EL MERCURIO Legal

Versión para imprimir El Mercurio.com

Legal | Opinión | Artículo 2 de 3

Más información al consumidor: la calidad importa

"...Será especialmente interesante analizar cómo evoluciona esta obligación y si surgen nuevas herramientas de comparación que permitan visualizar de manera simple la calidad, sea una aplicación tipo plataforma, un sello, un semáforo o alguna modalidad similar que pudiera disminuir estos costos para el consumidor, de tal forma de poder evaluar cómo aumenta la competencia con esta medida..."

Viernes, 31 de marzo de 2023 a las 17:25

A- A+ Imprimir Enviar

Sofía O'Ryan

Tras varios meses de la entrada en vigencia de la modificación de la Ley Proconsumidor, que se refiere a proporcionar más información sobre la duración y reparación de los bienes durables a los consumidores —aquellos no fungibles, no consumibles o que pueden utilizarse de manera reiterada—, vale la pena preguntarse por los efectos de la misma para potenciar la competencia entre proveedores y, consecuentemente, beneficiar a consumidores.

Esta modificación implica que aquellos bienes que no se agotan en su primer uso, pensemos desde un teléfono móvil hasta una piscina de plástico, deben contener información de cuánto es esperable que duren en condiciones normales de uso. En otras palabras, los proveedores de dichos bienes tienen que informar al consumidor sobre características relacionadas a calidad, de modo que el mismo deberá —o debería— balancear precio con otras variables de interés que de cierta forma afectan la disposición a pagar por el producto.

Es innegable que la libre competencia es fundamental para los consumidores, pues sus efectos incluyen menores precios, mayor calidad, mejores servicios e incentiva la innovación; sin embargo, muchas veces nos enfocamos solo en el primer punto, como si la competencia únicamente sucediera en atención a los precios.

Ello se puede deber a la existencia de una asimetría de información entre productores y consumidores que pudiera "invisibilizar" otras variables de cara a este último. Por ello, la Ley de Protección al Consumidor busca dotar al mismo de información suficiente para tomar sus decisiones, incluyendo en su última modificación —la Ley Pro Consumidor— este guiño a la información sobre la calidad del bien a través de la obligación de proporcionar datos sobre la durabilidad de cierto tipo de bienes.

No hay dudas de que la falta de información sobre la calidad produce efectos en el consumidor que también se traducen en efectos para el proveedor. El consumidor, al carecer de esta herramienta de comparación —y elección— se basará únicamente en los factores disponibles y podrá adquirir productos de peor calidad por mejor precio. Ello, a su vez, implica que el proveedor tendrá poco incentivo para mejorar su producto o servicio. A la larga, esto significa que los proveedores de mayor calidad saldrán del mercado por tener costos más altos o decidirán bajar su calidad, lo que, en definitiva, beneficiará a los productos de peor calidad.

Se debe aclarar, sin embargo, que mayor información no siempre es igual a mayor competencia. Se requiere, primero, que efectivamente el mercado en el que la información se revele sea competitivo, pues si no hay posibilidad de elección, de poco sirve tener más variables a la vista, y, segundo, que esa información efectivamente llegue y sea utilizada por el consumidor. Si la información solo se queda a nivel de proveedores, sin que el consumidor, a través de su elección, exija mejor relación calidad-precio, no modificará los incentivos del proveedor.

Si bien la obligación de incluir información relativa a algunos aspectos de la calidad del bien no es suficiente por no abarcar todo el espectro de lo que es "calidad" y no aplicar a toda la gama de bienes y servicios, sin duda visibiliza una variable más que se considera al momento de elegir.

Queda la interrogante, sin embargo, si esta modificación será suficiente como herramienta de cara al consumidor, considerando los costos asociados a comparar los productos; ello, en tanto, solo en la medida que utilicen la información proporcionada podrán potenciar la competencia en calidad entre proveedores.

Así, será especialmente interesante analizar cómo evoluciona esta obligación y si surgen nuevas herramientas de comparación que permitan visualizar de manera simple la calidad, sea una aplicación tipo plataforma, un sello, un semáforo o alguna modalidad similar que pudiera disminuir estos costos para el consumidor, de tal forma de poder evaluar cómo aumenta la competencia con esta medida.

** Sofía O'Ryan Sanders es counsel de DLA Piper Chile.*