

**MATERIA** : LEY DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.  
**PROCEDIMIENTO** : SUMARIO ESPECIAL LEY N° 19.496.  
**DEMANDANTE** : ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y  
USUARIOS DE CHILE A.C.  
**RUT** : 73.342.000-6.  
**REPR. LEGAL** : STEFAN LARENAS RIOBO.  
**RUT** : 5.788.123-2.  
**PATROCINANTE** : JUAN SEBASTIAN REYES PEREZ.  
**RUT** : 8.863.805-0.  
**DEMANDADO** : ZÜRICH SANTANDER SEGUROS DE VIDA  
CHILE S.A.  
**RUT** : 96.819.630-8.  
**REPR. LEGAL** : HERBERT GAD PHILIPP RODRIGUEZ  
**RUT** : 7.202.017-0.

**EN LO PRINCIPAL:** DEMANDA EN JUICIO ESPECIAL; **EN EL PRIMER OTROSÍ:** ACOMPAÑA DOCUMENTOS; **EN EL SEGUNDO OTROSÍ:** ACREDITA PERSONERÍA; **EN EL TERCER OTROSÍ:** SE DIRIJAN OFICIOS A INSTITUCIONES QUE INDICA; **EN EL CUARTO OTROSÍ:** SE ORDENE NOTIFICACION QUE SEÑALA; **EN EL QUINTO OTROSÍ:** DESIGNA ABOGADO PATROCINANTE Y CONFIERE PODER.

#### **S.J.L. en lo Civil de Santiago**

**STEFAN LARENAS RIOBO**, cientista social, Presidente de la **ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CHILE A.C.**, asociación de consumidores constituida al amparo de la Ley N° 19.496, corporación de derecho privado, ambos domiciliados en Paseo Bulnes N° 107, oficina 43, ciudad y comuna de Santiago, a US. digo:

En la representación invocada, vengo en deducir la acción colectiva contenida en el artículo 50 de la Ley de Protección de Derechos del Consumidor N° 19.496 (en adelante también LPDC) en contra de **ZÜRICH SANTANDER SEGUROS DE VIDA CHILE S.A.**, rol único tributario 96.819.630-8, sociedad anónima del giro de su denominación, (en adelante "Zürich") representada por su Gerente General don Herbert Gad Philipp Rodriguez, cédula de identidad número 7.202.017-0, ignoro profesión, ambos con domicilio en Paseo Bombero Ossa N° 1068, piso 4, comuna y ciudad de Santiago; a fin de que se declare que la demandada ha infringido las disposiciones legales que se señalan a continuación, y que se acojan las peticiones que se presentan en la conclusión, con costas.

La acción colectiva se presenta para cautelar el interés colectivo de los consumidores, quienes como clientes de Zürich suscribieron contratos con la demandada correspondientes al producto comercializado por dicha compañía y denominado “Alivio Seguro”. Como se describirá, estos consumidores fueron destinatarios de promociones y ofertas de la demandada y firmaron contratos que luego fueron desconocidas por el proveedor Zürich, el que decidió unilateralmente poner término a la vigencia los contratos de seguros en contradicción a lo que había ofertado en sus promociones y al contenido de los propios contratos.

## **I.- NECESIDAD Y OBJETIVOS DEL DERECHO DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES; LA ACCIÓN COLECTIVA; EL LEGITIMADO ACTIVO Y LA DETERMINACION DEL INTERÉS COLECTIVO TUTELADO.**

El derecho del consumo tiene por objeto tratar de remediar los efectos de la situación dispar en que se encuentran los consumidores y usuarios, con relación a sus proveedores al momento de contratar bienes y servicios<sup>1</sup>. Mientras los primeros son simples ciudadanos que ignoran muchos elementos relevantes respecto de los bienes y servicios que consumen y que, además, se encuentran atomizados; los proveedores - en cambio - son personas jurídicas o naturales que se dedican habitualmente a los negocios de su giro y que, por tanto, tienen conocimientos específicos respecto de los bienes y servicios que comercializan y *expertise* para venderlos a los primeros.

La Ley N° 19.496 en su artículo 1°, define a los **consumidores** como “*las personas naturales o jurídicas que, en virtud de cualquier acto jurídico oneroso, adquieren, utilizan, o disfrutan, como destinatarios finales, bienes o servicios*”, y a los **proveedores** como “*las personas naturales o jurídicas, de carácter público o privado, que habitualmente desarrollen actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores, por las que se cobre precio o tarifa.*” (énfasis añadido).

La actividad del proveedor, que produce, fabrica, importa, construye, distribuye o comercializa bienes o presta servicios, puede afectar a cientos, miles o a millones de personas, en ocasiones por materias de una baja cuantía, lo cual invita al inmovilismo de los consumidores. Éstos últimos sufren severos problemas para organizarse en contra del proveedor quién, de no existir las acciones colectivas de la LPDC, podría “procesar” los reclamos individualmente sin jamás cesar la práctica que los afecta. Esto atenta contra el bienestar social e hizo necesario dictar una regulación especial. Lo expuesto, el legislador buscó

---

<sup>1</sup> Rodrigo Momberg Uribe, *Ámbito de Aplicación de la Ley N° 19.496 Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores*, 17 REVISTA DE DERECHO (VALDIVIA) 41–62 (2004).

corregirlo con la Ley N° 19.496 y sus posteriores modificaciones (leyes Nos. 19.955 y 21.081, entre otras). Todas estas leyes persiguen equilibrar la relación entre proveedores y consumidores y contienen mecanismos que permiten, de manera eficiente, la defensa de los derechos de quienes, sin mediar tales mecanismos, se verían vulnerados y desprotegidos por el ordenamiento jurídico.

La necesidad de existencia y finalidad de la regulación protectora de los consumidores ha sido bien descrita por la Excma. Corte Suprema de Justicia en sentencia reciente de 28 de noviembre de 2018:

*“... la normativa del consumo se establece bajo un supuesto de existir asimetría contractual donde es descollante la posición dominante del proveedor, generalmente una empresa poderosa y predisponente habitual del contrato de adhesión, que contrasta con la del consumidor anónimo colocado en la disyuntiva de aceptar el contrato o simplemente no proveerse del servicio o del bien que requiere. A este consumidor profano y anónimo se le protege, haciendo irrenunciables anticipadamente los derechos que la ley en su favor consagra. Conforme a los actuales conceptos jurídicos, el contrato de adhesión se estima normalmente válido, aunque reconocidamente da cuenta de una situación contractual claramente desigual que puede devenir fácilmente en instrumento de abuso.*

*Tal situación explica y justifica la intervención del contrato por entes estatales y jurisdiccionales atribuidos de facultades especiales destinada precisamente a remediar esa situación anómala. Aunque la contratación de adhesión es eficaz, también puede constituir un antecedente o indicio de un contenido contractual eventualmente abusivo y susceptible de desconocerse o corregirse.*

*La normativa instalada por la Ley 19.496 y sus modificaciones, en especial la Ley 19.955, estructuró un sistema de protección al consumidor que modera los principios clásicos de la contratación, recepcionados en los Códigos Civil y de Comercio, particularmente en lo relativo a la formación del consentimiento y a la autonomía de la voluntad en su dimensión de libertad para contratar por parte del proveedor de bienes o servicios y en cuanto a la libre determinación del contenido negocial que trasciende la pura protección de la libertad e igualdad de los contratantes y las consecuencias que envuelve el incumplimiento de deberes contractuales...”<sup>2</sup>*

En este contexto, se encuentran las acciones colectivas para la defensa de los intereses colectivos y difusos. El artículo 50 de la LPDC, inciso 5°, señala “... son de interés colectivo 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”.

La acción que tutela al interés colectivo requiere que esta se promueva en defensa de derechos comunes, es decir, de un grupo de consumidores que tienen derechos de iguales características, que la doctrina denomina derechos

---

<sup>2</sup> Corte Suprema, Sentencia de casación de fecha 28 de noviembre de 2018, Ingreso CS N° 100.759-2016, Considerando Undécimo.

individuales homogéneos, determinados o determinables, que tengan a su vez un vínculo de carácter contractual con un proveedor<sup>3</sup>.

En cuanto a la legitimación activa para promover este tipo de acciones, el legislador entregó el derecho a ejercer las acciones del artículo 50 de la LPDC a determinados sujetos, individualizados en el artículo 51 de la misma ley, y que son: 1.- El Servicio Nacional de Consumidor (SERNAC); 2.- Una Asociación de Consumidores constituida, a lo menos, con seis meses de anterioridad a la presentación de la demanda y que cuente con la debida autorización de su directorio para hacerlo; y 3.- Un grupo de consumidores afectados en un mismo interés, en un número no inferior a 50 personas.

La **Organización de Consumidores y Usuarios de Chile A.C.** (en adelante, **ODECU**) es una organización de consumidores constituida en 1960, con 59 años de historia en la defensa de los consumidores, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuyo fin es resguardar los derechos de los consumidores chilenos mediante el ejercicio de todas las facultades que le otorga la ley. Entre estas facultades se encuentra el ejercicio de acciones en representación de los intereses colectivos y difusos de los consumidores. ODECU se constituyó por escritura pública de fecha 16 de agosto de 1960, otorgada ante el Notario de Santiago don Roberto Arriagada Bruce, y su personería jurídica fue concedida por Decreto Supremo N° 6479 del Ministerio de Justicia, de fecha 29 de noviembre de 1960, la que se encuentra vigente según certificado extendido por la División de Asociatividad y Economía Social, de la Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, de 14 de junio de 2019, el cual certifica que el suscrito es el Presidente de esta Corporación y que ODECU se encuentra inscrita en el Registro de Asociaciones de Consumidores bajo el N° 6 – AC.

Es del caso US. que el Directorio de ODECU, en sesión celebrada con fecha 17 de abril de 2019, ha adoptado el acuerdo de presentar esta demanda en defensa de los intereses colectivos de los consumidores y usuarios que contrataron con Zürich los contratos de seguros denominados “Alivio Seguro”, y que después de un tiempo fueron unilateralmente terminados anticipadamente por la proveedora. El Acta de dicha sesión se ha reducido a escritura pública con fecha 24 de abril de 2019, en la 35ª Notaría de Santiago de doña Elena Torres Seguel, que se acompaña en el segundo otrosí de esta presentación.

En consecuencia, de conformidad a lo previsto en el N° 1, del artículo 51, letra b) de la LPDC, la ODECU se encuentra legitimada para presentar la presente

---

<sup>3</sup> Ada Pellegrini Grinover, *Introducción: Hacia un sistema Iberoamericano de tutela de intereses transindividuales*, in LA TUTELA DE LOS DERECHOS DIFUSOS, COLECTIVOS E INDIVIDUALES HOMOGÉNEOS (Antonio Gidi et al. eds., 2003); Antonio Gidi, *Derechos Colectivos, Difusos e Individuales Homogéneos*, in LA TUTELA DE LOS DERECHOS DIFUSOS, COLECTIVOS E INDIVIDUALES HOMOGÉNEOS: HACIA UN CÓDIGO MODELO PARA IBEROAMÉRICA 25–44 (Antonio Gidi et al. eds., 2003).

demanda en protección de los intereses colectivos que se detallan a continuación, por ser una Asociación de Consumidores constituida con más de seis meses de anterioridad a la presentación de la acción, y que cuenta con la debida autorización de su Directorio para hacerlo.

Esta acción colectiva se presenta para cautelar el interés colectivo de los consumidores, quienes suscribieron contratos con Zürich, correspondientes al producto denominado “Alivio Seguro”, quien decidió unilateralmente interrumpir su vigencia, en contradicción a lo que había ofertado a los consumidores que contrataron y al contenido de los propios contratos que desahuciaba.

## **II.- LOS HECHOS.**

### **A. ANTECEDENTES GENERALES.**

#### **A.1. El perfil del proveedor, el producto comercializado y los consumidores afectados.**

Zürich es una empresa aseguradora reconocida y con extensa trayectoria que, a partir del año 2008, comenzó a expandir su presencia en el mercado de seguros de salud en nuestro país (en el cual tenía baja participación) con un producto denominado “Alivio Seguro”. La característica distintiva de este seguro era la extensión de su cobertura hasta los 99 años de edad para quienes lo contrataran. En palabras de la misma compañía era un seguro “para toda la vida”.

Específicamente, y sin perjuicio de otras prestaciones, el contrato de seguro “Alivio Seguro” es un contrato de seguro de salud mediante el cual los usuarios, a cambio del pago de una prima mensual, variable según el tipo de plan y las características del asegurado, obtendrían cobertura para sus gastos de salud que excedieran la cobertura otorgada por Isapres, Fonasa u otros seguros, reembolsando el 100% de los gastos médicos generados por alguna enfermedad o dolencia, con topes que llegaban hasta las 30.000 Unidades de Fomento por evento y por persona. Tal cobertura se extendería hasta los 99 años de los asegurados.

Así, los consumidores o usuarios que contrataban “Alivio Seguro” con Zürich eran consumidores de diversas profesiones u oficios dentro de un amplio espectro etario y socioeconómico que buscaban una cobertura de gastos de salud que duraría toda la vida o en su defecto hasta que cumplieran los 99 años, edad en la cual expiraría la póliza.

Este contrato de seguro se concretaba en dos pólizas individualizadas en los registros mantenidos por la Comisión para el Mercado Financiero (ex Superintendencia de Valores y Seguros, en adelante CMF) bajo los códigos POL299003 y POL309140. En total, conforme con los registros conocidos a la

fecha, los consumidores habrían suscrito **18.837 pólizas** de “Alivio Seguro”, entre las cuales figuran **37.453 asegurados**, considerando tanto a los titulares como adicionales.

**Esta acción colectiva, ODECU la presenta en defensa de los intereses colectivos de 18.837 consumidores que contrataron con Zürich las pólizas de seguros “Alivio Seguro”, quienes suscribieron los contratos de seguros en calidad de titulares, y que por decisión unilateral de Zürich fueron terminados anticipadamente.**

## **A.2. La vigencia de la póliza “Alivio Seguro”.**

En las condiciones particulares de ambas pólizas códigos, POL299003 y POL309140 en la CMF, existe una cláusula idéntica que se refiere a la duración de los contratos, la cual indica:

“Póliza anual de renovación automática hasta el día en que el asegurado titular cumpla los 99 años de edad actuarial. Cuando el asegurado titular cumpla la edad señalada, se terminará la vigencia de esta póliza en forma automática, sin necesidad de comunicación escrita alguna”.

Coincidente con este articulado, la **publicidad** realizada por la demandada respecto de su producto “Alivio Seguro”, que debe entenderse integrada al contrato por disposición de la LPDC, indicaba expresamente que una de sus características o virtudes distintivas de ese seguro era precisamente su duración, es decir la cobertura hasta los 99 años, indicándose que se trataba del “**único seguro de salud en Chile con cobertura hasta los 99 años**”.

No obstante lo anterior, y la cláusula que establecía la vigencia del contrato hasta los 99 años de los beneficiarios de las pólizas códigos POL299003 y POL309140, los contratos ofrecidos a los usuarios también tenían otra cláusula que establecía una vigencia menor que dependía de la decisión unilateral de cualquiera de las partes. Las pólizas expresaban que estas tenían una “... *vigencia anual de la cobertura con renovación automática, salvo que una de las partes manifieste su opinión en contrario a través de carta certificada*”, dentro del plazo de un mes anterior al término del año.

En particular, el artículo 5 de la póliza POL299003, establecía:

“Esta póliza tendrá una duración de 1 año, contado desde la fecha indicada en las Condiciones Particulares.

Su renovación será automática al final del período, a menos que alguna de las partes manifieste su opinión en contrario a través de carta certificada, y por lo menos con 1 mes de anticipación a la fecha de vencimiento”.

A su vez, en el artículo 11 de la póliza POL309140, se observa:

“Esta póliza tendrá una duración de 1 año, contado desde su fecha de vigencia inicial.

Su renovación será automática, al final del período por periodos iguales y sucesivos, a menos que alguna de las partes manifieste su opinión en contrario a través de una carta certificada, con una anticipación de, a lo menos, treinta (30) días corridos a la fecha del vencimiento de esta póliza”.

## **B. EL FRAUDE A LOS CONSUMIDORES, ORIGEN, ALCANCE, SANCION ADMINISTRATIVA y NULIDAD DE CLAUSULAS ABUSIVAS.**

### **B.1. Origen del fraude y primeros reclamos de los consumidores.**

Desde julio de 2016, después de que el Grupo del Banco Santander tomara control de la aseguradora Zürich, esta compañía decidió unilateralmente poner término a los contratos de seguros “Alivio Seguro” vigentes a esa época. Su objetivo comercial era mover a todos los clientes a un nuevo seguro con condiciones más desfavorables para ellos, pero financieramente más conveniente para la compañía.

Para implementar dicha estrategia comercial, Zürich utilizó la cláusula de término individual de las pólizas, descritas anteriormente, y notificó a cada uno de los asegurados del término de sus contratos de seguro con 30 días de anticipación.

Con esta acción unilateral y arbitraria, Zürich abusó de su poder contractual con una cláusula impuesta y diseñada para terminar contratos por causas individuales y por circunstancias específicas, usándola sin consideración particular alguna, contra **todos los consumidores** de “Alivio Seguro” que habían contratado las pólizas y pagado sus primas. Entonces, invocando una cláusula impuesta en un contrato de adhesión, Zürich eludió sus obligaciones con una categoría completa de contratantes a los que se les había ofrecido en las condiciones objetivas de publicidad, en sus pólizas y en sus condiciones particulares, un seguro que duraría para toda la vida o hasta que los asegurados cumplieran 99 años de edad.

La forma en que Zürich implementó la decisión de terminar unilateralmente con los contratos de seguros denominados “Alivio Seguro”, es reveladora del carácter comercial de la decisión pues esta fue tomada independientemente de las características que tenía cada asegurado, ya que la demandada **decidió desvincularse de todos los contratos de seguro existentes, lo que tuvo una finalidad netamente comercial, por lo que las cláusulas 5ª y 11ª de los contratos referidos, resultan ser cláusulas abusivas puesto que su ejercicio en masa permitió un fin comercial no establecido en el espíritu del contrato.**

Así fue como para terminar anticipadamente los contratos Alivio Seguro, Zürich despachó cartas a sus clientes anunciándoles que sus pólizas no serían

renovadas, según se observa en la imagen siguiente, correspondiente a una de las cartas despachadas a los contratantes de las pólizas:

De nuestra consideración:

Es importante informarle que Zurich Santander Seguros ha decidido **no renovar la póliza N° 1408929-Súper Seguro Alivio Seguro Familiar por un nuevo período**, conforme al artículo 5 de las condiciones generales de su seguro (POL 3 09 140).

Lo anterior implica que el seguro **"Alivio Seguro"** que usted tiene actualmente contratado no se renovará en su próximo periodo anual.

Asimismo, las cartas anunciaban el alcance o vigencia del seguro contratado, en los términos siguientes:

**¿Hasta cuándo estará vigente su actual seguro?**

La póliza N° 1408929-Súper Seguro Alivio Seguro Familiar regirá hasta el **13/12/2016**, fecha precisa a partir de la cual cesarán de correr por cuenta del asegurador los riesgos. Esto implica que **nuevos siniestros** a partir de esta fecha **no serán cubiertos** por su seguro **"Alivio Seguro"**.

**¿Qué sucede con los siniestros en curso?**

No se preocupe por los siniestros en curso. Los siniestros ocurridos hasta **13/12/2016**, fecha de término de su póliza, continuarán con cobertura de acuerdo a las condiciones de la misma, **hasta que hayan transcurrido 3 años desde la fecha del accidente o de la fecha del diagnóstico** de la enfermedad.

Finalmente, la carta aludida ofrecía a los clientes-consumidores una alternativa de seguro, denominado "Seguro Catastrófico":

**¿Qué alternativa tengo como cliente?**

Con el fin de mantenerlos protegidos, hemos desarrollado un nuevo y exclusivo seguro catastrófico de salud, diseñado pensando en sus necesidades y las de su familia, al que podrá acceder hasta el próximo **11/02/2017**, comunicándose al teléfono (+56) 225884016.

Las notificaciones de término unilateral de contrato de seguro que Zürich hizo por carta, insertada precedentemente, despertaron malestar en los clientes-consumidores de la demandada. Con motivo de ello se generaron numerosos reclamos ante la demandada y autoridades sectoriales (CMF, ex SVS y SERNAC) y por vía de otros canales de reclamos de la misma compañía. Los reclamos de los clientes-consumidores especificaban que Zürich no estaba cumpliendo con lo ofrecido en la publicidad y folletos promocionales con los que les vendieron los seguros ni tampoco con las condiciones individuales de la póliza "Alivio Seguro".

La molestia o disconformidad de los clientes-consumidores con el actuar de Zürich eran fundadas ya que todos ellos tenían derecho a que se cumpliera con las condiciones de seguro que les habían sido ofrecidas al contratar. Este derecho se derivaba específicamente de las condiciones de la póliza, la que siguiendo el principio de la confianza legítima debía renovarse (pago de la prima de por medio) hasta que los beneficiarios fallecieran o llegaran a los 99 años de



edad, porque así lo establecieron las condiciones objetivas de publicidad puestas a disposición de los consumidores por la vía de folletos y difusión promocional de los seguros ofrecidos. Estos últimos señalaban como una característica específica y distintiva respecto de otros seguros y ofertas del mercado que la cobertura operaría hasta que los asegurados cumplieran 99 años de vida. “Alivio Seguro” se comercializaba como un seguro “único en Chile”. El tratamiento y publicidad dado por la demandada respecto de “Alivio Seguro”, generó una expectativa contractual en cuanto al alcance temporal del bien o servicio adquirido mediante la contratación del seguro.

En resumen, la demandada - al poner término anticipado a los contratos - ha incumplido con las condiciones ofrecidas a los clientes-consumidores que contrataron con ella, rompiendo los términos de la póliza Alivio Seguro, acción ilegal que se concretó bajo el amparo del ejercicio abusivo de una cláusula que también tiene manifiesto carácter abusivo, cuya nulidad solicitamos.

Todo lo anteriormente expuesto, da lugar a las infracciones de derechos de los consumidores y usuarios, así como a las obligaciones de los proveedores y establecidas en la LPDC.

### **B.2. Dimensiones del caso. Número de consumidores afectados.**

Como se ha anticipado, conforme con los registros mantenidos por la CMF, se habrían suscrito en **18.837 pólizas del contrato de seguro “Alivio Seguro”**, entre las cuales figuran **37.453 asegurados**, considerando a los titulares y sus cargas o beneficiarios adicionales.

Todos estos contratos fueron terminados anticipada y unilateralmente por Zürich por lo que la totalidad de los consumidores que habían contratado se vieron afectados por la decisión abusiva de Zürich, en circunstancias de que los clientes-consumidores fueron contratantes de buena fe, que pagaron sus primas por años creyendo en la seriedad de Zürich, y su voluntad de honrar sus contratos, y basados en el principio de la seguridad legítima proyectaron la vigencia de las pólizas hasta que los beneficiarios de las mismas cumplieran 99 años, salvo fallecimiento de por medio.

### **B.3. La sanción de la CMF ante la conducta de Zürich.**

La CMF, mediante Oficio Reservado N° 820, del 30 de agosto de 2017, **formuló cargos** a Zürich Santander Seguros de Vida Chile S.A. por estimar que la aseguradora había cometido infracciones a la Circular N° 2.123, numerales 2 de la sección IV y 4 de la sección V de la CMF.

Los cargos contra Zürich se fundaban en una infracción de esta al deber de los actores del mercado de seguros de entregar al público información que no sea inductiva a interpretaciones inexactas de la realidad. De acuerdo a la normativa

antes citada, la información relativa a los seguros debe ser clara y comprensible, y que no debe inducir a error o confusión sobre las características de los productos ofrecidos. La normativa referida establece que las promociones y ofertas publicitarias realizadas por las aseguradoras son vinculantes y se considerarán parte del contrato que se celebre y de sus renovaciones.

Por todo lo anterior, y dado el comportamiento de la demandada, **la CMF** decidió, dentro de los límites de su competencia, mediante **Resolución Exenta N° 2126**, de fecha 31 de mayo de 2018<sup>4</sup>, **sancionar a Zürich** por el término unilateral de los contratos con **multa a ascendente a UF 1.500**, señalando, en síntesis, *“... que la duración de los seguros de salud contratados, denominados comercialmente “Alivio Seguro”, informada en la publicidad, resultó contradictoria con el alcance que la misma compañía le otorgó a esa duración, al poner término a los contratos antes de los 99 años”*.

Las conductas sancionadas por la CMF no sólo son faltas administrativas que debe sancionar el regulador financiero, sino que también constituyen una variedad de infracciones a la LPDC y al derecho civil de los contratos. Éstas abarcan tanto las obligaciones generales de los proveedores, sus deberes específicos sobre publicidad, como las obligaciones de cumplir de buena fe con los contratos de adhesión impuestos a los consumidores. Revisaremos esta normativa en detalle en la Sección III de esta demanda.

Cuando Zürich decidió unilateralmente terminar los contratos “Alivio Seguro”, no lo hizo porque quería dejar de ofrecer seguros de salud en Chile o porque era indiferente a que sus clientes fueran a contratar con otras compañías. Zürich tomó la decisión señalada porque quería ofrecerle a su clientela cautiva un nuevo Seguro Catastrófico que era más favorable a la compañía y, en consecuencia, más desfavorable a los consumidores.

Muchos consumidores no aceptaron el nuevo seguro ofrecido por Zürich y reclamaron del abuso de dicha compañía y de la terminación unilateral del contrato de seguro. Sin embargo, otros consumidores decidieron aceptar un nuevo seguro ofrecido por Zürich a sus clientes con menores coberturas por el mismo precio.

A continuación, ilustramos algunas de las diferencias entre Alivio Seguro y Seguro Catastrófico ofrecido como constan en las pólizas, para que US. pueda apreciar la magnitud del abuso:

1. Alivio Seguro duraba hasta los 99 años con renovación automática, en cambio Seguro Catastrófico ofrecido no hay compromiso de duración y renovación y de hecho enfatiza que dicho compromiso no existe, a pesar de

---

<sup>4</sup> Confirmada mediante Resolución Exenta de la Comisión para el Mercado Financiero N° 2642 de fecha 2 de julio de 2018.

declarar en los folletos explicativos que la cobertura se mantenía hasta los 99 años.

2. Alivio Seguro tenía una 'franquicia' de 50 UF, que significaba que la compañía cubría todo en incidentes sobre 50 UF después de Isapre. Seguro Catastrófico ofrecido en cambio, suprime la figura de la franquicia y establece un 'deducible' de 75 UF en los que el asegurado tenía que pagar siempre 75 UF después de Isapre para empezar a recibir cobertura del seguro. En los folletos explicativos este cambio que es financieramente muy perjudicial para las y los consumidores, se esconde bajo la figura descrita en el próximo número.

3. Alivio Seguro triplicaba el costo de la franquicia a partir de los 70 años, pero cubría todo igualmente si se superaba dicho monto, incluido lo desembolsado. Seguro Catastrófico ofrecido, en cambio, duplica el valor del deducible a los 65 años llegando hasta 150 UF que el asegurado siempre tiene que pagar después de Isapre, para que recién empiece a funcionar la cobertura.

4. Alivio Seguro incluía gastos de hospitalización domiciliaria (POL 3 09 140, ART 1(A)). Seguro Catastrófico ofrecido no los incluye y excluye expresamente alquiler de equipos tales como camas, ventiladores mecánicos, oxígeno, desfibriladores, y otros elementos típicamente requeridos en la hospitalización domiciliaria.

5. Alivio Seguro excluía cirugías estéticas, pero no excluía la mamaria, por ejemplo, derivada de cáncer. Seguro Catastrófico ofrecido las excluye expresamente.

#### **B.4. Necesidad de declarar el carácter abusivo de la cláusula que permitió a Zürich poner término unilateral a los contratos y consecuencial nulidad.**

El párrafo 4° de la LPDC se titula "Normas de equidad en las estipulaciones y en el cumplimiento de los contratos de adhesión", las cuales también han sido infringidas en el caso de autos y corresponde revisar por US. su infracción, pues los contratos de seguros objeto de autos son precisamente contratos redactados unilateralmente por el proveedor<sup>5</sup>.

En particular, el artículo 16 de la LPDC, señala:

"Artículo 16.- No producirán efecto alguno en los contratos de adhesión las cláusulas o estipulaciones que:

- a) Otorguen a una de las partes la facultad de dejar sin efecto o modificar a su solo arbitrio el contrato o de suspender unilateralmente su ejecución, salvo cuando ella se conceda al comprador en las modalidades de venta por correo, a domicilio, por muestrario, usando

---

<sup>5</sup> Recordamos sobre este punto que el artículo 1 de la LPDC, numeral 6, define a los contratos de adhesión como "aquel cuyas cláusulas han sido propuestas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor, para celebrarlo, pueda alterar su contenido", tal y como ocurre en los contratos de seguros de Zürich.

medios audiovisuales, u otras análogas, y sin perjuicio de las excepciones que las leyes contemplen”.

En consecuencia, la posibilidad de dejar unilateralmente sin efecto el contrato no resulta aplicable en la especie por mandato específico del legislador, de manera que el actuar de Zürich no se puede sustentar ni amparar en la LPDC ante los más de 18.000 clientes-consumidores defraudados. Por el contrario, la LPDC lo permite únicamente la suspensión unilateral de un contrato si es en beneficio de los consumidores y en determinados casos o modalidades de compra.

Junto al artículo citado, encontramos el artículo 17 B de la LPDC, cuya letra c) prescribe:

“Artículo 17 B.- Los contratos de adhesión de servicios crediticios, **de seguros** y, en general, de cualquier producto financiero, elaborados por bancos e instituciones financieras o por sociedades de apoyo a su giro, establecimientos comerciales, compañías de seguros, cajas de compensación, cooperativas de ahorro y crédito, y toda persona natural o jurídica proveedora de dichos servicios o productos, **deberán especificar como mínimo, con el objeto de promover su simplicidad y transparencia**, lo siguiente:

- b) **La duración del contrato o su carácter de indefinido o renovable automáticamente, las causales, si las hubiere, que pudieren dar lugar a su término anticipado por la sola voluntad del consumidor**, con sus respectivos plazos de aviso previo y cualquier costo por término o pago anticipado total o parcial que ello le represente.”

(énfasis añadido)

La norma citada enfatiza la necesidad de simplicidad y transparencia, y específicamente, la claridad respecto de la duración de los contratos de seguro.

Zürich promocionó a sus clientes-consumidores que los contratos Alivio Seguro se renovarían automáticamente mientras ellos estuvieran al día en el pago de sus primas, pero luego, y persiguiendo un afán comercial, posteriormente cambió de criterio, vio en el ejercicio de la cláusula abusiva la posibilidad de optimizar su negocio, y usó dicha cláusula para poner término anticipado a todos los contratos Alivio Seguro.

La LPDC contiene una regla general a fin de evaluar las cláusulas contenidas en los contratos de adhesión y las cargas y equilibrios que ponen a las partes en dichos contratos. Indica la letra g), del ya citado artículo 16 de la LPDC, lo siguiente:

“Artículo 16.- No producirán efecto alguno en los contratos de adhesión las cláusulas o estipulaciones que:

- g) En contra de las exigencias de la buena fe, atendiendo para estos efectos a parámetros objetivos, causen en perjuicio del consumidor, un desequilibrio importante en los derechos y obligaciones que para las partes se deriven del contrato. **Para ello se atenderá a la finalidad del contrato y a las disposiciones**

**especiales o generales que lo rigen.** Se presumirá que dichas cláusulas se encuentran ajustadas a exigencias de la buena fe, si los contratos a que pertenecen han sido revisados y autorizados por un órgano administrativo en ejecución de sus facultades legales.  
(énfasis añadido)

Interpretando esta norma, la Excma. Corte Suprema, en un fallo de casación, antes citado, ha expresado cuándo deberá considerarse abusiva una cláusula en un contrato de adhesión:

*“Por otra parte, la consideración del carácter abusivo de una cláusula contractual es una cuestión que importa una apreciación sobre el contenido de la estipulación **en cuanto a la extensión de las prerrogativas que confiere a una de las partes y posición en que coloca o puede colocar a la contraparte.** Esa evaluación no requiere necesariamente la prueba de una situación de abuso real y concreto, **bastando para el juzgamiento la posibilidad de que la articulación valide una posición de abuso exorbitante con correlativo riesgo de detrimento y subordinación de la contraparte débil.** Por ello, cada cláusula cuestionada es examinada en su contenido, evaluándose el espacio o ámbito de acción que entrega a las partes -que puede ser razonable y plausible atendidas las características de la relación- o, por el contrario, exorbitante y desmedido, generando el consiguiente riesgo de desmedro injusto de los derechos de la contraparte.”<sup>6</sup>  
(énfasis añadido)*

Conforme a la norma e interpretación de la misma que ha dado la Excelentísima Corte Suprema, una cláusula que permite modificar unilateralmente el plazo de vigencia y las condiciones de un contrato, cuando tanto la vigencia como las condiciones han sido precisamente algunas de las características que han motivado la contratación, debe necesariamente ser declarada una cláusula abusiva. Conforme al art. 16, antes transcrito, las cláusulas (antes citadas) en que se amparó la demandada para desplegar su conducta infractora son abusivas, nulas y no producen efecto alguno.

La nulidad es una sanción civil de invalidez establecida por el legislador y que consiste en el desconocimiento de los efectos jurídicos de un acto por la omisión en él de los requisitos y formalidades prescritos por la Ley. El inciso 1° del artículo 1681 del Código Civil dice que: “es nulo todo acto o contrato a que falta alguno de los requisitos que la ley prescribe para el valor del mismo acto o contrato, según su especie y calidad o estado de las partes”.

A su vez el artículo 10 del Código Civil establece que: “los actos que prohíbe la ley son nulos y de ningún valor; salvo en cuanto designe expresamente otro efecto que el de nulidad para el caso de contravención”.

La nulidad tiene el carácter de medida de protección, ya sea del orden jurídico, ya de ciertas personas que la ley estima están en una situación de ser

---

<sup>6</sup> Corte Suprema, N° de Ingreso 100.759-2016, sentencia del 29 de noviembre de 2018.

protegidos o bien para resguardar la licitud de los actos o contratos que se celebran. En este sentido es de orden público y por lo tanto irrenunciable, como expresamente lo dispone el artículo 1469 del Código Civil, al expresar que los actos o contratos que la ley declara inválidos, no dejarán de serlo por las cláusulas que en ellos se introduzcan y en que se renuncie a la acción de nulidad.

La nulidad tiene además el carácter de una sanción, es decir, de una pena de índole civil; esto determina que para aplicarla debe estar expresamente establecida en la ley, que debe interpretarse restrictivamente, no pudiendo ser aplicada por analogía.

El concepto de nulidad, no obstante, las distintas locuciones que emplea el Código Civil para establecerla, es uno solo para todo el derecho civil y más ampliamente para todo el derecho privado. Por último, esta Sanción Civil contemplada en nuestra legislación puede hacerse valer tanto como acción como excepción.

Finalmente, el artículo 16 A de la LPDC establece la sanción procedente para el caso de cláusulas abusivas, que no es otra que la declaración de nulidad. Dice la norma:

Artículo 16 A. Declarada la nulidad de una o varias cláusulas o estipulaciones de un contrato de adhesión, por aplicación de alguna de las normas del artículo 16, éste subsistirá con las restantes cláusulas, a menos que por la naturaleza misma del contrato, o atendida la intención original de los contratantes, ello no fuere posible. En este último caso, el juez deberá declarar nulo, en su integridad, el acto o contrato sobre el que recae la declaración.

**En consecuencia, a la luz de las normas citadas, resulta ajustado a derecho y necesario para reestablecer el imperio del mismo, que US. declare que la cláusula conforme con la cual Zürich podía aparentemente dejar sin efecto los contratos, por la vía de decidir unilateralmente no renovarlos, es abusiva y, en consecuencia, no podía producir efecto alguno en contra de los consumidores y usuarios afectados, debiendo declarar la nulidad de la misma, como también la decisión unilateral de Zürich de poner término anticipado a los mismos, junto con declarar la subsistencia de los contratos en lo restante.**

### **C. LOS DAÑOS CAUSADOS A LOS CONSUMIDORES Y EN PARTICULAR EL DAÑO AL INTERÉS COLECTIVO.**

Los hechos descritos en la sección B. precedente, generaron y siguen generando un indudable daño a todos los consumidores y usuarios que contrataron los seguros “Alivio Seguro”, y se extiende también a sus beneficiarios adicionales o cargas. **La solución más deseable a este agravio es que,**

declarada la nulidad de las cláusulas antes referidas, se restituyan a los consumidores afectados por parte de Zürich todos los contratos de seguros en las mismas condiciones en que fueron originalmente contratadas con una vigencia hasta los 99 años de edad de los beneficiarios de las pólizas (pago de las primas de por medio).

### C.1. Fundamentos del daño sufrido por los consumidores y usuarios derivados de la infracción contractual cometida por Zürich.

Las relaciones contractuales de largo plazo como las que se producen en los contratos de seguro de salud, solo pueden ser entendidas desde el punto de vista del consumidor como un balance entre costos presentes ciertos y beneficios futuros potenciales. Esencialmente, quienes entraron a una relación contractual como la que ofreció Zürich con su producto “Alivio Seguro” eran personas, clientas y clientes, consumidoras y consumidores sanos, que esperaban obtener como contrapartida de pagar tempranamente una prima, una cobertura a los siniestros de salud que les ocurrieran en el futuro, donde las probabilidades de una contingencia de salud naturalmente aumentan junto con el envejecimiento de los contratantes.

Los consumidores que suscribieron las pólizas Alivio Seguro lo hicieron bajo la expectativa contractual de que no solamente estarían cubiertos en el presente –algo para lo cual muchos seguros más baratos también servían y algo que puede no haberles interesado mayormente– sino que ingresarían a una relación contractual de largo plazo que no sería terminada temprana y arbitrariamente, ya que ellos buscaban protección de contingencias en el futuro.

Esta era precisamente la gran diferencia que el contrato “Alivio Seguro” tenía respecto de otros seguros existentes en el mercado y que Zürich, además, resaltaba como característica determinante de su producto. Esta circunstancia era reconocida por la propia póliza, cuya sección referida al monto de las primas expresaba sus valores hacia el futuro, según tramos de edad, tal como se observa en la imagen inserta a continuación obtenida de uno de los contratos Alivio Seguro:

| MONTO MÁXIMO ASEGURADO, DEDUCIBLE Y PRIMA |    |         |   |
|---|----|---------|---|
| PLAN 1 (Titular + 1 Adicional)            |    |         |   |
| Tramo de edad                             |    | Prima   | Monto Máximo Asegurado Por Asegurado y por evento |
| 18  | 46 | UF 0,49 | UF 6000   |
| 47  | 56 | UF 0,66 | UF 6000   |
| 57  | 65 | UF 0,94 | UF 6000   |
| 66  | 71 | UF 1,49 | UF 6000   |
| 72  | 76 | UF 1,87 | UF 6000   |
| 77  | 81 | UF 3,09 | UF 6000   |
| 82  | 99 | UF 4,39 | UF 6000   |

Cuando el asegurado titular cambie de tramo de edad, la prima del seguro variará según lo indica la tabla.

US. podrá presumir que, dada esta particularidad distintiva en un mercado sumamente competitivo, como es el mercado de seguros, quienes decidían suscribir Alivio Seguro, estaban buscando precisamente esta característica, distintiva en su duración extendida en el tiempo, resultando ello uno de los motivos esenciales para contratar.

El derecho que tienen los consumidores a que se cumplan las condiciones de “Alivio Seguro” que habían contratado, se basa en una expectativa contractual absolutamente racional dadas la forma en que “Alivio Seguro” era ofrecido y contratado. Los clientes-consumidores entraron a la relación contractual con Zürich creyendo razonablemente que “Alivio Seguro” funcionaría de la misma forma que otros sistemas de cobertura de salud (Isapres o Fonasa, por ejemplo), y lo hicieron motivados por la vigencia de los contratos que se extendían hasta que los beneficiarios de las pólizas cumplieran 99 años de edad, salvo fallecimiento anterior.

Para estos consumidores, que producto de la decisión unilateral de Zürich jamás recibieron cobertura efectiva por parte del seguro, la parte esencial del contrato del seguro “Alivio Seguro” que justificaba el pago de las primas, era que éste los aseguraría cuando razonablemente más lo necesitarían: en la vejez, o bien cuando fueran aquejados de enfermedades. La falta de cobertura de este riesgo es un daño imputable al accionar unilateral de Zürich, que importa una infracción contractual.

## **C.2. Los daños ocasionados a los clientes-consumidores de Zürich.**

Dentro de las perspectivas que ofrece un caso como el de autos, aparece la producción de daños bajo distintas formas. Así, los daños ocasionados consistirían al menos en las siguientes infracciones o pérdidas de derechos, y gastos en que debieron incurrir los clientes-consumidores de Zürich como secuela de dichas infracciones:

C.2.i. El daño causado a los consumidores que contrataron con Zürich otro Seguro de Salud (Seguro Catastrófico);

C.2.ii. El daño causado a los consumidores que contrataron con una compañía de seguros diversa a la demandada un Seguro de Salud;

C.2.iii. El daño causado a los consumidores que no contrataron otro Seguro de Salud, y que después del término de Alivio Seguro quedaron desprotegidos de ese riesgo;

C.2.iv. El daño moral causado a los consumidores a quienes la demandada les terminó anticipadamente las pólizas “Alivio Seguro”.



### **C.2.i El daño causado a los clientes-consumidores que contrataron con Zürich otro Seguro de Salud (Seguro Catastrófico u otro).**

Se reclaman los daños causados por Zürich a aquellos consumidores que eran contratantes de la póliza Alivio Seguro, y que producto de la decisión unilateral adoptada por la demandada de poner término anticipado al contrato, decidieron aceptar la oferta que la demandada les presentó y contrataron otro seguro de salud, Seguro Catastrófico, según se ha señalado precedentemente.

Estos daños se concretan en el costo que debieron asumir los clientes-consumidores de Zürich al solventar los gastos médicos y de salud que la nueva póliza del Seguro Catastrófico no les cubría, y que de haber estado vigente la de Alivio Seguro habrían sido cubiertas por la demandada. Ejemplo de ello es el mayor valor expresado en un deducible más alto, o las menores coberturas que los contratantes debieron solventar.

Asimismo, el daño se representa por el mayor valor de la prima que los consumidores debieron pagar por el nuevo Seguro Catastrófico que cubriera los mismos riesgos que Alivio Seguro.

También el daño se ha causado a aquel consumidor que contrató con la demandada otro Seguro de Salud distinto del Seguro Catastrófico, representado por las mayores primas que debió pagar y los gastos por menor cobertura que debieron asumir.

### **C.2.ii. El daño causado a los consumidores que contrataron con una compañía de seguros diversa a la demandada otro Seguro de Salud.**

A continuación, encontramos los daños causados por Zürich a aquellos consumidores que a consecuencia de la decisión unilateral de ésta optaron por contratar un seguro de salud en otra compañía.

Corresponde a estos consumidores que se disponga por US. la restitución de los montos mayores que dichos consumidores hayan desembolsado por el valor de las primas estos seguros de reemplazo, como asimismo las prestaciones médicas y de salud que no fueron cubiertas por estos nuevos contratos y que si lo habrían estado de mantenerse la vigencia de Alivio Seguro, puesto que resultan ser gastos adicionales en los cuales no debieron incurrir en caso de mantenerse la vigencia del seguro original.

Asimismo, constituyen daños causados a los consumidores de esta clase los gastos que debieron incurrir con motivo del período de vacancia, como los mayores deducibles que debieron solventar en cada uno de los siniestros de salud que les afectó, y los montos no cubiertos por exceder un tope de cobertura menor que el de Alivio Seguro.

Cabe recordar, US. que las coberturas de “Alivio Seguro” eran generosas y que los seguros de salud incluyen normalmente períodos de vacancia de 6

meses, 1 año o más. Piénsese en aquellos consumidores que viendo inesperadamente terminada su cobertura con 30 días de anticipación, sufrieron un siniestro dentro del año siguiente donde era difícil o imposible obtener cobertura por el nuevo seguro. El término unilateral de “Alivio Seguro” dejó a estas personas desprotegidas al menos por el plazo de vacancia de la nueva póliza, sino uno mayor, considerando que ciertas compañías piden exámenes médicos y revisiones antes de aceptar nuevos asegurados.

**C.2.iii. El daño causado a los consumidores que no contrataron otro Seguro de Salud, y que después del término de Alivio Seguro quedaron desprotegidos de ese riesgo.**

Otro daño reclamado es aquel que la demandada causó a todos aquellos consumidores a quienes Zürich les puso término anticipado a sus contratos en forma unilateral y no contrataron otro seguro de salud, quedando por tanto desprotegidos de ese riesgo debiendo asumir los costos totales de gastos médicos y de salud por haber sufrido algún siniestro que, de no mediar el acto abusivo de Zürich, habría estado cubierto por el contrato Alivio Seguro.

**Para estos consumidores pedimos US., que se cubran íntegramente los gastos desembolsado a consecuencia de los siniestros y se les reembolsen los gastos médicos y de salud en la forma y modalidad establecida en las pólizas de Alivio Seguro, los que serán determinados caso a caso en la etapa de ejecución del fallo.**

**C.2.iv. El daño moral soportado por cada contratante al que Zürich le puso término anticipado a su póliza Alivio Seguro.**

Finalmente, la Ley N° 21.081, que modificó la Ley N° 19.496, (LPDC), artículo 51 N° 2, incorporó a las acciones colectivas el derecho a demandar el daño moral sufrido por éstos, en los siguientes términos: *“Las indemnizaciones que se determinen en este procedimiento podrán extenderse al daño moral siempre que se haya afectado la integridad física o síquica o la dignidad de los consumidores.”*

A este respecto, es importante recordar que mayoritariamente la doctrina y la jurisprudencia sostienen que el daño moral tiene siempre un carácter meramente satisfactivo, puesto que, por su naturaleza no patrimonial, se trata de dar a la víctima una satisfacción, una ayuda, un auxilio que le permita atenuar, morigerar las consecuencias que le ha producido la lesión del derecho de naturaleza no patrimonial.

Así, Fuego refiriéndose a la naturaleza de la reparación del daño extrapatrimonial o moral, señala: *“Descartamos que sea una reparación compensatoria del modo que se entiende en el derecho patrimonial, pues aquí*

*resulta de partida absurdo compensar, esto, fijar una medida igual puesto que el daño mismo de indemnizar no es susceptible de medición exacta. En contraposición se trata simplemente de una indemnización satisfactiva, esto es, que intenta satisfacer a la víctima. Tomando este verbo justamente de dos de sus acepciones oficiales según el Diccionario de la Real Academia Española, resulta lo siguiente: A) “hacer una obra que merezca perdón de la pena debida, B) Aquietar y sosegar las pasiones del ánimo”.*

La determinación del daño moral, debe atenderse exclusivamente a la extensión y magnitud del perjuicio, con prescindencia de otros elementos, tales como la capacidad patrimonial del demandado o el grado de reprochabilidad de su comportamiento. En conocimiento de esta dificultad el legislador, en la disposición citada, estableció lo siguiente: *“En la determinación del daño moral sufrido por los consumidores, el juez podrá establecer un monto mínimo común, para lo cual, de oficio o a petición de parte, podrá ordenar un peritaje, sin perjuicio de poder considerarse otros medios de prueba.”*

Un consumidor que ha contratado un seguro de salud y que intempestivamente este se termina por decisión abusiva del asegurador, y no por dejar de pagar la prima o exponerse exageradamente al riesgo, queda con una sensación de desprotección angustiante. Recordamos a US. que muchos usuarios normalmente planifican y eligen sus seguros de salud para que se “complementen” con su Isapre y consideración a su edad al momento de contratar. Un acto abusivo como el realizó Zürich, junto con generar la imposibilidad de contratar otro seguro en las mismas condiciones, ya sea porque no existen similares en el mercado, o porque son personas de edad ya avanzada, o porque han contraído alguna enfermedad que los hacen ser excluidos de cualquier nueva póliza, produce desprotección y desamparo. Esta angustia, preocupación e incertidumbre causada por los hechos relatados, se ve aumentado en las personas mayores, y ello es causa o motivo de malestares, enfermedades y tratamientos que no habrían sucedido si Zürich no hubiese puesto término a dichos contratos.

El daño moral causado por Zürich a todos aquellos contratantes de Alivio Seguro al que pusieron término anticipado a sus contratos, solicitamos a US. que sea determinado en la etapa de cumplimiento del fallo.

### **III.- EL DERECHO.**

Los hechos expuestos son constitutivos de infracciones a una serie de deberes y obligaciones de los proveedores y de derechos de los consumidores establecidos en la LDPC. Parte de ello ya ha sido tratado, en cuanto refiere al valor de una cláusula abusiva y necesidad de declarar su nulidad, como

señalábamos en la sección B.4 anterior, la cual no repetimos a fin de evitar reiteraciones innecesarias. Pues bien, ya desde la perspectiva de las reglas o principios generales de nuestro Derecho Civil encontramos infracciones en el actual caso. La más elemental de ellas es la fuerza obligatoria de los contratos, según la cual, de acuerdo a lo prescrito en el artículo 1545 del Código Civil, *“todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes, y no puede ser invalidado sino por su consentimiento mutuo o por causas legales”*. Zürich viola la ley del contrato impunemente. De la misma manera, se ha roto la buena fe que debe observarse en la ejecución de los contratos. De acuerdo a lo que prescribe el artículo 1546 del Código de Bello, *“los contratos deben ejecutarse de buena fe, y por consiguiente obligan no sólo a lo que en ellos se expresa, sino a todas las cosas que emanan precisamente de la naturaleza de la obligación, o que por la ley o la costumbre pertenecen a ella”*. Zürich ha infringido la buena fe por cuanto ha dado una aplicación abusiva a la cláusula que supuestamente le habilitaba para ponerle término a los contratos, incumpliendo su obligación de hacerlos pervivir hasta los 99 años de los beneficiarios de las pólizas o, “para toda la vida”, como si fuera un seguro único en nuestro sistema.

Si bien los principios recién citados resultan aplicables al presente caso, las reglas del Derecho del Consumidor contienen protecciones adicionales. Como señalábamos en la sección I. anterior, el Derecho de los Consumidores tiene una finalidad protectora y que busca balancear la disparidad existente entre proveedores y las consumidoras o usuarios. Así, de acuerdo con las prescripciones de la LPDC, puede distinguirse entre:

- (A) Normas generales relevantes dentro de la LPDC;
- (B) Derechos del consumidor afectados por el accionar de la demandada;
- (C) Deberes del proveedor y las infracciones principales cometidas a la LPDC, encontrándose infracciones específicas y a propósito de contratos de adhesión y productos o servicios financieros;
- (D) Otras normativas sectoriales infringidas; y
- (E) La responsabilidad del Proveedor.

#### **A. Normas generales relevantes de la LPDC.**

La publicidad es un tema en el cual el legislador puso especial atención en la Ley N° 19.496, tratándolo en su articulado general y posteriormente en párrafos específicos, dándole asimismo efectos determinados. Los numerales 3.- y 4.- de

Art. 1, entregan específicamente definiciones de información básica comercial y de publicidad.

En cuanto a la información básica comercial, es toda aquella que permita identificar adecuadamente el bien o servicio (inciso tercero), según reza la disposición legal:

3.- Información básica comercial: los datos, instructivos, antecedentes o indicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al público consumidor, en cumplimiento de una norma jurídica.

Tratándose de proveedores que reciban bienes en consignación para su venta, éstos deberán agregar a la información básica comercial los antecedentes relativos a su situación financiera, incluidos los estados financieros cuando corresponda.

En la venta de bienes y prestación de servicios, **se considerará información comercial básica, además de lo que dispongan otras normas legales o reglamentarias, la identificación del bien o servicio que se ofrece al consumidor**, así como también los instructivos de uso y los términos de la garantía cuando procedan. Se exceptuarán de lo dispuesto en este inciso los bienes ofrecidos a granel.

La información comercial básica **deberá ser suministrada al público por medios que aseguren un acceso claro, expedito y oportuno**. Respecto de los instructivos de uso de los bienes y servicios cuyo uso normal represente un riesgo para la integridad y seguridad de las personas, será obligatoria su entrega al consumidor conjuntamente con los bienes y servicios a que acceden.

(énfasis añadido)

En el presente caso, Zurich entregó información que le permitiera identificar a los usuarios adecuadamente el seguro contratado. Era uno que debía durar hasta los 99 años, un seguro “único en Chile”, y “para toda la vida”. Por ello es evidente que una de las características principales del mismo, desde el punto de vista de los consumidores, era la vigencia. En base a ella, y sin perjuicio de otros factores como pueden ser el precio de la prima y deducible, las consumidoras y usuarias adoptaron en definitiva la decisión de contratar. Asimismo, los consumidores, sin lugar a dudas que valoraron la posibilidad de contar con un seguro que se extendiera por el tiempo ofrecido, pues conociendo que la edad de ingreso resulta ser un factor que altera los costos en dicho mercado, obtener certeza sobre el monto de las primas y su extensión les debía resultar atractivo y, en definitiva, uno de los elementos que los induciría a contratar.

Por su parte, el numeral 4.- del artículo 1° de la LPDC indica qué debemos entender por publicidad:

Publicidad: 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.** Son condiciones objetivas aquellas señaladas en el artículo 28.

(énfasis añadido)

De esta norma destacan dos elementos. Primero, que la publicidad se define funcionalmente por su objetivo. Este es motivar al consumidor para adquirir el bien o servicio ofrecido. Segundo, que las condiciones objetivas de esta publicidad –precisamente porque tienen el rol de motivar la contratación y en coincidencia con el derecho de los contratos– deben entenderse incorporadas al contrato. La extensión de Alivio Seguro hasta los 99 años es claramente una condición objetiva de la publicidad. Esto no era una exageración o una hipérbole. Los folletos contenían tablas de reajuste de precios para edades hasta los 99 años. Por lo mismo es información que debiera ser sancionada legalmente como parte del contrato.<sup>7</sup>

Este último efecto es reiterado en el Art. 12 de la LPDC que señala que:

Artículo 12.- Todo proveedor de bienes o servicios estará obligado a respetar los términos, condiciones y modalidades conforme a las cuales se hubiere ofrecido o convenido con el consumidor la entrega del bien o la prestación del servicio.

## **B. Los derechos del consumidor vulnerados por el accionar de Zürich.**

Sin perjuicio de los derechos emanados de los contratos que los consumidores suscribieron con Zürich, la LPDC establece derechos básicos de los consumidores en el artículo 3°. Estos derechos gobiernan todos los contratos en los que una de las contrapartes son consumidores, y Zürich al terminar abusivamente Alivio Seguro, violó varios de estos derechos.

Se encuentran afectados en el presente caso, de acuerdo con las características de la conducta infractora cometida por la demandada, al menos los siguientes derechos de los consumidores contenidos en el artículo 3° de la LPDC:

---

<sup>7</sup> Las “condiciones objetivas” de la publicidad definidas en el Art. 28 de la LPDC son aquellas que también pueden dar origen a la infracción de publicidad engañosa, la que puede ser sancionada y cesada por decisión judicial aunque no existan consumidores afectados. La existencia de publicidad engañosa no obsta a que en aquellos casos en que sea materialmente posible, las condiciones objetivas de esa publicidad que se considere engañosa, igualmente se consideren parte del contrato para determinar las responsabilidades del proveedor. Cualquier otra interpretación haría que los demandados siempre invocaran que era la publicidad la engañosa y que en sus contratos siempre pretendieron algo distinto a lo publicitado. En este caso, las condiciones objetivas de publicidad que debe entenderse parte integrante del contrato Alivio Seguro son las señaladas en el Art. 28 letras, b y c que señalan que son condiciones objetivas de la publicidad:

b) la idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y que haya sido atribuida en forma explícita por el anunciante;

c) las características relevantes del bien o servicio destacadas por el anunciante o que deban ser proporcionadas de acuerdo a las normas de información comercial

La duración hasta los 99 años fue atribuido en forma explícita por el anunciante y era una característica relevante, sin duda la más distintiva, de Alivio Seguro.

- i. La libre elección del bien o servicio. El silencio del consumidor no constituye aceptación en los actos de consumo (letra a) del artículo 3°)<sup>8</sup>. Zürich se amparó, según se observa en sus descargos en el procedimiento infraccional seguido ante la Comisión para el Mercado Financiero, en que muchos clientes no reclamaron ni rechazaron la modificación. Pero el silencio, en los actos de consumo, no constituye aceptación.
- ii. El derecho del consumidor a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos, y el deber de informarse responsablemente de ellos (letra b) del artículo 3°). Por tanto, Zürich debía haber anunciado a los consumidores que no pretendía permitir la renovación automática y honrar los seguros hasta los 99 años de vida del asegurado.
- iii. El derecho del consumidor a la reparación e indemnización adecuada y oportuna de todos los daños en caso de incumplimiento de cualquiera de las obligaciones contraídas por el proveedor, y el deber de accionar de acuerdo a los medios que la ley le franquea (letra e) del artículo 3°). Esta norma refuerza lo ya señalado en el sentido que la actuación de Zürich no es sólo una infracción a la normativa de la CMF y al derecho de los contratos, sino que importa también una infracción a la normativa que protege a sus consumidores.

### **C. Los deberes del proveedor y las infracciones a la LDPC.**

La LPDC contiene reglas que imponen al proveedor deberes específicos asociados a la entrega de información sobre sus productos. Reiterando, el artículo 12 la LPDC señala:

Artículo 12.- Todo proveedor de bienes o servicios estará obligado a respetar los términos, condiciones y modalidades conforme a las cuales se hubiere ofrecido o convenido con el consumidor la entrega del bien o la prestación del servicio.

En el caso actual, el cumplimiento de ese deber implica lisa y llanamente ofrecer un seguro con vigencia hasta los 99 años de edad de los contratantes y

---

<sup>8</sup> Sobre el valor del silencio en la órbita de la Ley 19.496, ha indicado la Excma. Corte Suprema, en un fallo reciente, que “no divisándose que ello necesariamente conlleve una aceptación a una modificación de lo pactado, concluyendo así que, por todo ello, se desvanece la pretendida y aparente bilateralidad porque en realidad se trata de un cambio en el contenido contractual dispuesto unilateralmente por la empresa que presta los servicios, disfrazando una voluntad del cliente donde no la hay y, en definitiva, otorgando a su silencio un efecto que el derecho del consumo expresamente prohíbe en el artículo 3 letra a) de la ley del ramo. **Por todo ello la cláusula es abusiva e infringe lo previsto en el artículo 16 a) de la Ley N° 19.496**” (N° de Ingreso 100.759-2016, sentencia del 29 de noviembre de 2018).

sus asegurados adicionales, lo que, según hemos venido expresando, ha sido infringido deliberadamente por Zürich al pretender terminarlos unilateralmente.

#### **D. Otras normas sectoriales infringidas.**

Desde la perspectiva del mercado específico en el cual está inserto el bien o servicio consistente en la venta de seguros, y según anticipamos en la sección B. precedente, se han cometido infracciones que es atingente revisar. En el presente caso ello tiene especial relevancia, pues se observa una total coincidencia entre las exigencias que hacen uno y otro estatuto -el de los seguros o Mercado Financiero y el de la Protección de los Derechos de los Consumidores -, la cual ilustra y confirma que la perspectiva explicada en los párrafos anteriores en relación con la forma en que debe entenderse que los hechos del caso son constitutivos de infracciones a los deberes de los proveedores, lesivos para los derechos de los consumidores y para la regulación sobre publicidad. Con ello entonces, se refuerza la necesidad de aplicar las sanciones contempladas por el legislador, así como para conceder las indemnizaciones que US. estime para los consumidores y usuarios afectados.

Conforme con lo anterior se encuentra la circular 2.123, del 22 de octubre de 2013, de la CMF, la cual establece las siguientes reglas en sus secciones IV. y V.:

“IV. NORMAS GENERALES SOBRE INFORMACIÓN A ENTREGAR AL PÚBLICO ACERCA DEL ASEGURADOR Y CORREDOR DE SEGUROS.

2. Las informaciones que se entreguen al público, **deberán ser presentadas de manera tal que no sean inductivas de interpretaciones inexactas de la realidad.**

V. NORMAS SOBRE PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y OFERTA DE SEGUROS Y DE BENEFICIOS ASOCIADOS A LA CONTRATACIÓN DE PÓLIZAS DE SEGUROS.

4. Las promociones u ofertas publicitarias que efectúen las entidades aseguradoras **serán vinculantes, y se considerarán incorporadas en el contrato que se llegare a celebrar.** En caso de existir contradicción o conflicto entre los términos y condiciones del seguro y la promoción, publicidad u oferta del mismo, **primarán y prevalecerán aquellas más beneficiosas para el asegurado”.**

(énfasis añadido)

Se observa claramente cuáles son las exigencias para la publicidad respecto de los productos ofrecidos, así como el efecto que tienen en el contexto contractual, es decir, deben ser claras y no inductivas a error para los consumidores, serán parte del contrato y además tendrán preferencia aquellas más beneficiosas para los proveedores. Todos estos elementos están recogidos también en la regulación de la LPDC aplicable, y concurren en el caso bajo análisis.



## **E. La responsabilidad de los proveedores.**

De conformidad a lo establecido en el artículo 23 de la LPDC, el principio general es que los proveedores son responsables por los actos cometidos con negligencia, la cual debe estimarse que, en principio, corresponde a la negligencia o culpa leve. Señala dicha norma:

“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”

Por su parte, el artículo 24, inciso final, de la LPDC establece que “*el grado de negligencia en que haya incurrido el infractor*” es uno de los factores que deben considerarse para determinar las responsabilidades del proveedor. Es decir, será el juez quien debe construir el estándar de diligencia esperable en cada caso, pudiendo empezar en el estándar de la suma diligencia o cuidado.

Conforme a lo expresado en las secciones precedentes y los hechos de autos, resulta claro que la responsabilidad del proveedor es de aquella que se ha denominado por culpa. En el caso actual, atendido que claramente existía consciencia de la actividad infractora del proveedor y sus consecuencias, consistente en la interrupción deliberada de los contratos y vigencia de las pólizas, a sabiendas de que con ello el seguro perdería la vigencia “única en Chile y hasta los 99 años” que se había ofrecido.

## **IV.- DECLARACIONES, INDEMNIZACIONES Y REPARACIONES SOLICITADAS.**

Como hemos señalado precedentemente, la cláusula en que Zürich se ha amparado para poner término unilateral a los contratos de seguro tiene carácter abusivo, por lo que corresponde a US. declarar su nulidad agregando que no produce efecto alguno respecto de los consumidores que habían contratado Alivio Seguro, y en consecuencia que la decisión unilateral de la demandada no ha podido producir efectos vinculantes para aquellos y les resulta; y declarar también que se mantiene la vigencia de los contratos Alivio Seguro.

En consecuencia, en un primer orden de peticiones solicitamos a US. en definitiva, efectuar las siguientes declaraciones:

- i. La declaración de que las cláusulas en que se ha amparado el proveedor para alterar unilateralmente la vigencia de los contratos son abusivas, son nulas absolutamente y no producen efecto alguno;

- ii. Que, en consecuencia, la decisión de la demandada de poner término anticipado a los contratos no tiene amparo contractual, y resulta ilegal e inoponible a los contratantes de Alivio Seguro;
- iii. Que los contratos de seguros referidos como “Alivio Seguro” mantienen su vigencia según establece el artículo 16 A de la LPDC en las mismas condiciones que fueron contratados originalmente.

A su vez, corresponde declarar una serie de indemnizaciones y reparaciones para los usuarios afectados. El artículo 51, numeral 2.- de la LPDC, establece que “en lo que respecta a las peticiones relativas a perjuicios, bastará señalar el daño sufrido y solicitar la indemnización que el juez determine, conforme al mérito del proceso”. Por su parte, el artículo 53º en su letra c), faculta a US. para ordenar indemnizaciones, reparaciones o devoluciones que procedan respecto del grupo de clientes consumidores que se han visto afectados por las acciones ilegales de la demandada.

De conformidad a lo anterior, solicitamos a US. declarar u ordenar a la demandada, según corresponda, el cumplimiento de las siguientes prestaciones o indemnizaciones derivadas del restablecimiento de los contratos:

- i. Disponer la devolución del dinero pagado por los consumidores en los casos en que tuvieron siniestros, pero no fueron cubiertos por el seguro “Alivio Seguro” debido a que el proveedor había puesto término unilateral al mismo;
- ii. Disponer el pago por parte de la demandada de todos aquellos gastos relacionados con siniestros ocurridos durante el tiempo que medie entre la fecha en que el proveedor puso término unilateral a la vigencia de la póliza y aquel en que por sentencia ejecutoriada reestablezca la vigencia de la misma, y que no hayan sido cubiertos debido a la terminación ilegal aplicada por la demandada;
- iii. Disponer el pago de mayor valor de primas pagado por aquellos usuarios que hayan contratado un seguro de similares características en otra compañía;
- iv. Ordenar a la demandada pagar los daños morales causados a los consumidores con motivo del término abusivo de la vigencia de las pólizas “Alivio Seguro” que el Tribunal determine.

Para el caso en que no se acoja la mantención de la vigencia de los contratos, y en subsidio, solicitamos a US. indemnizar a los usuarios derechamente por el incumplimiento contractual, en dos formas:

- i. Disponer que la demandada deberá indemnizar a cada titular por un monto total equivalente al total de las primas de seguro pagadas mensualmente desde la época de celebración de cada contrato

hasta la fecha en que la demandada puso término anticipado a los mismos.

- ii. Disponer que se compense a los usuarios por la siniestralidad proyectada del seguro, hasta lo que hubieren durado las coberturas dadas las edades de cada asegurado, con la protección de las contingencias que “Alivio Seguro” otorgaba.
- iii. Ordenar a la demandada pagar los daños morales causados a los consumidores con motivo del término abusivo de la vigencia de las pólizas “Alivio Seguro” que el Tribunal determine.

## V.- LAS MULTAS.

El artículo 24º de la LPDC establece que las infracciones a la presente ley serán sancionadas con multa de hasta 300 unidades tributarias mensuales, si no tuvieren señalada una sanción diferente. Para la aplicación de dichas multas, señala la disposición legal citada, el Tribunal tendrá especialmente en cuenta la cuantía de lo disputado, el grado de negligencia en que haya incurrido el infractor, la gravedad del daño causado, el riesgo a que quedó expuesta la víctima o la comunidad y la situación económica del infractor.

Solicitamos a US. aplicar una infracción de 300 Unidades Tributarias Mensuales (UTM) a la demandada por cada uno de los contratos terminados unilateralmente y en forma anticipada por la demandada, pues cada uno de ellos incorporó la vigencia hasta los 99 años de edad, de acuerdo con la publicidad realizada, y cada uno fue interrumpido unilateral e ilegalmente en oposición al contenido de los mismos.

Se solicita su aplicación en su rango más alto, teniendo especialmente en consideración lo dispuesto en el artículo 24 de la LPDC en cuanto al hecho de haberse cometido las conductas infractoras con suma negligencia, debido al conocimiento que tenía el proveedor sobre la defraudación a lo ofrecido y las consecuencias que ello tendría para cada uno de los usuarios contratantes y sus beneficiarios, es decir por 300 U.T.M. por cada infracción individual.

Al efecto, atendido que en este caso se han producido infracciones respecto de cada consumidor o usuario afectado, debe tenerse en consideración lo prescrito en el nuevo artículo 24 A, inciso segundo, de la LPDC, según el cual deben aplicarse multas por cada usuario afectado:

“Artículo 24 A.- Tratándose de infracciones que afecten el interés colectivo o difuso de los consumidores, el tribunal graduará la multa de acuerdo a lo señalado en el artículo precedente y al número de consumidores afectados.

**El tribunal podrá, alternativamente, aplicar una multa por cada uno de los consumidores afectados, siempre que se**

**tratarse de infracciones que, por su naturaleza, se produzcan respecto de cada uno de ellos”**

(énfasis añadido)

En definitiva, solicitamos a US. que aplique a la demandada las máximas sanciones que establece nuestro ordenamiento, o bien la suma que US. determine, por cada una de las infracciones cometidas, entendiéndose como tal cada decisión de comunicar la pretendida no renovación de los contratos de seguro suscritos por Zürich y los asegurados titulares y sus beneficiarios adicionales que son objeto de este juicio.

**POR TANTO**, y de conformidad a lo dispuesto en el artículo 254, 680 y siguientes del C.P.C., artículos 50 y siguientes de la Ley 19.496 y demás disposiciones legales citadas,

**RUEGO A US.** se sirva tener por deducida demanda colectiva en juicio especial por infracción a la ley de protección de los derechos de los consumidores en contra del proveedor **ZÜRICH SANTANDER SEGUROS DE VIDA CHILE S.A.**, representada legalmente por don HERBERT GAD PHILIPP RODRIGUEZ, ambos ya individualizados, admitirla a tramitación, declarar la admisibilidad de la acción de conformidad a lo señalado en el artículo 52º de la LPDC y, en definitiva, acceder a las siguientes peticiones:

**Primero:** Declarar que la conducta de la demandada ha infringido las normas de la LPDC y afectado el interés colectivo de los consumidores, indicando la forma en que tales hechos han afectado dichos intereses y, en particular, que dicha afectación es consecuencia de la infracción de los contratos de seguros denominados “Alivio Seguro”.

**Segundo:** Aplicar las multas legales por cada acto de consumo en el cual se infringieron las disposiciones de la LPDC enunciadas en el cuerpo de la demanda conforme al artículo 24 A de la LPDC, en su rango más alto, teniendo especialmente en consideración el hecho de haberse cometido las conductas infractoras con suma negligencia, ocasionando un daño a las víctimas, y la situación económica del infractor, quien ha buscado su beneficio económico a costa de la infracción deliberada de los contratos, todo ello por cada infracción cometida en cada uno de los contratos Alivio Seguro terminados unilateralmente;

**Tercero:** Declarar la nulidad de las cláusulas abusivas en que se ha amparado el proveedor demandado para alterar unilateralmente los contratos “Alivio Seguro” y que la decisión de la demandada de poner término anticipado a los contratos no

tiene amparo contractual y resulta ilegal e inoponible a los consumidores contratantes,

**Cuarto:** Declarar que los contratos Alivio Seguro referidos mantienen su vigencia y condiciones según establece el artículo 16 A de la LPDC.

**Quinto:** Condenar a la demandada a pagar las siguientes indemnizaciones o reparaciones en beneficio de los consumidores que celebraron contratos “Alivio Seguro”:

- i. Disponer la devolución del dinero pagado por los consumidores en los casos en que tuvieron siniestros, y que no fueron cubiertos por aplicación del seguro “Alivio Seguro” debido al desconocimiento de los derechos que los asistían y al aprovechamiento del proveedor al ponerle término unilateral a los mismos;
- ii. Disponer el pago por parte de la aseguradora demandada de todos aquellos gastos relacionados con siniestros ocurridos durante el tiempo que medie entre la fecha en que el proveedor demandado puso término unilateral a la vigencia de la póliza y aquel en que por sentencia ejecutoriada se restablezca la vigencia de la misma, y que no hayan sido cubiertos debido a la terminación ilegal de los contratos Alivio Seguro aplicada por la demandada.
- iii. Disponer que la demandada deberá restituir el valor alternativo pagado por aquellos usuarios que hayan contratado un seguro de similares características en otra compañía, o bien en la misma.
- iv. Ordenar a la demandada pagar los daños morales causados a los consumidores con motivo del término abusivo de la vigencia de las pólizas “Alivio Seguro” que el Tribunal determine.

**Sexto:** En forma subsidiaria, y para el caso de que US. niegue lugar a la petición precedente, solicito condenar a la demandada al pago de las indemnizaciones siguientes:

- i. Disponer que se compense a los usuarios por la siniestralidad proyectada del seguro por lo que hubieren durado las coberturas dadas las edades de cada asegurado, para que estos puedan adquirir la protección adicional de las contingencias que Alivio Seguro protegía; y
- ii. Disponer que la demandada deberá indemnizar a cada titular por un monto total equivalente al total de las primas de seguro pagadas mensualmente desde la época de celebración de cada contrato hasta el término unilateral de los mismos.
- iii. Ordenar a la demandada pagar los daños morales causados a los consumidores con motivo del término abusivo de la vigencia de las pólizas “Alivio Seguro” que el Tribunal determine

**Séptimo:** Condenar a la demandada al pago de las costas de esta causa.

**Octavo:** Disponer la publicación de los avisos a que se refiere el inciso tercero del artículo 54 de la LPDC, con cargo a la demandada; y

**Noveno:** Ordenar que las indemnizaciones, reparaciones y devoluciones que procedan se efectúen por la demandada debidamente reajustadas más intereses devengados desde la fecha que US. determine y hasta la ejecución del fallo, y sin necesidad de la comparecencia de los interesados, ya que Zürich cuenta con la información necesaria para individualizarlos, y proceder a ellas, en los términos señalados en el artículo 53º letra C inciso penúltimo de la LPDC.

**PRIMER OTROSI:** Sírvase US. tener por acompañados los siguientes documentos:

- i. Copia autorizada de reducción a escritura pública de Acta de Sesión de Directorio de la Organización de Consumidores y Usuarios de Chile A.C., ODECU A.C., de fecha 17 de abril de 2019, reducida a escritura pública de fecha 24 de abril de 2019, en la 35ª Notaría de Santiago de doña Elena Torres Seguel, que aprueba la interposición de la presente demanda colectiva;
- ii. Copia de Oficio Reservado N° 820 de la Superintendencia de Valores y Seguros, de fecha 30 de agosto de 2017, que formula cargos a Zürich Santander Seguros de Vida Chile S.A.;
- iii. Copia de Resolución Exenta de la Comisión para el Mercado Financiero (ex Superintendencia de Valores y Seguros) N° 2126 del 31 de mayo de 2018, la cual sanciona a Zürich Santander Seguros de Vida Chile S.A. con motivo de los cargos formulados mediante oficio Reservado N° 820 de la Superintendencia de Valores y Seguros;
- iv. Copia de Resolución Exenta de la Comisión para el Mercado Financiero N° 2642 del 5 de julio de 2018, la cual confirma la sanciona impuesta a Zürich Santander Seguros de Vida Chile S.A. con motivo de los cargos formulados mediante oficio Reservado N° 820 de la Superintendencia de Valores y Seguros.

**RUEGO A US.** se sirva tenerlos por acompañados, con citación.

**SEGUNDO OTROSI:** Sírvase US. tener por acompañado los siguientes documentos que acreditan la personería con que actúo:

- i. Copia de un certificado de Vigencia extendido por la División de Asociatividad y Economía Social de la Subsecretaría de Economía y

- Empresas de Menor Tamaño del Ministerio de Economía de fecha 14 de junio de 2019, en el que se certifica que el suscrito es el Presidente de esta Corporación, y que la Organización de Consumidores y Usuarios de Chile A.C., ODECU A.C. está incorporada en el Registro de Asociaciones de Consumidores bajo el N° 6, y que su personalidad se encuentra vigente.
- ii. Copia de los Estatutos de la Organización de Consumidores y Usuarios de Chile A.C ODECU A.C. y certificado extendido por el Jefe de la Unidad de Asociaciones Gremiales y Martilleros de la Subsecretaría de Economía del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que acredita que ODECU se encuentra inscrita en el Registro de Asociaciones de Consumidores bajo el N° 6 – AC, y que las copias certificadas corresponden a los Estatutos vigentes, de fecha 17 de abril de 2014.

**RUEGO A US.** se sirva tenerlos por acompañados, con citación.

**TERCER OTROSI:** Sírvase US. ordenar dirigir oficios a:

- Comisión para el Mercado Financiero, para que remita al Tribunal copias del expediente administrativo iniciado mediante Oficio Reservado número 820 del 30 de agosto de 2017;
- Comisión para el Mercado Financiero para que remita al Tribunal Copia de las pólizas registradas por la demandada ante ese organismo bajo los códigos POL299003 y POL309140;
- Comisión para el Mercado Financiero para que remita al Tribunal Copia de la carpeta de investigación administrativa deducida en contra de Zürich por la decisión de poner término anticipado a las pólizas registradas ante ese organismo bajo los códigos POL299003 y POL309140, iniciado por el Ord. N° Oficio Reservado N° 820, del 30 de agosto de 2017.
- Servicio Nacional del Consumidor para que informe al Tribunal acerca del número de reclamos recibidos por dicho Servicio con motivo de los hechos descrito en esta demanda.

**RUEGO A US.** se sirva acceder a lo solicitado, oficiando al efecto.

**CUARTO OTROSI:** sírvase US. disponer desde ya la notificación al SERNAC (Servicio Nacional del Consumidor), representada por su Director Sr. Lucas del Villar Montt, abogado, ambos domiciliados en calle Teatinos N° 50, Santiago, prevista en el art. 51 inciso final de la LPDC.

**RUEGO A US.,** se sirva acceder a lo solicitado.

**QUINTO OTROSI:** sírvase US. tener presente que designo abogado patrocinante a don **Juan Sebastian Reyes Pérez**, patente al día N° 414.752-9, según Ingreso de la Tesorería Municipal de Santiago, y que asimismo confiero poder a los

abogados habilitados señores **Patricio Morales Aguirre**, patente al día N° 412.964-9, según Ingreso de la Tesorería Municipal de Santiago y a don **Tomás Enrique Carbone Vidal**, todos domiciliados en esta ciudad, calle Bandera N° 84, oficina 405, quienes firman en señal de aceptación.

**RUEGO A US.**, se sirva tenerlo presente.