

Fecha: 17-08-2021

Fuente: Diario Concepcion

Título: **Economista ante nueva ley pro consumidor: “Viene a equilibrar la balanza y a colocar mayor simetría entre empresa y consumidor”**Link: <https://www.diarioconcepcion.cl/economia/2021/08/17/economista-ante-nueva-ley-pro-consumidor-viene-a-equilibrar-la-balanza-y-a-colocar-mayor-simetria-entre-empresa-y-consumidor.html>

Visitas: 25.949

VPE: 86.929

Favorabilidad: No Definida

Economista ante nueva ley pro consumidor: “Viene a equilibrar la balanza y a colocar mayor simetría entre empresa y consumidor” Economista ante nueva ley pro consumidor: “Viene a equilibrar la balanza y a colocar mayor simetría entre empresa y consumidor” El Doctor en ciencias empresariales y académico de la Facultad de Administración y Economía **Usach**, Enrique Marinao, apuntó que esta nueva ley está en un marco de garantizar los derechos de los consumidores, pero señaló la falta de algunos desgloses “más específicos” que podría dejar en un terreno desigual a micropymes en comparación con grandes empresas. Por: Edgardo Mora - Comunicado de Prensa 17 de Agosto 2021 Fotografía: Archivo. Contexto. Con medidas para incentivar la protección de los derechos de los consumidores, ya fue aprobada la tramitación en el Congreso del proyecto pro consumidor.

A pesar de ser aprobada con unanimidad y considerar aspectos como entregarle facultades al Sernac en materia de protección de datos en el marco de una relación contractual de compraventa y una mejor regulación tanto del derecho a retracto en compras celebradas por medios electrónicos, el ministro de Economía, Lucas Palacios, apuntó que no descarta un veto ante críticas de la Cámara Nacional de Comercio. Para el economista y académico de la U. de Santiago, Dr. Enrique Marinao, esta ley está, de acuerdo con los tiempos en que estamos viviendo, en un marco de garantizar los derechos de los consumidores.

Así, la señaló como una ley garantista en términos de focalizarse y no dejar espacios abiertos para la incertidumbre, detallando que “faltan algunos desgloses más específicos para que esta ley garantice la especificidad de cuándo, cómo y en qué condiciones el consumidor puede acogerse”. “Está como el marco y le deja el espacio ahí al comerciante, al proveedor o a la empresa para que desglose, y ese desglose tiene que ser claro, preciso y específico para que el consumidor no tenga duda de cuánto puede y no puede acceder a esos derechos. La regulación está hecha, pero el desglose de esa regulación es lo que estaría en este minuto, de acuerdo con los diferentes mercados, estaría faltando para que esta comunicación, proveedor o comerciante sea fluida”, indicó.

De acuerdo con el experto en marketing y comportamiento del consumidor, y considerando la idea del veto por parte de diputados del oficialismo, apuntó que se “debe tener distintas miradas”. “Considerando el punto de vista del consumidor claro que lo beneficia recibir ofertas y todo lo que implique algún descuento en el producto que se está adquiriendo, pero, por otro lado, por la mirada de la igualdad de condiciones de los comerciantes o de las empresas que están en estos mercados no tiene la misma condición”, señaló el académico. “No funciona en igualdad de condiciones porque va a poder invertir en esa oferta, en esa promoción, en esa publicidad de su beneficio a aquellas empresas que tengan espaldas financieras.

Entonces, mi pregunta es ¿qué va a pasar con una empresa en retail versus el negocio de la señora Juanita de la esquina?, ¿van a tener las mismas condiciones? No van a poder, por el lado de la oferta, competir con igualdad de condiciones porque yo no estoy apareciendo en la oferta en la tarjeta”, explicó Marinao.

Apuntando a que ha sido una ley esperada hace mucho tiempo, el doctor en ciencias empresariales enfatizó sobre la función de los derechos de los consumidores, en igualdad de condiciones, “es mejor que todos reciban la misma información y que nadie se aproveche por tener una espalda financiera mayor a través de promocionar sus productos por medio de las tarjetas”. “En las condiciones actuales, este proyecto viene a responder una necesidad que hace mucho tiempo está siendo explícitamente señalada por los consumidores en términos de su relación con las distintas empresas.

Si esto hubiese sido hace diez o quince años atrás, no estaríamos todavía con el síndrome de las colusiones y todo lo que se ha dado por esta asimetría de poder, de información, y esto viene a cubrir ese espacio. Esta ley viene a equilibrar la balanza y a colocar mayor simetría entre derecho y deberes, entre empresa y consumidor”, concluyó el académico de la **Usach**.

Economista ante nueva ley pro consumidor: “Viene a equilibrar la balanza y a colocar mayor simetría entre empresa y consumidor”

mañana, 17 de agosto de 2021. Fuente: Diario Concepcion

Economista ante nueva ley pro consumidor: “Viene a equilibrar la balanza y a colocar mayor simetría entre empresa y consumidor” Economista ante nueva ley pro consumidor: “Viene a equilibrar la balanza y a colocar mayor simetría entre empresa y consumidor” El Doctor en ciencias empresariales y académico de la Facultad de Administración y Economía Usach, Enrique Marinao, apuntó que esta nueva ley está en un marco de garantizar los derechos de los consumidores, pero señaló la falta de algunos desgloses “más específicos” que podría dejar en un terreno desigual a micropymes en comparación con grandes empresas. Por: Edgardo Mora - Comunicado de Prensa 17 de Agosto 2021 Fotografía: Archivo. Contexto. Con medidas para incentivar la protección de los derechos de los consumidores, ya fue aprobada la tramitación en el Congreso del proyecto pro consumidor. A pesar de ser aprobada con unanimidad y considerar aspectos como entregarle facultades al Sernac en materia de protección de datos en el marco de una relación contractual de compraventa y una mejor regulación tanto del derecho a retracto en compras celebradas por medios electrónicos, el ministro de Economía, Lucas Palacios, apuntó que no descarta un veto ante críticas de la Cámara Nacional de Comercio. Para el economista y académico de la U. de Santiago, Dr. Enrique Marinao, esta ley está, de acuerdo con los tiempos en que estamos viviendo, en un marco de garantizar los derechos de los consumidores. Así, la señaló como una ley garantista en términos de focalizarse y no dejar espacios abiertos para la incertidumbre, detallando que “faltan algunos desgloses más específicos para que esta ley garantice la especificidad de cuándo, cómo y en qué condiciones el consumidor puede acogerse”. “Está como el marco y le deja el espacio ahí al comerciante, al proveedor o a la empresa para que desglose, y ese desglose tiene que ser claro, preciso y específico para que el consumidor no tenga duda de cuánto puede y no puede acceder a esos derechos. La regulación está hecha, pero el desglose de esa regulación es lo que estaría en este minuto, de acuerdo con los diferentes mercados, estaría faltando para que esta comunicación, proveedor o comerciante sea fluida”, indicó. De acuerdo con el experto en marketing y comportamiento del consumidor, y considerando la idea del veto por parte de diputados del oficialismo, apuntó que se “debe tener distintas miradas”. “Considerando el punto de vista del consumidor claro que lo beneficia recibir ofertas y todo lo que implique algún descuento en el producto que se está adquiriendo, pero, por otro lado, por la mirada de la igualdad de condiciones de los comerciantes o de las empresas que están en estos mercados no tiene la misma condición”, señaló el académico. “No funciona en igualdad de condiciones porque va a poder invertir en esa oferta, en esa promoción, en esa publicidad de su beneficio a aquellas empresas que tengan espaldas financieras. Entonces, mi pregunta es ¿qué va a pasar con una empresa en retail versus el negocio de la señora Juanita de la esquina?, ¿van a tener las mismas condiciones? No van a poder, por el lado de la oferta, competir con igualdad de condiciones porque yo no estoy apareciendo en la oferta en la tarjeta”, explicó Marinao. Apuntando a que ha sido una ley esperada hace mucho tiempo, el doctor en ciencias empresariales enfatizó sobre la función de los derechos de los consumidores, en igualdad de condiciones, “es mejor que todos reciban la misma información y que nadie se aproveche por tener una espalda financiera mayor a través de promocionar sus productos por medio de las tarjetas”. “En las condiciones actuales, este proyecto viene a responder una necesidad que hace mucho tiempo está siendo explícitamente señalada por los consumidores en términos de su relación con las distintas empresas. Si esto hubiese sido hace diez o quince años atrás, no estaríamos todavía con el síndrome de las colusiones y todo lo que se ha dado por esta asimetría de poder, de información, y esto viene a cubrir ese espacio. Esta ley viene a equilibrar la balanza y a colocar mayor simetría entre derecho y deberes, entre empresa y consumidor”, concluyó el académico de la Usach.