

Elementos para una discusión constituyente en materia de consumidores



Elementos para una **discusión constituyente** en materia de **consumidores**

Observatorio de Consumidores en Políticas Públicas
Junio 2023

Resumen ejecutivo

El presente documento pretende entregar elementos para la actual discusión del Consejo Constituyente, comprendiendo la necesidad de integrar a este debate los derechos de los consumidores en una propuesta constitucional.

Se busca así, constatar experiencias tanto desde una metodología descriptiva y comparativa que permita tener en cuenta al momento de discutir propuestas que vayan en favor de la sociedad civil en el actual momento constituyente.

Introducción

Desde hace un tiempo a esta parte, la voluntad de defensa de los derechos de los consumidores se ha convertido en parte de la tónica de la mayoría de las democracias en el mundo, toda vez que se entiende las asimetrías del mercado, que obliga a la búsqueda de equilibrios que vayan en favor de la sociedad.

Dicha preocupación no es baladí. Famoso es el discurso dado en 1962 por el expresidente de EE. UU, John F. Kennedy, que sostuviera su famoso “todos somos consumidores”, recalcando la necesaria protección de sus derechos, y diera pie a la celebración del Día Internacional del Consumidor.

En Chile, la existencia desde 1997 del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), ha pretendido reparar dichas asimetrías, las que, sin embargo, han carecido de una eficacia en el ámbito tanto de su eficacia para sancionar como para convertirse en un garante completo de los consumidores.

Esta situación acarrearía una no menor complicación ante el riesgo de volver dicha institución en *insignificante* (Murillo, Levitsky y Brinks, 2021), ante la incapacidad de tener un poder real frente a los abusos.

Si esto es así, podemos encontrar un tema no menor donde las dificultades para el avance de los Derechos de los Consumidores estribarían en la necesidad de repensar la misma lógica de funcionamiento y relación del mercado que actualmente tiene nuestro país. Schneider (2013) señala para el caso específico chileno una Economía de Mercado de tipo Jerárquico. Es decir, una estructura rígida en dónde, incluso a diferencia de Economías de Mercado de tipo Liberal, la ausencia de contrapesos en el mismo sector económico, dan cuenta a su vez de una venia por parte del Estado para que siga operando, todo con el fin de que instituciones de corrección de mercado actúen en ejercicio de sus funciones o, dicho de otra forma, no actúen “como juez y parte” (Soto, 2019).

Por tanto, el pensar una relación virtuosa y coordinada entre los distintos actores del mercado, en el entendimiento de sus asimetrías, pero también del potencial de su acto conjunto, no es sino la oportunidad de comprender el mejoramiento de un sistema de mercado más democrático que vele en favor de la sociedad (Dente y Subirats, 2014; Hall y Soskice, 2006).

Bajo esta premisa, el presente documento de trabajo pretende otorgar elementos para el debate constituyente en el cual nos encontramos, considerando una oportunidad única para consagrar los derechos de los consumidores, donde tal y como puede verse en nuestro análisis de los programas presidenciales 2022, habría acuerdo de no solo en su protección, sino también en su consideración constitucional.

Buscando constatar el tratamiento de este tema, es que se entregan visiones sintéticas tanto de organismos internacionales, como las constituciones de algunos países. Al mismo tiempo, se revisan algunos elementos de la protección en Chile, y eventuales consideraciones para el debate.

Como Organización de Consumidores y Usuarios (ODECU), consideramos que es importante entregar este material y sumarnos al debate, dado que comprendemos no solo nuestra obligación institucional, sino también social de poder defender en todos los frentes los derechos de los consumidores, de manera responsable y seria.

1. Importancia de consagrar la protección al consumidor

En primer lugar, se debe considerar que la protección del consumidor como derecho se viene moldeando a lo largo del tiempo. Un punto de inicio puede ser la Convención Americana de Derechos Humanos, donde en materia se instauran los Derechos Económicos, Sociales y Culturales, donde fue suscrita en 1969 y ratificada por Chile en 1990, este tratado internacional se circunscribe al sistema interamericano de protección de los derechos humanos, y surge en el marco de competencia de la Organización de Estados Americanos (OEA) a la que Chile pertenece; se menciona en el artículo 13, que se reconoce el derecho a la libertad de expresión y derecho a buscar, recibir y difundir información, siendo relevante para la protección del consumidor, debido a que estos últimos tienen el derecho a recibir información clara y precisa sobre los productos o servicios que se adquieren o consumen para poder tomar decisiones informadas y respaldadas. Luego, en 1985, la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptó las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, donde se aprobaron en 1999 y se modificaron en el 2015, estableciendo principios generales para la protección de los consumidores en todo el mundo, donde establece que (2015):

“...Las necesidades legítimas que las directrices procuran atender son las siguientes:

a) *El acceso de los consumidores a bienes y servicios esenciales;*

- b) *La protección de los consumidores en situación vulnerable y de desventaja;*
- c) *La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y su seguridad;*
- d) *La promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores;*
- e) *El acceso de los consumidores a una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades de cada cual;*
- f) *La educación del consumidor, incluida la educación sobre las consecuencias ambientales, sociales y económicas que tienen sus elecciones;*
- g) *La disponibilidad para el consumidor de medios efectivos de solución de controversias y de compensación;*
- h) *La libertad de constituir grupos u otras organizaciones pertinentes de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten;*
- i) *La promoción de modalidades de consumo sostenible;*
- j) *Un grado de protección para los consumidores que recurran al comercio electrónico que no sea inferior al otorgado en otras formas de comercio;*
- k) *La protección de la privacidad del consumidor y la libre circulación de información a nivel mundial” (pág 6-7).*

Las Directrices decretaron los estándares mínimos que los gobiernos deben adoptar para los temas relacionados con la protección al consumidor, junto con la seguridad de los productos y servicios, la publicidad y la información, educación y conciencia del consumidor. Dando paso a la Agenda 2030 de la ONU, donde se incluye un objetivo específico para proteger los derechos de los consumidores y promover el consumo sostenible.

Se destaca la importancia de consagrar el derecho a la protección del consumidor porque esta contribuye a fomentar la confianza de los consumidores en el mercado, y del mismo modo, promueve la competencia justa entre las empresas, y al mismo tiempo, la responsabilidad social de dichas empresas para que cumplan con las normas tanto éticas como legales. El principal objetivo se enfoca en garantizar que los consumidores tengan accesos a bienes y servicios seguros, con su debida calidad y a precios justos. Para alcanzar esto, se debe realizar por medio de una regulación de actividades comerciales y una debida supervisión de los productos que ofrecen las empresas del mercado.

2. Discusión en la literatura

Hay una serie de documentos que explican y analizan la protección al consumidor como un derecho humano, ya que se establece una garantía que entrega dignidad al ciudadano. Por medio del consumo, se procura la satisfacción de todo tipo de necesidades, sean básicas o suntuosas y con ello alcanzar un adecuado nivel de vida, proyectándose ya no como individuos solitarios, sino pertenecientes a la sociedad (Lobos, 2015). Bajo esa línea, Puerta y Serrano (2006), mencionan que el consumo trasciende el entorno familiar y la economía doméstica y los individuos se integran en su entorno social y deciden disfrutar de los beneficios que la adscripción al grupo les reporta, de ahí que

valoremos el consumo como un hecho cultural del que participan cada vez mayor número de individuos. Sin embargo, cuando se recurre al mercado frecuentemente se expone a todo tipo de abusos que se producen por la desigualdad natural entre proveedores y consumidores, por eso se menciona que se genera una necesidad del Estado de proteger el débil jurídico que se genera por dicha relación (Lobos, 2015). Hay autores que lo encasillan en una categoría de derecho fundamental, Herrera (2013) afirma que el derecho de consumo es parcialmente un derecho humano fundamental, de tal forma que cada Estado debe respetar y hacer respetar a los sectores económicos este esencial principio de acceso a un consumo digno. Por otro lado, Appelgren & Pérez (2014) mencionan que el objetivo final del *derecho del consumidor* es permitir que los consumidores puedan realizar sus actos de consumo libres de abusos por parte del proveedor, elevando sustancialmente la relevancia de lo que consideraremos acto de consumo. Considerando como un Derecho Fundamental a la protección del consumidor, se puede concretar el ideal de justicia social, que se configura dentro de este nuevo Estado que se desarrolla junto con las generaciones de Derechos Humanos (Lobos, 2015). En esa misma línea, Javier López (2003) explica:

“... la formulación constitucional del ideal de justicia social implica que el Estado Social coloque las libertades económicas, propias del mercado, en el marco principal configurado por ese Estado Social y cuyos lineamientos se encuentran consagrados constitucionalmente, con una presencia más activa del Estado por medio de los mecanismos de intervención que con base en dicho ideal rompa la regla del equilibrio, para sostener la necesidad de proteger especialmente al más débil y, así, asegurar la vigencia real del Estado de Derecho” (pág 8).

La Constitución como Ley Fundamental de un país, reconoce, ampara y garantiza los derechos esenciales a toda persona la vinculación con los consumidores, sin embargo, en la actual Constitución Política de la República no contiene un precepto que aluda de manera directa a la protección del consumidor como un derecho.

Esto es visible en fenómenos tan cotidianos como es la publicidad. De acuerdo con Jesús López (2018), ejemplos como la publicidad engañosa requiere de protecciones a nivel legal, comprendiendo las dificultades que representa para los consumidores. En ese sentido, la experiencia europea demostraría la necesaria protección en un rango superior a fin de evitar eventuales vulneraciones de los derechos adquiridos.

3. Perspectiva Comparada

Chile y Uruguay son de los pocos países de América del Sur que no tiene consagrado en su Carta Magna la protección al consumidor. Diversos Estados han instaurado una visión protectora de los derechos de las personas como consumidores, al establecer en sus Cartas Magnas artículos que se ordena la defensa de estos a los poderes públicos.

En Brasil, dentro de la Constitución del 1988, con modificaciones hasta el 2017, se instaura en el Artículo 5 que “todos son iguales ante la ley, sin ninguna distinción, garantizando a los brasileños y a los extranjeros residentes en el País la inviolabilidad de los derechos a la vida, a la libertad, a la igualdad, a la seguridad y a la prioridad, en los siguientes términos:

XXXII. el Estado promoverá por la defensa del consumidor, de acuerdo con la ley”.

En Colombia, dentro de la Constitución del 1991 con modificaciones hasta 2015, instaura en el capítulo 3 de los derechos colectivos y del ambiente en el Art. 78 que “La ley regulará el control de cali-

dad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.

Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos”.

En Argentina, dentro de la Constitución del 1853, con modificaciones hasta el 2017, menciona en el Art. 42 que “Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección y a condiciones de trato equitativo y digno.

Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.

La legislación establecerá procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos, y los marcos regulatorios de los servicios públicos de competencia nacional, previendo la necesaria participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las provincias interesadas, en los organismos de control”.

Por otro lado, en España, se dictamina en la Constitución de 1976, en el art. 81 que “corresponde prioritariamente al Estado: m) proteger al consumidor, especialmente mediante el apoyo a la creación de cooperativas y de asociaciones de consumidores”. Sin embargo, se generó una reforma a la Constitución en 1978, donde los consumidores quedan comprendidos en el art. 51, donde establece que “1. Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos. 2. Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oírán a estas en las cuestiones que puedan afectar a aquellos, en los términos que la ley establezca. 3. En el marco de lo dispuesto por los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de productos comerciales”.

Finalmente, en Suiza también se establece la protección al consumidor en la Constitución de 1999, mencionando en el art. 97 que “1. La Confederación adoptará medidas para proteger a los consumidores 2. Legislará sobre los recursos jurídicos de que disponen las organizaciones de consumidores. Estas organizaciones gozan de los mismos derechos en virtud de la legislación federal sobre competencia desleal que las asociaciones profesionales y profesionales 3. Los cantones establecerán un procedimiento de conciliación o un procedimiento judicial simple y rápido para las reclamaciones de hasta un determinado importe”.

Se debe considerar que la indagación de la materia constitucional va dependiendo de cada país, variando las modalidades que expresan y consagran el derecho a la protección del consumidor. Por ejemplo, se puede entender los derechos del consumidor como un deber del Estado, teniendo la obligación de crear políticas públicas que aboguen la materia, optando por una regulación un tanto indeterminada, y que se transforma en un constante patrón de acción para la autoridad. Este sería

el caso de México y España, ya que el primero impone sólo al Estado para que determine las bases del modelo económico que se vincula con el consumo junto con las garantías y las prácticas que deben ser denunciadas por la ciudadanía; el segundo asigna un mandato a los órganos del Estado para que se encarguen de la creación de procedimientos y mecanismos de protección, estableciendo un estándar mínimo de la promoción de información y educación.

Otra manera de ver la materia constitucional sobre los derechos de protección, es optar por un mayor resguardo al permitir que el Estado no sólo regule y vele por la relación proveedor-consumidor, sino que también creen mecanismos de tutela directa por medio de la regulación constitucional. Esto sería el caso de Colombia y Portugal, donde en el primer país, la Carta Fundamental crea derechos de los consumidores y establece ciertas responsabilidades jurídicas y de esa manera, consagrarlas en una acción a favor de los ciudadanos, permitiendo que acudan ante Tribunales de Justicia para tratar su caso. En el segundo país, en un artículo regula algunos derechos individuales de consumidores, los cuales deben ser resguardados por un mecanismo judicial especializado denominado “acción popular”.

4. El caso chileno

Un texto constitucional consagra derechos y deberes que se catalogan de vital importancia para la sociedad, del mismo modo, establece valores, principios y limita el Poder al fijar ámbitos que no serán discutibles para los actores políticos, ya que se convierten en un núcleo de contenidos que el Estado deberá regular, promover, respetar y asegurar. En el caso de Chile, la Constitución Política no instaura derechos de protección ni menciona de manera directa sobre la relación “consumidor-proveedor”. Por lo tanto, recae la responsabilidad de una construcción legislativa para subsanar la problemática. La Ley N°19.496, promulgada en 1997, establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, la cual permite que todos los reclamos por compra de bienes o servicios se resuelvan en un solo juicio.

Cabe destacar que, en Chile, se discute la idea de que existe una regulación implícita en materia de consumo y de libre competencia dentro de la Constitución vigente, por medio de interpretaciones de las normas generales, que se pueden utilizar para el estatuto legal de derechos del consumidor como derecho a la libre elección, a la información oportuna, a no ser discriminado arbitrariamente por el proveedor, a la seguridad en el consumo o el derecho a una reparación o compensación. Esto se puede sustentar en principios de libertad general constitucional, de igualdad y no discriminación, derecho a la libertad de opinión y del derecho a la salud. También en el art. 19 N°2 de la Constitución se prohíbe la posibilidad de que una “autoridad” -alguien con un mayor poder de decisión- pueda establecer diferencias arbitrarias o sin justificación, por lo tanto, se consagra una obligación de tratar de forma igualitaria a todos en una misma posición. De este modo, un proveedor que ofrece un bien por medio de una publicidad, no podrá desconocer o alterar las condiciones prometidas para la adquisición de un bien a determinado consumidor.

4.1 Atribuciones del SERNAC

Tras la creación del Servicio Nacional del Consumidor, de carácter descentralizado, por la ley anteriormente nombrada, se facultó en distintos ámbitos al organismo público en materia informativa, normativa, de representación de intereses, de mediación y solución de controversias, y fiscalizadora; con el objetivo de velar por los derechos del consumidor. Si bien, se le entrega la facultad de velar

por el cumplimiento de otras normas que digan relación con el consumidor, inmediatamente se restringe esta atribución, ya que solo puede ser ejercida cuando esa facultad no está entregada al conocimiento y resolución de otros organismos o instancias jurisdiccionales, caso en el cual, el SERNAC sólo puede denunciar las posibles infracciones ante esas otras instituciones (Guerrero, 2020). Sin embargo, no tiene estipulado sancionar a empresas o servicios que incumplan la ley o tengan denuncias. Su foco principal es fiscalizar que las empresas cumplan lo dispuesto en la Ley del Consumidor. En detalle, se entregan atribuciones a los funcionarios del Servicio respecto de medidas intrusivas, que le permiten fiscalizar in situ afectaciones a los derechos de los consumidores, cumpliendo con medidas de garantía mínima a los fiscalizados, como información del objeto de la fiscalización y entrega de copia de las actas de fiscalización (Guerrero, 2020).

4.2 Intento de reforma del SERNAC

En año 2018, el Tribunal Constitucional declaró inconstitucionales normas contenidas en proyecto de ley que modifica la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, correspondiente al *Boletín N° 9.369-03*. En su sentencia, la Magistratura Constitucional declaró, en síntesis, inconstitucionales las nuevas potestades jurisdiccionales que el Proyecto de Ley contemplaba entregar al SERNAC. Aquellas nuevas potestades se enfocan en fortalecer al SERNAC, Pablo Soto (2019) explica que:

“...las razones para tal juicio sobre las nuevas atribuciones -sancionatoria, normativa requerir información a otros servicios públicos, y mediación individual- se sostuvo que el servicio estaría actuando como un verdadero juez (y parte) y que, en verdad, en esta clase de asuntos, en los que existen intereses particulares contrapuestos entre consumidor y proveedor, el Estado no puede actuar sino a través del Poder Judicial. La preocupación del TC estuvo dirigida a resguardar los derechos de los proveedores, como expresamente lo señaló al aseverar que una regulación como la propuesta fallaba puesto que debió haber protegido los derechos de aquellos, a quienes estima como el prójimo” (pág. 203).

Por lo tanto, el Tribunal Constitucional impidió que la nueva ley abarcara normas que estableciera un procedimiento de denuncia, mediación y conciliación individual, y del mismo modo, entregar dicha facultad al SERNAC para que se hiciera cargo de las acciones.

4.3 Propuesta NC 2022.

En la propuesta de Nueva Constitución 2022, no planteó la creación una institución específica a cargo de los derechos de los consumidores pero sí se hizo referencia a estos de manera indirecta en dos artículos:

En el Capítulo II Derechos Fundamentales Art. 81, establece los derechos de las personas en su calidad de consumidores y usuarios cualquier servicio, donde en el primer inciso señala que “toda persona tiene derecho, en su condición de consumidora o usuaria, a la libre elección, a la información veraz, a no ser discriminada, a la seguridad, a la protección de su salud y el medioambiente, a la reparación e indemnización adecuada y a la educación para el consumo responsable”. Del mismo modo, en el segundo inciso del artículo 81, explicita el rol del Estado frente a la protección de estos derechos, estableciendo que “el Estado protegerá el ejercicio de estos derechos, mediante procedimientos eficaces y un órgano con facultades interpretativas, fiscalizadoras, sancionadoras y las

demás que le otorgue la ley”. Esto determina que el Estado debiera modificar o crear un órgano que le entreguen las facultades fiscalizadoras y sancionadoras sobre los posibles casos de abusos a los consumidores.

Finalmente, en el Capítulo IV Buen Gobierno Art. 182, en su quinto párrafo, indicaba que “el Estado debe prevenir y sancionar los abusos en los mercados. Las prácticas de colusión entre empresas y abusos de posición dominante, así como las concentraciones empresariales que afecten el funcionamiento eficiente, justo y leal de los mercados, se entenderán como conductas contrarias al interés social. La ley establecerá las sanciones a los responsables”.

5. Otra alternativa de protección

Un método que se ha empleado en Suecia durante el siglo XIX en su Constitución Política de 1809, con el objetivo de establecer control adicional para el cabal cumplimiento de las leyes. Este ha ido evolucionando como foco de investigación y luego se convirtió en un concepto mundial que puede emplearse en las Cartas Magnas. Actualmente, el *Ombudsman* es una institución dirigida a la tutela de derechos de los ciudadanos frente a la Administración, por una parte, y, por otra, respecto de las empresas de servicio público, sea que estén en poder del Estado o de particulares (Díaz, 2022). Su elemento principal es tener autoridad, siendo el intermediario entre el ciudadano y los poderes, ya sea públicos o proveedores. Díaz (2022) menciona que el Ombudsman coexiste con los sistemas tradicionales de control de la Administración que se limitan en las responsabilidades y sanciones, en cambio, esta institución busca mejorar la gestión, proponer soluciones dependiendo del caso e informar a los órganos relacionados para que diseñen políticas o leyes para mejorar el servicio.

Se ha evidenciado que Constituciones Políticas han empleado este mecanismo como una entidad gubernamental que se encarga de velar, tutelar y proteger los derechos colectivos como los DD. HH, salud pública, derechos de los consumidores, medio ambiente, entre otros. Según el Comparador de Constituciones de la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, más de 20 países tienen *Ombudsman* con reconocimiento constitucional.

Bibliografía:

Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile. (2022). Informe N°4 Derechos del Consumidor y Nueva Constitución. Disponible en:

<https://www.cnc.cl/wp-content/uploads/2021/05/Derecho-consumidor-y-nueva-constitucion-v2.pdf>

Convención Constitucional (2022). Propuesta de Constitución Política de la República de Chile 2022. Disponible en:

<https://www.chileconvencion.cl/wp-content/uploads/2022/08/Texto-CPR-2022-entregado-al-Pdte-y-publicado-en-la-web-el-4-de-julio.pdf>

Díaz Fuenzalida, Juan Pablo. (2022). La tramitación y resolución de quejas ciudadanas, atribución esencial del Ombudsman (Defensor del Pueblo). Puntos clave en su constitucionalización y posterior desarrollo para Chile. *Estudios constitucionales*, 20(especial), 52-83. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-52002022000300052>

Dente, B., y Subirats, J. (2014). *Decisiones públicas: Análisis y estudio de los procesos de decisión en políticas públicas*. Madrid: Planeta.

Guerrero Becar, J. L. . (2020). Funciones y atribuciones del Servicio Nacional del Consumidor: avanzando hacia el origen. *Revista Justicia & Derecho*, 3(1), 1–21. <https://doi.org/10.32457/rjyd.v3i1.455>

Hall, P. H., y Soskice, D. (2006). A propósito de los capitalismo contemporáneos: Variedades de capitalismo: Algunos aspectos fundamentales. *Desarrollo Económico*, 45(180), 573-590.

Herrera Tapias, B. (2013). La constitucionalización de los derechos del consumidor en Colombia: un análisis desde los derechos sociales fundamentales. *Civilizar ciencias sociales y humanas*, 13(25), 33-48. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v13n25/v13n25a04.pdf>

López, Javier. (2003). Derechos del consumidor: consagración constitucional en Latinoamérica. *Revista e-Mercatoria*.

Lobos, Alejandro. (2015). Necesidad de constitucionalizar la protección de consumidores y usuarios. Facultad de Derecho: Universidad de Chile. Disponible en:

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/138555/Necesidad-de-constitucionalizar-la-proteccion-de-consumidor-es-y-usuarios.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

López, J. (2018). La protección constitucional del consumidor frente a la publicidad engañosa. *Methaodos.revista de ciencias sociales*, 6(1), 94-107.

Murillo, M. V., Levitsky, S. y Brinks, D. (2021). La ley y la trampa en América Latina. Por qué optar por el debilitamiento institucional puede ser una estrategia política. Buenos Aires: Siglo XXI.

Naciones Unidas. (2015). Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor. Recuperado de https://unctad.org/system/files/official-document/cstd2015d3_sp.pdf

Puerta, Francisco y Serrano, Rubén. 2006. *Fundamentos Jurídicos para el Desarrollo de un Sistema Público de Protección al Consumidor*. España. Centro de Estudios de Consumo. Disponible en: <https://www.uclm.es/centro/cesco/pdf/trabajos/19/2005/19-2005-6.pdf>

Soto Delgado, Pablo. (2019). La potestad del SERNAC para recibir reclamos y promover acuerdos individuales luego de ser eliminada por el Tribunal Constitucional. *Revista de derecho (Concepción)*, 87(245), 201-234. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-591X2019000100201>

Schneider, B. R. (2013). *Hierarchical capitalism in Latin America*. New York: Cambridge University Press.