

DESPACHO DE LOS PRODUCTOS COMPRADOS POR INTERNET

POR KURT ITURRIETA GUAITA,
DIRECTOR REGIONAL SERNAC ATACAMA.-



Una consumidora compró un celular marca Xiaomi en Phone Store, a través del Marketplace de la tienda Paris. Al recibir su paquete, se encontró con la desagradable sorpresa de que, en vez de su teléfono móvil, venía un alicata.

Tras la sorpresa y decepción, la consumidora ingresó un reclamo en SERNAC, y la respuesta que dio la empresa fue que “el producto fue entregado y recibido conforme en el domicilio del cliente”. ¡Insólito!

Este tipo de situaciones son inaceptables. Las empresas deben ser profesionales y entregar siempre servicios con estándares de calidad.

Por esta razón, el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) ofició a Cencosud Retail S.A., con el objetivo de que se informen las medidas tomadas y la solución entregada a la persona afectada, junto con indicar respecto de los protocolos que aplican para el tratamiento de reclamos relacionados con deficiencias en el despacho de productos, entre otros antecedentes.

Al comprar por internet los consumidores confían en que el producto adquirido sea igual a lo que se anuncia en la publicidad. En ningún caso esperan que el producto comprado sea absolutamente distinto y sin ninguna similitud, tanto en precio como en usabilidad a lo que pidió.

Según lo establecido en el Reglamento de Comercio Electrónico, la información entregada en línea por los vendedores,

tanto en plataformas operadas por ellos como por terceros, deberá ser completa, clara, precisa y de fácil acceso.

El reglamento tiene como objetivo reforzar la regulación respecto de la información que reciben los consumidores que utilizan este canal de compra, fomentando el derecho a la libre elección y la toma de decisiones informadas.

Aplica a las empresas que ofrezcan bienes o servicios en el comercio electrónico a través de plataformas propias como de terceros denominados operadores de plataformas (marketplaces), quienes también deben ajustar su actuar a lo que establece el reglamento.

Entre las directrices que establece es que las empresas deben informar en sus sitios web, en forma oportuna, el precio total del producto o servicio, con el valor del despacho incluido; la inexistencia de stock; las características relevantes de los productos y servicios ofrecidos; entre otros aspectos.

También las obliga a informar expresamente las referencias de los productos, como, por ejemplo, las dimensiones, el color, el peso, el número de unidades que lo componen, el material, las restricciones de uso y los cuidados relevantes.

La empresa Paris tendrá un plazo de 10 días hábiles para responder al oficio, en caso de no entregar la información requerida, el Servicio podrá ejercer los mecanismos de protección que contempla la legislación vigente.