeo<sup>35</sup>, esta función es crucial en el quehacer de las asociaciones gremiales, declarando “... *que para lograr una ciudadanía empoderada es necesario que conozcan y entiendan bien sus derechos y cómo aplicarlos o ejercerlos...*”. La función de información, al estar vinculada con la de orientar a los consumidores, fortalece su rol de enseñanza.

El referido autor analiza esta función desde las prohibiciones que contiene el artículo 9° de la LPDC, a fin de dejar establecido que la información, orientación y difusión que hacen las asociaciones de consumidores tiene limitaciones, y por tanto, su ejercicio no podría promocionar o publicitar determinados bienes o servicios para su compra posterior.

Quiroz Valenzuela<sup>36</sup>, por su parte, señala que la facultad de informar que detentan las asociaciones de consumidores, se vincula con el ejercicio de la libertad de expresión del número 12, del artículo 19 de la Constitución Política de la República, reconociéndole a esta función en particular, la posibilidad de que, las asociaciones de consumidores, al igual que todas las personas tienen el derecho de emitir opinión e informar “...*sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier medio, sin perjuicio de responder de los delitos y abusos que se cometan en el ejercicio de estas libertades en conformidad a la ley, la que deberá ser de quórum calificado...*”.

Quiroz Valenzuela, analiza la finalidad de educación, en el sentido que reconoce limitaciones para la misma, que estarían dadas, por una parte, en relación al sujeto que recibe la educación, los consumidores, y por la otra, la materia sobre la que se educará o se asesorará, y que se condice con el adecuado ejercicio de los derechos de los consumidores. En opinión del investigador<sup>37</sup> los derechos de los consumidores sobre los cuales, las asociaciones de consumidores deberían educar, son los que se enuncian en el artículo 3° de la LPDC, y que corresponden con los de elegir con libertad, debidamente informado, sin ser objeto de discriminación arbitraria; con seguridad y respeto a su salud y al medio ambiente, obtener la reparación y la indemnización que corresponda; recibir una educación para un consumo responsable, y en ciertos casos, la posibilidad de retractarse aun después de celebrado el contrato. A éstos, habría que agregar los que especialmente

---

<sup>35</sup> DOMÍNGUEZ ARGOMEDO, FRANCISCO. 2014. Las competencias de las asociaciones de consumidores a la luz de la legislación vigente y el proyecto de ley de fortalecimiento del SERNAC. Páginas 23-24 [en línea] Fundación Fernando Fueyo. Universidad Diego portales. Santiago, Chile. <http://derechoyconsumo.udp.cl/wp-content/uploads/2015/05/LAS-COMPETENCIAS-DE-LAS-ASOCIACIONES-DE-CONSUMIDORES-A-LA-LUZ-DE-LA-LEGISLACION-VIGENTE-Y-EL-PROYECTO-DE-LEY-DEL-FORTALECIMIENTO-DEL-SERNAC.-Francisco-Dom%C3%ADnguez-Argomedeo-.pdf> [consulta: 20 diciembre 2018]

<sup>36</sup> QUIROZ VALENZUELA, HERNÁN. 2013. Párrafo 2° De las Organizaciones para la Defensa de los Derechos de los Consumidores. Artículo 6°. En: PIZARRO, CARLOS & DE LA MAZA GAMURI, IÑIGO. La Protección de los Derechos de Los Consumidores Comentarios a la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores. 1ª Edición. Chile. Legal Publishing. Pág. 233.

<sup>37</sup> Ibid. Pág. 233-236.

y en materia de productos o servicios financieros, se incorporaron por la ley 20.555, del año 2012, y que consisten resumidamente en: recibir información del costo total del producto o servicio, conocer previamente, las condiciones objetivas del crédito, como la liquidación total del mismo, a elegir el tasador de los bienes que se darán en garantía y a la liberación oportuna de las garantías constituidas. Y por tanto, la función educativa que la LPDC confiere a las asociaciones de consumidores, viene a hacer un correlato o espejo de los derechos que, en particular, se reconocen en el artículo 3° de la LPDC.

Por otra parte, al consultar por internet, se puede observar que las páginas institucionales de algunas de las asociaciones de consumidores que se entrevistaron para esta tesis, han abocado esfuerzos en la realización de estudios<sup>3839</sup> respecto de alimentos, productos o servicios, leyes y derechos, así también, en la sensibilización<sup>40</sup> y educación sobre temas relacionados con la sustentabilidad y la perspectiva de género, o la convivencia vial<sup>41</sup>.

En el mismo sentido, las respuestas brindadas por algunos dirigentes de asociaciones de consumidores - algunas de las cuales se reproducirán a continuación – hace presumir que una de las funciones a las que ellas se dedican con mayor fuerza, está precisamente relacionada con la función de información, orientación y educación que se comenta. Dos de los dirigentes y asesoras entrevistadas, facilitaron algunas de las publicaciones que dichas entidades han realizado, a favor, precisamente, de la información y educación.

Al efecto y bajo la pregunta diseñada para detectar qué hacen las asociaciones de consumidores, los entrevistados respondieron como indica la siguiente tabla:

<i>¿Puede mencionar que acciones hace su asociación de consumidores?</i>	
Entrevistado 1 <sup>42</sup>	<i>“Bicicultura elaboró una guía de compras inteligente de bicicletas que puedes revisar en nuestro sitio web en una pestaña específica, esa guía que existe impresa, nosotros la instalamos yo diría en la mayoría de los locales, de talleres y ventas de accesorios de Santiago donde iba ir un</i>

<sup>38</sup> ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CHILE. 2019. [en línea] < <https://www.odecu.cl/category/estudios/>> [consulta: 29 septiembre 2019]

<sup>39</sup> CORPORACIÓN NACIONAL DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CHILE. 2019. [en línea] < <https://www.conadecus.cl/educacion-para-el-consumo/>> [consulta: 29 septiembre 2019]

<sup>40</sup> ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES CIRCULAR. 2019. [en línea] < <https://www.adccircular.org/>> [consulta: 29 septiembre 2019]

<sup>41</sup> ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES BICICULTURA ADC. 2019. [en línea] < <https://www.bicicultura.cl/>> [consulta: 29 septiembre 2019]

<sup>42</sup> ROMO PIZARRO, VÍCTOR HUGO. Presidente de Asociación de Consumidores Bicicultura AdC. [Entrevista telefónica] 09 de enero de 2019.

	<p><i>potencial comprador de bicicletas... ¿En qué derivó esto?</i></p> <p><i>En que tanto vendedores como consumidores de bicicletas entre el año pasado y este año, bajaron las tasas de, por un lado de devolución y de reclamo, y por otro lado, de decepción... Bueno, ahí nosotros estamos cumpliendo con esa letra de la ley, que nos indica nos indica que debemos orientar a los consumidores</i></p>
Entrevistado 2 <sup>43</sup>	<p><i>En el caso nuestro, ósea yo soy el presidente desde el año 2006, pero actúo como socio desde el año 96-97, por lo tanto tengo algo que decir respecto de la historia de esta organización, nosotros teníamos algún subsidio externo, de vez en cuando de los españoles, de la Unión Europea, que nos permitía hacer algún proyecto, por ejemplo, capacitación ... Somos dos organizaciones las que tenemos, para bien y para mal, las patas en varias partes, es decir, trabajamos los temas financieros, los temas de estudio de alimentos, de servicios, trabajamos en una vertiente jurídica, y trabajamos con equipos, con abogados externos e internos...</i></p>
Entrevistadas 3 <sup>44</sup>	<p><i>Principalmente la asesoría legal gratuita y en segundo lugar, las capacitaciones, para educar e informar.</i></p> <p><i>En términos de capacitación, es específicamente ley del consumidor, sin embargo en temas de asesoría legal, vemos de todo, sin perjuicio de que se les informa a los consumidores y consumidoras y usuarios y usuarias, que nuestra especificidad es ley del consumidor, pero como abogadas... les entregamos de todas maneras orientación sobre todo cuando llegan aquí casos judicializados. Nosotros vemos muchos casos de demanda de juicios ejecutivos, por bancos, cobro hipotecario, entonces cuando a nosotros nos llega en esa etapa, les entregamos</i></p>

<sup>43</sup> LARENAS RIOBO, STEFAN. Presidente de Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, Asociación de Consumidores - ODECU AC - Consumidores de Chile A.C. [Entrevista presencial] 10 de enero de 2019.

<sup>44</sup> GALLEGUILLOS MUNDACA, MARÍA CONSTANZA & CÁRCAMO, KARINA. Asesoras legales de Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - Asociación de Consumidores – CONADECUS. [Entrevista presencial] 14 de enero de 2019.

	<p><i>el proceso. A muchos de ellos los derivamos a las corporaciones de asistencia judicial, donde pueden encontrar un abogado, dependiendo del estado de la causa</i></p>
<p>Entrevistados 4<sup>45</sup></p>	<p><i>En el caso de Circular, hay un fuerte compromiso con las dos primeras, que tienen que ver con informar sobre la ley y también educar con respecto a eso ... y eso por ejemplo implica no solo educar con respecto a la normativa que existe sino que demostrando las falencias que nuestro sistema tiene porque en general tenemos muchas deficiencias en relación por ejemplo a normativas medio ambientales que refiere a los consumidores, entonces nuestra labor ha estado abocada principalmente al educar. El educar y sobre la base de un concepto circular económico, eso es súper importante en ADC Circular.</i></p> <p><i>En el caso de informar, hay distintas instancias que no son sólo unas academias de información que hemos desarrollado sino que también con las múltiples participaciones en eventos académicos, seminarios, foros, charlas, en programas de televisión, de radio, columnas de opinión. Más que informar con respecto a las leyes o la ley, es informar con respecto a concientizar a cuál es nuestro rol como consumidores y consumidoras.</i></p> <p><i>Marcela, la presidenta de Circular, ha tenido varias exposiciones con respecto a tratamiento de la ley Red, la de basura, y otras; además que se participa en algunas comisiones técnicas donde se trata de poner la opinión, pero cuando decimos informar es eso, más que a la ley específica, tomar conciencia de nuestro rol como consumidores.</i></p> <p><i>De todas maneras, agregar un punto, en el último encuentro nacional de las asociaciones de consumidores,</i></p>

<sup>45</sup> DE LA TORRE DÍAZ, PALOMA & BUSTAMANTE, JOSÉ, directora secretaria y asesor legal de Asociación de Consumidores Circular. [Entrevista presencial] 18 de enero de 2019.

	<p><i>me pude percatar que hay asociaciones de consumidores en Santiago ... que tienen una función de información más bien de la norma, por ejemplo, la triple opción, los problemas de garantías, las cláusulas abusivas del artículo 15, ósea, ellos cumplen otras funciones. Yo creo que nos hemos disgregando en funciones naturalmente.</i></p>
<p>Entrevistado 5<sup>46</sup></p>	<p><i>“... nosotros tenemos como función el educar, el capacitar, e inclusive hacer demandas colectivas... nosotros nos dedicamos a defender a una cantidad de consumidores importantes; más que irnos individualmente. Eso es lo que nosotros más hacemos, porque o si no, nuestra tarea se complicaría mucho, porque significaría un montón de gente que estaría pidiendo, entonces tratamos de ver esto de manera colectiva... Nosotros creemos que nuestra labor ahora es de informar adecuadamente, es decir, mire señor en el parlamento están aprobando esta ley que le está perjudicando, vea quienes son los diputados y senadores para que cuando usted vote, tenga conciencia de que es lo que hacen y no esté votando por cualquier persona que lo perjudica.”</i></p>

En consecuencia, bien puede señalarse que el ejercicio de la letra b) del artículo 8° de la LPDC es tan diverso, como asociaciones de consumidores existen, pero lo que no está en discusión, es que quizás sea ésta, la función principal de todas las entidades de esta clase.

c) Función relativa a la realización de estudios e investigaciones.

La letra c) del artículo 8° de la LPDC, señala al efecto que las asociaciones de consumidores podrán realizar la siguiente actividad *“Estudiar y proponer medidas encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores y efectuar o apoyar investigaciones en el área del consumo”*.

---

<sup>46</sup> ABARCA, JOSÉ. Director de Asociación Nacional de la Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS A.C. [Entrevista presencial] 18 de enero de 2019.

Para Domínguez Argomedo<sup>47</sup>, la función de la letra c) del artículo 8° de la LPDC es la primera de las que se contienen en la norma, que no tiene al consumidor como protagonista, y que se relaciona con la finalidad de protección al consumidor de una manera más abstracta. Sin embargo, coincide con Quiroz Valenzuela<sup>48</sup>, en relación a la forma en que se demuestra el cumplimiento de este literal, esto es, el estudio y propuestas de medidas encaminada a la protección de los consumidores, se evidencia en la participación activa, en las sesiones de discusión parlamentaria, tanto de las modificaciones de la LPDC como de otras normas que incidan en los derechos de los consumidores.

Efectivamente, hay asociaciones de consumidores que participan en la discusión de distintos proyectos de ley, que inclusive, elaboran informes para que puedan ser conocidos por los diputados y senadores intervinientes, pero también, hay ejercicios expresos en los cuales, las entidades elaboran (licitan) distintos estudios, a favor de la toma de decisiones para el diseño de políticas públicas, como para fortalecer un determinado aspecto del área de consumo.

Una de las respuestas emitidas por el presidente de la Asociación de Consumidores Bicultura AdC<sup>49</sup>, en relación con el quehacer de su entidad asociativa, permite respaldar los dichos anteriores, en tanto comentó: “...*Hemos hecho tres estudios sobre la oferta y demanda de estacionamientos en el gran Santiago, analizamos todas las comunas y vimos aquellas donde había más déficit de estacionamientos y podemos decir a los tomadores de decisiones de los municipios o como los del metro donde se requerían más estacionamientos, donde había mayor demanda. Luego de eso, hicimos un estudio de accidentabilidad y seguro ciclistas, cantidad de accidentes, tipo de accidentes, que tipo de soluciones habían tenido las personas accidentadas y pudimos orientar también a los tomadores de decisiones y a los de política pública que estaba pasando con el tema de la vulnerabilidad del ciclista en la calle, en fin.*”

---

<sup>47</sup> DOMÍNGUEZ ARGOMEDO, FRANCISCO. 2014. Las competencias de las asociaciones de consumidores a la luz de la legislación vigente y el proyecto de ley de fortalecimiento del SERNAC. Páginas 24-25 [en línea] Fundación Fernando Fueyo. Universidad Diego portales. Santiago, Chile. <http://derechoyconsumo.udp.cl/wp-content/uploads/2015/05/LAS-COMPETENCIAS-DE-LAS-ASOCIACIONES-DE-CONSUMIDORES-A-LA-LUZ-DE-LA-LEGISLACION-VIGENTE-Y-EL-PROYECTO-DE-LEY-DEL-FORTALECIMIENTO-DEL-SERNAC.-Francisco-Dom%C3%ADnguez-Argomedo-.pdf> [consulta: 20 diciembre 2018]

<sup>48</sup> QUIROZ VALENZUELA, HERNÁN. 2013. Párrafo 2° De las Organizaciones para la Defensa de los Derechos de los Consumidores. Artículo 6°. En: PIZARRO, CARLOS & DE LA MAZA GAMURI, IÑIGO. La Protección de los Derechos de Los Consumidores Comentarios a la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores. 1ª Edición. Chile. Legal Publishing. Pág. 242.

<sup>49</sup> ROMO PIZARRO, VÍCTOR HUGO. Presidente de Asociación de Consumidores Bicultura AdC. [Entrevista telefónica] 09 de enero de 2019.



*...Indirectamente cuando nosotros logramos con MINVU desarrollar una política nueva, una nueva ordenanza de construcción en la que se obliga a las nuevas construcciones tener estacionamientos de bicicletas, de alguna manera si estamos haciendo una transferencia de defensoría.... Hemos logrado incidir en la política pública, logramos a través de la asociación de consumidores pertenecer a una Red Nacional de Convivencia Vial, donde está el Automóvil Club de Chile, está la Fundación Emilia, están una serie de 150 organizaciones sociales de Santiago y Regiones que tienen que ver con la movilidad, peatones, automovilistas, ciclistas, usuarios de skate, triciclos, como asociación de consumidores logramos, en conjunto con todas estas organizaciones, participar de una nueva normativa que es una ley de convivencia vial, actualmente en vigencia... y rebajamos las velocidades de los motorizados de 60 a 50... Esta ADC de alguna manera, a través de estos cambios normativos, si logra llegar y generar estos beneficios no identificables en las personas, salvo genéricamente...”.*

d) Función de representación judicial y administrativa.

Las letras d) y e) del artículo 8° de la LPDC, señalan al efecto que las asociaciones de consumidores podrán realizar las siguientes actividades “*Representar a sus miembros y ejercer las acciones a que se refiere esta ley en defensa de aquellos consumidores que le otorguen el respectivo mandato;*” y “*Representar tanto el interés individual, como el interés colectivo y difuso de los consumidores ante las autoridades jurisdiccionales o administrativas, mediante el ejercicio de las acciones y recursos que procedan.*”

*El ejercicio de esta actividad incluye la representación individual de los consumidores en las causas que ante los tribunales de justicia se inicien para la determinación de la indemnización de perjuicios”.*

A pesar de lo que se hubiera querido, ninguno de los dos autores que han investigado la materia y que han sido referenciados con anterioridad, presentan el efectivo sentido y alcance de estas dos funciones de representación. Quiroz Valenzuela<sup>50</sup>, concentra su tesis en la identificación de los requisitos de la representación a la que alude la norma (artículo 1.450 del Código Civil) y a la materia a la que debe circunscribirse la representación de los socios, que no es otra, que los derechos que para los consumidores, se contienen en el artículo 3° de la LPDC.

---

<sup>50</sup> QUIROZ VALENZUELA, HERNÁN. 2013. Párrafo 2° De las Organizaciones para la Defensa de los Derechos de los Consumidores. Artículo 6°. En: PIZARRO, CARLOS & DE LA MAZA GAMURI, IÑIGO. La Protección de los Derechos de Los Consumidores Comentarios a la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores. 1ª Edición. Chile. Legal Publishing. Pág. 243-244.

Por su parte, Domínguez Argomedo<sup>51</sup>, destaca que, como consecuencia de la representación de los socios de una asociación de consumidores o de aquellos que les confieran mandato, se da la posibilidad de obtener precedentes para futuros consumidores que puedan sufrir el mismo daño, de manera que el grado de indefensión que perciban pueda ser menor, y que incluso, que la acción judicial que el consumidor puede deducir de forma individual, al ser representada por una asociación de consumidores, le confiere mayor precisión y efectividad en sus pretensiones.

Con todo, la representación de los socios de una asociación de consumidores, o de quienes le confieran el respectivo mandato, ha sido históricamente, una función muy poco ejercida por las entidades; ya sea porque se desconoce que las asociaciones de consumidores pueden representar, tanto a sus asociados como a quienes no lo sean, o porque, si se trata de conferir un mandato, se prefiere derechamente, por el patrocinio individual de un abogado.

En lo que tiene que ver con la representación de intereses individuales o colectivos y difusos, sólo Domínguez Argomedo<sup>52</sup>, tiene una opinión específica, que desarrolla, en primer término, acercando los conceptos de intereses colectivos y difusos. Así entonces, los intereses colectivos son “... *derechos subjetivos e intereses legítimos que corresponden a personas indeterminadas, pertenecientes a diversos grupos sociales, que se encuentran distribuidos en amplios sectores...*”. Los intereses difusos, en cambio, se relacionan con otra categoría de derechos; derechos sociales, culturales y económicos. Luego, el autor reproduce lo que señala el artículo 50 de la LPDC, señalando que “... *De un modo más técnico, son de intereses colectivos las acciones que se promueven en defensa de derechos comunes a un conjunto determinado o determinable de consumidores, ligados con un proveedor por un vínculo contractual. En cambio, son de interés difuso las acciones que se promueven en defensa de un conjunto indeterminado de consumidores afectados en sus derechos...*”.

Desde la propia experiencia de las asociaciones de consumidores, esta función de representación colectiva está lejos de su agenda de trabajo; salvo aquellas que cuentan con recursos internos para contratar o profesionales propios o los servicios de un tercero, la mayoría de las asociaciones de consumidores no ejercen la representación de los

---

<sup>51</sup> DOMÍNGUEZ ARGOMEDO, FRANCISCO. 2014. Las competencias de las asociaciones de consumidores a la luz de la legislación vigente y el proyecto de ley de fortalecimiento del SERNAC. Páginas 25-29 [en línea] Fundación Fernando Fueyo. Universidad Diego portales. Santiago, Chile. <http://derechoyconsumo.udp.cl/wp-content/uploads/2015/05/LAS-COMPETENCIAS-DE-LAS-ASOCIACIONES-DE-CONSUMIDORES-A-LA-LUZ-DE-LA-LEGISLACION-VIGENTE-Y-EL-PROYECTO-DE-LEY-DEL-FORTALECIMIENTO-DEL-SERNAC.-Francisco-Dom%C3%ADnguez-Argomedo-.pdf> [consulta: 20 diciembre 2018]

<sup>52</sup> Ibid. Páginas 28-29

intereses individuales o colectivos. Algunas de las respuestas de los dirigentes y asesores legales que prestaron en las entrevistas presenciales o telefónicas, refuerzan la idea anterior. Así por ejemplo, el presidente de la Asociación de Consumidores Bicicultura AdC<sup>53</sup>, indicó: *“...Esa nosotros no la hemos cumplido por el perfil que te decía que teníamos, porque partimos de una filosofía del consumo en el área del usuario de bicicleta y si la esperamos cumplir de marzo en adelante, con la reestructuración que vamos a tener que hacer de nuestra asociación de consumidores, donde queremos incorporar a nuevos socios que tengan que ver con la defensoría, porque vamos a pasar a litigios y ninguno de nosotros es experto en eso, salvo uno de nuestros socios fundadores, un joven que está estudiando leyes y que está pronto a egresar, no tenemos más material humano en esa área...”*

*Hoy día estamos todos preocupados, por ejemplo, de contratar o de tener en nuestras filas abogados, egresados de derecho y todos los que puedan ayudarnos al nuevo carácter que van a tener las asociaciones de consumidores, que es representativo; que va a ir a litigar, va a llegar a tribunales, no solo en términos filosóficos de políticas de consumo como hasta ahora lo habíamos hecho...hoy día tenemos la necesidad de acercar profesionales en el área legal...”*

Por su parte, el asesor legal de la Asociación de Consumidores Circular<sup>54</sup>, comentó: *“...Un tema súper importante es entender que las asociaciones de consumidores... no tienen la capacidad por ejemplo, para litigar, y una de las cosas que conversamos en Serena, en el último encuentro, es crear una oficina de litigios de las asociaciones de consumidores más chicas, porque CONADECUS tiene su mundo aparte, pero las chicas, que ejercen funciones muy específicas, no hay una oficina de litigio de las asociaciones de consumidores... Sin duda, que el espíritu de formación es lo que a nosotros más nos acomoda, como te digo, todas estas atribuciones nuevas en términos de litigar no es algo que Circular le interesó cuando se formó hace 3 años atrás, hacer...”*

Con todo, y en el ámbito de la representación administrativa, no se puede dejar de mencionar, el avance que significó la ley N° 21.081, al regular expresamente el procedimiento voluntario de protección de los intereses difusos y colectivos de los consumidores. Las mediaciones colectivas que venía haciendo el SERNAC, como acciones prejudiciales, obtienen ahora su reconocimiento en el texto legal, autorizando a

---

<sup>53</sup> ROMO PIZARRO, VÍCTOR HUGO. Presidente de Asociación de Consumidores Bicicultura AdC. [Entrevista telefónica] 09 de enero de 2019.

<sup>54</sup> DE LA TORRE DÍAZ, PALOMA & BUSTAMANTE, JOSÉ, directora secretaria y asesor legal de Asociación de Consumidores Circular. [Entrevista presencial] 18 de enero de 2019.

las propias asociaciones de consumidores, para impulsar un procedimiento voluntario, mediante la presentación de la denuncia respectiva. La finalidad de estos procedimientos voluntarios consiste en la obtención de una solución expedita, completa y transparente, en caso de conductas que puedan afectar el interés colectivo o difuso de los consumidores. (Párrafo 4° del Título IV de la LPDC).

e) Función referida a la participación en procesos de fijación de tarifas de servicios básicos.

La letra f) del artículo 8° de la LPDC, señala al efecto que las asociaciones de consumidores podrán realizar la siguiente actividad *“participar en los procesos de fijación de tarifas de los servicios básicos domiciliarios, conforme a las leyes y reglamentos que los regulen”*.

Esta función es una que y al cabo de los últimos 15 años, se ha convertido en letra muerta, no existiendo ninguna asociación de consumidores que la hubiere cumplido.

La razón de la ineficacia de la norma, está dada por la falta de capacidad técnica para participar de los procesos de fijación de tarifas de los servicios básicos, que requieren, de una experticia bien específica y profesionales, que, según algunas asociaciones de consumidores, cobrarían una muy alta suma de dinero.

f) Función que autoriza la realización de contratos civiles y mercantiles.

La letra g) del artículo 8° de la LPDC, señala al efecto que las asociaciones de consumidores podrán realizar la siguiente actividad *“ejecutar y celebrar actos y contratos civiles y mercantiles para cumplir sus objetivos, y destinar los frutos de dichos actos y contratos al financiamiento de sus actividades propias, con las limitaciones señaladas en el artículo 9°*.

El texto expreso de esta nueva función, entró en vigencia el 14 de marzo de 2019 y por tanto, no existen testimonios respecto de su ejecución.

Sin embargo, vale recordar lo que se dijo respecto de la característica de este tipo de personas jurídicas, que, al carecer de fines de lucro, los frutos o utilidades que se obtengan en la realización de su objeto social, es reinvertido en la propia asociación.

Con todo, el presidente de la Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, Asociación de Consumidores - ODECU AC<sup>55</sup>, comentó a propósito de esta nueva función

---

<sup>55</sup> LARENAS RIOBO, STEFAN. Presidente de Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, Asociación de Consumidores - ODECU AC - Consumidores de Chile A.C. [Entrevista presencial] 10 de enero de 2019.

que: “...Este letra g), ejecutar y celebrar contratos civiles y mercantiles para cumplir con los objetivos ... eso no existía, y eso abre una potencialidad enorme si tú tienes ganas de crecer como asociación de consumidores, (las asociaciones de consumidores son muy precarias, extremadamente precarias, incluido nosotros). Esta letra g), nosotros tenemos que defender porque significa que ahora se terminan prohibiciones odiosas, nosotros no podríamos hacer nada. Nosotros inventamos una OTEC, la certificamos y empezamos a vender servicios y sino morimos, ahora con esta reforma no la vamos a necesitar...”.

g) Función que autoriza la realización de mediaciones individuales.

La letra h) del artículo 8° de la LPDC, señala al efecto que las asociaciones de consumidores podrán realizar la siguiente actividad “realizar, a solicitud de un consumidor, mediaciones individuales”.

Al igual que la función anterior, ésta es de aquellas que fue incorporada por la ley N° 21.081.

Con todo, y siendo de la esencia de las asociaciones de consumidores, la protección de los derechos de los consumidores, bien puede resultar, asignarles facultades para instar por la solución extrajudicial de conflictos entre un consumidor y un proveedor, evitando la judicialización de reclamos, que, por su cuantía, podría resultar muy oneroso para el consumidor.

Finalmente, la mediación es un mecanismo que equilibra las posiciones, reclamante y reclamado, brindando una relación más igualitaria.

h) Función genérica que autoriza la realización de cualquier actividad que tienda a la protección, información y educación de los consumidores.

La letra i) del artículo 8° de la LPDC, señala al efecto que las asociaciones de consumidores podrán realizar la siguiente actividad “efectuar, de conformidad a esta ley, cualquier otra actividad destinada a proteger, informar y educar a los consumidores. “

Esta función, es la que finalmente, permitirá que las asociaciones de consumidores tengan mayor libertad para innovar en el ejercicio de sus funciones.

- iii. Semejanzas entre una de las funciones legales de las asociaciones de consumidores con las del Servicio Nacional del Consumidor.

Como se señaló en el primer capítulo, las asociaciones de consumidores son una expresión organizacional relevante en nuestra sociedad, no solamente en temas de información, difusión y educación para el adecuado ejercicio de los derechos de los consumidores, sino también, para lo que tiene que ver con la información y educación sobre otras normativas que inciden en las decisiones de los consumidores, sin olvidar, el derecho que también tienen para representar, tanto administrativa como judicialmente, individual y colectivamente, las acciones que a favor de los consumidores procedieren.

Algunas de las funciones comentadas, se asemeja con lo que la LPDC asigna al Servicio Nacional del Consumidor – SERNAC, en tanto, ambas instituciones deben difundir los derechos y deberes del consumidor y realizar acciones de información y educación del consumidor, con la diferencia que el órgano estatal no sólo cuenta con mejor detalle de sus actividades, ya que el artículo 58 detalla la función de difusión del SERNAC, en el sentido de identificar expresamente que puede formular, realizar y fomentar programas de información y educación al consumidor, especialmente sobre sus derechos y obligaciones en relación con servicios financieros, garantías y derecho a retracto, o sobre los productos que se ofrecen en el mercado. Hay, por así decirlo, una mejor especificación de la función de difusión.

Sino que además, y en opinión de Quiroz Valenzuela, otra diferencia en lo que aparentemente parecía común a las asociaciones de consumidores y el Servicio Nacional del Consumidor, radica en la propia naturaleza de ambas instituciones; unas, al ser entidades privadas, pueden elegir de conformidad a sus propios intereses, qué función ejecutar y con qué intensidad, en cambio, el órgano estatal debe hacer lo que la ley le impone.

## II.2. Prohibiciones legales aplicables a las asociaciones de consumidores.

El artículo 9° de la LPDC es la norma que contiene las prohibiciones a las que se encuentran sometidas las asociaciones de consumidores, que describen seis conductas especialmente tipificadas y cuya lectura permite advertir, por así decirlo, una de carácter genérico y cinco de carácter específico, y que podrían resumirse en: a) conductas que

prohíben el enriquecimiento de los socios y de los dirigentes o representantes de las asociaciones de consumidores, a costa, precisamente, de las actividades que realicen las mismas, b) conductas tendientes a proscribir una especie de soborno o ejercicio de influencias ilegítimas y c) conductas que escapan al rol de las asociaciones de consumidores.

Como se dijo con anterioridad, el artículo 9° de la LPDC, sanciona con la cancelación de la personalidad jurídica, la infracción grave y reiterada de las prohibiciones, sin perjuicio de las responsabilidades penales o civiles en que incurran quienes las cometan.

a) Prohibición de redistribución de fondos sociales.

La letra a) del artículo 9° de la LPDC, señala que las asociaciones de consumidores en ningún caso podrán “*constituirse u operar con la finalidad de redistribuir sus fondos a sus miembros fundadores, directores, socios o personas relacionadas con los anteriores en los términos del artículo 100 de la ley N° 18.045*”.

Tanto este literal como el que sigue, sanciona el potencial enriquecimiento de quienes pertenecen a la asociación de consumidores, ya sea, por afiliación o por trabajo, a costa del quehacer de la misma.

Antes de la modificación introducida por la ley N° 21.081, las asociaciones de consumidores tenían una prohibición más genérica, relacionada con la imposibilidad de desarrollar actividades lucrativas, a menos que se tratase de aquellas necesarias para recuperar los costos incurridos en el cumplimiento de sus finalidades; prohibición que en opinión de Quiroz Valenzuela, atentaba contra la garantía constitucional del número 21 del artículo 19 de la Constitución Política de la República, ya que el desarrollo de cualquier actividad económica no contraria a la moral, al orden público y a la seguridad nacional, importa tener objetivos de lucro e impedir éstos últimos, como actividad lucrativa, significaba vulnerar la norma constitucional indicada.

Con la nueva norma, el acento se colocó en la redistribución de los fondos sociales, proscribiendo, que una asociación de consumidores, se transforme en una empresa o en una organización que se instituye para finalmente, distribuir el patrimonio de la asociación, entre quienes son parte de la misma.

En estricto rigor, lo que se está prohibiendo es que la asociación de consumidores, tenga fines de lucro, que el resultado de sus actividades y por tanto, la generación de un patrimonio o fondos sociales, se distribuya entre sus miembros y no se reinvierta en la propia entidad.

b) Prohibición de repartición de costas procesales o personales.

La letra b) del artículo 9° de la LPDC, señala que las asociaciones de consumidores en ningún caso podrán *“repartir costas procesales y personales, excedentes, utilidades o beneficios pecuniarios de sus actividades entre sus miembros fundadores, directores, socios, personas relacionadas con los anteriores de conformidad con el artículo 100 de la ley N° 18.045, o trabajadores, sin perjuicio de las gratificaciones legales que le correspondan. Los ingresos que obtengan con sus actividades servirán exclusivamente para su financiamiento desarrollo institucional, investigación, estudios o para el apoyo de sus objetivos.*

*“Lo dispuesto en el párrafo anterior es sin perjuicio de la remuneración de sus trabajadores y de la facultad del directorio para fijar una retribución adecuada a su representante legal, a sus miembros fundadores, socios o personas relacionadas con los anteriores de conformidad con el artículo 100 de la ley N° 18.045, por los servicios que prestaren a la asociación. Asimismo, las personas enumeradas en el párrafo anterior tendrán derecho a ser reembolsadas de los gastos, autorizados por el directorio, que justificaren haber efectuado en el ejercicio de su función”.*

Este numeral también sanciona el enriquecimiento de quienes son parte de una asociación de consumidores, pero no sólo desde el punto de vista, de proscribir el fin de lucro, sino y curiosamente, para evitar que las asociaciones de consumidores se conviertan en empresas proveedoras de servicios judiciales o en empresas proveedoras de protección a los consumidores, cuya única finalidad sea la obtención de costas procesales y personales o la obtención de utilidades, que luego se puedan repartir.

Pareciera que aquí hay un intento por conceder a las asociaciones de consumidores, un carácter supra economicista puro, que y en el ejercicio de sus funciones, no pierda de vista su objetivo principal, y por así decirlo, de carácter más bien social, y que es la información, educación y representación de los consumidores.

Refuerza el intento de proscripción del lucro, la propia norma cuando obliga a que los ingresos que se obtengan del ejercicio de sus actividades, servirán exclusivamente para el financiamiento del desarrollo institucional, para la investigación, para estudios o para el apoyo de los objetivos de las asociaciones de consumidores.

Con todo, y en este intento por impedir el fin de lucro tan propio de los proveedores o empresarios, el legislador reconoce tangencialmente la función y profesionalización de los dirigentes y socios de las asociaciones de consumidores, legitimando que reciban una



retribución económica, precisamente, por el desempeño de las funciones encomendadas, y por los gastos incurridos en el ejercicio de las mismas.

c) Prohibición de asociar personas jurídicas que realicen actividades empresariales.

La letra c) del artículo 9° de la LPDC, señala que las asociaciones de consumidores en ningún caso podrán *“incluir como asociados a personas jurídicas que se dediquen a actividades empresariales”*.

Para identificar el sujeto al cual se le prohíbe a la asociación de consumidores, afiliarse, se debe definir, en primer término, la expresión empresa, para luego, arribar a un concepto unificado de actividades empresariales. Según el Diccionario de la Real Academia Española, la palabra “empresa”, en una de sus acepciones, significa la *“Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos”*. Por su parte, la expresión “actividad” significa para estos fines, *“el conjunto de operaciones o tareas propias de una persona o entidad”*.

Por tanto, las expresiones “actividades empresariales”, pueden ser conceptualizadas como el “conjunto de operaciones o tareas de carácter industrial, mercantil o de prestación de servicios, con fines lucrativos, que realiza una unidad organizacional”.

Las asociaciones de consumidores, por tanto, no podrían afiliarse a las personas jurídicas que se dediquen a actividades empresariales, reafirmando una vez más, el concepto contrapuesto que se tiene de consumidor y proveedor en la LPDC, pero también, reafirmando una vez más, la proscripción de todo lo que se relacione con los fines de lucro, tanto propio de los empresarios y de quienes realizan actividades empresariales.

Las asociaciones de consumidores, en cambio, sí podrán afiliarse a otras personas jurídicas, (que no se dediquen a las actividades empresariales) pudiendo, en consecuencia, afiliarse asociaciones o corporaciones de derecho privado, organizaciones comunitarias, sindicatos de trabajadores, juntas de vecinos, fundaciones, etc.

d) Prohibición para percibir dineros de proveedores.

La letra d) del artículo 9° de la LPDC, señala que las asociaciones de consumidores en ningún caso podrán *“percibir donaciones, subvenciones, subsidios o ayudas de empresas o agrupaciones de empresas que suministren bienes o servicios a los consumidores”*.

Al igual como en la letra anterior, la prohibición en análisis, dice relación con marcar la diferencia entre consumidores y proveedores, y con el hecho de que éstos no pueden influenciar a los primeros, ni menos, a su expresión asociativa y organizada.

De lo que se trata en este literal, es de impedir la intervención y el influenciar por parte de los empresarios o proveedores, en el ejercicio de las funciones de las funciones de consumidores.

Por ende, no se permite que quienes suministren bienes o servicios a los consumidores y que las asociaciones gremiales que los agrupen, puedan pertenecer a alguna asociación de consumidores.

e) Prohibición para realizar publicidad.

La letra e) del artículo 9° de la LPDC, señala que las asociaciones de consumidores en ningún caso podrán “*realizar publicidad o difundir comunicaciones no meramente informativas sobre bienes o servicios*”.

La prohibición en comento, exige, en opinión de Quiroz Valenzuela, analizar el concepto que de “publicidad<sup>56</sup>” se contiene el artículo 1° de la LPDC, y que para estos efectos, consiste en la ““comunicación que el proveedor dirige al público por cualquier medio idóneo al efecto, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio, entendiéndose incorporadas al contrato las condiciones objetivas contenidas en la publicidad hasta el momento de celebrar el contrato””.

Como se ha dicho, todas las prohibiciones impuestas a las asociaciones de consumidores, procuran evitar que desempeñen funciones o tengan atributos propios de los proveedores; la función informativa que la ley asigna a estas organizaciones, está restringida a la LPDC y su normativa conexas y a la defensa y protección de los derechos de los consumidores, y no puede transformarse en la que desarrollan los proveedores a través de la publicidad.

f) Prohibición genérica de no contravenir las actividades legales para las cuales están autorizadas.

La letra f) del artículo 9° de la LPDC, señala que las asociaciones de consumidores en ningún caso podrán “*dedicarse a actividades distintas de las señaladas en el artículo anterior*”.

Esta prohibición está necesariamente vinculada con el marco regulatorio que, para sus actividades, tienen las asociaciones de consumidores, tanto en el artículo 5° como en el 8° de LPDC, que ya fueron comentados. Sin embargo, cierto es, que con la modificación

---

<sup>56</sup> La publicidad es de tal importancia para el legislador, que desarrolla todo un marco regulatorio, en el primer párrafo del Título III de la LPDC, estableciendo un catálogo de los tipos infraccionales a la obligación de publicidad e información.

introducida por la ley N° 21.081, y teniendo una función “bolsón” (letra i) del artículo 8° de la LPDC), no quedan dudas que, y por ejemplo, para responder a la inquietud que planteaba Quiroz Valenzuela, una asociación de consumidores se encontrará legitimidad para interponer las denuncias por competencia desleal de la ley N° 20.169, sin por ello, incurrir en la prohibición de este párrafo.

### II.3.El mediático caso del papel tissue.

Unos de los casos de demanda colectiva más emblemáticos, de los últimos tiempos, ha sido sin duda “el caso del papel tissue” o la demanda colectiva, que dos asociaciones de consumidores dedujeron en contra de la empresa CMPC Tissue S.A.

La demanda la inició la Corporación Nacional de Usuarios y Consumidores de Chile, Asociación de Consumidores, CONADECUS, en el año 2015, quedando radicada en el 10° Juzgado Civil de Santiago, bajo el **Rol N° 29.214-2015**. Dos años después, en el mes de marzo del año 2017, se hizo parte también, la Organización de Usuarios y Consumidores, ODECU.

La revisión de la causa, a través del portal web del poder judicial, importó observar que en la audiencia de conciliación y contestación, realizada el día 12 de abril de 2017, se acompañó un acta de avenimiento, producido en procedimiento de mediación colectiva, número R2015M606888, y que puso fin a la causa judicial, al menos en lo que respecta a CMPC S.A.

La lectura del acta de avenimiento, da cuenta efectivamente de la evaluación de los perjuicios, poco más de 97 mil millones de pesos (US\$ 150.000.000), más nada se dice de la indemnización que por conceptos de gastos en representación y en elaboración de informes especiales, recibirán después, las dos entidades de consumidores participantes del avenimiento, y que ascendió a un poco más de \$2.275 millones de pesos.

La demanda colectiva del papel tissue no fue ni ha sido la única causa impulsada por una o más asociaciones de consumidores, sin embargo, ha sido la única que ha estado tan en boca de todos, pero no por los efectos propios de este tipo de causas, que consiste en el de beneficiar a un sin número de consumidores, sino que, y curiosamente, la opinión pública se ha centrado en las consecuencias que ha conllevado, el pago millonario con el que se beneficiaron las asociaciones de consumidores participantes de la mediación colectiva.

En otras palabras, no fue la demanda colectiva ni la mediación colectiva llevada por el SERNAC la que llenó de publicaciones y opiniones, los medios de comunicación nacionales, sino el beneficio económico que todo eso reportó a las dos asociaciones de consumidores mencionadas en el acuerdo.

Según se lee en la publicación del domingo 23 de julio de 2017, del diario El Mercurio, el monto de \$ 2.700 millones de pesos, aproximados, que recibieron CONADECUS y ODECU, está fundamentado en los gastos incurridos con ocasión de la mediación y de las demás acciones judiciales relacionadas con la colusión del papel del papel tissue. Que, de hecho, la propia empresa se habría comprometido al pago de \$ 2.250 millones, por concepto de gastos incurridos y que, luego habría elevado el monto, a fin de considerar también, las costas de los procesos.

Las dudas y los cuestionamientos sociales aparecen, cuando se afirma que la demanda inicial de CONADECUS – no se precisa si es la del 10° Juzgado Civil de Santiago o la que se llevó a cabo ante el Tribunal de la Libre Competencia o ante el SERNAC - era por un monto muy superior a los ciento cincuenta millones de dólares por los que se condena a CMPC S.A., que de hecho fue por quinientos diez millones de dólares y que, por tanto, frente a la posibilidad de indemnizar por menos de mitad de dicha cifra, a la empresa condenada le convenía sustancialmente, asumir los gastos y las costas en las que habían incurrido las asociaciones de consumidores demandantes.

Se intentó tener acceso al acuerdo material que benefició a ODECU y CONADECUS, empleando el portal de transparencia y acceso a la información pública del Servicio Nacional del Consumidor, pero según se informó a través de Ord. N° 09536, de 15 de mayo de 2019<sup>57</sup>, documento firmado por el Jefe Fiscalía Administrativa del referido servicio, en respuesta a solicitud de información N° AH009T0001542, *“el SERNAC no recibió por parte de las Asociaciones de Consumidores señaladas en la solicitud, ningún informe, documento o similar, que dé cuenta de los gastos en que incurrieron respecto del proceso judicial y/o extrajudicial en relación a la colusión del papel Tissue, ni del pago efectuado a dichas Asociaciones. Es por ello que no obra en poder de este Servicio la información requerida.”*

Luego, lamentablemente no fue posible recabar el documento o acuerdo suscrito entre las papelera CMPC, ODECU y CONADECUS y que les habría permitido obtener a estas últimas, una suma cercana a los dos mil setecientos setenta y cinco millones de pesos.

---

<sup>57</sup> SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR. 2019. Ord. N° 09536, de 15 de mayo de 2019. [obtenido en solicitud de información AH009T0001542]

#### II.4.Comentarios y reflexiones respecto de las nuevas atribuciones y prohibiciones para las asociaciones de consumidores.

Cómo se señaló con anterioridad, y a fin de explorar directamente la percepción de los roles, funciones y financiamiento de sus actividades, se entrevistaron cinco asociaciones de consumidores, a quienes, expresamente, se les consultó por la opinión que les merecía la nueva LPDC y si las modificaciones introducidas recientemente por la ley N° 21.081, facilitaban o entorpecían su quehacer.

Fue interesante recabar que la mayoría de ellas, a pesar de no estar conformadas por abogados, no sólo estaban interiorizadas de los cambios introducidos en la normativa relacionada directamente con las asociaciones de consumidores, sino que también tenían una opinión general de los cambios introducidos a la LPDC y las atribuciones del SERNAC.

Pero en el relato, hubo algunas que se mostraron a favor de las modificaciones y otras, que al menos, les preocupan el efecto que podrían tener las mismas. Así, el presidente de la Asociación de Consumidores Bicicultura AdC<sup>58</sup>, respondió que la nueva normativa facilitaba el quehacer de las asociaciones de consumidores, refiriéndose a modo ejemplar, al nuevo procedimiento voluntario de protección de los intereses difusos y colectivos (Artículo 54 H de la LPDC), reconociendo que dicha instancia significaría un intento por judicializar lo menos posible los temas, pero, a la vez, importaba tener acceso a la información total de los denuncias tramitadas, para así hacerse parte activa de la misma, con el compromiso de no divulgarlos: “ ... *porque si nos vamos a hacer parte de un proceso tenemos que conocer el expediente en su totalidad y nosotros asumir también un compromiso de confidencialidad hacia afuera, no divulgarlo, que es lo que le preocupa al proveedor, es cuidar su imagen ... la nueva ley nos perfila de una manera distinta, y veremos las ADC si somos capaces de resistir este nuevo cambio y otras que como te decía antes, tal vez queden en el camino porque tal vez no estén dispuestos a invertir más en una responsabilidad enorme porque el día de mañana los usuarios o los consumidores ya no van a mirar al SERNAC como el protector, van a tener que mirar a las AdC...*”.

---

<sup>58</sup> ROMO PIZARRO, VÍCTOR HUGO. Presidente de Asociación de Consumidores Bicicultura AdC. [Entrevista telefónica] 09 de enero de 2019.

Las asesoras legales de la Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile Asociación de Consumidores – CONADECUS<sup>59</sup>, valoraron tres puntos relevantes en este nuevo proceso modificatorio de la LPDC, por una parte, reconoció que el nuevo procedimiento voluntario de protección, era un aporte a la solución de las relaciones de consumo, que les iba a significar adquirir mayores conocimientos para desarrollar una buena mediación con las empresas, pero que era bueno. En segundo lugar, también reconoció como un avance la adquisición de un carácter territorial en las asociaciones de consumidores, porque ello necesariamente significará mayor intercambio entre ellas y por último, valoró también, que se mantuviera la representación individual de los consumidores: “... Viene como meta el tener presencia regional, dentro de la presencia regional tenemos que hacer convenios para poder tener el carácter de nacional, hacer convenios con otras asociaciones para poder tener presencia regional. Tenemos el procedimiento voluntario colectivo, que es y como lo vamos a implementar, es un trabajo futuro, de cómo lo vamos a hacer para poder ser mediadores con las empresas y el consumidor propiamente tal y darle la asesoría... vamos a poder patrocinar causas de los juzgados de policía local en forma individual, todo eso es un trabajo que tenemos que hacer...”.

Las tres asociaciones de consumidores restantes, no tuvieron muy buenas opiniones respecto de los efectos de los cambios introducidos a la LPDC. Así, el presidente de la Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, Asociación de Consumidores - ODECU AC - Consumidores de Chile A.C.<sup>60</sup>, opinó que al legislador le faltó regular de mejor manera la atribución que ya tenían, de representar colectivamente los intereses colectivos y difusos, como también, faltó reconocer una subvención directa del Estado para el ejercicio de sus actividades. Las otras dos asociaciones de consumidores, criticaron, de manera distintas, la ausencia de normas que finalmente concedieran un rol más enérgico para las asociaciones de consumidores, que las convirtieran efectivamente en un actor más protagónico en la discusión legislativa de todos los bienes de consumo: “... hay una cosa que esta nueva normativa no tomo, que son las barreras de entrada para ser una asociación... no tienes ninguna cortapisa. Tú te juntas con 24 amigos más, haces una asociación de consumidores, y en 6 meses puedes interponer una acción colectiva... a cualquiera, porque no hay ningún filtro para hacerlo y eso es un gran riesgo que el

---

<sup>59</sup> GALLEGUILLOS MUNDACA, MARÍA CONSTANZA & CÁRCAMO, KARINA. Asesoras legales de Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - Asociación de Consumidores – CONADECUS. [Entrevista presencial] 14 de enero de 2019.

<sup>60</sup> LARENAS RIOBO, STEFAN. Presidente de Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, Asociación de Consumidores - ODECU AC - Consumidores de Chile A.C. [Entrevista presencial] 10 de enero de 2019.

*legislador ahora no lo previó... que pasa si un grupo de personas se juntan y en seis meses le hacen una acción a alguien sin escrúpulos... todos los países ponen cortapisas para que puedas accionar, hay un consejo en España, un consejo en Francia donde nadie impide organizarte como consumidor pero si para deducir determinadas acciones, tienes que pasar por una etapa... lo que falta son las cortapisas para que las asociaciones de consumidores puedan hacer acciones legales...Las asociaciones de consumidores que rara vez coincidimos, coincidimos en queríamos una subvención directa, como el modelo español o el modelo francés, que dan una subvención de acuerdo a lo tiene la asociación o el número de socios o las cosas que hacen...Falta una subvención basal y una revisión de cómo se evalúan los proyectos en el Fondo Concursable, con criterios definidos y no cambiantes...”.*

Otra opinión crítica respecto de los nuevos cambios normativos introducidos a la LPDC, la formuló la directora secretaria de la Asociación de Consumidores Circular<sup>61</sup>: “... Chile tiene el plan nacional de empresas y derechos humanos, que nadie sabe cómo se ha cumplido, donde había un componente importante en relación con la formación de la ciudadanía para que se pudiera exigir a las empresas, no sé si la ley va lograr impactar allí...las asociaciones son múltiples, con focos muy específicos y yo creo que allí tenemos un tremendo desafío de como formar para que tú efectivamente pueda hacer exigibles algunas cosas...”.

Finalmente, el director de la Asociación Nacional de la Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS A.C, comentó respecto de la nueva LPDC que: “ ... yo creo que ha empeorado más que mejorado, es como casi todas las leyes que se han dado, por ejemplo, me toco analizar la ley del financiamiento universitario, y es horrible, desde el punto de vista de cómo está planteada. Al final, todo es un tema que va favoreciendo cada vez más a los proveedores y perjudicando a los consumidores... en el fondo esta última modificación, va a propiciar asociaciones a nivel nacional y asociaciones locales, por decirlo así... lo que quieren lograr es que al final sean una, dos o tres las asociaciones de consumidores y las demás desaparezcan... y eso creo que es muy perjudicial porque con una o dos o tres, el gobierno se puede poner de acuerdo, pueden negociar y pasar todo lo que pasa, es muy fácil caer en conductas poco adecuadas... yo creo que al contrario, cada región debería tener asociaciones de

---

<sup>61</sup> DE LA TORRE DÍAZ, PALOMA & BUSTAMANTE, JOSÉ, directora secretaria y asesor legal de Asociación de Consumidores Circular. [Entrevista presencial] 18 de enero de 2019.

*consumidores de manera tal que existan muchas y que sea muy difícil que se produzca ese fenómeno que es tan frecuente...”.*

Resulta positivo y favorable para las asociaciones de consumidores que la LPDC establezca un catálogo de funciones y prohibiciones, hoy, afortunadamente no taxativo en la medida que se fijan parámetros de actuación para las mismas; pero la pregunta de si son suficientes o si son eficientes dichos parámetros, es una interrogante no bien resuelta por el legislador.

Muy pocas de las asociaciones de consumidores que funcionan hoy en día, conoce literalmente la norma y por tanto, cuáles son reales sus funciones, por ello, y en la práctica, lo que terminan haciendo es más bien el resultado de una interpretación de lo que cree que debe hacer una entidad de esta naturaleza o de lo que pudieren haber observado en experiencias internacionales vecinas.

La existencia por su parte, del Servicio Nacional del Consumidor, hace presumir que las asociaciones de consumidores finalmente se dedican a suplir los vacíos en los que, a su juicio, podría estar incurriendo dicho organismo, en y por ejemplo, la función de información y educación. Y quizás sea ésta, la principal razón por la cual, el trabajo principal de las asociaciones de consumidores ha estado abocado a informar, educar y orientar a los consumidores.

El intento del legislador, de acentuar la neutralidad y por así decirlo, el objeto único relacionado a la protección de los consumidores, que este tipo de entidades debe tener, refiriendo una serie de conductas prohibidas, en caso alguno fortalece jurídicamente el rol de las asociaciones de consumidores, a modo de instalarlas como un actor relevante y contraparte efectiva, frente a los proveedores también organizados colectivamente.



## CAPITULO III FINANCIAMIENTO DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

### III.1.Fondo Concursable de la LPDC

Hasta el día de hoy, gran parte del quehacer de las asociaciones de consumidores, es financiado principalmente con fondos públicos provenientes del Fondo Concursable al que se refiere el artículo 11 bis de la LPDC, que, y aunque hasta el 13 de marzo de 2019, financiaba sólo parte de las finalidades que tenían las asociaciones de consumidores, (no se podían financiar la representación individual y colectiva de los consumidores) hoy, tiene una cobertura total para cada una de las finalidades comentadas con anterioridad. Adicionalmente tiene hoy, una línea especial para aquellas asociaciones de consumidores de carácter nacional.

El Fondo Concursable, es por definición legal, un mecanismo de asignación de recursos públicos, destinado al financiamiento de las iniciativas que presenten las asociaciones de consumidores para el cumplimiento de sus objetivos. El artículo 11 bis de la LPDC describe sus componentes, su administración y la regulación aplicable a su cobertura.

#### i. Elementos que componen el Fondo Concursable.

El Fondo Concursable está compuesto por: a) los aportes que cada año se contemplan en el presupuesto del Servicio Nacional del Consumidor, b) por las donaciones que realicen para dicho efecto organizaciones sin fines de lucro nacionales o internacionales y c) por los remanentes no transferidos ni reclamados provenientes de soluciones alcanzadas a través de mediaciones (procedimiento voluntario de protección de los intereses difusos y colectivos) o en el contexto de juicios colectivos.

Su asignación se produce a través de concursos públicos de proyectos, que exige que las asociaciones de consumidores que postulen, tengan a lo menos, seis meses de antigüedad.

Por su parte, las asociaciones de consumidores pueden postular a un financiamiento total o parcial del proyecto que presentan.

ii. Administración del Fondo Concursable.

El Fondo Concursable es administrado por un Consejo de Administración del Fondo, cuya Secretaría Ejecutiva está radicada en el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y cuya constitución y composición serán reguladas por un reglamento que deberá elaborar el referido Ministerio.

Uno de los principios rectores de dicho Consejo es preservar la autonomía de las asociaciones de consumidores y de la gestión del Fondo Concursable.

iii. Testimonios de las asociaciones de consumidores, respecto de su financiamiento.

Las entrevistas efectuadas a algunas asociaciones de consumidores, permitió corroborar que la mayoría de ellas financia sus actividades con los fondos públicos del Fondo Concursable, otra, y de manera excepcional, cuenta con el apoyo de una organización comunitaria, y casi todas, realizan actividades que aprovechan los propios talentos de sus socios y dirigentes, de manera gratuita.

En respuesta a la pregunta relacionada con las formas de financiamiento, las siguientes fueron las respuestas obtenidas:

<i>¿Cómo han financiado las acciones de su asociación de consumidores? ¿De dónde obtiene el financiamiento para sus actividades?</i>	
Entrevistado 1 <sup>62</sup>	<i>“...Hace más de un año que AdC bicicultura no gana proyectos, no tiene financiamiento de ninguna otra parte que no sean los socios o de organizaciones a las cuales hemos logrado cierto alero, nosotros afortunadamente tenemos una asociación hermana que es el Centro de Bicicultura, que tiene su propio financiamiento, nos sede un arriendo sin pago, un espacio...somos una organización privilegiada en ese sentido, no dependemos de los fondos concursables ni tenemos que hacer ninguna actividad económica distinta a la naturaleza nuestra para</i>

<sup>62</sup> ROMO PIZARRO, VÍCTOR HUGO. Presidente de Asociación de Consumidores Bicicultura AdC. [Entrevista telefónica] 09 de enero de 2019.

	<i>poder subsistir...”.</i>
Entrevistadas 3 <sup>63</sup>	<i>“... Nosotros tenemos el financiamiento de los proyectos que hace el SERNAC... pero CONADECUS tiene otras áreas que son la capacitación y la asesoría jurídica – otras fuentes de ingresos - La capacitación se hace cobrando a las empresas que nos la solicitan y la asesoría legal es gratuita...”.</i>
Entrevistados 4 <sup>64</sup>	<i>“...Principalmente mediante fondos concursables, y el pago de la cuota, que siempre es complejo... para los proyectos más grandes, dependemos de estos fondos...pero hay muchas otras cosas que se hacen desde el voluntarismo, principalmente de su presidente y su tesorera...”.</i>
Entrevistado 5 <sup>65</sup>	<i>“... La asociación nuestra se financia básicamente con los proyectos que hemos enviado a SERNAC, son financiamientos muy precarios. Segundo, lo hemos financiado a través de nuestra forma de actuar que es ad honorem, nosotros trabajamos y no recibimos nada...”.</i>

En una publicación del periódico de circulación nacional, “El Mercurio”, del 23 de julio de 2017<sup>66</sup>, el presidente de ODECU, reconocía que una parte importante de sus ingresos provenían de los fondos concursables, ratificando lo que las otras asociaciones de consumidores habían señalado.

La misma publicación revelaba que si bien algunas asociaciones de consumidores podrían querer que el financiamiento de sus actividades fuera como ocurre en España, en que hay financiamiento basal del Estado, un abogado y profesor de la Universidad de Chile (Diego Pardow) prefería la fórmula de financiamiento a través de fondos concursables, señalando al efecto que *“La entrega de recursos no concursables (o por vía*

<sup>63</sup> GALLEGUILLOS MUNDACA, MARÍA CONSTANZA & CÁRCAMO, KARINA. Asesoras legales de Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - Asociación de Consumidores – CONADECUS. [Entrevista presencial] 14 de enero de 2019.

<sup>64</sup> DE LA TORRE DÍAZ, PALOMA & BUSTAMANTE, JOSÉ, directora secretaria y asesor legal de Asociación de Consumidores Circular. [Entrevista presencial] 18 de enero de 2019.

<sup>65</sup> ABARCA, JOSÉ. Director de Asociación Nacional de la Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS A.C. [Entrevista presencial] 18 de enero de 2019.

<sup>66</sup> AGURTO L, CARLOS. 2017. Asociaciones de Consumidores han recibido del Estado \$ 2.345 millones desde 2010, pero no existe "control de calidad" sobre el uso de dichos recursos. El Mercurio, Economía y Negocios, Santiago, Chile., B8-B9.

*basal) beneficiaría a los incumbentes (organizaciones que ya existen) y limitaría la posibilidad de existencia a nuevas asociaciones de consumidores. Lo que la literatura dice es que es mejor que sean concursables porque, en ese caso, los incumbentes y los desafiantes están en igualdad de condiciones a la hora de postular a fondos”.*

III.2.Fondo de Fortalecimiento de las Organizaciones de Interés Público – Fondo de la ley N° 20.500.

Una alternativa de financiamiento no explorada hasta hoy por las asociaciones de consumidores, es la que se menciona para las organizaciones de interés público, en el artículo 21 y siguientes de la ley N° 20.500 y en el Decreto N° 1, de 2013, de la Secretaría General de Gobierno.

Para las entidades que caben en esta categoría especial de organizaciones de interés público, - las asociaciones de consumidores entre ellas - se estableció el denominado “Fondo” que se financia se con los aportes, ordinarios o extraordinarios, que la ley de presupuestos contempla anualmente para tales efectos y con los aportes de la cooperación internacional que se reciban a cualquier título. El Fondo también podrá recibir y transferir recursos provenientes de otros organismos del Estado, así como de donaciones y otros aportes que se hagan a título gratuito.

El Fondo financiará proyectos o programas nacionales y regionales que se ajusten a los fines específicos a que hace referencia el inciso primero del artículo 15 de la ley N° 20.500, esto es, aquellos cuya finalidad sea la promoción del interés general, en materia de derechos ciudadanos, la asistencia social, la educación, la salud, el medio ambiente, o cualquiera otra de bien común, en especial las que recurran al voluntariado, y que estén inscritas en el Catastro de Organizaciones de Interés Público.

Sólo el trascurso del tiempo, informará si las asociaciones de consumidores pudieron obtener financiamiento a través de este Fondo, para el financiamiento de sus actividades.

III.3 Otras fuentes de financiamiento: las cuotas sociales, el producto de las actividades realizadas conforme a la LPDC.

Aunque la mayoría de las asociaciones de consumidores, sabe que la norma supletoria en materia patrimonial, es el D.L. 2.757, de 1979, y que, por tanto, las cuotas sociales son obligatorias para sus asociados, muy pocas de ellas podrían financiar el desarrollo de sus actividades, con éste ítem.

Para muchas asociaciones de consumidores, el cobro de las cuotas sociales, se hace dificultoso, en atención a que se reúnen distanciadamente en el tiempo, o en otras palabras, cobran sus cuotas sociales, sólo cuando celebran una asamblea de socios, lo que por regla general, es una sola vez al año; cuota además que es más bien un monto muy pequeño, con el cual, no podrían financiar más de una actividad.

Aquellas que cobran y perciben las cuotas sociales, finalmente las gastan en financiar lo que podría entenderse como “costos fijos”, por ejemplo, sueldos de personal administrativo, arriendos de oficinas, teléfonos, etc., pero muy difícilmente, podrían financiar los proyectos que concursan al Fondo Concursable.

Con todo y según se pudo observar de uno de los testimonios obtenidos de las entrevistas, las nuevas posibilidades de acción establecidas en la LPDC, podría facilitar que contaran con un patrimonio más incrementado. El presidente de la Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, Asociación de Consumidores - ODECU AC - Consumidores de Chile A.C<sup>67</sup>, se declaró muy a favor respecto de una de las nuevas atribuciones legales, particularmente, la autorización para celebrar contratos civiles y mercantiles, porque finalmente, dicha posibilidad, les conferiría mayor autonomía patrimonial: “... *Esta letra g), ejecutar y celebrar contratos civiles y mercantiles para cumplir con los objetivos abre una potencialidad enorme, las asociaciones de consumidores son muy precarias, extremadamente precarias ... se terminan prohibiciones odiosas, no podíamos hacer nada. Nosotros inventamos una OTEC, la certificamos y empezamos a vender servicios porque o sino moríamos, ahora con esta reforma no la vamos a necesitar ...*”.

En el reportaje del diario El Mercurio,<sup>68</sup> el mismo dirigente cuyo testimonio se ha reproducido en el párrafo anterior, comentaba haber tenido que constituir un Organismo

---

<sup>67</sup> LARENAS RIOBO, STEFAN. Presidente de Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, Asociación de Consumidores - ODECU AC - Consumidores de Chile A.C. [Entrevista presencial] 10 de enero de 2019.

<sup>68</sup> AGURTO L, CARLOS. 2017. Asociaciones de Consumidores han recibido del Estado \$ 2.345 millones desde 2010, pero no existe “control de calidad” sobre el uso de dichos recursos. El Mercurio, Economía y Negocios, Santiago, Chile., B8-B9.

Técnico de Capacitación – Otec para poder recaudar recursos con los cuales financiar las actividades que a esa fecha, realizaba su asociación de consumidores.

#### III.4.Nueva normativa sobre financiamiento, contabilidad y transparencia.

##### i. Transparencia en los ingresos y gastos de las asociaciones de consumidores.

Hasta antes de la entrada en vigencia de la ley N° 21.081, las asociaciones de consumidores, conforme al artículo 15 del D.L. 2.757, de 1979, se encontraban obligadas a confeccionar anualmente un balance, que debía ser firmado por un contador y aprobado por la asamblea de socios.

Con todo, la ley N° 21.081, sumó, al texto expreso de las facultades regularizadoras que detenta el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y que se describen en el artículo 16 del referido Decreto Ley, un nuevo parámetro de medición, exclusivo para las asociaciones de consumidores, referido a su financiamiento, contabilidad y transparencia.

El nuevo inciso final del articulado 16 del D.L. 2.757, de 1979 señala:

*“Las organizaciones a que se refiere el párrafo 2° del Título II de la ley N° 19.496 estarán sometidas a las siguientes reglas sobre financiamiento, contabilidad y transparencia:*

*1) Deberán informar sus fuentes de financiamiento a través de los canales de difusión de que dispongan, incluyendo revistas o páginas web institucionales, cuando las tengan. El Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, en el ejercicio de la función fiscalizadora señalada en el artículo 21 de esta ley, podrá realizar revisiones o auditorías sobre dichas fuentes de financiamiento. La información regulada en este numeral se extenderá a todos los montos percibidos en las causas colectivas en las que participen, incluyendo las costas procesales y personales percibidas, tanto aquellas que se determinen por sentencia judicial como aquellas que sean producto de transacciones, avenimientos o conciliaciones. La declaración de información falsa o incompleta constituirá un incumplimiento grave en los términos de la letra c) del número 2) del artículo 18 de la presente ley.*

*2) Deberán informar, a lo menos semestralmente, y de acuerdo a las instrucciones generales que les imparta el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, sus balances y*

*demás estados financieros, aplicando estándares de transparencia y presentación comunes, previamente definidos por el referido Ministerio.”*

La disposición en comento obliga a que todas las asociaciones de consumidores hagan públicos sus ingresos y gastos y, de hecho, autoriza al órgano fiscalizador, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, para que revise sus balances y demás estados financieros, pudiendo inclusive auditar las fuentes de financiamiento. La forma en que dicho organismo podrá finalmente requerir la información, deberá ser regulada a través de la dictación de instrucciones expresas, que, a la fecha de entrega de este trabajo, no hay versiones oficiales que comentar.

ii. Las prácticas de transparencia de las asociaciones de consumidores.

Una de las materias consultadas en las entrevistas realizadas a los dirigentes y asesores de las asociaciones de consumidores entrevistadas, fue precisamente identificar las medidas que realizaban y que realizarían en materia de transparencia.

Las cinco entidades señalaron no tener nada que ocultar en cuanto a sus ingresos y gastos, sin embargo, hacerlos públicos o tenerlos a disposición a todo efecto, era un poco difícil, sobre todo, para aquellas que no tienen páginas web o difusión por redes sociales. Hubo también algunas que consideraban que el tema de la transparencia se resolvía, hasta ahora, con la rendición de cuentas que las bases del proyecto financiado por el Fondo Concursable, exigía, o con la remisión de un balance anual al Ministerio de Economía, sobre los cuales, cualquier persona podría obtener información si así lo solicitaba a través del portaldetransparencia.cl Pero todas coincidían en que la implementación de las nuevas reglas de transparencia, contabilidad y financiamiento debía ser consensuada entre las asociaciones gremiales y aplicada paulatinamente en el tiempo.

Para mayor comprensión, se reproducen las respuestas obtenidas, en la siguiente tabla:

<i>¿Puede mencionar que acciones hace su asociación de consumidores?</i>	
Entrevistado 1 <sup>69</sup>	<i>“... como nosotros no tenemos sitio web de AdC Bicicultura no podemos transparentarlos por ningún otro</i>

<sup>69</sup> ROMO PIZARRO, VÍCTOR HUGO. Presidente de Asociación de Consumidores Bicicultura AdC. [Entrevista telefónica] 09 de enero de 2019.

	<p><i>medio que no sea a petición de parte... nosotros todos los años tenemos que llevar una balance al Ministerio de Economía ... tenemos una transparencia hacia las instituciones, tanto SERNAC para los proyectos que son financiados de los que reciben nuestros informes financieros, e informes de ejecución... si alguien por transparencia le pide a SERNAC... no tiene por qué negar esa información, lo mismo el Ministerio de Economía. Ahora, nos gustaría avanzar en el tema de transparencia, yo anhelo... poder tener y financiar un sitio web propio, que nos permita en una pestaña, decir transparencia y donde poder subir las actas de asambleas, los balances económicos, el detalle de gastos, etc... pero obviamente pasa por recursos...”</i></p>
Entrevistado 2 <sup>70</sup>	<p><i>“... Hasta el día de hoy nosotros tenemos que entregar un balance contable al Ministerio de Economía... este balance contable es igual que todos ... la cuota del socio tiene que estar reflejada en una línea, luego, van a venir los otros temas ...”</i></p>
Entrevistadas 3 <sup>71</sup>	<p><i>“... Nosotros ya estamos trabajando el tema de transparencia, si tu visitas nuestra página, tú vas a ver los balances hasta el año pasado, nosotros estamos muy encima en el tema de la transparencia, no lucramos...”</i></p>
Entrevistados 4 <sup>72</sup>	<p><i>“... Lo que pasa es que como los fondos han sido concursables, para eso efectivamente hay que rendirlos, sino no aprueban tu ejecución, y nosotros en la asamblea de socios ordinaria que tenemos que hacer por obligación, lo hacemos. Próximamente vamos a lanzar la plataforma circular y también, algunos asociados que han ido a cuestiones que tienen que ver con ley de transparencia</i></p>

<sup>70</sup> LARENAS RIOBO, STEFAN. Presidente de Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, Asociación de Consumidores - ODECU AC - Consumidores de Chile A.C. [Entrevista presencial] 10 de enero de 2019.

<sup>71</sup> GALLEGUILLOS MUNDACA, MARÍA CONSTANZA & CÁRCAMO, KARINA. Asesoras legales de Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - Asociación de Consumidores – CONADECUS. [Entrevista presencial] 14 de enero de 2019.

<sup>72</sup> DE LA TORRE DÍAZ, PALOMA & BUSTAMANTE, JOSÉ, directora secretaria y asesor legal de Asociación de Consumidores Circular. [Entrevista presencial] 18 de enero de 2019.



	<i>también han promovido que tengamos esas buenas prácticas... También creo que podrían haber orientaciones de parte del Ministerio, cuál es la información básica que todas las asociaciones podrían tener o deberían transparentar y cuáles son las que no son obligación...”</i>
Entrevistado 5 <sup>73</sup>	<i>“...Hay mucho control en lo que nosotros hacemos... todos los insumos, todos los proyectos están allí con su rendición, que ahora son mensuales...vamos a tener un contador, al que hay que pagarle mucha plata, porque hoy día tenemos un contador, pero ad honorem, si tu empiezas a exigirle que tenga todo, obviamente que vamos a tener que pagarle y eso implica un costo que mucha veces las asociaciones no van a poder absorber...”</i>

III.5.Comentarios respecto del financiamiento de las actividades de las asociaciones de consumidores.

Lo primero que preocupa y que llama la atención es la casi total dependencia de este grupo intermedio, para con los fondos públicos, en el financiamiento de sus actividades y el cumplimiento de las funciones que la LPDC les encomienda. Las asociaciones de consumidores tienen escasos recursos propios que permita financiar la ejecución de sus actividades.

Así también, y según se pudo concluir de las respuestas de las entrevistadas, tienen muy pocas herramientas de gestión y planificación de actividades, por las cuales, se propenda a la autonomía de recaudación de fondos y de financiamiento de las actividades.

Sin embargo, es un logro para este sector de la sociedad civil, contar con el aporte específico del Estado, y aunque sea por la vía de concursos públicos, disponer de un financiamiento mínimo para cumplir con sus funciones.

Otro tema no resuelto en esta parte del análisis, y que seguramente será motivo de debate, al menos, al interior de las asociaciones de consumidores que funcionan

<sup>73</sup> ABARCA, JOSÉ. Director de Asociación Nacional de la Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS A.C. [Entrevista presencial] 18 de enero de 2019.

activamente, será el relacionado al sentido y alcance de los estándares comunes de transparencia en su contabilidad y financiamiento.

Cómo así pudo observarse, al momento de decidir las identidades de las entidades que se entrevistarían, muy pocas de las asociaciones de consumidores tienen canales de difusión o páginas web en las que se difundan públicamente sus fuentes de financiamiento, y seguramente, lo primero que deberán proporcionarse, será una vía de comunicación social funcional y eficiente. Lo segundo que seguramente, también generará un problema, es la remisión semestral de los estados financieros y de sus balances, ya que y, de hecho, según también se pudo constatar, con dificultad logran confeccionar el balance anual.

## CAPITULO IV ORGANIGRAMA INTERNO: ÓRGANO DELIBERANTE, ÓRGANO ADMINISTRATIVO Y ÓRGANO DE CONTROL.

### IV.1.Asamblea de socios de una asociación de consumidores.

Se suele afirmar que la asamblea de socios, es la voluntad de cualquier persona jurídica, que constituye el órgano soberano de la misma, *“no en el sentido de que su actividad no esté sujeta a limitaciones, que las tiene múltiples, sino en cuanto que sus componentes no son designados por nadie, pues lo son en virtud de su calidad de socios, y a la vez porque no deben rendir cuentas de actividad a nadie”*<sup>74</sup>.

La asamblea de socios de una asociación de consumidores es el órgano preeminente de la organización, representa la voluntad de la asociación, la que por su parte, se materializa en el ejercicio del derecho a voto por parte de los socios que la conforman, le corresponde tratar cualquier asunto que se relacione con los intereses sociales, elige por ejemplo, al directorio y a los integrantes de la comisión revisora de cuentas, conoce de la rendición que de la administración del patrimonio social formule cualquiera de dichos órganos, modifica o complementa los estatutos sociales y en el fondo, acuerda todas las decisiones que le encomiende el estatuto interno.

Por aplicación del D.L. 2.757, de 1979, se pueden reunir ordinariamente o extraordinariamente, autorizando a realizarse en cualquier sede social, debiendo eso sí, tratar sólo materias concernientes a la respectiva entidad.

En algunas ocasiones, se cree que la asamblea de socios, por detentar el poder deliberativo de la asociación de consumidores, puede hacer todo lo que estime pertinente, pero no hay que olvidar que sus limitaciones, que las tiene, están dadas por las competencias reguladas en los estatutos, y por el reconocimiento que debe hacer, a las atribuciones de los demás órganos internos.

En este sentido, la asamblea de socios no puede desempeñar las atribuciones del directorio, ni la de ningún otro órgano interno, no puede, por ejemplo, resolver por sí, y en única instancia, la expulsión un socio, si para dicho procedimiento, se ha regulado la participación de otros intervinientes. Tampoco podría tomar decisiones que pudieren no estar contempladas en los estatutos, a título de llenar los vacíos normativos, pero que

---

<sup>74</sup> FERRADA, Francisco, *Sociedades y Empresarios* (Editorial Revista de Derecho Privado, Madrid) pág. 160. En PUELMA LYON, Alberto, *Personas Jurídicas Abuso de la Forma - Gobierno Corporativo y Responsabilidad Derechos y Obligaciones de los Miembros - Divisiones Fusiones - Conflictos de Interés – Control*. Ediciones Universidad Católica de Chile, pág. 127. 2003.

podieran resultar irregulares o ilegales para el ordenamiento común, como sería el acuerdo de redistribución del patrimonio social a sus asociados, que está expresamente prohibido en la LPDC.

La asamblea de socios constituye la voluntad de la asociación de consumidores, pero está sujeta a lo que el propio estatuto le imponga o a lo que el ordenamiento común le prohíba.

#### IV.2. Directorio de una asociación de consumidores.

El directorio de una asociación de consumidores, es el órgano encargado de su administración y representación, no puede faltar a ninguna de ellas, en tanto sin él, no podría actuar la asociación. Como órgano administrador, debe cumplir y hacer cumplir los acuerdos de la asamblea, es el mandatario de ésta. Sin perjuicio de ello, debe oponerse a los mandatos que importen infracción de los estatutos internos y de las leyes aplicables.

Según Alberto Lyon Puelma, la facultad de administración que detenta el directorio, dice relación con la posibilidad de realizar todos los actos necesarios o conducentes, directa o indirectamente, a la consecución de los fines y en cumplimiento de los estatutos sociales, en tanto la facultad de representación es aquella a través de la cual, se puede obligar frente a terceros. Por lo mismo, la representación es un elemento esencial de la administración<sup>75</sup>.

El D.L. 2.757, de 1979, exige que respecto de dicho órgano se regulen el número de integrantes, y sus atribuciones, señala que quien se desempeñe como presidente, es su representante legal y extrajudicial, y que todos sus integrantes, responderán solidariamente y hasta de culpa leve en el ejercicio de la administración del patrimonio social, sin perjuicio de la responsabilidad penal del caso.

La misma norma prescribe cinco requisitos para poder ser director de una asociación de consumidores, que son: a) ser chileno. Sin embargo, podrán ser directores los extranjeros siempre que sus cónyuges sean chilenos, o sean residentes por más de cinco años en el país o tengan la calidad de representantes legales de una entidad, afiliada a la organización, que tenga a lo menos tres años de funcionamiento en Chile. b) Ser mayor de 18 años de edad; c) Saber leer y escribir; d) No haber sido condenado por crimen o

---

<sup>75</sup> PUELMA LYON, Alberto, Personas Jurídicas Abuso de la Forma - Gobierno Corporativo y Responsabilidad Derechos y Obligaciones de los Miembros - Divisiones Fusiones - Conflictos de Interés - Control Ediciones Universidad Católica de Chile, pág. 143 - 151. 2003.

simple delito, y e) No estar afecto a las inhabilidades o incompatibilidades que establezcan la Constitución Política de la República o las leyes.

La LPDC impone otra clase de requisitos (negativos) para ser director de una asociación de consumidores, señalando que no pueden haber sido condenados por delitos concursales, o por delito contra la propiedad o que hubiere sido sancionado con pena aflictiva, (sólo mientras dure la condena), o el sancionado como reincidente por denuncia temeraria o por denuncias temerarias reiteradas. Tampoco podrá serlo el que ejerza cargos de elección popular ni los consejeros regionales.

La LPDC, autoriza que los dirigentes de asociaciones de consumidores, puedan ser dueños o accionistas propietarios de más del 10% del interés social de una empresa o sociedad, pero deberán abstenerse de intervenir en la adopción de acuerdos relativos a materias en que tengan interés comprometido en su condición de propietarios o ejecutivos de dichas empresas. La contravención a esta prohibición será sancionada con la pérdida del cargo directivo en la organización de consumidores, sin perjuicio de las eventuales responsabilidades penales o civiles que se configuren. Será circunstancia agravante de la responsabilidad penal de los dirigentes de las asociaciones de consumidores, la comisión de actos o celebración de convenciones que contravengan lo sancionado en el artículo 1° del D.L. 211, de 1973 – hoy D.F.L. 1, de 2005.

El Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, puede cursar multas a uno o más dirigentes de la asociación de consumidores, habiendo para ello, realizado un proceso de fiscalización en el que se hubieren detectado incumplimientos de norma estatutaria o de los preceptos del D.L. 2.757, de 1979. Del pago de dichas multas, responderán los dirigentes, personalmente, sin cargo al patrimonio de la asociación.

Así también, la declaración de temeraria que resuelva el juez competente, de una o más acciones interpuestas por una asociación de consumidores, sin el consentimiento previo de la asamblea, puede conllevar el pago de multas u clase de sanciones, de las que deberán responder personal y solidariamente los dirigentes de la asociación sancionada.

En Chile, la mayoría de los dirigentes de las asociaciones de consumidores, y de los socios que pueden colaborar en el ejercicio de sus funciones, lo hacen ad-honorem. El patrimonio de las asociaciones de consumidores alcanza, a penas y en contadas expresiones, a reembolsar los gastos en los que incurren. Salvo contadas excepciones, los dirigentes de las asociaciones de consumidores pueden dedicarse exclusivamente a trabajar en los objetivos legales, la mayoría de las veces, su trabajo principal y

remunerado está en otros espacios, distintos del de la asociación, y se dedican a ella, fuera del horario laboral.

#### IV.3.Comisión Revisora de Cuentas.

Todas las asociaciones de consumidores deben también contar con un órgano interno encargado de su control patrimonial, y que usualmente, suele denominarse comisión fiscalizadora o revisora de cuentas.

En las asociaciones de consumidores, el patrimonio de la organización, o la inversión de sus fondos, es administrado y decidido por el directorio de las mismas, mandatado por la asamblea de socios, pero finalmente, decidido por el directorio de la asociación; patrimonio además que, legalmente no pertenece a los afiliados, no puede ser distribuido a ellos, bajo ningún pretexto, ni aún en caso de disolución.

En estas circunstancias, es esencial que exista un grupo de socios de asociación de consumidores que controle, fiscalice y verifique que la administración del patrimonio a cargo del directorio, se efectúe conforme a la ley.

A diferencia de lo que ocurre con los directores, para los integrantes de la comisión revisora de cuentas, no existen legalmente, requisitos ni prohibiciones, resultando en la práctica, que la casi totalidad de los estatutos de las asociaciones de consumidores, les hacen aplicables las mismas materias establecidas para estos efectos, para el directorio.

Eventualmente y si bien las leyes aplicables, nada señalan, pueden existir otros órganos internos de control, cuya finalidad sea controlar otros aspectos distintos de la administración del patrimonio, por ejemplo, una comisión de disciplina o ética, que normalmente estará encargada de vigilar la observancia de las obligaciones que, tanto para los socios como para los directores, puede imponer el estatuto interno de la asociación de consumidores.

#### IV.4.Comentarios relacionados con el organigrama de una asociación de consumidores.

Desde un punto de vista práctico, parece democrático y eficiente, que las asociaciones de consumidores posean un organigrama interno como el descrito, en el que la voluntad soberana esté radicada en la asamblea de socios, el poder ejecutivo, en un directorio y el control interno, en otro órgano compuesto por los propios socios, una comisión revisora de cuentas, validando con ello, la autonomía que les caracteriza.

No obstante contar con el mismo organigrama, cada una de las asociaciones de consumidores inscritas en el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, ha demostrado ser diferente una de la otra; ósea, aun cuando todas ellas, poseen regulación estatutaria relativa a las atribuciones de cada uno de sus órganos internos, y aun cuando todas comparten y reconocen el rol que tiene su asamblea, su directorio y su comisión revisora de cuentas, en la práctica, la funcionalidad, profesionalización y desarrollo de sus actividades, es muy distinta.

Una decena de las asociaciones de consumidores nacionales aproximadamente, cuenta con oficinas centrales y personal administrativo contratado, pero la gran mayoría de ellas, asume que por la naturaleza jurídica que tienen las asociaciones de consumidores, organizaciones sociales sin fines de lucro, todo el trabajo y desempeño de sus socios y dirigentes, es una especie de voluntariado, y por ende, priorizan la consecución de los fines legales, por sobre la dotación de una sede social o de un equipamiento mínimo para realizar las asambleas o reuniones ordinarias. Se podría decir, que, salvo aquellas que tienen oficinas propias y cuyos dirigentes y personal son efectivamente remunerados, las demás asociaciones de consumidores, visibilizan su trabajo, a través de la concreción de los proyectos que se adjudican a través del Fondo Concursable.

## Conclusiones y Recomendaciones

El objetivo general de esta tesis era describir el marco regulatorio de las asociaciones de consumidores en Chile, atendido el hecho de que tras, 15 años desde la última modificación legal en esta materia, el 14 de marzo de 2019, entraba en vigencia la ley N° 21.081, que sumó un nuevo cuerpo normativo subsidiario, el de las Asociaciones de Interés Público, eliminó el carácter taxativo que hasta antes de esa fecha, tenían las funciones de las entidades en comento, corrigió las prohibiciones a las cuales se encontraban sometidas, y complementó el fondo público con el que la gran mayoría de ellas, financian su quehacer.

Por tanto, fue necesario, en primer término, acercarse al concepto jurídico y legal de las asociaciones de consumidores, y describir cuál es la forma en que se constituyen y como desaparecen de los registros respectivos, para luego, concluir, en esta primera parte, que, si bien el legislador las dota de una definición legal, lo cierto es que la misma, no resulta del todo descriptiva de lo que en la realidad significan este tipo de entidades jurídicas de derecho privado. La razón de dicha deficiencia radica, en mi opinión, en la ausencia de un constructo académico, doctrinario o legal inclusive que precise e identifique claramente los alcances de la expresión “asociatividad” implícito en el de asociación de consumidores. Pero quizás, se necesiten más disciplinas que la del Derecho, para aclarar el sentido y alcance de dicha expresión.

No puede dejar de mencionarse la escasa doctrina que respecto de este tipo de expresiones asociativas hay a nuestra disposición. En Chile, no sólo son escasas las asociaciones de consumidores que están dispuestas a conversar libremente de qué son y qué es lo que hacen, sino que también, hay poquísimos académicos y juristas que puedan desarrollar dichas ideas.

En cuanto al procedimiento de constitución de una asociación de consumidores, se concluyó que éstas cuentan con un procedimiento sencillo y ágil, pero que, a pesar de ellos, las cifras del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, no se incrementan. Una vez más se insiste en que, y a pesar de los esfuerzos legislativos, el fortalecimiento de entidades como las asociaciones de consumidores, no pasa necesariamente por dotarlas de un concepto claro y entendible por todos o de un proceso de constitución sencillo, detrás del escaso número de asociaciones de consumidores, habrían aspectos sicosociales (confianza en los demás y en las instituciones públicas o privadas) que pueden estar influyendo en este muy escaso crecimiento.



A efectos de la disolución o de la pérdida de la personalidad jurídica de una asociación de consumidores, me concentré en el precepto normativo que obliga dicho tipo de entidades a traspasar su patrimonio final, a una entidad distinta de los socios que la componen. Curiosa elección la del legislador, de elegir un marco regulatorio que, en esta materia, no especifica o no impone que dicha transferencia se realice a una institución de beneficencia, sino que sólo prohíbe que lo reciban los socios de la asociación de consumidores. En la práctica, ese vacío normativo ha llevado que varias asociaciones de consumidores identifiquen como destinatario de bienes, al Fondo Concursable, lo que finalmente, será difícil de concretar, por la falta de capacidad para percibir que tiene el referido fondo público. Mi recomendación en esta materia, sería corregir la ambigüedad de la norma y decretar claramente, quienes pueden ser destinatarios del patrimonio de una asociación de consumidores disuelta, pudiendo en dicho espectro, no sólo aprobar a las entidades de beneficencia, sino y por ejemplo, a otros tipos de persona jurídicas que pudieren relacionarse con la educación en materia de protección de los derechos de los consumidores.

En el segundo capítulo, se desarrollaron las funciones y prohibiciones de las asociaciones de consumidores, complementando el resultado de dicha investigación, con las respuestas que cinco de ellas emitieron a una entrevista semi estructurada. El desafío era ambicioso en términos de contenido, por cuando se pretendía responder las siguientes preguntas: ¿Cuánto de su objetivo legal cumplen las asociaciones de consumidores en la actualidad? ¿Sólo una parte de sus finalidades o la totalidad? Si es una parte, ¿qué obstaculiza que no cumplan la totalidad de las tareas encomendadas por el legislador? ¿Es suficiente el rol que les impone la LPDC o se requieren más políticas públicas a su favor, mayor fortalecimiento, mejores plataformas de visibilización? ¿Quiénes podrían colaborar en la difusión del rol de las asociaciones de consumidores, el Servicio Nacional del Consumidor, las Universidades acreditadas? Lo primero que cabe señalar es que las asociaciones de consumidores efectivamente no cumplen con la totalidad de las funciones encomendadas por el legislador, ni antes ni ahora; en el transcurso de los 22 años que tiene la LPDC, han sido selectivas a la hora de definir el cumplimiento de ciertas finalidades legales, particular y mayormente con aquellas que tienen que ver con la información, educación y orientación y sólo algunas, con la representación judicial o administrativa de los consumidores.

Por su parte, una somera inspección de las páginas web que algunas de las asociaciones de consumidores tienen, permite arribar a la misma conclusión anterior, en

términos de constatar que la mayoría de ellas se ha dedicado casi exclusivamente, a las funciones de información y educación, unas pocas, han ejercido acciones judiciales a favor de la representación del interés colectivo y difuso, y casi ninguna de ellas, ha realizado las funciones de difusión de la LPDC de la letra a) del artículo 8°, como tampoco, ninguna de ellas, ha participado alguna vez en los procesos de fijación tarifaria de los servicios básicos domiciliarios de la letra f) del artículo 8° de la misma normativa.

En la justificación de la selectividad, la unanimidad de las entrevistadas argumentó los precarios financiamientos propios, la poca cuantía de los proyectos concursables y la imposibilidad que antes tenía el Fondo Concursable, para costear el ejercicio las representaciones judiciales, pero que ahora autoriza, encomendándose la construcción de una regulación especial.

El trabajo de las asociaciones de consumidores nacionales, efectivamente ha estado orientado a educar e informar y orientar a los consumidores, en las más diversas materias, y es correcto afirmar, que varios de dichos trabajos han podido respaldar el diseño de nuevas políticas públicas, (como, por ejemplo, los estacionamientos de bicicletas en edificaciones de reciente construcción o los sellos en algunos alimentos). Sin embargo, falta un trabajo directo de dichas asociaciones, en las Facultades de Derecho, de las distintas Universidades Nacionales, no sólo para encantar a potenciales socios, que después puedan presar sus servicios profesionales a menor costo, sino también, al mundo académico de dichas instituciones, a los cuales necesariamente habría que sumar y atraer el de otros especialistas de otras Facultades (como las de Negocios y Economía o de Periodismo). Con dicho entramado de redes, las asociaciones de consumidores no sólo ganarían mejores alternativas para poder ejercer las funciones de representación judicial y administrativa que la LPDC les encomienda, sino que también, se podrían afianzar las capacidades técnicas de quienes dirigen la asociación de consumidores y con ello, hacer una mejor gestión de la misma.

Se echa de menos en el catálogo de las asociaciones de consumidores, alguna que apunte a la profesionalización no sólo de los dirigentes en su rol, sino también, en el conocimiento que tanto de dicha normativa, como de las regulaciones complementarias le cabe a todos los consumidores.

A propósito de la función de participar en la fijación de los servicios básicos, y de la discusión actual del costo de los medidores inteligentes, ninguna asociación de consumidores ha desempeñado históricamente dicha función, argumentando el costo elevado de contratar al experto que pudiera representarlos. Insisto entonces, en la

necesidad de profesionalizar y capacitar no sólo los representantes de las asociaciones de consumidores, para que, por ejemplo, puedan participar de dichos procesos, sino también, a los potenciales socios de una asociación de consumidores especialista en servicios básicos. ¿Por qué no existe ninguna asociación de consumidores que se haya constituido, por ejemplo, al alero de una Escuela de Ingeniería con mención en alguno de servicios básicos? La respuesta parece ser una vez más, el rasgo cultural e idiosincrático de individualidad imperante en nuestro país.

A propósito de las prohibiciones impuestas recientemente para las asociaciones de consumidores, considero que se debió declarar expresamente que dichas entidades no persiguen fines de lucro, pero seguramente ello no se hizo por la ausencia de consuno entre los legisladores, respecto del sentido y alcance de dichas expresiones.

En el capítulo siguiente, se abordó el tema del financiamiento de las asociaciones de consumidores, respecto del cual, ya se ha comentado latamente la relación directamente proporcional que existe entre la cuantía del Fondo Concursable y la ejecución de los proyectos por parte de las mismas, para el cumplimiento de sus finalidades y la precarización de los recursos obtenidos a través de las cuotas sociales.

Eventualmente, dos de las nuevas actividades incorporadas por la ley N° 21.081, permita acrecentar el patrimonio de las asociaciones de consumidores y con ello, quizás puedan realizar más de una o dos de las finalidades encomendadas por la LPDC. Quizás también, aquellas asociaciones que dejaron de actuar ante el Ministerio de Economía Fomento y Turismo, puedan “revivir” y encuentren espacios para poder actuar.

Sin embargo, no puedo dejar de mencionar lo que se deja entrever en esa estrecha relación que tienen las asociaciones de consumidores para con el Fondo Concursable, en torno a que resultan más beneficiadas las que son más afines a la agenda de la autoridad política de turno y por tanto, los proyectos que se concursan y que se adjudiquen, irán también en la línea de dicha agenda. Por ello, resulta esencial recomendar institucionalizar y despolitizar el Consejo que administra el Fondo Concursable.

En esta materia, también resulta sugerirle establecer convenios de colaboración con Universidades acreditadas o institutos profesionales que impartan la carrera de contabilidad, a fin de poder colaborar en el cumplimiento de la nueva obligación impuesta por la ley N° 21.081 y el D.L. 2.757, de 1979, respecto a la revisión semestral de estados financieros y balances de la asociación.

Igualmente, esencial será la normativa que el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo desarrolle a favor de los criterios comunes en materia de transparencia, contabilidad y financiamiento de las asociaciones de consumidores.

Por último, y en relación al capítulo de los órganos internos de las asociaciones de consumidores, se concluyó que si bien es eficiente y es parte de la autonomía de este tipo de entidades, dotarse de un órgano deliberativo, la asamblea, de uno ejecutivo, el directorio y de uno que controle internamente la administración del patrimonio de la asociación, la comisión revisora de cuentas, es claro también, que el éxito en el desempeño de sus funciones estará basado en el conocimiento de los respectivos estatutos y de las confianzas propias a este tipo de entidades.

En los casi 22 años que han transcurrido, desde la publicación de la LPDC y en los casi 15 años que datan desde la última modificación introducida al estatuto de las asociaciones de consumidores, antes de la ley N° 21.081, éstas no se han posicionado como un actor relevante y conocido en materia de protección de los derechos del consumidor; de hecho, la ciudadanía cree que es el Servicio Nacional del Consumidor – SERNAC, y por ende, el Estado, el que debe proteger sus derechos como consumidores, lo que hasta cierto punto, es correcto, pero lo lamentable es el desconocimiento de la figura de las asociaciones de consumidores, que son la alternativa para que la sociedad civil pueda organizarse y proporcionarse la protección en materia de derecho de consumo. ¿Qué pasa en nuestro país, que las asociaciones de consumidores no pueden mantener una línea de trabajo constante? La respuesta que yo tengo, tiene que ver más con factores culturales y de idiosincrasia que hacen que cualquier expresión asociativa sucumba, y se prefiera el individualismo al trabajo colectivo.

Desde mi propia experiencia, cuando la asociatividad, cualquiera sea su forma, se instrumentaliza y en el fondo, se conforma para, por ejemplo, aprovechar los recursos públicos provenientes del Fondo Concursable, la asociación va directo al fracaso, no sólo en términos que, ejecutado el proyecto, se acaba el financiamiento, sino que, la falta de prospección y planificación a largo plazo, hace que los integrantes de la asociación se “desencanten”, se aparten o la abandonen, desapareciendo por ausencia de socios que lleven a cabo el quehacer encomendado en la LPDC. Si este grupo de personas, que, por regla general, no tiene parentesco común, que reúne por tanto, a personas desconocidas, cuyo único vínculo es el interés por proteger a través de la educación, en primer lugar, a sí mismos, y en segunda instancia, al resto de los consumidores, no tiene una pauta inicial clara de que deben hacer, bien pueden darse muchas situaciones de discordia y de

diferencia de opiniones y muy pocos consensos, lo que conllevará finalmente a que la asociación de consumidores, sucumba, se silencie, desaparezca y fracase.

## Bibliografía

- 19.496, Historia de Ley. (06 de Noviembre de 1992). *Biblioteca del Congreso Nacional*. Recuperado el 14 de Febrero de 2019, de Primer Informe de Comisión de Economía: <https://www.bcn.cl/historiadela-ley/nc/historia-de-la-ley/6746/>
- AGURTO L, C. (23 de julio de 2017). Asociaciones de Consumidores han recibido del Estado \$ 2.345 millones desde 2010, pero no existe "control de calidad" sobre el uso de dichos recurso. *El Mercurio*, pág. B8 y B9.
- Asociación de Consumidores Bicicultura AdC. (Entrevista telefonica 09 de Enero de 2019). Romo Pizarro, Víctor Hugo - Presidente.
- Asociación de Consumidores Bicicultura AdC. <https://www.bicicultura.cl/>. Recuperado el 29 de septiembre de 2019
- Asociación de Consumidores Circular – AdC CIRCULAR – Asociación de Consumidores Sustentables de Chile – Asociación de Consumidores Sustentable. (Entrevista presencia 18 de Enero de 2019). de la Torre Díaz, Paloma & Bustamante, José.
- Asociación de Consumidores Circular – AdC CIRCULAR – Asociación de Consumidores Sustentables de Chile – Asociación de Consumidores Sustentable. <https://www.adccircular.org/>. Recuperado el 29 de septiembre de 2019
- Asociación Nacional de la Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS A.C. (Entrevista presencial 18 de Enero de 2019). Abarca, José.
- CHILE. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. D Ley 19.496 que establece normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores. (07 de marzo de 1997).
- CHILE. Ministerio del Trabajo y Previsión Social. Decreto Ley 2.757 establece normas sobre Asociaciones Gremiales. (04 de julio de 1979).
- Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - Asociación de Consumidores - CONADECUS. <https://www.conadecus.cl/educacion-para-el-consumo/> Recuperado el 29 de septiembre de 2019
- Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - Asociación de Consumidores - CONADECUS. (Entrevista presencial 14 de enero de 2019). Galleguillos Mundaca, María Constanza & Cárcamo, Karina.
- Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios. <https://www.conadecus.cl/educacion-para-el-consumo/>. Recuperado el 29 de septiembre de 2019

- DOMINGUEZ ARGOMEDO, FRANCISCO. (2014). *Academia de Derecho y Consumo. Universidad Diego Portales*. Recuperado el 20 de diciembre de 2018, de Las competencias de las asociaciones de consumidores a la luz de la legislación vigente y el proyecto de ley de fortalecimiento del SERNAC: <http://derechoyconsumo.udp.cl/wp-content/uploads/2015/05/LAS-COMPETENCIAS-DE-LAS-ASOCIACIONES-DE-CONSUMIDORES-A-LA-LUZ-DE-LA-LEGISLACION-VIGENTE-Y-EL-PROYECTO-DE-LEY-DEL-FORTALECIMIENTO-DEL-SERNAC.-Francisco-Dominguez-Argomedo-.pdf>
- <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>. (s.f.). *Normas de Protección y Defensa de los Consumidores. Autoridad de Aplicación. Procedimiento y Sanciones. Disposiciones Finales*. Obtenido de Información Legislativa. Ministerio de Justicia y Derechos Humanos Presidencia de la Nación.
- <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-20555>. (s.f.). *Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias*. Obtenido de Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado.
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (20 de diciembre de 2018). *Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual*. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/CodigoDProteccionyDefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e>
- Ley 19.496. (1997). Establece normas sobre Protección a los Derechos de los Consumidores. Chile.
- LYON PUELMA, Alberto. (2003). *Personas Jurídicas Abuso de la Forma - Gobierno Corporativo y Responsabilidad Derechos y Obligaciones de los Miembros - Divisiones Fusiones - Conflictos de Interés - Control*. Santiago: Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, Asociación de Consumidores - ODECU AC - Consumidores de Chile A.C. <https://www.odecu.cl/category/estudios/> Recuperado 29 de septiembre de 2019
- Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, Asociación de Consumidores - ODECU AC - Consumidores de Chile A.C. (10 de Enero de 2019). Larenas Riobo, Stefan.
- QUIROZ VALENZUELA, HERNÁN. (2013). En C. P. Iñigo de La Maza Gamuri, La Protección de los Derechos de Los Consumidores Comentarios a la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores (págs. 201-255). Fundación Fernando Fueyo Laneri. Legal Publishing.

- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (s.f.). Diccionario de la Lengua Española. Obtenido de <<http://www.rae.es/>> [consulta:01 marzo 2019]
- SANDOVAL LÓPEZ, R. (2004). Derecho del Consumidor. Santiago: Editorial Jurídica.



## Anexo 1 Cuestionario para dirigentes y asesores de asociaciones de consumidores

A continuación, se reproducen las preguntas que se formularon a los dirigentes y asesores de cinco asociaciones de consumidores entrevistadas para efectos de este trabajo.

1. Identificación de la encuestadora y obtención de datos de identificación del entrevistado
2. ¿Conoce las normas por las cuales se rigen las asociaciones de consumidores?
3. ¿Puede mencionar que acciones hace su asociación de consumidores? (pregunta de desarrollo, para conocer no sólo las acciones que se realizan, sino para acercarse a la posibilidad de ver si se realizan acciones de las prohibidas, ex pregunta 11)
4. ¿Qué opinión le merecen las funciones definidas por la legislación para las asociaciones de consumidores? Buena o mala.
5. En otras palabras, ¿Considera usted que las funciones que tienen las asociaciones de consumidores se pueden cumplir en su totalidad o sólo en parte?
6. Si responde que sólo se pueden cumplir en parte, ¿Cuáles son las que se pueden cumplir?
7. ¿Qué cree usted que deberían hacer las asociaciones de consumidores?
8. ¿Cómo han financiado las acciones de su asociación de consumidores? ¿De dónde obtiene el financiamiento para sus actividades?
9. ¿Qué acciones realiza su asociación en materia de transparencia? ¿Cómo es posible obtener información sobre financiamiento y gastos de su asociación?
10. El 13 de septiembre de 2018, se publicó la ley 21.081 que introdujo modificaciones a la Ley de Protección al Consumidor y a las asociaciones de consumidores, ¿ha tomado conocimiento de dichas modificaciones?
11. ¿Cómo tomo conocimiento de las modificaciones?, ¿participó de las discusiones en el Congreso?, ¿alguien se lo comentó? ¿las ha estudiado personalmente?
12. Con dicha modificación legal, desapareció el carácter taxativo de las funciones de las asociaciones de consumidores, ¿Puede mencionar alguna de las nuevas funciones que pueden desarrollar las asociaciones de consumidores con el cambio de ley?
13. La nueva legislación ¿facilita o entorpece el accionar de las asociaciones de consumidores?
14. En relación a la nueva legislación ¿qué opinión le merecen las normas sobre financiamiento de las asociaciones y las obligaciones de transparencia?

15. En el transcurso de 13 años, se ha modificado dos veces las funciones y prohibiciones de las asociaciones de consumidores, ¿a usted que le parecen dichos cambios? ¿Son suficientes o que recomendaría a considerar en lo futuro?

## Anexo 2 Respuestas de dirigentes y asesores de asociaciones de consumidores

En la siguiente tabla, se han transcrito las respuestas brindadas por los dirigentes o asesores de las asociaciones de consumidores entrevistadas para este trabajo, identificando su identidad, la fecha en que fue formulada la entrevista y la entidad a la que pertenece.

No todas las preguntas pudieron ser respondidas por los entrevistados, sin embargo, este trabajo se ha enriquecido con los testimonios que cada uno de ellos, brindó.

<b>VÍCTOR HUGO ROMO PIZARRO - Presidente de Asociación de Consumidores Bicultura AdC - Entrevista telefónica realizada el día 09 de enero de 2019</b>	
Identificación de la encuestadora y obtención de datos de identificación del entrevistado	Víctor Hugo Romo, presidente de la bicultura adc
¿Conoce las normas por las cuales se rigen las asociaciones de consumidores?	Claro, nosotros nos regimos por la ley del ministerio de economía que tiene que ver con las asociaciones gremiales, esa es la ley que nos rige. Ahora hay una ley específica que es la ley de consumidores donde hay algunas condiciones y atributos y responsabilidades muy especificadas de las adc, en la nueva ley viene con mayor detalle incluso, tiene que ver con funcionamiento, con transparencia, con uso de recurso, con como organización, que pueden hacer las adc para su sustento, que no pueden hacer etc.
¿Puede mencionar que acciones hace su asociación de consumidores? (pregunta de desarrollo, para conocer no sólo las acciones que se realizan, sino para acercarse a la posibilidad de ver si se realizan acciones de las prohibidas, ex pregunta 11)	Una asociación de consumidores en la nueva ley que entra a regir ahora en marzo puede contratar servicios, prestar servicios, generar recursos adicionales a los del fondo concursable, puede prestar asesorías, etc. Es decir, puede buscar el sustento no sólo en los recursos que provee el Estado, sino que también en llegar a acuerdos con privados, eso en relación con los recursos.  En relación a su funcionamiento, hoy días las adc pueden representar a los consumidores, pueden iniciar juicios colectivos o defensas individuales, caso a caso, pueden

	<p>asesorar a los consumidores, informar de sus derechos y deberes, etc.</p> <p><i>(la entrevistadora comenta hay normas que no se cambiaron y que tienen que ver con el concepto de las asociaciones de consumidores, como una entidad que representa a sus socios, pero también a quienes lo requieran)</i></p> <p>Si por supuesto, de acuerdo al perfil. No olvides que las asociaciones de consumidores se han constituido por focos de interés, por ejemplo, hay asociaciones que se dedican a la defensa de los temas bancarios, de los temas de salud, de los fármacos, reciclaje y del consumo y economía circular, como es el caso de la asociación circular, nosotros hemos puesto el foco en los usuarios de bicicletas como consumidor y eso es muy interesante, porque SERNAC, desde hace 6 años, que reconoció una mirada consumerista al tema del usuario de la bicicleta dado que se había incorporado ya no solo como un uso recreativo sino que como medio de transporte. Cuando la bicicleta se convierte en un medio de transporte pasa a ser también un objeto de consumo, consumes facilidades para su uso, consumes por supuesto accesorios y maquinaria, etc. Entonces se abre un campo ahí de personas vulneradas que hasta hoy día no tenían claro algunos derechos privativos que son al transporte, por ejemplo, tú como usuaria de un vehículo motorizado sabes que vas a llegar a un destino y en alguna parte vas a tener tu estacionamiento, en el caso de los usuarios de la bicicleta como medio de transporte, no lo tenían y en ese sentido lo que hizo Bicicultura fue revelar el tema, instalar el tema de los bici estacionamientos y hoy día ves estacionamientos de bicicletas en las distintas comunas, las más desarrolladas, por ejemplo, como Providencia o Santiago. Ves una cantidad de estacionamientos públicos disponibles. Logramos poner una normativa en el MINVU que indica que todos los edificios que se construyen a partir del 2009 primero y luego del 2011 en adelante tienen que tener de acuerdo a su capacidad de uso una cantidad por así decirlo equiparada a lo que son los estacionamientos de automóviles motorizados. A tal cantidad de vehículos motorizados una tal cantidad de</p>
--	--

	<p>estacionamientos para bicicletas. Todos los edificios públicos y privados que se construyen a partir de esa fecha en adelante tienen que tenerlo, y esa normativa nos ha permitido por ejemplo tener hoy día que el usuario de la bicicleta sabe que, si va a comprar al centro, en alguna parte va a encontrar un estacionamiento para dejar su bicicleta de manera segura.</p> <p><i>(La entrevistadora consulta si considera que la voluntad del legislador calza con la voluntad del usuario. Tú estás seguro que al usuario le interesa)</i></p> <p>Sí, yo creo que, al usuario, en este caso al consumidor, a la Asociación de Consumidores, a las asociaciones nos conviene que se abra la posibilidad de dar ese salto a la organización a través de tardía, pero también sentimos en ello un temor, que el Estado no se desentienda del rol que tiene en cuanto a asegurar que existan organizaciones sin fines de lucro, independientes de intereses económicos y de empresa, que puedan dedicarse a la defensa de los consumidores. Diría que no es en mala sino que vamos a ver cómo se da en el tiempo y cómo esta nueva orientación que trae la ley hacia las ADC, va permeando a las organizaciones y las va haciendo comportarse. Hoy día estamos todos preocupados, por ejemplo, de contratar o de tener en nuestras filas abogados, egresados de derecho y todo que puedan ayudarnos al nuevo carácter que van a tener las ADC, que es representativo, que va a ir a litigar, va a llegar a tribunales no solo va ser en términos filosóficos de políticas de consumo como hasta ahora lo habíamos hecho y más o menos, lo sostenía, hoy día tenemos la necesidad de cercar profesionales en el área legal.</p> <p><i>(la entrevistadora pregunta podrías decirme si tu Asociación en particular las cumple todas las finalidades, o solo parte y por qué cumple solo parte)</i></p> <p>La de difundir contenidos normativos es como difundir la ley, no</p> <p>Difundir derechos y responsabilidades de los consumidores: Bicicultura elaboró una guía de compras inteligente de bicicletas que puedes revisar en nuestro sitio web en una pestaña específica, esa guía que existe impresa, nosotros la</p>
--	---

	<p>instalamos yo diría en la mayoría de los locales, de talleres y ventas de accesorios de Santiago donde iba ir un potencial comprador de bicicletas. Esta guía establece que tú para comprar una bicicleta tienes que tener 3 criterios básicos, o 4 criterios básicos pre concebidos y reflexionados. Uno, para dónde la vas a usar, es decir qué terreno vas a pisar con tu bicicleta, vas a rodar. Segundo, para qué la quieres, si es para deporte, para recreación o para ir al trabajo diariamente. La topografía del terreno donde te vas a mover, la talla a la que corresponde tu cuerpo, tu ergometría, y el presupuesto que tengas. Cuando tienes reflexionado y auto contestado esas 4 preguntas, tú puedes saber qué bicicleta comprar. ¿En qué derivó esto? En que tanto vendedores como consumidores de bicicletas entre el año pasado y este año, bajaron las tasas de, por un lado, de devolución y de reclamo, y por otro lado de decepción. Porque la bicicleta generalmente la compra una persona para un tercero, para su hija, para su mujer, para su sobrina, etc., casi siempre es para un tercero y en un mínimo porcentaje para sí mismo. Entonces, esa guía impresa y que en el sitio web se desarrolla con mayor profundidad porque te da incluso una aplicación que te permite ingresar tus datos medidos y te dice qué talla de bicicleta es la que tienes que usar. Pregunta el largo del brazo, el tiro que tienes de la pierna a la pelvis, etc., del pie a la pelvis. Bueno, ahí nosotros estamos cumpliendo con esa letra de la ley, que nos indica nos indica que debemos orientar a los consumidores.</p> <p>En el segundo, que es realizar estudios de consumo, hemos hecho tres estudios sobre la oferta y demanda de estacionamientos en el gran Santiago, analizamos todas las comunas y vimos aquellas donde había más déficit de estacionamientos y podemos decir a los tomadores de decisiones de los municipios o como los del metro donde se requerían más estacionamientos, donde había mayor demanda. Luego de eso, hicimos un estudio de accidentabilidad y seguro ciclistas, cantidad de accidentes, tipo de accidentes, que tipo de soluciones habían tenido las personas accidentadas y pudimos orientar también a los</p>
--	--

	<p>tomadores de decisiones y a los de política pública que estaba pasando con el tema de la vulnerabilidad del ciclista en la calle, en fin. (se puede enviar a un correo electrónico).</p> <p>En cuanto a la función de representación judicial, esa nosotros no la hemos cumplido por el perfil que te decía que teníamos porque partimos de una filosofía del consumo en el área del usuario de bicicleta y si la esperamos cumplir de marzo en adelante con la reestructuración que vamos a tener que hacer de nuestra ADC donde queremos incorporar a nuevos socios que tengan que ver con la defensoría, porque vamos a pasar a litigio y ninguno de nosotros es experto en eso, salvo uno de nuestros socios fundadores, un joven que está estudiando leyes y que está pronto a egresar, no tenemos más material humano en esa área.</p> <p>Claro, claro, no hemos entrado en esa área, indirectamente cuando nosotros logramos con MINVU desarrollar una política nueva, una nueva ordenanza de construcción en la que se obliga a las nuevas construcciones de bicicletas de alguna manera si estamos haciendo una transferencia de defensoría puntal en un tema, administrativa, no judicial. Hemos logrado incidir en la política pública, logramos a través de, la ADC pertenece a una Red Nacional de Convivencia Vial, donde está el Automóvil Club de Chile, está la Fundación Emilia, está una serie, de 150 organizaciones sociales de Santiago y Regiones que tienen que ver con la movilidad, peatones, automovilistas, ciclistas, usuarios de skate, triciclos, como ADC logramos, en conjunto con todas estas organizaciones participar de una nueva normativa que es una ley de convivencia vial, actualmente en vigencia desde el 11 de noviembre y rebajamos las velocidades de los motorizados de 60 a 50, que permiten al usuario de la bicicleta moverse, o desplazarse, o lo va a permitir porque tampoco están cumpliendo los motorizados los 50 km pero si en futuro inmediato, muy pronto yo creo que va a permear la cultura del tramado de tránsito y que la calle es un espacio de todos, el fin de la supremacía del automóvil como dueño de la calle pasa ser hoy día un espacio compartido. Esta ADC de alguna</p>
--	---

	manera, a través de estos cambios normativos si logra llegar y generar estos beneficios no identificables en las personas, salvo genéricamente.
¿Qué opinión le merecen las funciones definidas por la legislación para las asociaciones de consumidores? Buena o mala.	
En otras palabras, ¿Considera usted que las funciones que tienen las asociaciones de consumidores se pueden cumplir en su totalidad o sólo en parte?	
Si responde que sólo se pueden cumplir en parte, ¿Cuáles son las que se pueden cumplir?	
¿Qué cree usted que deberían hacer las asociaciones de consumidores?	<p>Primero, en el nuevo escenario yo creo que las ADC tenemos que primero hacer una autorreflexión del papel que estamos jugando, lo estamos haciendo, hemos tenido congresos, seminarios en los que las ADC nos hemos reunido. El último fue pasado diciembre en La Serena, donde se lograron reunir 22 ADC y un poco antes, en Santiago, por un seminario que hizo la CONADECUS.</p> <p>Primero que nada, entrar en un proceso inmediato de reflexión y revisión. Segundo, participar activamente en la construcción de los reglamentos de la nueva ley, porque en la letra pequeña del reglamento es justamente donde uno puede poner énfasis en uno u otro aspecto. Casi todos los que están en cuestionamiento tienen que ver con temas de representación, cómo va a hacer mi representación, como van a participar las ADC en el caso que SERNAC llame a un proceso colectivo de avenimiento – no me acuerdo como se llama voluntario</p>



	<p>colectivo, en los que invita a los proveedores y consumidores a ponerse de acuerdo, previo a un juicio. La idea es que judicializar lo menos posible los reclamos, esa es la nueva línea del SERNAC. Nosotros vamos a estar atentos a participar en eso proceso, pero cuando esos procesos no logren su cometido pasen al terreno judicial. Entonces las ADC vamos a tener que dedicar, tras ese proceso de reflexión y de intervención en la redacción de los reglamentos, vamos a intentar aplicar aquello que hemos aprendido y para lo que también estamos convocados y es defender lo más eficientemente posible y fielmente a los consumidores o al consumidor o a los consumidores en general. Creo que vamos a tener que aplicar.</p> <p>Ahora también tenemos que conversar con el Estado, a través de SERNAC y con el Ministerio de Economía que va a hacer nuestra nueva contraparte, formas de financiamiento, porque una ADC está hecha por voluntades, o son príncipes herederos que pueden vivir y dedicarse al prójimo gratuitamente y poniendo de sus recursos o somos una organización que logre una cierta independencia y que pueda tener estabilidad, hay un teléfono, hay un sitio web que mantener, hay un arriendo de oficinas, hay un abogado una asesoría legal que financiar, ese mínimo financiamiento deberíamos pelarlo como un financiamiento base para todas las ADC, eso nos daría cierta tranquilidad y nos daría también un respaldo para para poder cumplir este nuevo perfil que se nos invita a tener.</p> <p>Yo creo que si pasamos ese proceso va a hacer positivo y en el camino probablemente queden algunas ADC que no puedan continuar.</p>
<p>¿Cómo han financiado las acciones de su asociación de consumidores? ¿De dónde obtiene el financiamiento para sus actividades?</p>	<p>Nosotros postulamos cuando podemos postulamos proyectos al Fondo Concursable, hemos ganado algunos proyectos que han sido debidamente rendidos y cumplidos y hemos perdido también algunas postulaciones. Hace más de un año que ADC bicultura no gana proyectos, no tiene financiamiento de ninguna otra parte que no sean los socios o de organizaciones a las cuales hemos logrado cierto alero, nosotros</p>

	<p>afortunadamente tenemos una asociación hermana que es el Centro de Bicicultura, que tiene su propio financiamiento tiene su propio quehacer económica, es una organización comunitaria que se rige por la ley de junta de vecinos. El Centro de Bicicultura, que tiene su propio financiamiento, su propia estructura, su espacio, nos sede en arriendo sin pago, un espacio donde nosotros podemos decir que tenemos un rincón para la ADC bicicultura, tenemos un teléfono, este mismo teléfono del que estoy llamando nos ayuda a financiar el centro bicicultura, así es que somos una organización privilegiada en ese sentido, no dependemos de los fondos concursables ni tenemos que hacer ninguna actividad económica distinta a la naturaleza nuestra para poder subsistir, estamos esperando independencia y quisiéramos ser independientes del centro de bicicultura pero eso es parte del proceso que viene y que nos toca responder.</p>
<p>¿Qué acciones realiza su asociación en materia de transparencia? ¿Cómo es posible obtener información sobre financiamiento y gastos de su asociación?</p>	<p>Yo creo que si, lo que no puede ser es que como nosotros no tenemos sitio web de adc biciultura no podemos transparentarlos por ningún otro medio que no sea el que no sea a petición de parte si nos piden directamente algún balance. Nosotros todos los años tenemos que llevar una balance al MINECON para lograr nuestra actualización de la personalidad jurídica, informar de las asambleas, tenemos una transparencia hacia las instituciones, tanto SERNAC para los proyectos que son financiados que reciben nuestros informes financieros, nuestros informes de ejecución, yo creo que son elementos públicos, Es decir si alguien por transparencia le pide a SERNAC denos por favor cual es el proyecto que ha ganado bicicultura, cuál fue su ejecución y su informe financiero, el SERNAC no tiene por qué negar esa información, lo mismo el MINECON.</p> <p>Ahora nos gustaría avanzar en el tema de transparencia, yo anhelo como presidente de la ADC, a poder tener y financiar un sitio web propio que nos permita decir en una pestaña decir transparencia y donde poder subir las actas de asambleas, los balances económicos, el detalle de gastos, etc, todo lo que no sea necesario solicitar por otra vía que no sea ingresar</p>

	<p>directamente a nuestro espacio, pero obviamente pasa por lo que yo señalaba, por recurso.</p>
<p>El 13 de septiembre de 2018, se publicó la ley 21.081 que introdujo modificaciones a la Ley de Protección al Consumidor y a las asociaciones de consumidores, ¿ha tomado conocimiento de dichas modificaciones?</p>	<p>Nosotros tuvimos varios encuentros de las ADC previo donde se habló, nos enteramos que venía la ley, tuvimos encuentros en SERNAC sobre la ley, antes que se presentara en el Congreso, no fuimos invitados, pero si fue CONADECUS, pero nosotros no, lo que si estuvimos allí escuchando y viendo y cuando el TC le derogo la posibilidad sancionatoria al SERNAC sacamos la voz como ADC y presentamos nuestra opinión negativa de cómo había derivado.</p> <p>Ahora al calor del tiempo pasado y de las cuestiones que se han ido haciendo talvez se entienda lo que hizo el TC de limitar las funciones del SERNAC para que no sea juez y parte en un mismo caso e igualarlo a lo que son Ministerio del Trabajo o la Dirección del Trabajo quise decir.</p> <p>Estamos ahora pronto vamos a hacer un trabajo en línea con las ADC, donde vamos a tener una comunicación vía skype, a partir del 10 de enero, durante 8 días vamos a estar trabajando en el tema del reglamento de como nosotros podemos aportar para que se tome en cuenta nuestra opinión.</p>
<p>¿Cómo tomo conocimiento de las modificaciones?, ¿participó de las discusiones en el Congreso?, ¿alguien se lo comentó? ¿las ha estudiado personalmente?</p>	
<p>Con dicha modificación legal, desapareció el carácter taxativo de las funciones de las asociaciones de consumidores, ¿Puede mencionar alguna de las nuevas funciones que pueden desarrollar las asociaciones de consumidores con el cambio</p>	

de ley?	
<p>La nueva legislación ¿facilita o entorpece el accionar de las asociaciones de consumidores?</p>	<p>Yo creo que facilita, no veo que entorpezca, falta en el reglamento aclarar el cómo y si por ejemplo, si uno se hace parte puede conocer todo el expediente o está ceñido a secreto entre SERNAC y el proveedor y de aquellas partes que estén en secreto, que estén bajo confidencialidad, que creo que se llama, podemos conocer para poder hacernos partes de manera activa, -pensando en la sede prejudicial o judicial y administrativa – no en la sede judicial, el proceso judicial porque si nos vamos a hacer parte de un proceso tenemos que conocer el expediente en su totalidad y nosotros asumir también un compromiso de confidencialidad hacia afuera, no divulgarlo, que es lo que le preocupa al proveedor, es cuidar su imagen, que no se sepa si es un proceso voluntario colectivo, no se va a saber exactamente todo el expediente, porque hay partes que por libre competencia creo que lo que apelan ellos, mantenerse en reserva. Seguramente nadie va a querer conocer la receta de la cocaola, obviamente eso va a tener que quedar allí en algún secreto, pero si viene una rata dentro de una cocaola y si hay un proceso, obviamente se debe conocer el detalle para poder hacernos parte a conocimiento de causa.</p> <p>Yo no creo que afecte o que entorpezca la nueva ley, el trabajo de las asociaciones, nos perfila de una manera distinta, y veremos las ADC si somos capaces de resistir este nuevo cambio y otras que como te decía antes, tal vez queden en el camino porque tal vez no estén dispuestos a invertir más en una responsabilidad enorme porque el día de mañana los usuarios o los consumidores ya no van a mirar al SERNAC como el protector, van a tener que mirar a las ADC y el mirar a las adc nos van a decir aquello lo que la ley nos obliga hacer.</p>
<p>En relación a la nueva legislación ¿qué opinión le merecen las normas sobre financiamiento de las asociaciones y las obligaciones de</p>	<p>Bien, yo creo que está correcto, yo creo que la transparencia es una obligación que debemos tener todos los ciudadanos, autoridades y gente común y sencilla para poder responder ante un mundo en el que la corrupción se va instalando en todos los ámbitos, en conductas, en deformaciones, en malos hábitos, etc, entonces mientras mayor transparencia haya</p>

<p>transparencia?</p>	<p>mejor va ser para todos nosotros, el poder mirar al frente y también uno mirar con la frente en alta el trabajo que está haciendo es positivo y no está inventando algo para el lucro personal.</p>
<p>En el transcurso de 13 años, se ha modificado dos veces las funciones y prohibiciones de las asociaciones de consumidores, ¿a usted que le parecen dichos cambios? ¿Son suficientes o que recomendaría a considerar en lo futuro?</p>	<p>No tengo información para dar una opinión seria, no sabría responder esa pregunta, no conozco cual fue el cambio del 2005, nosotros estamos desde al 2010 en adelante y la nueva está por verse, porque está sujeta al reglamento así es que estamos bien a la expectativa, pero confío también que la sociedad chilena está caminando hacia espacios de participación ciudadana y de transparencia en la que todas las acciones que se hagan a favor de la participación y en favor de transparentar el ejercicio de cada una de nuestras funciones es positivo. Nos tengo ninguna inquietud ni ninguna molestia de acuerdo a lo que se está haciendo en materia legislativa, de cambios.</p>

**STEFAN LARENAS RIOBO. Presidente de Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, Asociación de Consumidores - ODECU AC - Consumidores de Chile A.C. Entrevista presencial realizada el día 10 de enero de 2019.**

<p>Identificación de la encuestadora y obtención de datos de identificación del entrevistado</p>	
<p>¿Conoce las normas por las cuales se rigen las asociaciones de consumidores?</p>	<p>Claro que sí, hay que hacer algo importante primero.</p> <p>La historia es importante de revisar, porque la primera ley es del 97 y como tú sabes, donde las asociaciones primero reconoce que hay un grupo de personas que se pueden asociar y tienen que difundir la ley, enseñar la ley, y no pueden, un listado innumerable de cosas, no pueden recibir fondos del mundo empresarial, no pueden tener actividades lucrativas, no pueden ocupar los fondos que vengan del Estado, que en ese tiempo ni siquiera venían, para iniciar acciones judiciales ni siquiera administrativas, las prohibiciones que siguen vigentes en términos que los directores no pueden ser electos en cargos de elección popular, concejales y eso y no tener más de un 10% del capital de la empresa.</p> <p>Eso significó que, en el 97, un reconocimiento a la existencia que, a pesar de que del 91 por lo menos nosotros existíamos como corporación, y la ley del 97 no cambio mucho la cosa, porque en definitiva las asociaciones siguen teniendo las mismas atribuciones que ya habían asumido como corporación, y no tienen recurso alguno, porque a diferencia de las corporaciones y fundaciones que pueden tener mucho más libertad para actuar, no tienen ninguna (las asociaciones de consumidores). Entonces eso significó que las asociaciones de consumidores fueran ínfimas en el espectro nacional.</p> <p>En el caso nuestro, ósea yo soy el presidente desde el año 2006, pero actuó como socio desde el año 96-97, por lo tanto tengo algo que decir respecto de la historia de esta organización, nosotros teníamos algún subsidio externo, de vez en cuando de los españoles, de la Unión Europea, que</p>

	<p>nos permitía hacer algún proyecto, por ejemplo, capacitación y se acababa eso y se acababa la organización, más allá que su presidente o sus voceros tenían siempre prensa en la medida de que había un mundo que estaba desprotegido porque el único que protector era el Estado, SERNAC, entonces era muy difícil todo, todo muy complicado y si hoy día al año 2019 tenemos que exista un vamos a decir cierta conocimiento público por que no todo el público lo conoce, prácticamente antes no era nadie, ahora de repente porque hay más visibilidad, de repente ah! Yo que estoy contantemente en los medios ... ahora hay gente que tiende a reconocer, que guste o no, pero me reconocen, todo el mundo coincide en que yo trabajo en el SERNAC, es decir, como hablo de consumidores, estoy en el SERNAC, el SERNAC tiene una marca muy potente, pero es una marca que abarca casi todo el espectro del consumidor, entonces invisibiliza al resto, entonces y eso está muy bien, y tu viste los ranking de en términos de lo que es reputacional y de confianza en un momento donde las instituciones están de capa caída, el SERNAC sigue estando dentro de las instituciones con mayor credibilidad y confianza.</p> <p>El año 2004-2005, para el gobierno de Ricardo Lagos, la ley se reforma y tenemos casi lo mismo pero allí donde vino el gran tema, nos dan las mismas facultades que el SERNAC para iniciar acciones colectivas, eso fue un gran tema de larguísima discusión y de mucha oposición pero en definitiva se aprobó la class action junto con el SERNAC tenemos exactamente las mismas atribuciones, Eso abrió un mundo. Segundo otro mundo que abre ya no son corporaciones que dependen del Ministerio de Justicia, sino que somos homologados a los gremios por lo tanto pertenecemos a la Unidad de Martilleros y Asociaciones Gremiales del MINECON, el MINECON nos da la personalidad jurídica o nos la quita y el MINECON tiene entonces ya somos ADC asociación de consumidores.</p> <p>Hay un punto que poca gente conoce que ODECU legalmente existe del año 64, porque nosotros nos metimos en una, el presidente anterior que era abogado, hay una persona jurídica</p>
--	--

	<p>por así decirlo abandonada que se llamaba Corporación de Asistencia para la Economía Familiar, y allí nos metimos nosotros como asociación de consumidores que reemplazaba esa, entonces en ese sentido técnicamente tenemos del año 64.</p> <p>Toda esta historia está bastante ligada a las asociaciones que cuya prohibición era taxativa y era asfixiante, en términos de poder conseguir recursos que permita desarrollarse, profesionalizarse, que, por lo menos siempre ha sido nuestro norte.</p> <p>Esta reforma ... nosotros quedamos exactamente con las mismas atribuciones y potencialidades que el proyecto de ley tenía, tanto en su mensaje como en todo. Cuando esto empieza con la administración de Ernesto Muñoz, cuando empieza esta reforma, hay que leer el mensaje, tiene un contenido que ninguna otra reforma había tenido, para decírtelo en términos coloquiales, la protección a los consumidores la hacemos todos, el estado y la sociedad civil, hay un reconocimiento ya legal, explícito, a que hay personas que se juntan para hacer una asociación de consumidores, para defender y proteger en la medida que el estado tiene sus límites, límites que no lo dice (el mensaje) pero es evidente y por lo tanto empieza a pensar en que las asociaciones de consumidores tiene su existencia y sea existencia tiene que ser sustentable, en términos de recursos y financiamiento. El año 2005, para la reforma de Lagos se pone una cuestión que se llama Fondo Concursable, que será administrado por el SERNAC y contará con los recursos que entregue el estado más algún ente de cooperación internacional, que no ha pasado nunca pero que no importa.</p> <p>El Estado, 50 millones de pesos de la época, que sucede con esto, que primero, un fondo, muy poca plata, pero lo primero que hay que decir es que ese fondo lo pusimos nosotros, las asociaciones. En el 2005, fuimos nosotros, en lo personal con el que era el presidente de CONADECUS de la época que juntos logramos que el senador Vieragallo hiciera una indicación creando este fondo. El SERNAC no lo había hecho,</p>
--	---



	<p>al Estado, salvo con este proyecto, nunca le ha interesado fortalecer a las organizaciones.</p> <p>Tu viste que la reforma de Ricardo Lagos dice que las asociaciones de consumidores podrán participar en los procesos de fijación tarifaria, que nunca fue y nunca lo será, porque para poder participar en un proceso hay que tener una consultora que te cobra medio millón de dólares para empezar...</p> <p>.. Somos dos organizaciones las que tenemos, para bien y para mal, las patas en varias partes, es decir, trabajamos los temas financieros, los temas de estudio de alimentos, de servicios trabajamos en una vertiente jurídica, y trabajamos con equipo, con abogados externos e internos, básicamente los equipos que vamos a las acciones colectivas son abogados externos y eso ha significado que se ha posicionado un poquito más.</p> <p>Volviendo al fondo concursable, aumentan los comensales ... pero hay una cosa que esta nueva normativa no tomo, que son las barreras de entrada para ser una asociación, ... pero y allí hay un tema, tú no tienes ninguna cortapisa, tú te juntas con 24 amigos más, haces una asociación de consumidores, y en 6 meses tu puedes meterle una acción colectiva a La Polar, o a cualquiera porque no hay ningún filtro para hacerlo y eso es un gran riesgo que el legislador ahora no lo previó, porque al otorgarnos facultades en términos de tener la capacidad convocatoria a mediar y hacer acciones colectivas e individuales, pero que pasa si un grupo de personas se juntan y en seis meses le hacen una acción a alguien sin escrúpulos – y ha sucedido, en el norte – Si tú vas con una asociación que no tenga nada de historia y se sienta en una mediación con la papelera y te ofrecen 15 millones de dólares... es un riesgo ... Todos los países ponen cortapisas para que tú puedas accionar, hay un consejo en España, un consejo en Francia donde nadie te impide organizarte como consumidor, pero si para hacer determinadas acciones tú tienes que pasar por una etapa.</p>
--	--

<p>¿Puede mencionar que acciones hace su asociación de consumidores? (pregunta de desarrollo, para conocer no sólo las acciones que se realizan, sino para acercarse a la posibilidad de ver si se realizan acciones de las prohibidas, ex pregunta 11)</p>	
<p>¿Qué opinión le merecen las funciones definidas por la legislación para las asociaciones de consumidores? Buena o mala.</p>	
<p>En otras palabras, ¿Considera usted que las funciones que tienen las asociaciones de consumidores se pueden cumplir en su totalidad o sólo en parte?</p>	
<p>Si responde que sólo se pueden cumplir en parte, ¿Cuáles son las que se pueden cumplir?</p>	
<p>¿Qué cree usted que deberían hacer las asociaciones de consumidores?</p>	
<p>¿Cómo han financiado las acciones de su asociación de consumidores? ¿De dónde obtiene el financiamiento para sus actividades?</p>	
<p>¿Qué acciones realiza su</p>	<p>Esta letra g), ejecutar y celebrar contratos civiles y mercantiles</p>

<p>asociación en materia de transparencia? ¿Cómo es posible obtener información sobre financiamiento y gastos de su asociación?</p>	<p>para cumplir con los objetivos... eso no existía, y eso abre una potencialidad enorme si tú tienes ganas de crecer como asociación de consumidores, (las asociaciones de consumidores son muy precarias, extremadamente precarias, incluido nosotros). Esta letra g), nosotros tenemos que defender porque significa que ahora se terminan prohibiciones odiosas, nosotros no podríamos hacer nada. Nosotros inventamos una OTEC, la certificamos y empezamos a vender servicios y sino morimos, ahora con esta reforma no la vamos a necesitar.</p> <p>El concepto de utilidad nunca existió, por lo tanto, toda la controversia fue sin sentido.</p> <p>Esta cuestión se discutió hartó en el parlamento, porque por un lado te abría a poder celebrar contratos civiles y mercantiles, pero por otro lado estaban las prohibiciones, y una de las prohibiciones era hacer 2 auditorías anuales, de tener los libros contables, etc.</p> <p>La auditoría las tiene que pagar el Estado, pero no quedó ... En el reglamento va a tener que quedar esta cuestión, que las auditorías las va a tener que pagar el Estado, más allá de que nosotros, y este despelote de la papelera, nos estamos auditando de mutuo propio, para transparentar.</p> <p>Hasta el día de hoy nosotros tenemos que entregar un balance contable al MINECON para que nos renueve la personalidad jurídica, este balance contable es igual que todos, pero como asociación gremial tú tienes que la cuota del socio que tiene que estar reflejada en una línea, luego, van a venir los otros temas.</p> <p>A propósito del papel, aparecen las voces de que hay que regular las costas, hay que regular los ingreso, los ingreso están regulados porque nadie se puede repartir las utilidades y las costas de los abogados nadie las puede regular, si es un ejercicio profesional... eso va a caer al día siguiente.</p> <p>El reglamento tiene que someterse a consulta pública, más allá de las asociaciones o no, porque lo que se pretende en estos momentos que sea el consejo consultivo del SERNAC el que está trabajando.</p>
---	--

	<p>Tienes que reglamentado para que no se termine en una consultora... lo único que hay que decir es que los directores no nos repartamos la plata.</p> <p>Las asociaciones de consumidores que rara vez coincidimos, coincidimos en queríamos una subvención directa, como el modelo español o el modelo francés, que se da una subvención de acuerdo a lo tengas, el número de socios, las cosas que hacen, eso el primer día se cayó. Frente a eso quedó el fondo concursable.</p> <p>Hoy día las asociaciones de consumidores en Chile somos ONG, si bien es cierto que técnicamente somos otra cosa, somos ONG, no somos gremio en el sentido de asociatividad. Odecu tiene el propósito es transformar esto en una asociación de consumidores, para tener un tipo de socios que se llama adherente que es el que se inscribe en la web, buscamos más porque eso es lo que nos da fuerzas.</p>
<p>El 13 de septiembre de 2018, se publicó la ley 21.081 que introdujo modificaciones a la Ley de Protección al Consumidor y a las asociaciones de consumidores, ¿ha tomado conocimiento de dichas modificaciones?</p>	
<p>¿Cómo tomo conocimiento de las modificaciones?, ¿participó de las discusiones en el Congreso?, ¿alguien se lo comentó? ¿las ha estudiado personalmente?</p>	
<p>Con dicha modificación legal, desapareció el carácter taxativo de las funciones de las asociaciones de consumidores, ¿Puede</p>	

<p>mencionar alguna de las nuevas funciones que pueden desarrollar las asociaciones de consumidores con el cambio de ley?</p>	
<p>La nueva legislación ¿facilita o entorpece el accionar de las asociaciones de consumidores?</p>	
<p>En relación a la nueva legislación ¿qué opinión le merecen las normas sobre financiamiento de las asociaciones y las obligaciones de transparencia?</p>	
<p>En el transcurso de 13 años, se ha modificado dos veces las funciones y prohibiciones de las asociaciones de consumidores, ¿a usted que le parecen dichos cambios? ¿Son suficientes o que recomendaría a considerar en lo futuro?</p>	<p>No es suficiente, la legislación para las asociaciones de consumidores, yo estoy muy contento con esta reforma, pero que cosas faltarían, lo primero que falta son las cortapisas para que las asociaciones de consumidores puedan hacer acciones legales, hoy día es nada, también falta la subvención, que tiene que estar relacionada con esta cortapisa previa. Falta una subvención basal y una revisión de cómo se evalúan los proyectos en el Fondo Concursable, con criterios definidos y no cambiantes.</p> <p>Mientras no existe financiamiento basal, se queda sin financiamiento.</p>

<b>MARÍA CONSTANZA GALLEGUILLOS MUNDACA &amp; KARINA CÁRCAMO</b> <b>Asesoras legales de Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - Asociación de Consumidores – CONADECUS - Entrevista presencial realizada el día 14 de enero de 2019.</b>	
Identificación de la encuestadora y obtención de datos de identificación del entrevistado	Karina Cárcamo y María Constanza Galleguillos Mondaca, Abogadas De Conadecus
¿Conoce las normas por las cuales se rigen las asociaciones de consumidores?	
¿Puede mencionar que acciones hace su asociación de consumidores? (pregunta de desarrollo, para conocer no sólo las acciones que se realizan, sino para acercarse a la posibilidad de ver si se realizan acciones de las prohibidas, ex pregunta 11)	<p>Principalmente la asesoría legal gratuita y en segundo lugar, las capacitaciones, para educar e informar.</p> <p>En términos de capacitación, es específicamente ley del consumidor, sin embargo en temas de asesoría legal, vemos de todo, sin perjuicio de que se les informa a los consumidores y consumidoras y usuarios y usuarias, que nuestra especificidad es ley del consumidor, pero como abogadas, con AKRINA le les entregamos de todas maneras orientación sobre todo cuando llegan aquí casos judicializados. Nosotros vemos muchos casos de demanda de juicios ejecutivos, por bancos, cobro hipotecario... entonces cuando a nosotros nos llega en esa etapa, les entregamos el proceso.</p> <p>A muchos de ellos los derivamos a las corporaciones de asistencia judicial, donde pueden encontrar un abogado, dependiendo del estado de la causa.</p> <p>Nosotros en área civil no representamos, a menos que sea una demanda colectiva que pasa por el directorio, se refrenda y que se pueda representar, que es otro equipo de abogados que ven esas demandas.</p>
¿Qué opinión le merecen las funciones definidas por la legislación para las asociaciones de consumidores? Buena o mala.	En Chile, no específicamente en CONADECUS sino en Chile, salvo esta sentencia que es histórica a nivel mundial de la compensación de CMPC, estamos a años luz del desarrollo que por ejemplo existe en Estados Unidos, de la protección de los derechos del consumidor, que es en ese caso preventiva, en donde existen oficinas de atención a consumidores, que tu

	<p>puedes consultar por un producto que quieres comprar, te entregan las características y compras informado, aquí nosotros llegamos cuando ya existe la infracción, entonces por eso tratamos de complementar mucho la capacitación y la información a los usuarios y consumidores porque no solamente en temas de derechos del consumidor existe nula información de cuáles son tus derechos y de cómo puedes ejercerlos, yo creo que si bien en ley del consumidor tenemos este procedimiento, que entre comillas vino a aliviar el acceso a la justicia, como decía la Karina, las personas aceden a la justicia pero en una situación súper precaria, entonces yo creo que todavía estamos en una etapa de desarrollo, yo creo que esta sentencia, sobre todo la última, vienen a consolidar esta función, consolidar la participación o la existencia de estas organizaciones, que no solamente debería ser en términos del consumidor, sino que deberían existir una ... De alguna u otra forma, en términos muy básicos, lo que nosotros hacemos, es que las personas entiendan que existe un procedimiento, que existen derechos y que por el solo hecho de estar plasmados en una ley tú tienes que ejercerlo. Es complejo, se ve mucho con triple derecho que tienen los consumidores cuando compran que la mayoría de las empresas nunca respeta la decisión del consumidor y les impone a ellos cual es la forma en que tienen que relacionarse, y allí está la falencia de que ellos mismos no están seguros de cuáles son sus derechos y como tienen que ejercerlos, por eso es la importancia de esta información, pero falta mucho camino todavía.</p> <p>Más o menos esa es la opinión.</p>
<p>En otras palabras, ¿Considera usted que las funciones que tienen las asociaciones de consumidores se pueden cumplir en su totalidad o sólo en parte?</p>	<p>Yo creo que la misma ley es la que va ir transitoria y paulatinamente aplicándose, sin embargo, como todas las leyes, hay un proceso de costumbre, que se empiecen a conocer cuáles son los procedimientos y las formas de ejercer estos derechos, por parte de las organizaciones es súper difícil porque estas en diferentes condiciones frente a las empresas, que en algunos momentos son empresas muy grandes, sin embargo creo que hay un plus dentro de esta reforma que es esta mediación colectiva y la mediación obligatoria, yo creo</p>

	<p>que allí está el fuerte, porque con eso, en mi opinión, yo trata siempre de evitar la judicialización de las causas, creo que siempre se puede llegar a un buen acuerdo cuando ambas partes ceden y esa instancia yo creo que es la que todavía no está, si bien nosotros hacemos mediaciones voluntarias con las empresas que acceden a entregarlos información y a hacernos participe de la infracción , yo creo que ese es el punto más fuerte, que las empresas de verdad se sometan a este procedimiento y nos validen a nosotros como interlocutor, sin que se sientan amenazados con nosotros.</p>
<p>Si responde que sólo se pueden cumplir en parte, ¿Cuáles son las que se pueden cumplir?</p>	
<p>¿Qué cree usted que deberían hacer las asociaciones de consumidores?</p>	<p>Yo creo que lo que hace CONADECUS es la forma de visibilizar este mundo que es un tremendo mundo porque al final todo el día consumimos, incluso los niños son agentes de consumo, yo creo que eso es lo principal, generar en la comunidad, el contexto para que se informen, desde los colegios, que las organizaciones sean las que vayan a la comunidad, como lo hace CONADECUS, a las empresas, a las Universidades, nosotros lo hemos conversado con Karina, de que exista por ejemplo en las ramas de derecho económico de las universidades, ley del consumidor se pasa en un día, sabiendo la importancia que hoy día contienen los derechos de los consumidor y como se está transformando la legislación, y lo otro que creo que es complejo, es lo que decía Karina de antes, esta precarización de la representación judicial que tienen las personas en el juzgado de policía local, porque nosotros lo vemos, entregamos el formulario con toda la denuncia infraccional, pero quienes siguen en el proceso son ellos, y si a ellos no les va bien y aunque les vaya bien y los proveedores presenten una apelación, ellos de igual forma van a tener que contratar un abogado. Entonces yo creo que allí hay un tránsito que pasa desde la no representación a la representación en la que se pierden muchas causas, entonces nosotros hoy día con la reforma de la ley vamos a poder entrar</p>



	<p>en ese espacio que es un vacío que hace que la misma gente se desencante y no quiera presentarse, porque nosotros acá se lo adelantamos, la empresa va a presentar un recurso de apelación, ninguna empresa que un juzgado de policía local le falle en contra se va a quedar y va a pagar, son la minoría, entonces yo creo que eso es lo que las organizaciones tienen que hacer, acompañar, orientar, informar y capacitar.</p>
<p>¿Cómo han financiado las acciones de su asociación de consumidores? ¿De dónde obtiene el financiamiento para sus actividades?</p>	<p>Responde María Constanza: Nosotros tenemos el financiamiento de los proyectos que hace el SERNAC, pero que financian esos proyectos en particular, que también son un área que de las tres aristas que ve CONADECUS, es de las más importantes. Las áreas son la capacitación, los proyectos y la asesoría jurídica.</p> <p>La capacitación se hace cobrando a las empresas que nos la solicitan cuando son empresas privadas y la asesoría legal es gratuita. Hoy día se abre el equipo, estoy trabajando un mes acá gracias a los fondos que tenemos de las costas de CMPC. La capacitación la hacemos nosotros directamente, pero sin certificación SENCE, damos un certificado de participación.</p> <p>Dentro de nuestra expansión, que es uno de los requisitos que establece la ley para poder ser parte de estas organizaciones mediadoras está también el que nosotros podamos certificar las capacitaciones que hacemos.</p> <p>Responde Karina Cárcamo: Cada asesor se autofinancia, todo es voluntariado, salvo los trabajadores.</p> <p>En el futuro, pensamos en hacer convenios con empresas, con municipalidades, con junta de vecinos, para el tema de la mediación (procedimiento voluntario de mediaciones)</p>
<p>¿Qué acciones realiza su asociación en materia de transparencia? ¿Cómo es posible obtener información sobre financiamiento y gastos de su asociación?</p>	
<p>El 13 de septiembre de 2018, se publicó la ley 21.081 que introdujo</p>	<p>Responde Karina Cárcamo, Se nos viene mucho trabajo en el tema de la implementación de la ley. ¿Qué estamos haciendo nosotros? El año pasado hicimos, con los fondos concursables</p>

<p>modificaciones a la Ley de Protección al Consumidor y a las asociaciones de consumidores, ¿ha tomado conocimiento de dichas modificaciones?</p>	<p>del SERNAC, hicimos un proyecto que se ganó, para hacer y difundir lo que son las modificaciones a la ley de protección al consumidor. Con esto que hicimos la difusión de este tema, queremos que se haga más masivo y que se pueda comprender cuál es la modificación que se viene porque si bien es cierto el tema de las funciones, viene como meta el tener presencia regional, dentro de la presencia regional tenemos que hacer convenios para poder tener el carácter de interés público.</p> <p>Hacer convenios con otras asociaciones para poder tener presencia regional, pero la idea de nosotros es hacerlo nosotros.</p> <p>Tenemos que tener el procedimiento de lo que es voluntario o colectivo, de lo que es como lo vamos a implementar, de cómo lo vamos a hacer para poder ser mediadores con las empresas y el consumidor propiamente tal y darle la asesoría.</p> <p>Dentro de estas modificaciones vamos a poder patrocinar causas de los juzgados de policía local en forma individual, todo eso es un trabajo y recursos que tenemos que hacer.</p>
<p>¿Cómo tomo conocimiento de las modificaciones?, ¿participó de las discusiones en el Congreso?, ¿alguien se lo comentó? ¿las ha estudiado personalmente?</p>	
<p>Con dicha modificación legal, desapareció el carácter taxativo de las funciones de las asociaciones de consumidores, ¿Puede mencionar alguna de las nuevas funciones que pueden desarrollar las asociaciones de consumidores con el cambio</p>	<p>La defensa es una arista que tenemos que sostener porque una como abogada tienes la expertiz de que puedes orientar a la persona pero no es lo mismo que la representes, entonces cuando generas esta representación, al mismo tiempo tu generas una trilogía que es la del seguimiento, monitoreo y evaluación, porque nosotros hacemos la orientación, pero no tenemos como termina, a menos que vuelva la persona y nos cuente nos fue bien nos fue mal.</p> <p>Esa modificación de poder generar esta representación nos va a llevar a tener un panorama general de como es el tránsito de las personas que someten sus infracciones a la nueva</p>

de ley?	<p>legislación.</p> <p>Una de las cosas en las que trabaja también CONADECUS es la generación de convenios con empresas, tanto como para capacitar como para mediar, incluso ahora antes de la aplicación de la ley. El primer cortafuego de CONADECUS es la capacitación y la información porque así nosotros nos damos cuenta como se previenen y se adelantan las infracciones de ley del consumidor.</p>
La nueva legislación ¿facilita o entorpece el accionar de las asociaciones de consumidores?	<p>Yo creo que las fortalece, sin embargo, SERNAC, propósito de estas observaciones que hizo el Tribunal Constitucional, pierde algunas facultades pero que se ven sustituidas a las organizaciones de consumidores.</p> <p>Yo creo que las facilita, de todas formas.</p> <p>En toda implementación de una nueva ley, que por lo mismo, son transitorias y paulatinas, van a aparecer problemática que van a aparecer, por ejemplo, de cómo disponibilizamos nosotros la información a la comunidad, al país, de como nosotros administramos nuestros recursos, que al mismo tiempo son recurso que vienen en este caso, de las costas de los juicos que ganamos colectivamente.</p>
En relación a la nueva legislación ¿qué opinión le merecen las normas sobre financiamiento de las asociaciones y las obligaciones de transparencia?	<p>Responde Karina Cárcamo: Nosotros ya estamos trabajando el tema de transparencia, si tu visitas nuestra página, tú vas a ver los balances hasta el año pasado, nosotros estamos muy encima en el tema de la transparencia, no lucrarnos.</p> <p>Está todo justificado con el tema de CMPC.</p>
En el transcurso de 13 años, se ha modificado dos veces las funciones y prohibiciones de las asociaciones de consumidores, ¿a usted que le parecen dichos cambios? ¿Son suficientes o que recomendaría a considerar en lo futuro?	<p>Responde Karina Cárcamo: Falta hay materias que no se han modificado, hay materias sobre las que hay que trabajar, hay una parte del ámbito privado, al SERNAC tienen que fortalecer un poco más.</p> <p>Responde María Constanza: No creo que sea suficiente, yo creo que lo que se hizo con esta reforma, más allá de las facultades que se entregaron a las organizaciones de la sociedad civil, también hubo modificaciones que quedaron de las modificación anterior, como el plazo que se tiene para presentar la denuncia en el juzgado de policía local, que eran</p>

	<p>seis meses, y a partir de marzo, van a hacer dos años a partir de que haya cesado la infracción, yo creo que eso también es un punto.</p> <p>Lo otro es que la acción civil la homologaron al plazo que tiene el código civil para presentar la demanda por indemnización de perjuicios a 5 años, y a 4 años cuando no hay contrato, yo creo que lo que se hizo con esta reforma vino un poco a arreglar lo que había quedado al debe en la reforma pasada, pero la mirada a futuro, yo creo que tiene que ser de una manera más estructural, porque lo que se hizo con esta reforma se hizo con lo que había, pero, esta expansión o implementación de las organizaciones en las regiones, yo creo que es para darle cuerpo a una nueva reforma.</p> <p>Una de las debilidades que tienen las asociaciones de consumidores es que no nos organizamos, este congreso o seminario que se hizo, lo organizó solo CONADECUS, yo creo que falta allí un poquito de fraternidad con el resto de las organizaciones.</p> <p>Falta visibilización de estas organizaciones.</p> <p>Está la patita de que nos anticipemos ojalá al sobre endeudamiento, a la educación financiera, hace muy poquito celebramos un convenio con Aguas Andinas, también por lo mismo, porque uno de los reclamos más importante es el reclamo sobre servicios, ya sea telefonía, de agua o luz, y esta firma de convenio nos facilita a nosotros para poder acceder a las comunidades donde Aguas Andinas tiene dificultades, entregarles a los usuarios y consumidores la información de sus derechos.</p> <p>Participar en la tarificación de los servicios básicos, si porque es parte de la mediación que se puede llegar con los usuarios y consumidores, es parte de la mediación colectiva, no necesariamente tiene que existir una infracción, sino solamente la necesidad de mediar</p>
--	--

<b>PALOMA DE LA TORRE DÍAZ &amp; JOSÉ BUSTAMANTE, directora secretaria y asesor legal de Asociación de Consumidores Circular - Entrevista presencial realizada el día 18 de enero de 2019</b>	
Identificación de la encuestadora y obtención de datos de identificación del entrevistado	Paloma de La Torre Díaz, directora secretaria ADC Circular, José Bustamante, asesor legal y socio activo.
¿Conoce las normas por las cuales se rigen las asociaciones de consumidores?	José responde: Si, 19496, D.L.2757, 20500. Paloma responde: Obviamente tenemos un estatuto que se tiene que adecuar a la norma, sabemos que tenemos un marco legal sobre el cual nos tenemos que regir.
¿Puede mencionar que acciones hace su asociación de consumidores? (pregunta de desarrollo, para conocer no sólo las acciones que se realizan, sino para acercarse a la posibilidad de ver si se realizan acciones de las prohibidas, ex pregunta 11)	
¿Qué opinión le merecen las funciones definidas por la legislación para las asociaciones de consumidores? Buena o mala.	Paloma responde: En el caso de Circular, hay un fuerte compromiso con las 2 primeras, que tienen que ver con informar sobre la ley y también educar con respecto a eso. Ahora, lo que tenía que ver con atribuciones judiciales, nosotros por opción decidíamos que no era a lo que convoca Circular, si las otras 2 y eso por ejemplo implica no solo educar con respecto a la normativa que existe, sino que demostrando las falencias que nuestro sistema tiene porque en general tenemos muchas deficiencias en relación por ejemplo a normativas medio ambientales que refiere a los consumidores, entonces nuestra labor estuvo abocada principalmente al educar. José responde: Al educar y sobre la base de un concepto circular económico, eso es súper importante en ADC Circular. Paloma responde: y en el caso de informar, hay distintas instancias que no son sólo unas academias de información que hemos desarrollado, sino que también con las múltiples

	<p>participaciones en eventos académicos, seminarios, foros, charlas, en programas de televisión, de radio, columnas de opinión.</p> <p>Más que informar con respecto a las leyes o la ley, es informar con respecto a concientizar a cuál es nuestro rol como consumidores y consumidoras.</p> <p>Marcela, la presidenta de Circular, ha tenido varias exposiciones con respecto a tratamiento de la ley RED, la de basura, y otras; además que se participa en algunas comisiones técnicas donde se trata de poner la opinión, pero cuando decimos informar es eso, más que a la ley específica, tomar conciencia de nuestro rol como consumidores.</p> <p>José responde: De todas maneras, agregar un punto, en el último encuentro nacional de las asociaciones de consumidores, me pude percatar que hay asociaciones de consumidores en Santiago, como la liga ciudadana, que ellos tienen una función de información más bien de la norma, por ejemplo, la triple opción, los problemas de garantías, las cláusulas abusivas del artículo 15, ósea, ellos cumplen otras funciones. Yo creo que nos hemos disgregando en funciones naturalmente.</p>
<p>En otras palabras, ¿Considera usted que las funciones que tienen las asociaciones de consumidores se pueden cumplir en su totalidad o sólo en parte?</p>	
<p>Si responde que sólo se pueden cumplir en parte, ¿Cuáles son las que se pueden cumplir?</p>	
<p>¿Qué cree usted que deberían hacer las asociaciones de consumidores?</p>	
<p>¿Cómo han financiado las</p>	<p>Paloma responde Principalmente mediante fondos</p>

<p>acciones de su asociación de consumidores? ¿De dónde obtiene el financiamiento para sus actividades?</p>	<p>concurables, y el pago de la cuota, que siempre es complejo.</p> <p>Existe una agenda permanente de trabajo, como directorio nos reunimos mensualmente, cumplimos con nuestra asamblea ordinaria anual, se tienen que hacer, se hacen diferentes acciones, tratamos de desarrollarlas, pero efectivamente, para los proyectos más grandes, dependemos de estos fondos. Circular se ha ganado 2 fondos para desarrollar esta academia circular, que son espacios de formación de una semana, de agentes de cambio.</p> <p>Hubo otro fondo que se ganó para lanzar la plataforma circular donde van a estar todas las actividades que hacemos.</p> <p>Pero hay muchas otras cosas que se hacen desde el voluntarismo, principalmente de su presidente y su tesorera.</p> <p>José responde: Estas asociaciones son asociaciones que parten desde el activismo de quienes las forman, entonces toda la lógica de construcción de la asociación es activista, yo creo que lo que va a hacer la nueva ley, es darle un impulso para que también, tomen, a mi parecer, lo que va a tener que pasar es tomen en consideración lo que dice la ley en términos de estructura de asociación, porque así se viene, ósea la asociación no puede ser una asociación activista solamente.</p>
<p>¿Qué acciones realiza su asociación en materia de transparencia? ¿Cómo es posible obtener información sobre financiamiento y gastos de su asociación?</p>	<p>Paloma responde: Lo que pasa es que como los fondos han sido concursables, para eso efectivamente hay que rendirlos, sino no aprueban tu ejecución, y nosotros en la asamblea de socios ordinaria que tenemos que hacer por obligación, lo hacemos.</p> <p>Próximamente vamos a lanzar la plataforma circular y también, algunos asociados que han ido a cuestiones que tienen que ver con ley de transparencia también han promovido que tengamos esas buenas prácticas.</p> <p>El financiamiento de las asociaciones es algo muy complejo, tu comprenderás que la gente pague sus cuotas, que se acuerdan colectivamente no es fácil, entonces, es difícil porque en qué gasta una asociación, tiene muchos gastos que son indemostrables que es el tiempo de las personas asociado a la labor de la asociación.</p> <p>También creo que podrían haber orientaciones de parte del</p>

	Ministerio, cuál es la información básica que todas las asociaciones podrían tener o deberían transparentar y cuáles son las que no son obligación.
El 13 de septiembre de 2018, se publicó la ley 21.081 que introdujo modificaciones a la Ley de Protección al Consumidor y a las asociaciones de consumidores, ¿ha tomado conocimiento de dichas modificaciones?	
¿Cómo tomo conocimiento de las modificaciones?, ¿participó de las discusiones en el Congreso?, ¿alguien se lo comentó? ¿las ha estudiado personalmente?	
Con dicha modificación legal, desapareció el carácter taxativo de las funciones de las asociaciones de consumidores, ¿Puede mencionar alguna de las nuevas funciones que pueden desarrollar las asociaciones de consumidores con el cambio de ley?	José responde: un tema súper importante es entender que las asociaciones de consumidores , dado todo lo que hemos hablado son organizaciones “gremiales” desde el punto de vista de su naturaleza, pero que en definitiva no tienen la capacidad por ejemplo, para litigar, y una de las cosas que conversamos en Serena, en el último encuentro, es crear una oficina de litigios de las asociaciones de consumidores más chicas, porque CONADECUS tienen su mundo aparte, pero las chicas, que ejercen funciones muy específicas, no hay una oficina de litigio de las asociaciones de consumidores, que eso genera una rebaja en los costos, realmente se puede litigar, como un asesor jurídico permanente de las asociaciones de consumidores más pequeñas, que en el fondo, permita dividir gastos y que quizás pueda presentar un proyecto que pueda permitir pagarle a esa persona o grupo de personas que permita trabajen para esas asociaciones de consumidores o para la red, porque en el fondo la ley dice si pueden ejercer acciones individuales, bueno y en algunos casos, porque los límites ahora son de 1.300.000, para efectos de litigar sin



	<p>abogado, pero van a ver causas de más de 1.300.000, entonces qué pasa si llega una persona a pedirle a ADC Circular que quizás no tiene la capacidad litigar, litigar. Eso es un problema porque la coloca en una encrucijada.</p> <p>Y allí está el tema, de crear un fondo para litigar.</p> <p>Cuando la norma te dice que tú puedes litigar, cómo litigas si no tienen fondos, si eso es muy simple.</p> <p>Te comento, SERNAC hizo firmar un convenio de buenas prácticas entre las ADC, porque típicos casos estos legitimados tíos que entran al final y quieren ganar costas y está todo el juicio tramitado e ingresan al último minuto, y bueno, se firmó un protocolo de buenas prácticas para que efectivamente la posibilidad de ser tercero coadyuvante en un juicio esté regulado y no genere litigantes frívolos.</p> <p>Paloma responde: A la pregunta propiamente tal – Eso me he es difícil contestarte porque nosotros no hemos podido desarrollar nuestra jornada de planificación pero sin duda, que el espíritu de formación es lo que a nosotros más nos acomoda, como te digo, todas estas atribuciones nuevas en términos de litigar no es algo que Circular le interesó cuando se formó hace 3 años atrás, hacer.</p> <p>Todos los procesos formativos que se han desarrollado han sido mediante de fondos, aquí pareciera de que se abre una nueva oportunidad de quizás hacerlo de otro modo, eso también lo tenemos que discutir, que podría ser una ventana interesante, porque hay conversaciones o solicitudes de empresas que de repente quieren mejorar sus prácticas y quieren el apoyo de una asociación.</p>
<p>La nueva legislación ¿facilita o entorpece el accionar de las asociaciones de consumidores?</p>	<p>Paloma responde: Con Marcela nos conocimos en la junta de vecinos del barrio en que vivíamos, eso fue lo que nos llevó, nos conectó para poder hacer estas otras cosas, yo creo que se hayan hecho ciertas modificaciones a la ley, le otorgan más libertad, que al parecer van a estar contribuyendo a que puedan subsistir en términos de financiamiento, sin duda que eso es un avance.</p> <p>Nosotros, en materia de consumo circular que nosotros pretendemos, hay mucha normativa que mejorar, y para tu</p>

	<p>mejorar cierta normativa, necesitas de mucho conocimiento técnico, ósea por ejemplo referido a todo tema medio ambiental, en este país no se sabe lo que pasa, la semana pasada o esta semana lo del informe de Puchuncaví Quintero, el Estado no puede decir cuáles son los gases ni cómo contaminan, eso tiene que ver con consumidores y el impacto que genera nuestro modelo de producción. Chile tiene una ley de polimetales que es absolutamente deficitaria, pero que emerge a raíz de un tremendo caso en Arica, con respecto al impacto de las mineras. No tenemos normativa referida a emisiones de gases, por decir eso que es de la industria extractiva que es súper compleja, pero por la otra, a lo mejor tiene que ver con consumos mucho más cotidianos, por ejemplo, una de nuestra asociadas tenía una campaña a donde va mi envase porque por llevar eso pegado no te reciclan el bendito envase del yogur, hoy día todo este tema de las alegrías alimentarias que requieren que la información que tú puedas ver sea la adecuada, que te permita comprenderla y tomar una decisión, tenemos un banco que ha promocionado unas bolsas plásticas reciclables que no lo son, tenemos ahora una multitienda que ahora ha lanzado una campaña donde habla de circular, de economías, todo eso requiere un conocimiento técnico que no es tan fácil de poder como catalizar.</p> <p>Entonces las asociaciones son múltiples, con focos muy específicos y yo creo que allí tenemos, que el Estado y nosotros como ciudadanía, un tremendo desafío de como formar para que tú efectivamente pueda hacer exigibles algunas cosas.</p> <p>Chile tiene además el plan nacional de empresas y derechos humanos que nadie sabe cómo se ha cumplido, donde había un componente importante en relación con la formación de la ciudadanía para que pueda exigir a las empresas, entonces yo no sé si la ley va lograr impactar allí, yo creo que hay que evaluarla.</p> <p>¿Qué parámetros van a haber?, el parámetro va a ser que antes había por decir, 200 asociaciones de consumidores y</p>
--	--

	<p>con esta nueva ley vana a haber 300, o el balance va a hacer que teníamos 100 casos judicializados y con la nueva ley son 400.</p> <p>José responde: Va a depender, si nos a beneficiar o no a las ADC en la medida como se reglamente, porque en el fondo está a ley que es el marco, pero la forma de ejecutar la ley es la que permite sobre todo en el tema de funcionamiento practico, por ejemplo, yo creo que el tema de radicar la posibilidad de ejercer acciones individuales no sé si va hacer tan bueno porque en el fondo no están pensando cómo funciona una ADC, por lo menos hasta el día de hoy. Yo creo que si esa norma quiere tener aplicabilidad tiene que haber también la reglamentación, una manera real de saber cómo impactar en la ADC, para que tenga la posibilidad de ejercer la acción, sino finalmente va a hacer letra muerta, eso por una parte y lo otro, en el artículo 8° letra f) cuando se incluye esto de ejercer o celebrar contratos civiles o mercantiles, pero allí van a ver una serie de limitaciones que lo dice la propia ley. Ósea el artículo 9, tiene una serie de limitaciones para las ADC que es imputable a esa norma y además lo que dice el D.L. 2.757, respecto de lo que pueden hacer las ADC.</p> <p>El reglamento es central, ósea, hay que meterse en el reglamento, porque te va a dar operatividad real o no.</p>
<p>En relación a la nueva legislación ¿qué opinión le merecen las normas sobre financiamiento de las asociaciones y las obligaciones de transparencia?</p>	
<p>En el transcurso de 13 años, se ha modificado dos veces las funciones y prohibiciones de las asociaciones de consumidores, ¿a usted que le parecen dichos cambios? ¿Son suficientes o que</p>	<p>Paloma responde: No me atrevería a responderte esa pregunta, ni siquiera a título personal porque desconozco la trayectoria en la ley de las asociaciones.</p> <p>José responde: En el tránsito de estos 13 años, yo creo que los consumidores se han dado cuenta de ciertos derechos y los reclaman, de hecho, tú vas a una tienda y empiezan las personas a reclamar, y eso dice que de alguna manera que en</p>

<p>recomendaría a considerar en lo futuro?</p>	<p>cualquier circunstancias la ley si o si, se ha ido conociendo. Con esta última modificación, va a ingresar, porque también las asociaciones de consumidores pueden representar juicios colectivos, la posibilidad de tener por ejemplo, daños punitivos, entonces imaginemos una asociación de consumidores que logre obtener daños punitivos por 50 millones de dólares en contra de una empresa, esa asociación de consumidores va a pasar a la historia.</p>
--	--

**JOSÉ ABARCA - Director de Asociación Nacional de la Defensa de los  
Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS  
A.C. Entrevista presencial realizada el día 18 de enero de 2019**

<p>Identificación de la encuestadora y obtención de datos de identificación del entrevistado</p>	<p>Jorge Abarca, parte del directorio ANADEUS de la Asociación de Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social</p>
<p>¿Conoce las normas por las cuales se rigen las asociaciones de consumidores?</p>	<p>Si, son normas en relación con las distintas actividades que desarrollamos, por ejemplo, hay distintos organismos como SERNAC, que es un ente estatal y están las asociaciones de consumidores como nosotros, que somos entes privados, y por tanto cada uno cumple su función, a pesar que muchas veces, cumplimos funciones paralelas, nosotros tenemos como función el educar, el capacitar, e inclusive hacer demandas colectivas.</p>
<p>¿Puede mencionar que acciones hace su asociación de consumidores? (pregunta de desarrollo, para conocer no sólo las acciones que se realizan, sino para acercarse a la posibilidad de ver si se realizan acciones de las prohibidas, ex pregunta 11)</p>	<p>Nosotros nos dedicamos a defender a una cantidad de consumidores importantes más que irnos individualmente, eso es lo que nosotros más hacemos, porque o sino nuestra tarea se complicaría mucho porque significaría un montón de gente que está pidiendo, entonces tratamos de ver esto de manera colectiva.</p>
<p>¿Qué opinión le merecen las funciones definidas por la legislación para las asociaciones de consumidores? Buena o mala.</p>	<p>De partida te tengo que decir que nosotros también somos una asociación nacional de asociaciones de consumidores, que significa que efectivamente dentro de nuestra preocupación aparece la seguridad social como un elemento importante que tiene que ver con salud y previsión básicamente; pero nosotros hacemos de todo, en relación a la ley del consumidor tenemos, vemos los temas como los fármacos, los abusos en ese sentido.</p> <p>Nosotros pensamos que en realidad los distintos gobiernos que se han sucedido, de la dictadura hasta hoy, la verdad es que están más preocupados de defender al proveedor que al consumidor. Aparece ficticiamente esta necesidad de defender, porque es un tema popular, aparece el SERNAC</p>

	<p>como defendiendo los derechos de los consumidores, pero la realidad nos da cuenta de otra cosa. Dicho esto, nuestra gran lucha es tratar de informar adecuadamente y no deformar la información, y allí hemos tenidos algunas diferencias que con el SERNAC y con otras asociaciones de consumidores en ese sentido, porque creemos muchas veces que los acuerdos a que se llega, te pongo el caso de las colusiones, han sido muy perjudiciales para los consumidores y muy beneficiosas para las asociaciones participantes en estas demandas y para el SERNAC, en el sentido de que, lo que devuelven, el fraude hecho, por ejemplo el caso del papel tissue, resulta que el fraude alcanzaba una cifra de 800 millones de pesos y ellos demandan 150 millones de pesos, entonces para ellos es un tremendo negocio, no van a la cárcel, son leyes muy permisivas para el gran empresariado, entonces ese es un tema que nosotros discutimos.</p> <p>Dicho esto, nosotros no creemos que los gobiernos han tenido la verdadera intención de proteger al consumidor, esa es nuestra apreciación con respecto a la ley.</p> <p>Esta mascara que se le da a la institucionalidad y a los gobiernos, por ejemplo, los fondos que están destinados para proyectos de las asociaciones de consumidores son precarísimos, sin embargo se dice que se va a fortalecer a las asociaciones de consumidores, y lo que se fortalece es el SERNAC, que la verdad es que no hace a nuestro juicio, con los recursos que tiene, lo que debería hacer, entonces y a las asociaciones, se dice, pero en realidad no, porque los fondos creo que aumentan pero no tienen ninguna incidencia, por tanto eso es ficticio a nuestro juicio.</p>
<p>En otras palabras, ¿Considera usted que las funciones que tienen las asociaciones de consumidores se pueden cumplir en su totalidad o sólo en parte?</p>	
<p>Si responde que sólo se</p>	

<p>pueden cumplir en parte, ¿Cuáles son las que se pueden cumplir?</p>	
<p>¿Qué cree usted que deberían hacer las asociaciones de consumidores?</p>	<p>Te dicen que no se pueden meter en política, entonces nosotros tenemos que adaptarnos, lo que nos parece tremendamente abusivo con los consumidores.</p> <p>Nosotros creemos que nuestra labor ahora es de informar adecuadamente, es decir, mire señor en el parlamento están aprobando esta ley que le está perjudicando, vea quienes son los diputados y senadores para que cuando usted vote, tenga conciencia de que es lo que hacen y no esté votando por cualquier persona que lo perjudica.</p> <p>Por eso nosotros vemos el tema de la ley, distintas leyes.</p> <p>Estamos en una situación en que hay pensiones miserables, hay una educación miserable, mala y de todos los niveles, no solamente estatal, porque esa es otra mentira, cuando tú tiene sexta realidad, ¿qué haces?, o haces la vista gorda o lo enfrenta y lo que nosotros queremos hacer es enfrentarlo.</p> <p>De hecho no nos aprobaron el proyecto para la revista y eso que en la revista han aparecido 19 asociaciones de consumidores, esta revista ha aunado.</p>
<p>¿Cómo han financiado las acciones de su asociación de consumidores? ¿De dónde obtiene el financiamiento para sus actividades?</p>	<p>La asociación nuestra se financia básicamente con los proyectos que hemos enviado a SERNAC, son financiamientos muy precarios. Segundo, lo hemos financiado a través de nuestra forma de actuar que es ad honorem, nosotros trabajamos y no recibimos nada.</p> <p>Todo nuestro trabajo tiene que ver con eso, hemos también incursionado en otras instancias, pero muy poca, con un cierto grado de dificultad.</p> <p>Lo que hacemos nosotros es un acuerdo al cual hemos llegado, que las personas que trabajan en los proyectos en particular, una parte de los honorarios los cedan a la asociación, por eso te digo que los recursos de los proyectos los que a través de esta cuota que se destina a la asociación.</p>
<p>¿Qué acciones realiza su asociación en materia de transparencia? ¿Cómo es</p>	<p>Hay mucho control en lo que nosotros hacemos ... nosotros tenemos siempre, todos los insumos, todos los proyectos están allí con su rendición, que ahora son mensuales.</p>

<p>posible obtener información sobre financiamiento y gastos de su asociación?</p>	<p>Tú vas a tener un contador, al que hay que pagarle mucha plata, porque hoy día tenemos un contador, pero ad honorem, si tu empiezas a exigirle que tenga todo, obviamente que vamos a tener que pagarle y eso implica un costo que muchas veces las asociaciones no van a poder hacer.</p>
<p>El 13 de septiembre de 2018, se publicó la ley 21.081 que introdujo modificaciones a la Ley de Protección al Consumidor y a las asociaciones de consumidores, ¿ha tomado conocimiento de dichas modificaciones?</p>	
<p>¿Cómo tomo conocimiento de las modificaciones?, ¿participó de las discusiones en el Congreso?, ¿alguien se lo comentó? ¿las ha estudiado personalmente?</p>	<p>Con dicha modificación legal, desapareció el carácter taxativo de las funciones de las asociaciones de consumidores, ¿Puede mencionar alguna de las nuevas funciones que pueden desarrollar las asociaciones de consumidores con el cambio de ley?</p> <p>Respecto de la celebración de contratos civiles o mercantiles, yo encuentro que ese es otro gran defecto, porque tú te empiezas a relacionar de otra manera con la industria y ahí si que es muy fácil caer en la tentación; si tú lo haces como un negocio los que van a llegar para acá van a ser los buenos para el negocio y no los que realmente están interesados en dar una respuesta, siempre el negocio prevalece por sobre lo que tu deberías hacer, entonces se deforma.</p> <p>¿Porque el Estado no emprende entonces a través del SERNAC?</p> <p>Tenemos un montón de insumos como para hacer capacitaciones o cursos y todo lo demás, tenemos un montón de insumos interesantísimos y con distintos enfoques y que podríamos hacer un aporte importante, pero la pregunta que yo me haría es si están interesados en que existan otras visiones sobre el cómo se está armando?, es decir, quien te va contratar, quien te va aceptar?, nosotros podemos hacer cosas inocuas, por decir así, oye la ley del consumidor dice</p>



	<p>esto, tiene que defenderse. También está esta tremenda cosa que se ha instalado en nuestro país, que es el hecho que el consumidor tiene que hacerse responsable de que no lo engañen, ósea, no es el gobierno, entonces no hay ninguna posibilidad de que tú puedas competir, porque el empresario lo que busca es ganancia y eso yo lo entiendo, si tampoco lo voy a demonizar, el problema es que es ganancia no signifique un perjuicio para las personas.</p> <p>Yo te saco plata a ti, que no tienes, por ejemplo, en la salud, si tu caes o algunos de tus familiares caen en una enfermedad complicada resulta que tú tienes que vender tu casa, eso es una aberración.</p>
<p>Con dicha modificación legal, desapareció el carácter taxativo de las funciones de las asociaciones de consumidores, ¿Puede mencionar alguna de las nuevas funciones que pueden desarrollar las asociaciones de consumidores con el cambio de ley?</p>	
<p>La nueva legislación ¿facilita o entorpece el accionar de las asociaciones de consumidores?</p>	
<p>En relación a la nueva legislación ¿qué opinión le merecen las normas sobre financiamiento de las asociaciones y las obligaciones de transparencia?</p>	
<p>En el transcurso de 13 años, se ha modificado dos veces</p>	<p>Lo que yo creo que ha empeorado más que mejorado, es como casi todas las leyes que se han dado, por ejemplo, me</p>

<p>las funciones y prohibiciones de las asociaciones de consumidores, ¿a usted que le parecen dichos cambios? ¿Son suficientes o que recomendaría a considerar en lo futuro?</p>	<p>toco analizar la ley del financiamiento universitario, y es horrible, desde el punto de vista de cómo está planteada.</p> <p>Al final todo es un tema que va favoreciendo cada vez más a los proveedores y perjudicando a los consumidores.</p> <p>Porque yo te digo que la última modificación es un retroceso, porque en el fondo esta última modificación, van a ver asociaciones a nivel nacional y asociaciones locales, por decirlo así, y dentro de las asociaciones de nivel nacional van a tener sede, aunque no lo dicen en esos términos, en distintas regiones, imagínate tú, con los recursos que ahora cuentan las asociaciones de consumidores, van a ser muy pocas, las que podrían ser son CONADECUS y ODECU. Ellos ven mucho el modelo español como una forma a seguir, y yo estuve en una pasantía en España y la verdad es que ese es un modelo que yo no seguiría, porque lo que quieren lograr ellos es que al final sean una, dos o tres las asociaciones de consumidores y las demás desaparezcan, en el fondo ese es el objetivo, a mi juicio, que se persigue acá y eso creo que es muy perjudicial porque con una o dos o tres el gobierno se puede poner de acuerdo, pueden negociar y pasar todo lo que pasa, es muy fácil caer en conductas poco adecuadas, entonces nosotros creemos que eso es muy malo, yo creo que al contrario, cada región debería tener asociaciones de consumidores de manera tal que existan muchas y que sea muy difícil que se produzca ese fenómeno que es tan frecuente, y yo sospecho que también en España.</p> <p>Nosotros creemos, que la forma de proteger al consumidor en los distintos gobiernos ha sido muy mala, y sigue siendo mala</p>
--	--