

***CONSUMIDORES CON VULNERABILIDAD AGRAVADA
O HIPERVULNERABLES COMO CATEGORÍA JURÍDICA
EN CHILE: CONCEPTO Y MEDIDAS DE PROTECCIÓN EN
NUESTRO ORDENAMIENTO JURÍDICO***

*CONSUMERS WITH AGGRAVATED VULNERABILITY OR
HYPERVULNERABLE AS A LEGAL CATEGORY IN CHILE:
CONCEPT AND PROTECTION MEASURES IN OUR LEGAL
SYSTEM*

YOSELIN DELGADO FREDES*

RESUMEN

En este artículo se analiza la noción de *consumidor hipervulnerable* o con vulnerabilidad agravada como categoría jurídica en Chile y las medidas de protección a esta categoría de consumidores en nuestro país. Se revisa y expone sobre la legislación y doctrina relacionada, con la intención de precisar y definir los conceptos. Se concluye que es esencial establecer los mecanismos de protección que nuestro ordenamiento jurídico puede ofrecerle a estos sujetos, siendo posible reconocerlos y clasificarlos en mecanismos preventivos y a posteriori.

Palabras claves: Derecho del Consumo, Consumidores, Consumidor vulnerable, Vulnerabilidad, Vulnerabilidad agravada, Hipervulnerabilidad.

*Abogada, Magíster en Derecho Privado, Universidad de Concepción, Concepción, Chile. Profesora en Administración Pública Advance, Universidad del Alba, Santiago, Chile. ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-0100-4817>. Correo electrónico: y.delgadofredes@gmail.com.

Trabajo recibido el 13 de septiembre de 2023, y aceptado para su publicación el 27 de junio de 2024.

ABSTRACT

This article analyzes the notion of a *hypervulnerable consumer* or with aggravated vulnerability as a legal category in Chile and the protection measures for this category of consumers in our country. It reviews and exposes the related legislation and doctrine, with the intention of specifying and defining the concepts. It is concluded that it is essential to establish the protection mechanisms that our legal system can offer to these subjects, being possible to recognize and classify them into preventive and a posteriori mechanisms.

Keywords: Consumer Law; Consumers; Vulnerability; Vulnerable consumer; Aggravated Vulnerability; Hypervulnerability.

I. INTRODUCCIÓN**

El Derecho del Consumo es una de las áreas del Derecho que se encuentra en constante desarrollo. Su naturaleza es bastante particular, interactuando entre las normas del Derecho Privado y del Derecho Público, con un carácter dual, pues se aplican las normas del Derecho Privado para regular la relación entre el consumidor y el proveedor y las de Derecho Público para asegurar el cumplimiento de sus disposiciones y fortalecer los derechos de los consumidores.¹ Por consiguiente, el Derecho del Consumo encuentra su fundamento en el hecho que, el vínculo jurídico existente entre las partes, no se caracteriza por la igualdad que inspira el Derecho Común, sino por las diversas asimetrías que distancian a ambas partes.²

En virtud de lo anterior, esta rama del Derecho busca equilibrar la asimetría estructural en las relaciones entre los consumidores y proveedores, con el fin de tutelar a la parte más débil del vínculo jurídico: *el consumidor*. En este sentido, de acuerdo al principio *favor debilis*, existiendo un individuo en circunstancias desmejoradas respecto de otros, debe otorgársele una tutela por la situación en la que se encuentra, pues en caso de no hacerlo, se vulneraría el derecho de igualdad

**Abreviaturas utilizadas:

LPC	Ley de Protección del Consumidor
MERCOSUR	Mercado Común del SUR
SENADIS	Servicio Nacional de la Discapacidad
SENAMA	Servicio Nacional del Adulto Mayor
SERNAC	Servicio Nacional del Consumidor

¹ MORALES, María Elisa, “Control preventivo de cláusulas abusivas”, DER Ediciones, Santiago, 2018, p. 2.

² ISLER, Erika, *Derecho del consumo. Nociones fundamentales*, Tirant Lo Blanch, Santiago, 2019, p. 65.

derivado de su dignidad humana.³

En nuestro país la protección de los derechos de los consumidores se encuentra regulada en una ley especial, toda vez que no existe una norma constitucional expresa que los garantice. Así, los derechos y obligaciones para las partes que participan en las relaciones de consumo, es decir, los proveedores y consumidores, como las infracciones en perjuicio del consumidor y el procedimiento aplicable para estas materias, están regulados en la Ley 19.496 del año 1997, llamada “Ley de Protección al Consumidor”.⁴ Sumado a ello, podemos mencionar al Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), organismo público encargado de informar, educar y proteger a los consumidores, con el fin de promover una relación equitativa con los proveedores.⁵

Sin embargo, la globalización, el uso del internet y la tecnología ha provocado que la sociedad se encuentre en constante conexión, interactuando con un gran número de personas y empresas, ya sea de manera presencial como de manera remota, modificándose las formas de contratación, como es el caso de las compras por internet o los contratos de adhesión.

En virtud de ello, tanto en nuestro país como en el ámbito internacional,⁶ existe una especial preocupación por proteger a los consumidores y sus derechos. Esta preocupación habría aumentado con la reciente crisis pandémica del virus Covid-19, que, en palabras del propio SERNAC, ha acentuado la vulnerabilidad en los consumidores.⁷

Así, existirían consumidores que se encontrarían en una situación especial de vulnerabilidad, es decir, con una vulnerabilidad agravada o *hipervulnerabilidad*. Esta vulnerabilidad se produciría por características personales de los consumidores o por situaciones o circunstancias específicas, transitorias o permanentes, que les afecten. En este sentido, se sumaría otra vulnerabilidad al consumidor -de la ya existente por su inherente posición como el débil jurídico en las relaciones de consumo- que requerirían una especial protección por parte de los Estados.

En este sentido, con fecha 31 de diciembre del año 2021 el Servicio Nacional del Consumidor dictó la *Circular Interpretativa sobre Noción de Consumidor Hipervulnerable*, Resolución exenta N° 001038, con el objetivo de reconocer e

³ LÓPEZ, Patricia, “El débil jurídico en el derecho privado chileno: noción, configuración y tipología”, *Revista Ius et Praxis*, 2023, N° 1, p. 124.

⁴ Ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, 1997.

⁵ SERNAC, Página web del Servicio Nacional del Consumidor (Chile), sección “preguntas frecuentes”, en línea: <https://www.sernac.cl/portal/617/w3-propertyvalue-64531.html>, consultada: 15 de febrero de 2023.

⁶ Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2016).

⁷ SERNAC, Resolución exenta N° 001038 de 31 de diciembre de 2021, p. 4.

identificar a los “consumidores hipervulnerables”.⁸

Sin lugar a dudas, la Circular antedicha constituye un interesante antecedente a la protección de derechos de los consumidores, toda vez que inserta en nuestro país la idea de la existencia de esta categoría especial de consumidores y de la importancia de su reconocimiento y protección.

En atención a ello, este artículo tiene por objeto el establecer un concepto de consumidor hipervulnerable y determinar medidas de protección que nuestro ordenamiento jurídico nacional puede brindarles a esta calidad de consumidores.

II. CONSUMIDORES CON VULNERABILIDAD AGRAVADA O HIPERVULNERABLES

La LPC en el numeral 1 del artículo 1 define el concepto de “consumidor” de la siguiente forma:

Para los efectos de esta ley se entenderá por:

1.- Consumidores o usuarios: las personas naturales o jurídicas que, en virtud de cualquier acto jurídico oneroso, adquieren, utilizan, o disfrutan, como destinatarios finales, bienes o servicios. En ningún caso podrán ser considerados consumidores los que de acuerdo al número siguiente deban entenderse como proveedores.⁹

En virtud de lo señalado en el numeral citado, consumidor o usuario son las personas naturales o jurídicas que, en una relación de consumo, adquieren, utilizan o disfrutan como *destinatarios finales* bienes o servicios. Así, “destinatario final” sería aquel consumidor que recibe bienes o servicios para utilizarlos o consumirlos él mismo, y que en consecuencia, esos bienes o servicios quedarían detenidos dentro de su ámbito personal, familiar o doméstico, sin que vuelvan a salir al mercado. Por lo tanto, no será destinatario final si el consumidor o usuario adquiere los bienes o servicios para volver a introducirlos al mercado.¹⁰ En un sentido similar, MOMBERG define al consumidor como toda persona que contrate a título oneroso la

⁸ SERNAC, Resolución exenta N° 001038 de 31 de diciembre de 2021.

⁹ Ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores (1997), numeral 1 artículo 1.

¹⁰ BOFILL, Jorge, CORRAL, Hernán, “Derecho del consumo y protección del consumidor, estudios sobre la ley 19.496 y las principales tendencias extranjeras”, Cuadernos de Extensión Jurídica N°3, Universidad de los Andes, Santiago, 1999, p. 54.

adquisición o goce de un bien o la prestación de un servicio, pero sin que éstos sean integrados directamente a procesos de fabricación o transformación, por lo tanto, no es la calidad de la persona la que determina la de consumidor, sino el destino del bien o del servicio contratado.¹¹

En oposición a lo anterior, BARRIENTOS señala que la calidad de la persona si es relevante al momento de determinar quién sería consumidor, pues no es posible dar la calidad de consumidor a los empresarios, ya que estos se estarían amparando bajo los derechos pensados para otras personas, que no cuentan con libros de contabilidad o tributan bajo un régimen especial, como las empresas.¹²

Ahora bien, en atención a las nuevas formas de contratación, emergencias mundiales, como la pandemia por COVID-19, los avances en la globalización, entre otros, el concepto de consumidor se vería alterado en el caso de que, en la relación de consumo, participen consumidores que se encuentran en una situación especial de vulnerabilidad o desventaja respecto de otros consumidores.

Esta situación de vulnerabilidad o desventaja ha sido reconocida por las Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, aprobadas en Asamblea General de fecha 22 de diciembre de 2015, que señala dentro de sus principios generales, el atender la necesidad legítima procurar “*b) La protección de los consumidores en situación vulnerable y desventaja*”.¹³ En el mismo sentido, la Directiva 2005/29 del Parlamento Europeo regula la vulnerabilidad en el artículo 5.3, señalando:

“Prohibición de las prácticas comerciales desleales, 3. Las prácticas comerciales que puedan distorsionar de manera sustancial, en un sentido que el comerciante pueda prever razonablemente, el comportamiento económico únicamente de un grupo claramente identificable de consumidores especialmente vulnerables a dichas prácticas o al producto al que se refieran, por padecer estos últimos una dolencia física o un trastorno mental o por su edad o su credulidad, deberán evaluarse desde la perspectiva del miembro medio de ese grupo. Ello se entenderá sin perjuicio de la práctica publicitaria habitual y legítima de efectuar afirmaciones exageradas o afirmaciones respecto de las cuales no se pretenda

¹¹ MOMBERG, Rodrigo, “Ámbito de aplicación de la ley N°19.496 Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores”, *Revista Derecho*, 2004, Vol. N°17, pp. 41-62.

¹² BARRIENTOS, Francisca, “Derecho del Consumo”, *Revista de Derecho Privado*, 2012, N°18, pp. 217-218.

¹³ Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2016), página 6.

una interpretación literal".¹⁴ En ambos casos se hace mención a los consumidores vulnerables como sujeto de especial protección en las relaciones de consumo.

A mayor abundamiento, la Directiva 2011/83 del Parlamento Europeo y Consejo de fecha 25 de octubre de 2011, en su considerando 34, es más específico, indicando que el comerciante debe proporcionar al consumidor información clara y comprensible, teniendo en cuenta las necesidades especiales de los consumidores que sean particularmente vulnerables debido a una enfermedad mental, física o psicológica, edad o credulidad. Cabe señalar que en la parte final de este considerando, se indica que, esta especial consideración, no constituye un nivel diferenciado de protección a los consumidores.¹⁵

Sumado a lo anterior, la legislación comparada no ha estado ajena a este tema, como es el caso de España, que ha avanzado en la noción de esta categoría de consumidor. En su Real Decreto-ley 4/2011 de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica de fecha 25 de febrero de 2011 que modificó la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuario, prescribe en el nuevo numeral 2 del artículo 3:

Artículo 3. Conceptos de consumidor y usuario y de persona consumidora vulnerable:

2. Asimismo, a los efectos de esta ley y sin perjuicio de la normativa sectorial que en cada caso resulte de aplicación, tienen la consideración de personas consumidoras vulnerables respecto de relaciones concretas de consumo, aquellas personas físicas que, de forma individual o colectiva, por sus características, necesidades o circunstancias personales, económicas, educativas o sociales, se encuentran, aunque sea territorial, sectorial o temporalmente, en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección

¹⁴ Parlamento Europeo y Consejo, Directiva 2005/29 de 11 de mayo de 2005.

¹⁵ Parlamento Europeo y Consejo, Directiva 2011/83 de fecha 25 de octubre 2011, considerando 34: "(34) El comerciante debe proporcionar al consumidor información clara y comprensible antes de que el consumidor se vea vinculado por un contrato celebrado a distancia o fuera del establecimiento, por un contrato distinto de estos o por una oferta contractual correspondiente. Al facilitar esa información, el comerciante debe tener en cuenta las necesidades especiales de los consumidores que sean particularmente vulnerables debido a su enfermedad mental, física o psicológica, edad o credulidad de una forma que el comerciante pueda razonablemente prever. No obstante, la toma en consideración de estas necesidades específicas no debe conducir a niveles diferentes de protección de los consumidores."

*que les impide el ejercicio de sus derechos como personas consumidoras en condiciones de igualdad.*¹⁶

Esta ley no solo se aproxima a delimitar el concepto de consumidor vulnerable, sino que, en atención a lo indicado en su preámbulo, el objetivo de la misma es garantizar una mayor protección a los consumidores en especial situación de vulnerabilidad determinando en el numeral 1 del nuevo artículo 8 de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuario los derechos básicos de los consumidores vulnerables. Por su parte, en el numeral 2 del mismo artículo se establece que estos derechos gozarán de una especial atención, tanto reglamentaria como normativamente. Además de mandar a los poderes públicos a promocionar, actuar y garantizar estos derechos en condiciones de igualdad, teniendo presente la especial situación de vulnerabilidad de estos consumidores.¹⁷

En Latinoamérica es destacable el caso de Argentina, país que, en virtud de la Resolución 139/2020 de 28 de mayo de 2020 de la Secretaría de Comercio Exterior del Ministerio de Desarrollo Productivo, ha contemplado y modificado las normas de la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor. En el artículo 1 de la resolución en comento define a los consumidores hipervulnerables de la siguiente manera:

Artículo 1°.- Establécese que a los fines de lo previsto en el Artículo 1° de la Ley N° 24.240 se consideran consumidores hipervulnerables, a aquellos consumidores que sean personas humanas y que se encuentren en otras situaciones de vulnerabilidad en razón de su edad, género, estado físico o mental, o por circunstancias sociales, económicas, étnicas y/o culturales, que provoquen especiales dificultades para ejercer con plenitud sus derechos como consumidores. Asimismo, podrán ser considerados consumidores hipervulnerables las personas jurídicas sin fines de lucro que orienten sus objetos sociales a los colectivos

¹⁶ Real Decreto-ley 4/2022 de fecha 25 de febrero de 2022 (España), numeral 2 del artículo 3.

¹⁷ Real Decreto-ley 4/2022 de fecha 25 de febrero de 2022 (España), numeral 2 del artículo 8:

"2. Los derechos de las personas consumidoras vulnerables gozarán de una especial atención, que será recogida reglamentariamente y por la normativa sectorial que resulte de aplicación en cada caso. Los poderes públicos promocionarán políticas y actuaciones tendentes a garantizar sus derechos en condiciones de igualdad, con arreglo a la concreta situación de vulnerabilidad en la que se encuentren, tratando de evitar, en cualquier caso, trámites que puedan dificultar el ejercicio de los mismos".

*comprendidos en el presente artículo.*¹⁸

De la norma recién citada me parece interesante el uso de la terminología “hipervulnerable” para referirse a esta categoría de consumidores. Así, en palabras de BAROCELLI, el uso de esta terminología es el adecuado y tiene gran relevancia, toda vez que establece que todos los consumidores son estructuralmente vulnerables, destacando la importancia de la protección de ciertos colectivos.¹⁹

Sumado a lo anterior, la noción de consumidor hipervulnerable que establece la legislación argentina, a diferencia de la definición de la ley española, va más allá, reconociendo como consumidor hipervulnerabilidad no solo a las personas naturales sino también a las personas jurídicas sin fines de lucro y que, su objeto social, sea orientar a esta categoría de consumidores.

Por otro lado, en el artículo 2 de la misma resolución se establece un listado -no taxativo- de aquellas personas de las cuales se presumirá *iure it iure* la existencia de un factor subjetivo de vulnerabilidad,²⁰ como sería el caso de los niños, niñas y adolescentes, personas mayores de 70 años, entre otros.²¹

¹⁸ Resolución 139/2020 de fecha 28 de mayo de 2020, Secretaría de Comercio Exterior (Argentina), artículo 1.

¹⁹ BAROCELLI, Sebastián, “La protección de los consumidores hipervulnerables en el ámbito universal y su proyección en Argentina y en el MERCOSUR”, en: ISLER, E.; JARUFE, D. (Coords), *Vulnerabilidad y capacidad, estudios de vulnerabilidad y capacidad jurídica en el derecho común y de consumo*, Rubicón Editores, Santiago, 2022, p. 89.

²⁰ KRIEGER, Walter, “El concepto de consumidor hipervulnerable en la legislación argentina”, en: ISLER, E.; JARUFE, D. (Coords), *Vulnerabilidad y capacidad, estudios de vulnerabilidad y capacidad jurídica en el derecho común y de consumo*, Rubicón Editores, Santiago, 2022, p.78.

²¹ Resolución 139/2020 de fecha 28 de mayo de 2020, Secretaría de Comercio Exterior (Argentina), artículo 2: “Artículo 2º.- A los efectos de la presente medida podrán constituir causas de hipervulnerabilidad entre otras, las siguientes condiciones: a) reclamos que involucren derechos o intereses de niños, niñas y adolescentes; b) ser personas pertenecientes al colectivo LGBT+ (lesbianas, gays, bisexuales y transgénero); c) ser personas mayores de 70 años; d) ser personas con discapacidad conforme certificado que así lo acredite; e) la condición de persona migrante o turista; f) la pertenencia a comunidades de pueblos originarios; g) ruralidad; h) residencia en barrios populares conforme Ley N° 27.453; i) situaciones de vulnerabilidad socio-económica acreditada por alguno de los siguientes requisitos: 1) Ser Jubilado/a o Pensionado/a o Trabajador/a en Relación de Dependencia que perciba una remuneración bruta menor o igual a DOS (2) Salarios Mínimos Vitales y Móviles; 2) Ser Monotributista inscripto en una categoría cuyo ingreso anual mensualizado no supere en DOS (2) veces el Salario Mínimo Vital y Móvil; 3) Ser Beneficiario/a de una Pensión No Contributiva y percibir ingresos mensuales brutos no superiores a DOS (2) veces el Salario Mínimo Vital y Móvil; 4) Ser beneficiario/a de la Asignación por Embarazo para Protección Social o la Asignación Universal por Hijo para Protección Social; 5) Estar inscripto/a en el Régimen de Monotributo Social; 6) Estar incorporado/a en el Régimen Especial de Seguridad Social para empleados del Servicio Doméstico (Ley 26.844); 7) Estar percibiendo el seguro de desempleo; 8) Ser titular de una Pensión Vitalicia a Veteranos de Guerra del Atlántico Sur (Ley N° 23.848)”.

En nuestro país es la LPC la que establece los derechos y deberes de los consumidores y proveedores. Sin embargo, en el referido cuerpo legal no existe mención de esta categoría de consumidores ni al criterio de vulnerabilidad.

El SERNAC, el 31 de diciembre de 2021, dicta su Res. Exenta N° 001038, Circular Interpretativa sobre la noción de *consumidor hipervulnerable*. La referente circular no define lo que se entiende por consumidor hipervulnerable, e incluso señala expresamente que

*“el concepto de consumidor hipervulnerable no cuenta con una definición o categoría única, pues las fallas del mercado afectan de distinta manera y en distintos escenarios al universo heterogéneo de consumidores, resultando posible la identificación de criterios que permiten delimitar quienes se encuentran dentro del marco de hipervulnerabilidad”.*²²

No compartimos lo señalado por la circular antedicha, toda vez que –de acuerdo con lo ya expuesto– es posible establecer una noción de consumidor hipervulnerable, a pesar de su carácter subjetivo y voluble (como las definiciones de España o Argentina). Si bien la resolución mencionada no define lo que se entiende por consumidor hipervulnerable, sí establece los criterios que delimitan la vulnerabilidad. Así, el SERNAC citando la Resolución del Parlamento Europeo de 22 de mayo de 2012, ha mencionado tres criterios que determinan la vulnerabilidad. Estos criterios son los siguientes:

- (i) Criterio endógeno,
- (ii) Criterio circunstancial y,
- (iii) Criterio situacional

(i) *Criterio Endógeno*. Este criterio daría cuenta de una vulnerabilidad preexistente al consumo, referida, por ejemplo: a la orientación sexual, capacidad económica o algún tipo de discapacidad física, psicológica o psíquica, entre otros. Por lo tanto, este criterio no varía según las circunstancias de consumo y no excluiría otras circunstancias o situaciones que puedan configurar hipervulnerabilidad de un consumidor determinado.²³ Agrega como ejemplo, aquellos sujetos protegidos por la Convención sobre los Derechos del Niño, la Convención sobre los Derechos de

²² SERNAC, Resolución exenta N° 001038 de 31 de diciembre de 2021, p.8.

²³ SERNAC, Resolución exenta N° 001038 de 31 de diciembre de 2021, pp 9-10.

las Personas con Discapacidad, entre otros.²⁴

(ii) *Criterio Circunstancial*. Este criterio permite identificar aquella vulnerabilidad que resulta de la interacción de ciertos consumidores y determinados mercados, conforme a las circunstancias que rodean la relación de consumo concreta. Se trataría de consumidores que no son endógenos, pero que se vuelven vulnerables en determinados mercados debido a sus características personales, como, por ejemplo: el sexo, edad, etnia, etc.²⁵

En la misma circular se pone de ejemplo el caso de los adultos mayores frente al mercado de los productos tecnológicos. En este caso, no todos los adultos mayores serían consumidores hipervulnerables, toda vez que pueden existir sujetos que tengan conocimientos, capacidades y/o experiencias en el uso de estos productos.²⁶

(iii) *Criterio Situacional*. Este criterio de hipervulnerabilidad no requiere características personales de base para operar, sino que determinadas circunstancias, donde los consumidores, por motivos contingentes, se encuentren más expuestos a sufrir vulneraciones. En consecuencia, en este criterio, serán hipervulnerables aquellos consumidores que en una situación y tiempo determinado se encuentren bajo el criterio circunstancial y/o situacional, pero que -a su vez- en las relaciones de consumo y en mercados determinados puedan verse afectados por estar en la tal posición, por ejemplo: los veraneantes o turistas en centros vacacionales.²⁷

En mi opinión el SERNAC realiza un gran avance en identificar los criterios que permiten determinar la hipervulnerabilidad en las relaciones de consumo, pues –como ya se ha señalado– en Chile no existe una norma expresa que reconozca a los consumidores hipervulnerables ni los criterios que permiten identificar la hipervulnerabilidad.

La doctrina nacional no ha estado ajena a este tema. LÓPEZ sostiene que es plenamente admisible indicar que, en nuestro ordenamiento jurídico, podamos encontrar referencias a los consumidores con vulnerabilidad agravada o hipervulnerables, en atención a diversas normas dispersas en la LPC. Entre ellas, el artículo 3 letra c), que reconoce el derecho irrenunciable del consumidor a no ser discriminado arbitrariamente por el proveedor de bienes y servicios, manifestación del principio de igualdad; el inciso 7º del artículo 24 del mismo cuerpo legal, a

²⁴ SERNAC, Resolución exenta N° 001038 de 31 de diciembre de 2021, p.10.

²⁵ SERNAC, Resolución exenta N° 001038 de 31 de diciembre de 2021, p.10.

²⁶ SERNAC, Resolución exenta N° 001038 de 31 de diciembre de 2021, p.11.

²⁷ Ibidem.

propósito de la multa infraccional, contempla dos criterios que permiten sustentar la procedencia de esta distinción: deber de profesionalidad el que impone un nivel de diligencia superior al proveedor ante los consumidores y; el grado de asimetría de la información existente entre el infractor y la víctima, existiendo algunos consumidores que cuenten con menor información. Agrega el artículo 50 H de la referida ley, norma que ordena al juez a considerar la disponibilidad y facilidad probatoria que tiene cada una de las partes del litigio, para distribuir la carga de la prueba, equilibrando la asimetría de la relación de consumo y el inciso final del artículo 17 a propósito de los contratos de adhesión, los que, de acuerdo a lo señalado en la norma, deben adaptarse con el fin de garantizar una mayor comprensión para los consumidores con discapacidad visual o auditiva. Por último, nombra el artículo 2 ter relativo al principio pro consumidor, que establece que las normas establecidas en la LPC se interpretarán siempre a favor de los consumidores.²⁸

En el mismo sentido, CALAHORRANO sostiene sobre esta categoría de consumidor que la misma se justifica, toda vez que la protección regulada bajo la noción de consumidor medio no alcanzaría a comprender la realidad de aquellos consumidores con vulnerabilidad agravada. Expresa que esta protección parte de la base de un modelo ideal, donde un consumidor informado y perspicaz busca elegir racionalmente sus actos de consumo, por lo que se perdería el sentido tutelar del Derecho de Consumo. Es por ello, que recomienda la aplicación de criterios de justicia distributiva en favor de los consumidores, para evitar el aislamiento de las personas que no cumplen con los requerimientos de la sociedad de consumo.²⁹

Por su parte, ISLER ha innovado al establecer los criterios que permiten determinar la vulnerabilidad, indicando que existen dos criterios: *el criterio formal* y *el criterio valorativo*. Respecto del criterio formal, la vulnerabilidad se podría determinar por parámetros objetivos que -cumpliéndose- harían presumir que el consumidor se encuentra en una situación de desventaja, por lo tanto, debe protegerse frente a un consumidor que no se encuentre en dicha situación. Agrega que, es el legislador, a quien le corresponde la determinación de estos parámetros. Un ejemplo de ello lo encontramos en la edad, pues es un parámetro que no admite discusión respecto de su procedencia. En cuanto al *criterio valorativo*, este sería viable para evitar que, en la adopción de un modelo netamente formal, exista riesgo de sobreinclusión. En este sentido, este mecanismo entrega el juez la calificación

²⁸ LÓPEZ, Patricia, “El consumidor hipervulnerable como débil jurídico en el derecho chileno: una taxonomía y alcance de la tutela aplicable”, *Latin American Legal studies*, 2022, Vol. 10, n° 2, pp. 340-415.

²⁹ CALAHORRANO, Edison, “El consumidor con vulnerabilidad agravada como categoría jurídica y su recepción en el ordenamiento jurídico chileno”, *Revista de Derecho UCSC*, 2021, N° 38, p. 6.

concreta de la posición fáctica del individuo.³⁰

A este respecto, la jurisprudencia nacional poco ha mencionado sobre esta categoría de consumidor. Podemos mencionar como antecedente jurisprudencial la sentencia de la Corte de Apelaciones de Rancagua de 17 de junio de 2015, caratulada “Reyes con Latam Airlines Group S.A.”, a propósito de la suspensión de un vuelo por parte de Latam, en que la Corte toma en especial consideración la condición de turista del consumidor para la avaluación del daño moral, indicando que el daño es aún mayor considerando la situación del pasajero y su acompañante, quienes quedaron abandonados en la ciudad de Santiago sin sus enseres necesarios.³¹

En un caso similar, la Corte de Apelaciones de Santiago en causa Rol 62-2017, en sentencia de 3 de marzo de 2017 establece, en su considerando cuarto, que el hecho de que la actora y su familia estuvieran varios días en Puerto Rico sin sus enseres por la pérdida de sus maletas, permite concluir que sufrieron un daño y que el actuar de la demandada Avianca S.A. es negligente.³²

Conforme lo ya expuesto, en concordancia con el numeral 1 del artículo 1° de la LPC y a las definiciones internacionales ya mencionadas (España, Argentina), me permito definir al consumidor con vulnerabilidad agravada o hipervulnerable de la siguiente manera:

“Aquella persona natural, que, de forma individual o colectiva, se le suma otra vulnerabilidad, de carácter permanente o transitoria, que debido a sus características personales y/o motivos circunstanciales, le impiden el ejercicio de sus derechos como un consumidor en condiciones de igualdad.”.

En primer lugar me inclino por indicar que los consumidores con vulnerabilidad agravada o *hipervulnerables* solo podrían ser las personas naturales, excluyendo a las personas jurídicas (alejándome de la definición que establece la LPC en su artículo 1), toda vez que, a mi juicio, la condición especial de vulnerabilidad que motiva esta categoría se fundamenta en las características personales, situaciones excepcionales y/o circunstanciales de cada consumidor,

³⁰ ISLER, Erika, “¿Quiénes son vulnerables? Revisión de algunos modelos de determinación de la vulnerabilidad”, en: ISLER, E.; JARUFE, D. (Coords), *Vulnerabilidad y capacidad, estudios de vulnerabilidad y capacidad jurídica en el derecho común y de consumo*, Rubicón Editores, Santiago, 2022, pp. 21-29.

³¹ Corte de Apelaciones de Rancagua, 17 de junio de 2015, Rol 20-2015, disponible en Consulta Unificada del Poder Judicial, en línea: <https://oficinajudicialvirtual.pjud.cl/>.

³² Corte de Apelaciones de Santiago, 03 de marzo de 2017, Rol 62-2017, disponible en Consulta Unificada del Poder Judicial, en línea: <https://oficinajudicialvirtual.pjud.cl/>.

evitando que estas personas puedan contratar en condiciones de igualdad a diferencia de otros consumidores. En virtud de ello y basándome en la definición de consumidor de la profesora BARRIENTOS,³³ la calidad de este y su esfera especial de protección, se fundamenta en la situación de desventajada y de vulnerabilidad de este sujeto, es decir, se protege a un consumidor que no es perspicaz ni informado, más bien todo lo contrario, lo que no ocurriría en el caso de las personas jurídicas, que son sujetos que cuentan con un mayor acceso a información, contabilidad, profesionales a su cargo, etc.

A mayor abundamiento, resulta difícil poder encasillar a una persona jurídica como un consumidor hipervulnerable de carácter endógeno, como sería una persona con discapacidad física, un menor de edad o adulto mayor, pues su vulnerabilidad se produce por características inherentes a dicho consumidor, lo que no sería posible en caso de las personas jurídicas.

Ahora bien, si incluimos dentro de esta definición a las personas jurídicas sin fines de lucro como las fundaciones o corporaciones que se encuentre integradas por un colectivo de este tipo de consumidores, en este caso pueden obtener protección y ejercer sus derechos mediante los procedimientos colectivos y difusos que establece la propia LPC, sin necesidad de otorgarle a las personas jurídicas la calidad de consumidor hipervulnerable. Lo anterior, pues nos encontramos frente a un consumidor de con características excepcionales, por consiguiente, considero que la esfera de protección se debe aplicar con carácter restrictivo, para evitar un abuso del derecho y desnaturalizar el objetivo de establecer esta categoría de consumidor.

III. MECANISMOS DE PROTECCIÓN PARA LOS CONSUMIDORES CON VULNERABILIDAD AGRAVADA O HIPERVULNERABLES EN NUESTRO ORDENAMIENTO JURÍDICO NACIONAL

El SERNAC en su Circular citada anteriormente, ha indicado, como mecanismos de protección de los consumidores hipervulnerables, ciertas prácticas mínimas que deben exigirse a los proveedores cuando, en la relación de consumo, participe un consumidor de esta categoría. Nombra el deber de profesionalidad del artículo 23 de la LPC, el deber de entregar una información veraz y oportuna a los consumidores, la adecuación de la publicidad velando por los principios y garantías constitucionales, y el artículo 24 de la LPC respecto de la determinación del monto de la multa a los proveedores, considerando como circunstancia agravante si se ha

³³ BARRIENTOS, cit. (n. 12).

dañado la integridad física o psíquica y/o la dignidad de los consumidores.³⁴

Por su parte, la profesora LÓPEZ coincide con las normas indicadas por el SERNAC y agrega que:

*A falta de una regulación expresa del consumidor hipervulnerable es necesario diseñar e implementar una tutela reforzada para intentar dejarlo en una situación de igualdad respecto de aquellos consumidores que no revisten tal calidad. Dicha tutela se alcanza de forma preventiva exigiendo a los proveedores observar el deber de profesionalidad en sentido amplio, con especial énfasis en el deber de información, de adecuación de publicidad y de advertencia, a lo que se añade, una vez materializada la inobservancia del deber de conducta específico, el aumento de la indemnización prevista en el artículo 24 de la LPC en un 25% por aplicación de las agravantes contempladas en los literales c) y d) de dicho artículo”.*³⁵

En virtud de lo expuesto, podemos clasificar los mecanismos de protección de los consumidores hipervulnerables en dos categorías: (i) Mecanismos de protección preventivos, y (ii) Mecanismos de protección a posteriori.

3.1.- Mecanismos de protección preventivos

En cuanto a los mecanismos de protección preventivos serían aquellos medios de tutela profilácticos. En este sentido, podemos mencionar el *deber de profesionalidad* del artículo 23 de la LPC,³⁶ que establece la obligación del proveedor de actuar con diligencia en la venta de un bien o en la prestación de un servicio. En este sentido, la ley exige a los proveedores un estándar mínimo en su actuar para la protección de los consumidores, teniendo presente la desigualdad estructural preexistente en las relaciones de consumo. En este sentido, me parece interesante

³⁴ SERNAC, Resolución exenta N° 001038 de 31 de diciembre de 2021, pp. 23-29.

³⁵ LÓPEZ, cit. (n. 28).

³⁶ Ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores (1997), inciso primero, artículo 23: “Artículo 23.- Comete infracción a las disposiciones de la presente ley el proveedor que, en la venta de un bien o en la prestación de un servicio, actuando con negligencia, causa menoscabo al consumidor debido a fallas o deficiencias en la calidad, cantidad, identidad, sustancia, procedencia, seguridad, peso o medida del respectivo bien o servicio.”.

la opinión de la profesora LÓPEZ al vincular este deber de profesionalidad con la diligencia que debe emplear el proveedor en la publicidad para los consumidores hipervulnerables, pues a juicio de esta, la publicidad debe realizarse en virtud del deber de profesionalidad, pues constituye un deber de conducta que se traduce en procurar que el mensaje publicitario no vulnere los derechos de los consumidores, en especial con los vulnerabilidad agravada.³⁷

Por otro lado, respecto de esta norma, es importante mencionar el inciso 5° del artículo 50 H de la LPC, modificado por la ley 21.081 de fecha 14 de marzo de 2019 que establece la llamada “carga dinámica de la prueba”, señalando:

*“En el aludido comparendo, el tribunal podrá distribuir la carga de la prueba conforme a la disponibilidad y facilidad probatoria que posea cada una de las partes en el litigio, lo que comunicará a ellas para que asuman las consecuencias que les pueda generar la ausencia o insuficiencia de material probatorio que hayan debido aportar o el no rendir la prueba correspondiente de que dispongan en su poder. Para efectos de rendir la prueba ordenada conforme a este inciso, el juez citará a una nueva audiencia con ese único fin, la que deberá ser citada a la brevedad posible”.*³⁸

Para establecer que el artículo 23 LPC podría considerarse como un mecanismo de protección de los consumidores hipervulnerables, es de suma importancia facilitarle los medios probatorios a este individuo, pudiéndose establecer que el deber de probar la diligencia en el actuar siempre será carga del proveedor en los procesos en que el consumidor sea hipervulnerable, en virtud de la facultad que tiene el juez competente para poder distribuir la carga de la prueba.

Como segundo mecanismo de protección preventivo, coincido con el SERNAC³⁹ y con LÓPEZ⁴⁰ en que el *deber de información* y la *adecuación de la publicidad* son claves para poder evitar que los consumidores con vulnerabilidad agravada contraten bienes y servicios con ignorancia y/o desconocimiento en perjuicios de sus derechos. En este punto considero que es sumamente importante

³⁷ LÓPEZ, Patricia, “El deber de profesionalidad y responsabilidad por las declaraciones publicitarias: una aproximación desde el derecho chileno”, en: PINOCHET, Ruperto (Dir.), *Estudios de Derecho Civil XVIII. Jornadas de Derecho Civil*, Thomson Reuters, Santiago, 2022, pp. 690-691.

³⁸ Ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores (1997), artículo 50 H, inc. 5°.

³⁹ SERNAC, Resolución exenta N° 001038 de 31 de diciembre de 2021, pp. 25-27.

⁴⁰ LÓPEZ, cit. (n. 28).

que el SERNAC cumpla un rol primordial, en concordancia con sus fines,⁴¹ en la educación de los consumidores y proveedores, en orden a fomentar las buenas prácticas en la entrega de información y formas de publicidad.

Otro mecanismo de protección preventivo para los consumidores con vulnerabilidad agravada o hipervulnerables, *las leyes especiales* que regulan las materias que les son aplicables a cada uno de estos individuos con especial vulnerabilidad como, por ejemplo, el caso de los niños, niñas y adolescentes (desde ahora NNA), quienes por su etapa de desarrollo intelectual y de formación serían considerados consumidores hipervulnerables en los actos de consumo. En este sentido, la Ley 21.430 sobre garantías y protección integral de los derechos de la niñez y adolescencia⁴² constituye un estatuto de garantía y protección de los derechos de los NNA, en su goce y ejercicio, por consiguiente, dicha garantía y protección se extendería al caso de que estos NNA actúen como consumidores, al ser considerados individuos hipervulnerables por su edad.

Otro caso similar es el de aquellas personas con enfermedades mentales o discapacidad psíquica o intelectual, cuyos derechos se encuentran regulados en la Ley 21.331 sobre el reconocimiento y protección de los derechos de las personas en atención de salud mental, que tiene por finalidad reconocer y proteger los derechos de las personas con discapacidad psíquica o intelectual, tutelando su derecho a la libertad personal, a la integridad física y psíquica, a su cuidado sanitario y a la inclusión social y laboral.⁴³

En este mismo orden de ideas, podemos mencionar la Ley 20.609 sobre medidas contra la discriminación, conocida como la “Ley Zamudio”, cuyo objetivo es establecer medidas contra las discriminaciones arbitrarias en razón de la raza o etnia, nacionalidad, la situación socioeconómica, el idioma, la ideología u opinión política, la religión o creencia, la sindicación o participación en organizaciones gremiales o la falta de ellas, el sexo, la orientación sexual, la identidad de género, el estado civil, la edad, la filiación, la apariencia personal y la enfermedad o

⁴¹ De acuerdo en lo señalado en la página web del SERNAC, <https://www.sernac.cl>, el SERNAC: “*es el organismo público encargado de informar, educar y proteger a los consumidores, promoviendo una relación más equitativa con las empresas. El Servicio tiene atribuciones para fiscalizar a las empresas para verificar el cumplimiento de la Ley del Consumidor; desarrollar Procedimientos Voluntarios Colectivos con las empresas para buscar soluciones masivas y oportunas; realizar mediaciones entre empresas y consumidores ante reclamos individuales, y demandar colectivamente por incumplimientos que afecten a los consumidores. Asimismo, entrega información y transparente los mercados a través de estudios; realiza acciones de educación a los consumidores sobre sus derechos, y promueve mejores prácticas en las empresas.*”, consultada 24 de mayo de 2023.

⁴² Ley N° 21.430, sobre garantía y protección integral de los derechos de la niñez y adolescencia (2022).

⁴³ Ley N° 21.331 sobre reconocimiento y protección de los derechos de las personas en atención de salud mental (2021).

discapacidad.⁴⁴

En estos casos, estas leyes especiales constituirían un estatuto específico de protección para aquellos consumidores con especial vulnerabilidad. En este mismo sentido, la profesora LÓPEZ que ha definido al “débil jurídico” como

“aquel sujeto que se encuentra en una posición jurídica desmejorada atendida su edad, situación económica, cultura, discapacidad física o intelectual, asimetría negocial e informática, falta de libertad y falta de conciencia que le impiden ejercer adecuadamente sus derechos o que determinan que celebre un contrato desequilibrado e injusto”,⁴⁵

entendiendo que todos los individuos que sean considerados como “débiles jurídicos” deberán obtener una especial protección de sus derechos en todos los actos y contratos en que participen, incluyendo los actos de consumo.

Por último, mencionar un rol activo del SERNAC informando e incentivando a los proveedores respecto de esta categoría de consumidores y de la especial protección que merecen. Considero que en este punto es importante mencionar el proyecto de ley “SERNAC te protege” presentado por el Presidente Sr. Gabriel Boric con fecha 4 de septiembre de 2023,⁴⁶ que fortalece las funciones del SERNAC modificando el artículo 15 de la actual LPC en sus incisos primero, segundo y tercero, obligando a los proveedores a garantizar, en la prestación de los bienes y servicios, condiciones de atención y trato digno, respetuoso y no discriminatorio, adoptando todas las medidas adecuadas y ajustes necesarios para evitar que la situación signifique un menos cabo o vulneración a aquellos grupos de especial protección, como serían los consumidores hipervulnerables. En este sentido, me inclino por la propuesta que, ante un reclamo interpuesto por un consumidor hipervulnerable, se establezca una respuesta obligatoria del proveedor a este requerimiento, y en caso de que el SERNAC estime que efectivamente se ha lesionado los derechos del consumidor, el proveedor deberá indicar -obligatoriamente- cuáles serán las medidas de reparación integral y completa de este.

3.2.- Mecanismos de protección a posteriori

En cuanto a los mecanismos de protección a posteriori, es decir, una vez

⁴⁴ Ley N° 20.609 sobre medidas contra la discriminación (2012).

⁴⁵ LÓPEZ, cit. (n. 3), p. 141.

⁴⁶ Boletín N° 16.271-23, 2023.

que se ha lesionado o vulnerado los derechos de esta categoría de consumidores, podemos mencionar el artículo 24 de la LPC que determina el monto de las multas que deberán pagar los proveedores que incumplan con las normas de dicha ley, considerando en el inciso cuarto, aquellas circunstancias que serán agravantes para la determinación de las multas, nombrando en la letra c):

*“c) Haber dañado la integridad física o psíquica de los consumidores o, en forma grave, su dignidad”.*⁴⁷

De acuerdo a lo señalado precedentemente, en el caso de que los proveedores se encuentren en el supuesto de ser condenados a multas infraccionales por el incumplimiento de lo prescrito en la LPC, considero que sería determinante aplicar la letra c) del inciso cuarto del artículo 24 en el caso de que la infracción afecte a consumidores con vulnerabilidad agravada. A mayor abundamiento, me inclino por la idea de modificar dicha norma y agregar -expresamente- que se entenderá que se ha dañado la dignidad del consumidor cuando el individuo afectado sea un consumidor con vulnerabilidad agravada o consumidor hipervulnerable, de acuerdo a la apreciación que hará el juez que conozca del asunto. A mi juicio, lo anterior encuentra su fundamento en el inciso séptimo del mismo artículo que indica que, para establecer el monto de dichas multas, se considerarán prudencialmente los siguientes criterios: la gravedad de la conducta, el deber de profesionalidad del proveedor, el grado de asimetría de información entre el infractor y la víctima, el beneficio económico obtenido con el motivo de la infracción en caso de lo que lo hubiere, la duración de la conducta y la capacidad económica del infractor,⁴⁸ a la cual podría sumarse el hecho de que el afectado por la infracción del proveedor sea un consumidor con vulnerabilidad agravada.

Como otra medida de protección a posteriori, reitero en mencionar el inciso 5° del artículo 50 H de la LPC a propósito de la “carga dinámica de la prueba” ya analizado precedentemente. En similar opinión, LÓPEZ quien señala que esta norma viene en equilibrar la asimetría de la relación de consumo especialmente en el caso de los consumidores hipervulnerables, toda vez que -para esta categoría de consumidor- es aún más dificultoso el acceso a medios de prueba para acreditar los supuestos de acción.⁴⁹

En cuanto al rol del SERNAC, considero que, en el caso de que se ventile un juicio por vulneración de los derechos de un consumidor o consumidores en esta

⁴⁷ Ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores (1997), artículo 24, letra c), inciso 4°.

⁴⁸ Ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores (1997), inciso 7°, artículo 24.

⁴⁹ LÓPEZ, cit. (n. 28).

categoría, ya sea en un procedimiento individual o colectivo, este servicio tenga la obligación de hacerse parte en juicio, en los términos del artículo 59 inciso primero de la LPC y del Resolución Exenta N° 337 del 06 de junio del 2024, Dictamen sobre la facultad del SERNAC de comparecer en juicio,⁵⁰ tutelando al consumidor en esta etapa procesal.

Por último, respecto de los remedios contractuales en sede de consumidor, de acuerdo a lo señalado por FERRANTE,⁵¹ podemos mencionar que son los siguientes: la reparación, la sustitución, la rebaja del precio, la resolución del contrato y la indemnización de perjuicios, en los términos de los artículos 19, 20 y 21 de la LPC. Ahora bien, de acuerdo a lo señalado en el artículo 21 de la LPC, en su inciso final, corresponde al consumidor acreditar los actos y contratos para poder ejercer estas acciones, lo que en caso del consumidor hipervulnerable, me parece que la prueba debería ser de cargo del proveedor, en concordancia con lo señalado en el artículo 50 H ya citado. Por otro lado, en específico en el caso de la indemnización de perjuicios, ya sea que se trate de una responsabilidad contractual o extracontractual, el juez deba considerar, al momento de la evaluación de los perjuicios, las características especiales de este consumidor y de la -evidente- falta de negligencia y, en consecuencia, agravación de la conducta culposa del proveedor.

En virtud de lo expuesto anteriormente, si reconocemos que en nuestro ordenamiento jurídico, existe la noción de consumidor con vulnerabilidad agravada o hipervulnerable es sumamente importante establecer un concepto de esta categoría de consumidores, y -específicamente- los mecanismos de mecanismos de protección que el ordenamiento jurídico nacional puede brindarles en caso de infracción en sus derechos.

IV. CONCLUSIONES

En virtud de lo expuesto en este trabajo es posible arribar a las siguientes conclusiones:

1.- En nuestro ordenamiento jurídico nacional no existe un reconocimiento expreso de la categoría del consumidor hipervulnerable o con vulnerabilidad agravada, a diferencia de países como España⁵² o Argentina.⁵³ Ahora bien, nuestra

⁵⁰ Resolución exenta N°337, 06 de junio del año 2024, Servicio Nacional del Consumidor, Chile.

⁵¹ FERRANTE, Fernando, “Una revisión de los remedios del consumidor chileno en la compraventa con disconformidad a partir de la diferencia entre obligación y garantía”, *Revista de Derecho Privado*, Universidad Externado de Colombia, 2018, N° 35, pp.165-201.

⁵² Real Decreto-ley 4/2022 de fecha 25 de febrero de 2022 (España), numeral 2 del artículo 3

⁵³ Resolución 139/2020 de fecha 28 de mayo de 2020, Secretaría de Comercio Exterior (Argentina), art. 1.

doctrina nacional⁵⁴ ha escrito sobre estos consumidores y concuerdan en reconocer y justificar esta categoría, diferenciando al consumidor con vulnerabilidad agravada del consumidor medio. En atención a lo anterior, el SERNAC realiza un gran avance al pronunciarse sobre los criterios que permiten determinar este tipo de vulnerabilidad para poder identificar a los consumidores que caben dentro de esta categoría.

2.- Ahora bien, considero que, para poder proteger a esta categoría de consumidores, es vital contar con una definición de ellos, delimitando sus características específicas. Así, mi inclino por definir al consumidor hipervulnerable o con vulnerabilidad agravada como: *Aquella persona natural, que, de forma individual o colectiva, se le suma otra vulnerabilidad, de carácter permanente o transitoria, que debido a sus características personales y/o motivos circunstanciales, le impiden el ejercicio de sus derechos como un consumidor en condiciones de igualdad.* En mi opinión esta definición solo podría aplicarse a las personas naturales y no personas jurídicas toda vez que la condición especial de vulnerabilidad que motiva esta categoría se fundamenta en las características personales, situaciones excepcionales y/o circunstanciales de cada consumidor, es decir, se protege a un sujeto que no es perspicaz ni informado, más bien todo lo contrario, lo que no ocurriría en el caso de las personas jurídicas, que son sujetos que cuentan con un mayor acceso a información, contabilidad, profesionales a su cargo, etc.

3.- Con el fin de implementar una tutela reforzada y efectiva para esta categoría de consumidores, es esencial establecer los mecanismos de protección que nuestro ordenamiento jurídico puede ofrecerle a estos sujetos. Lo anterior, pues no solo es relevante determinar la noción de esta categoría de consumidores, sino también delimitar los alcances para su protección, con el objetivo de poder equiparar la desigualdad acentuada en la que se encuentran (teniendo presente que el consumidor es el sujeto más débil en la relación de consumo). Así, en mi opinión es posible clasificar los mecanismos de protección en mecanismos preventivos y a posteriori. Respecto de los primeros, podemos mencionar el deber de profesionalidad indicado en el artículo 23 de la LPC, el deber de información y de adecuación de la publicidad, la aplicación de las leyes especiales que regulan las materias aplicables a cada uno de estos consumidores con vulnerabilidad agravada, por ejemplo: Ley 21.430 sobre garantías y protección integral de los derechos de la niñez y la adolescencia. Agregando, el vital rol del SERNAC, informando e incentivando a los proveedores respecto de esta categoría de consumidores, considerando, además, el fortalecimiento de sus atribuciones con el proyecto de ley “SERNAC te protege”. En cuanto a los mecanismos de protección a posteriori, podemos mencionar el artículo 24 y el inciso 5° del artículo 50 H de la LPC y,

⁵⁴ CALAHORRANO, cit. (n. 29), ISLER, cit. (n. 30), LÓPEZ, cit. (n. 28).

nuevamente, dar un rol importante al SERNAC, haciéndose parte en los juicios por vulneración de los derechos de un consumidor o consumidores en esta categoría, ya sea en un procedimiento individual o colectivo, con el fin de tutelar al consumidor en esta etapa procesal. Por último, respecto de los remedios contractuales en sede de consumidor, de acuerdo a lo señalado en el artículo 21 de la LPC, en su inciso final, me parece que la prueba debería ser de cargo del proveedor, en concordancia con lo señalado en el artículo 50 H ya citado, con el fin de facilitar las pruebas a este tipo de consumidores y, en específico, en el caso de la indemnización de perjuicios, la evaluación de los perjuicios por parte del juez debe tener especial consideración en las características especiales de este consumidor y de la -evidente- falta de negligencia y, en consecuencia, agravación de la conducta culposa del proveedor.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

a) Doctrina

- BARAONA, Jorge, *Derecho del consumo: Ley, doctrina y jurisprudencia*, Editorial DER Ediciones, Santiago, 2019.
- BAROCELLI, Sebastián, “La protección de los consumidores hipervulnerables en el ámbito universal y su proyección en Argentina y en el MERCOSUR”, en: ISLER, E.; JARUFE, D. (Coords), *Vulnerabilidad y capacidad, estudios de vulnerabilidad y capacidad jurídica en el derecho común y de consumo*, Rubicón Editores, Santiago, 2022.
- BARRIENTOS, María Francisca, “Derecho del Consumo”, *Revista de Derecho Privado*, 2012, N° 18, p. 217-218.
- BARRIENTOS, María Francisca, “Comentario. Garantía legal o derecho de opción en el ámbito del consumo. Requisitos para que opere. Compatibilidad con la garantía convencional o garantía extendida del proveedor. Corte Suprema, 23 de marzo de 2011, Rol. n.º 9357-2010 y Corte de Apelaciones de Santiago de 30.11.2010, Rol N.º 1.700-2010”, *Revista Chilena de Derecho*, 2011, N° 16, pp. 359-366.
- BARRIENTOS, María Francisca, “La articulación de remedios en el sistema de la responsabilidad civil del consumo”, *Revista Derecho Universidad Católica de Valparaíso*, 2014, Vol. XLII, pp. 57-82.
- BARRIENTOS, María Francisca, DE LA MAZA, Iñigo, *Consumidores*, Abeledo Perrot y Thomson Reuters, Santiago, 2013.
- BOFILL, Jorge; CORRAL, Hernán, “Derecho del consumo y protección del consumidor, estudios sobre la ley 19.496 y las principales tendencias extranjeras”, Cuadernos de Extensión Jurídica N° 3, Universidad de los Andes, Santiago, 1999.
- CORRAL, Hernán, “Principio pro consumidor y Ley No. 21.398”, *Derecho y Academia*, Blog, 2022, disponible en línea: <https://corraltalciani.wordpress.com/2022/01/09/>

- principio-pro-consumidor-y-ley-no-21-398/, consultada: 15 de febrero de 2023.
- FERNANDES GARCIA, Sara; MORAIS CARVALHO, Jorge, “Vulnerabilidad y consumo: ¿Tiene sentido distinguir entre consumidores vulnerables y no vulnerables?”, en: ISLER, E.; JARUFE, D. (Coords), *Vulnerabilidad y capacidad, estudios de vulnerabilidad y capacidad jurídica en el derecho común y de consumo*, Rubicón Editores, Santiago, 2022.
- CORTEZ, Gonzalo, *El nuevo procedimiento regulado en la Ley N° 19.946 sobre protección de los consumidores*, Lexis Nexis, Santiago Chile, 2004.
- CALAHORRANO, Edison, “El consumidor con vulnerabilidad agravada como categoría jurídica y su recepción en el ordenamiento jurídico chileno”, *Revista de Derecho UCSC*, 2021, N° 38.
- FERRANTE, Fernando, “Una revisión de los remedios del consumidor chileno en la compraventa con disconformidad a partir de la diferencia entre obligación y garantía”, *Revista de Derecho Privado Universidad Externado de Colombia*, 2018, N° 35, pp. 165-201.
- ISLER, Erika, “La constitucionalización de los derechos de los consumidores con especial referencia al ordenamiento jurídico chileno”, *Revista Direito GV*, 2014, N° 20.
- ISLER, Erika, *Derecho del consumo. Nociones fundamentales*, Editorial Tirant Lo Blanch, Santiago, 2019.
- ISLER, Erika, “¿Quiénes son vulnerables? Revisión de algunos modelos de determinación de la vulnerabilidad”, en: ISLER, E.; JARUFE, D. (Coords), *Vulnerabilidad y capacidad, estudios de vulnerabilidad y capacidad jurídica en el derecho común y de consumo*, Rubicón Editores, Santiago, 2022.
- LÓPEZ, Patricia, “El deber de profesionalidad y responsabilidad por las declaraciones publicitarias: una aproximación desde el derecho chileno”, en: PINOCHET, Ruperto (Dir.), *Estudios de Derecho Civil: XVIII Jornadas de Derecho Civil*, Thomson Reuters, Santiago, 2022, pp. 690-691.
- LÓPEZ, Patricia, “El consumidor hipervulnerable como débil jurídico en el derecho chileno: una taxonomía y alcance de la tutela aplicable”, *Latin American Legal studies*, 2022, Vol. 10, N° 2, pp. 340-415, en línea: https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-91122022000200340&script=sci_arttext (consultada 17 de febrero de 2023).
- LÓPEZ, Patricia, “El débil jurídico en el derecho privado chileno: noción, configuración y tipología”, *Ius et Praxis*, 2023, N° 1, pp. 124-144.
- KRIEGER, Walter, “El concepto de consumidor hipervulnerable en la legislación argentina”, en: ISLER, E.; JARUFE, D. (Coords), *Vulnerabilidad y capacidad, estudios de vulnerabilidad y capacidad jurídica en el derecho común y de consumo*, Rubicón Editores, Santiago, 2022.
- MOMBERG, Rodrigo, “Ámbito de aplicación de la Ley N° 19.496 Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores”, *Revista de Derecho (Valdivia)*, 2004, Vol. N° 17, pp. 41-62.
- MORALES, María Elisa, *Control preventivo de cláusulas abusivas*, DER Ediciones, Santiago, 2018.
- PINOCHET OLAVE, Ruperto, “El consumidor promedio: ¿Un estándar aplicable a las personas mayores dada su calidad de consumidores hipervulnerables?”, en: ISLER, E.; JARUFE, D. (Coords), *Vulnerabilidad y capacidad. Estudios de vulnerabilidad y capacidad*

jurídica en el derecho común y de consumo, Rubicón Editores, Santiago, 2022.
SERNAC, Página Web del Servicio Nacional del Consumidor, sección “preguntas frecuentes”, en línea: <https://www.sernac.cl/portal/617/w3-propertyvalue-64531.html>, consultada: 15 de febrero de 2023.

b) Legislación

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, 2016.
Directiva N° 2005/29, Parlamento Europeo y Consejo, 2005.
Directiva N° 2011/83, Parlamento Europeo y Consejo, 2011.
Ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, 1997.
Ley N° 20.609, sobre medidas contra la discriminación, 2012.
Ley N° 21.331, sobre el reconocimiento y protección de los derechos de las personas en atención de salud mental, 2021.
Ley N° 21.430, sobre garantía y protección integral de los derechos de la niñez y adolescencia, 2022.
Ley 24.240, de Defensa del Consumidor, 1993. (Argentina).
Boletín N° 16.271-23, 2023.
Real Decreto-Ley N° 4/2022, 2022. (España).
Resolución N° 139/2020, 2020. (Argentina).
Resolución exenta N° 001038, SERNAC, 2021.
Resolución exenta N° 337, SERNAC, 2024.

c) Jurisprudencia

Corte de Apelaciones de Rancagua, 17 de junio de 2015, Rol N° 20-2015.
Corte de Apelaciones de Santiago 03 de marzo de 2017, Rol N° 62-2017.



El contenido de la *Revista de Derecho Universidad de Concepción* se publica bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional, y puede usarse gratuitamente, dando los créditos a los autores y a la revista, conforme a esta licencia.