



UNIVERSIDAD  
SAN SEBASTIAN  
FACULTAD DE DERECHO  
Y CIENCIAS SOCIALES

---

# CECUSS

---

Centro de Educación Ciudadana USS

---



## GLOSARIO CONSUMO

**Anunciante:** el proveedor de bienes, prestador de servicios o entidad que, por medio de la publicidad, se propone ilustrar al público acerca de la naturaleza, características, propiedades o atributos de los bienes o servicios cuya producción, intermediación o prestación constituye el objeto de su actividad; o motivarlo a su adquisición.

**Asociación de consumidores:** es una organización constituida por personas naturales o jurídicas, independientemente de todo interés económico, comercial o político, cuyo objetivo es proteger, informar y educar a los consumidores, y asumir la representación y la defensa de los derechos de sus afiliados y de los consumidores que así lo soliciten.

**Calidad:** consiste en que el producto o servicio, cuenta con las propiedades necesarias para satisfacer el propósito que tuvo el consumidor al adquirirlo.

**Comerciantes:** son las personas que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

**Comercio electrónico:** consiste en el intercambio comercial de productos o servicios a distancia, entre partes que utilizan los distintos medios digitales o audiovisuales.

**Conmutatividad de los contratos de consumo:** significa que el precio pagado por el consumidor en una compra de un bien durable, le concede el derecho a que por ese dinero pagado se le entregue un bien de la calidad adecuada, apto para cumplir el propósito natural al cual se destine ese bien, y sin que se produzca una desvalorización de su inversión.

**Consumidores o usuarios:** las personas naturales o jurídicas que, en virtud de cualquier contrato, adquieren, utilizan, o disfrutan; como destinatarios finales; bienes o servicios.

**Contrato de adhesión:** aquel cuyas cláusulas han sido propuestas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor, para celebrarlo, pueda alterar su contenido.

**Derecho a Retracto:** es un derecho de los consumidores que consiste en poder poner término en forma unilateral, y en el plazo de 10 días corridos, contados desde la recepción del producto o desde la contratación del servicio; y antes de la prestación del mismo, en los contratos celebrados por medios electrónicos y en aquéllos en que se aceptare una oferta realizada a través de catálogos, avisos o cualquier otra forma de comunicación a distancia, a menos que el proveedor haya dispuesto expresamente lo contrario.

**Garantía de Satisfacción:** es un ofrecimiento adicional ofertado por el proveedor, generalmente una multitienda, y que cubre la posibilidad de cambio o devolución de lo pagado por el producto, incluso en casos no contemplados para la garantía legal, por ejemplo, por la sola voluntad del comprador y por un período corto de tiempo, generalmente los primeros 10 días de venta del producto. Requiere necesariamente el no uso del producto por parte del consumidor, y corresponde a un estándar comercial de la multitienda respectiva

**Garantía Extendida:** es aquella que cubre un período de tiempo por sobre la garantía convencional o voluntaria y una vez que ésta ha expirado. Este tipo de mecanismo es de costo del consumidor y corresponde a una póliza de seguro que se toma sobre un bien determinado, ante el evento de fallas futuras. Habrá que estar a los riesgos cubiertos y a las exclusiones que señale la póliza, para establecer cuáles son los casos bajo los cuales queda protegido el consumidor frente a fallas del producto.

**Garantía legal:** es el mecanismo que contempla la Ley para proteger a los consumidores frente a aquellos casos en que adquieran bienes que no son aptos ni idóneos para el uso al que están destinados. Otorga al consumidor, en los casos de compras de bienes de mala calidad, los derechos a solicitar la opción de la reparación gratuita del bien, o, previa restitución, su reposición o la devolución de la cantidad pagada, esto es lo que se denomina el derecho de opción, del cual es titular el consumidor.

**Garantía legal de los productos usados o refaccionados:** dichos productos carecen del derecho a la triple opción, (reposición, reparación o devolución del dinero pagado) siempre y cuando se le informe veraz y oportunamente al consumidor, acerca del hecho de ser productos usados, como de la utilización de piezas usadas en su refacción, en caso contrario, el consumidor tiene todo el derecho de ejercer las acciones establecidas en la ley.

**Garantías convencionales o voluntarias:** son aquellas que se ofrecen a los consumidores por los productores de los bienes durables, o por los vendedores de los mismos, y que se refieren al amparo sobre cualquier defecto que se manifieste en un plazo determinado, y que debe estar redactada en términos claros, expeditos y oportunos. Idoneidad: es una característica que implica que el producto o servicio es apto, capaz, útil, apropiado, adecuado y que tiene ciertas condiciones para el uso que ha sido creado.

**Información Básica Comercial:** son los datos, instructivos, antecedentes o indicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al público consumidor, en cumplimiento de una norma jurídica.

**Oferta y promoción:** la oferta es la práctica comercial que consiste en el ofrecimiento al público de bienes o servicios a precios rebajados en forma transitoria, en relación con los valores habituales del respectivo establecimiento, y las Promociones, son las prácticas comerciales, cualquiera sea la forma que se utilice en su difusión, consistentes en el ofrecimiento al público en general de bienes y servicios en condiciones más favorables que las habituales, con excepción de aquellas que consistan en una simple rebaja de precio.

**Principio de Integración Publicitaria:** se refiere a la relación que existe entre la información entregada al público consumidor, dentro del contexto de un mensaje publicitario, y el contrato que posteriormente puede llegar a ligar a un

proveedor y un consumidor o grupo de consumidores.

**Principio de Irrenunciabilidad de los Derechos de los Consumidores:** consiste en que todos los derechos establecidos por la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores, no pueden ser renunciados anticipadamente



por tratarse de normas de carácter protector. Principio de responsabilidad: consiste en la obligación de reparar los daños y perjuicios causados (función reparadora), así como evitar, mediante la amenaza de una sanción o perjuicio patrimonial, conductas ilícitas o irresponsables (función persuasiva).

**Principio de Veracidad y Principio de Disponibilidad y Acceso a la Información:** los consumidores deben tener acceso a una información veraz y oportuna sobre las condiciones y características relevantes del servicio o producto ofrecido por un determinado proveedor; a través de los distintos canales de difusión utilizados por las empresas para ofrecer y promocionar sus servicios.

**Principio de seguridad en el consumo:** los bienes están destinados a generar una utilidad al ser humano. Su íntima relación con la salud humana y en ciertos casos, la necesidad de su consumo diario y continuado, determina que su puesta en el mercado requiera de medidas y procedimientos especiales a fin de garantizar su seguridad y confianza en su uso. Esta obligación general que se les impone determina que los productos no deben ser potencialmente nocivos para la salud, ni inadecuados para el consumo humano, así como, además, en caso de falla, que exista responsabilidad por parte de la empresa, en función de que el producto adquirido, cumpla sus fines. Este principio comprende la obligación de los proveedores de garantizar condiciones mínimas de seguridad en el acto de la compra o de la prestación del servicio.

**Proveedores:** son 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.

**Publicidad Falsa y engañosa:** es falsa aquella que resalta atributos que el producto o servicio no tiene, pudiendo afectar el comportamiento y los intereses de los consumidores, o perjudicar a un competidor, y es engañosa aquella que utiliza mensajes, presentaciones, afirmaciones u omisiones que pueden conducir a confusión o engaño, pudiendo afectar el comportamiento y los intereses de los consumidores, o perjudicar a un competidor.

**Publicidad:** es 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.

