

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos

Diciembre de 2023

CONTENIDO

Introducción	3
1. Antecedentes	6
2. Metodología	11
3. Caracterización de la muestra	14
Análisis de viaje de usuario de las empresas	17
4. resultados	20
4.1. Análisis de prácticas comerciales	20
4.2. Análisis de información de productos	25
Resultados de desempeño por tipo de requisito de rotulación	25
Resultados de desempeño por origen de la empresa	27
Resultados de desempeño general por categoría de productos	33
Resultado Desempeño de Rotulación Sectorial por Categoría de Productos:	38
4.3. Ciclo de compra	62
5. Hallazgos	66
6. Conclusiones	68
7. Anexos	71
7.1. Marco legal y normativo	71
Marco Legal:	71
Marco Normativo:	73
7.2. Resultados Viaje del usuario	75
7.3. Beneficios de una correcta rotulación	76

INTRODUCCIÓN

En el escenario económico global actual, la intersección entre la creación, difusión, acumulación y aplicación de información y conocimiento ha tomado un papel protagónico. El comercio internacional y los procesos económicos en su conjunto están siendo cada vez más moldeados por el impacto generalizado de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). El desarrollo económico ya no puede entenderse sin considerar plenamente los efectos omnipresentes de estas tecnologías y su aplicación en las actividades empresariales¹.

En este contexto, el comercio electrónico, conocido como e-commerce, emerge como un fenómeno de vital importancia. Se define como un sistema de compra y venta de productos o servicios que se efectúa exclusivamente a través de Internet. Este modelo se caracteriza por llevar a cabo transacciones entre compradores y vendedores mediante plataformas en línea que gestionan los pagos y cobros electrónicos.²

El comercio electrónico ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años, alcanzando su punto máximo durante el período de la pandemia, que abarcó desde el año 2020 hasta el 2022. Durante esta etapa, el e-commerce se erigió como una alternativa esencial que permitió a las personas realizar compras sin salir de sus hogares, respetando las restricciones de confinamiento y distanciamiento social. Esta tendencia se manifestó en cifras notables, como el

¹ Fuente: Conferencia De Las Naciones Unidas Sobre Comercio Y Desarrollo. Informe Sobre La Economía De La Información 2006. Una Visión De Desarrollo. Panorama General.

² Fuente: Página Web Eserp. Digital Business&Law School. Fecha de publicación: sin fecha. Recuperado de: <https://es.eserp.com/articulos/e-commerce-o-comercio-electronico/>

récord de aumento de 2.122.000 transacciones en 2019 a 4.105.000 transacciones registradas durante el evento "Cyber" de 2020, es decir un 93%³

Según el informe "Latinoamérica 2022: Tendencias del E-commerce para un Mundo Post Pandemia", un 70,7% de los internautas latinoamericanos planean realizar al menos una compra en línea. Para el año 2022, el comercio electrónico en Chile generó ingresos por un total de 10.453 millones de dólares estadounidenses, con una penetración del 14% en el país, en comparación con el 20% a nivel global⁴.

Los datos estadísticos revelan que el comercio electrónico en Chile abarca diversos sectores, siendo el vestuario (42%), la tecnología (27%) y la alimentación (25%) los más destacados. Además, los consumidores utilizan una variedad de canales de compra, con las grandes tiendas de retail (63%), los marketplaces (47%) y las tiendas especializadas (38%). La entrega a domicilio se posiciona como la modalidad de entrega preferida, con un 61%, en contraposición al retiro en tienda (37%)⁵.

No obstante, este crecimiento del comercio electrónico también ha planteado desafíos considerables, como lo refleja el análisis de reclamos asociados al evento "CyberDay" de mayo de 2021 realizado por el SERNAC. La mayoría de los reclamos se centraron en el "retardo de la entrega de lo comprado" (49,28%) y los problemas contractuales (21,04%).

En respuesta a estas dinámicas, el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) propone llevar a cabo análisis destinados a mejorar la experiencia del usuario y la eficiencia del comercio electrónico. Estos análisis incluyen la evaluación de políticas y prácticas comerciales y un enfoque en requisitos críticos

³ Fuente: Cámara de Comercio de Santiago (CCS). Presentación "Tendencias del ECommerce en Chile" (2020). Recuperado de: <https://www.ecommerceccs.cl/wp-content/uploads/2020/10/EISummit-glever-presentaci%C3%B3n.pdf>

⁴ Fuente: <https://www.ecommerceccs.cl/> <https://www.fashiononline.cl/wp-content/uploads/2023/05/ECD-2023-George-Lever.pdf>

⁵ <https://www.fashiononline.cl/wp-content/uploads/2023/05/ECD-2023-George-Lever.pdf>

de información en la publicidad e información disponible en el comercio electrónico. Estos esfuerzos buscan optimizar el entorno de este canal de venta, con el objetivo de promover su desarrollo sostenible y beneficiar tanto a los consumidores como a las empresas.

Este estudio se propone contribuir a esta perspectiva, explorando en detalle las prácticas del comercio electrónico y páginas web que operan en Chile, proponiendo acciones de mejora, en coordinación con instituciones sectoriales. Para ello, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Evaluar la disponibilidad y calidad de la información publicitaria relacionada con requisitos críticos de información y seguridad en el comercio electrónico, con el fin de impactar positivamente en la toma de decisiones informadas por parte del consumidor y en la protección del consumidor.
- Analizar las políticas y prácticas comerciales implementadas por las empresas de comercio electrónico para detectar posibles malas prácticas, resguardando la equidad y transparencia en las transacciones, así como el cumplimiento de la legislación vigente.
- Analizar el ciclo de compra de las páginas web, en base a la información que se les entrega a los consumidores para tomar decisiones de compra.

Estos objetivos guiarán la investigación hacia una comprensión más profunda de las dinámicas del comercio electrónico en Chile, con un enfoque en la información al consumidor y su relación con la legislación aplicable.

1. ANTECEDENTES

Durante la última década, el mundo ha sido testigo de una transformación significativa impulsada por la tecnología y la digitalización. El comercio electrónico, o e-commerce, no ha sido una excepción, experimentando un crecimiento sostenido en los años previos a la pandemia. Sin embargo, la llegada del COVID-19 aceleró exponencialmente las ventas en línea, alcanzando cifras que se anticipaban para el año 2025.

En el contexto chileno, el comercio electrónico ha experimentado un ascenso vertiginoso desde 1999 hasta el año 2021⁶. Durante este período, las ventas en línea aumentaron 696,9 veces, pasando de 15 millones de dólares a 10,453 millones de dólares. A pesar de este crecimiento, el comercio electrónico en Chile experimentó una disminución del 12,7% de ventas para el año 2022⁷, relacionada con factores como la guerra en Rusia-Ucrania y la inflación récord.

Los canales de compra utilizados reflejan una diversidad significativa, con las grandes tiendas de retail ocupando el primer lugar con un 63%, seguidas de cerca por los marketplaces con un 47%. El uso de tiendas especializadas, tiendas internacionales, supermercados, redes sociales y aplicaciones de última milla, también se encuentran en la distribución de las preferencias de compra en línea.

La forma de realizar las compras en línea varía, siendo la página web de la tienda la opción preferida para el 72% de los consumidores. El 42% de los compradores, además, utiliza la aplicación móvil de la tienda, mientras que un 20% prefiere aplicaciones de terceros, y el 17% opta por las redes sociales como plataforma de compra.

⁶ Fuente: Página Web Diario Financiero. DF Lab Opinión/ Una Década de Ecommerce. Mariano Miranda, CEO y fundador de Ecomsur. Publicado con fecha: 4.04.2022. Recuperado de: <https://www.df.cl/df-lab/transformacion-digital/una-decada-de-e-commerce>

⁷ Fuente: <https://www.ccs.cl/2023/03/20/comercio-electronico-en-chile-sufre-en-2022-primera-caida-en-su-historia/>

En cuanto a los métodos de pago más utilizados, la tarjeta de débito lidera con un 41%, seguida de cerca por la tarjeta de crédito con un 21%, y las tarjetas de casas comerciales con un 13%. Chile destaca por un mayor uso de la tarjeta de débito en comparación al resto del mundo donde priman los sistemas de monedero digital (49%) seguidos de la tarjeta de crédito (21%)⁸.

El tipo de entrega preferido por los consumidores es la entrega a domicilio, con un 61%, seguido por el retiro en tienda con un 37%.

Entre los *insights*⁹ más destacados del comercio electrónico, se encuentra la importancia de cumplir con la promesa de compra, garantizando envíos correctos y entregas adaptadas a las necesidades del cliente. La relación con el cliente en el e-commerce es más vulnerable, ya que el pago se realiza antes de recibir el producto, lo que resalta la necesidad de una logística perfecta y transparencia en todo momento. Además, los costos de envío y las opciones de devolución son factores clave que influyen en la decisión de compra de los clientes¹⁰.

Estos antecedentes son fundamentales para comprender el panorama¹¹ del comercio electrónico en Chile y establecen el contexto en el que se enmarca este estudio. A pesar del crecimiento y la comodidad que ofrece el comercio en línea, persisten desafíos importantes relacionados con la

⁸ Fuente: <https://www.fashiononline.cl/wp-content/uploads/2023/05/ECD-2023-George-Lever.pdf>

⁹ el término inglés “insight se utiliza en investigación de mercados, marketing, comunicación y en la empresa en general para referirse a un descubrimiento, una idea reveladora que nos da la clave para poder resolver un problema”. Fuente: <https://asana.com/es/resources/insights>

¹⁰ Fuente: ECommerce B2C en Chile. Mapeando Procesos y Perfiles para el Desarrollo del Ecosistema Digital. Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile (2020). Recuperado de: https://www.ecommerceccs.cl/wp-content/uploads/2020/02/eCommerce_B2C_en_Chile_2020_FEB.pdf

¹¹ informe "Panorama del Comercio Electrónico, Políticas, Tendencias y Modelos de Negocio (OECD)", Visitado con fecha: 07.07.2021. Recuperado de: <https://www.oecd.org/sti/Panorama-del-comercio-electro%CC%81nico.pdf>

calidad de servicio, la equidad en el acceso y el cumplimiento de regulaciones, que este estudio busca abordar de manera integral.

Por otro lado, en este mismo contexto, el marco legal juega un papel fundamental en la protección de los consumidores y en la regulación de las prácticas comerciales. Las leyes y códigos relacionados con el comercio electrónico incluyen:

- Ley de Protección al Consumidor 19.496 y sus actualizaciones: Esta ley establece los derechos y deberes de los consumidores y regula las garantías y la responsabilidad de los proveedores en transacciones comerciales.
- Ley 19.628 Sobre Protección de la Vida Privada (Ley de Protección de Datos Personales)
- Ley 17.336 Sobre Protección de la Propiedad Intelectual: Esta ley aborda la protección de los derechos de propiedad intelectual, lo que es relevante para la venta de productos digitales y la protección de la propiedad intelectual en el entorno en línea.
- Ley 19.039 Establece Normas Aplicables a los Privilegios Industriales y Protección de los Derechos de Propiedad Industrial: Esta ley regula los derechos de propiedad industrial, incluidas las patentes y las marcas registradas, y su aplicación en el comercio electrónico.
- Ley 20.169 que Regula la Competencia Desleal: Esta ley aborda las prácticas comerciales desleales y las acciones que perjudican a los consumidores y a otros competidores en el mercado.
- Ley 19.799 Sobre Documentos Electrónicos, Firma Electrónica y Servicios de Certificación de Dicha Firma: Esta ley regula el uso de documentos electrónicos y la firma electrónica en transacciones en línea.

- Código de Comercio: Este código contiene disposiciones legales relacionadas con las transacciones comerciales en general y puede ser aplicado al comercio electrónico¹².

Estas leyes proporcionan un marco legal para el comercio electrónico, garantizando la protección de los derechos de los consumidores y estableciendo reglas claras para las empresas que operan en línea. Sin embargo, su implementación efectiva y el cumplimiento de estas leyes a menudo presentan desafíos.

Por otro lado, la entrega de información precisa y transparente por parte de las empresas a los consumidores es esencial en el comercio electrónico. Los consumidores deben tener acceso a información completa y clara sobre los productos o servicios que están adquiriendo, los términos y condiciones de la transacción, las políticas de devolución y garantía, los precios y los plazos de entrega. La falta de información o la entrega de información engañosa pueden llevar a asimetrías de información que perjudican a los consumidores y socavan la confianza en el comercio electrónico.

Los desafíos de las políticas comerciales y la publicidad¹³ en el comercio electrónico son numerosos. Las malas prácticas comerciales, como garantías poco claras, políticas de devolución restrictivas y cláusulas abusivas, pueden perjudicar a los consumidores y sus intereses. La publicidad engañosa o falsa es un problema común que puede llevar a decisiones de compra incorrectas por parte de los consumidores. En este contexto, el marco legal y normativo juega un papel esencial en la regulación y supervisión de las prácticas comerciales en línea, así como en la protección de los derechos de los consumidores.

¹² Para más información véase anexo n°1 marco legal y normativo aplicable

¹³ Documento El Comercio Digital en América Latina. ¿Qué desafíos enfrentan las empresas y cómo superarlos?. Visitado con fecha: 7.07.2021. Recuperado de: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44976-comercio-digital-america-latina-que-desafios-enfrentan-empresas-como-superarlos>

2. METODOLOGÍA

El estudio presentado propone una metodología estructurada y sistemática para la evaluación de aspectos críticos en el ámbito del comercio electrónico, incluyendo políticas comerciales, entrega de información de productos y revisión de los ciclos de compra. Dicha metodología se estructura en torno a tres elementos interdependientes, aportando dimensiones cruciales al análisis global.

El primer elemento se enfoca en la **evaluación de políticas y prácticas comerciales** a través de un análisis descriptivo. Se adopta un enfoque mixto, integrando métodos cuantitativos y cualitativos, esencial para la comprensión holística del tema. Este enfoque permite analizar datos objetivos, como políticas de venta e información publicitaria, y posibles infracciones a la Ley de Protección al Consumidor, así como interpretaciones más profundas de estos datos.

La **recolección de datos se realizó entre el 26 de septiembre y el 3 de octubre de 2023**, abarcando empresas de comercio electrónico tanto en Chile como a nivel internacional. Se seleccionó una muestra de 22 proveedores con presencia en línea, mediante un método no probabilístico y discrecional, asegurando una representación equilibrada de tiendas nacionales e internacionales. La información se recopiló de las páginas web de los proveedores y se transfirió a una encuesta en Google Forms. Para el análisis, se aplicaron técnicas de distribución y frecuencia de respuesta, complementadas con un análisis comparativo y descriptivo.

El segundo elemento del estudio se centra en la **disponibilidad y calidad de la información relativa a la publicidad de productos y su seguridad**. También adopta un enfoque mixto, descriptivo y exploratorio. La temporalidad y la cobertura del estudio son similares al primer segmento, incluyendo un análisis detallado de 440 productos en las 22 empresas. Se emplearon técnicas de la metodología Sweep y una lista de verificación para evaluar la información en las páginas web. Este enfoque facilitó un análisis minucioso de la publicidad y la seguridad de los productos. Las técnicas

de análisis fueron consistentes con el primer segmento, permitiendo una evaluación comparativa y descriptiva efectiva.

El tercer segmento se enfoca en la construcción del **ciclo de compra en el comercio electrónico**. Manteniendo la coherencia metodológica, este análisis también es descriptivo y exploratorio con un enfoque mixto. La recolección de datos siguió el mismo período que los segmentos anteriores. El estudio se centró en los mismos 22 proveedores, alineando los resultados de la encuesta sobre políticas y prácticas comerciales a las distintas etapas del ciclo de compra. Se aplicaron metodologías similares de análisis, permitiendo cuantificar cada etapa del ciclo de compra¹⁴, y examinar la presencia, ausencia o parcialidad de la información relevante en cada etapa.

El estudio lleva a cabo un análisis comparativo de los aspectos evaluados en las páginas web y los productos frente a las exigencias de la Ley del Consumidor y normativas sectoriales en lo que guarda relación con la seguridad de los productos. Estos análisis se fundamentan en una categorización tridimensional: "Ajuste", "Desajuste" y "No aplica".

La categoría "Ajuste" implica que las prácticas comerciales y la información de los productos están en plena conformidad con los requerimientos legales y normativos. Esto incluye, pero no se limita a, el cumplimiento de estándares de seguridad del producto, transparencia en la publicidad y precisión en la información del producto.

Por otro lado, la categoría "Desajuste" se asigna cuando las prácticas o la información proporcionada por las páginas web y los productos no cumplen con ciertos aspectos de la legislación aplicable o las normas de seguridad de productos. Esto puede incluir la falta de advertencias de seguridad

¹⁴ Esto es ingreso a la página web, selección, pago, despacho y post venta

necesarias, información engañosa o incompleta sobre los productos, o incumplimiento de los estándares de seguridad requeridos.

Finalmente, la categoría "No aplica" se utiliza en situaciones donde ciertas regulaciones o aspectos de la Ley del Consumidor no son pertinentes a un producto o práctica específica. Por ejemplo, ciertas normas de seguridad de productos pueden ser específicas para categorías de productos como juguetes o dispositivos electrónicos y, por lo tanto, no aplicarían a otros tipos de productos contenidos en la muestra.

Este marco de categorización permite una evaluación clara y estructurada de cómo las empresas de comercio electrónico se alinean con las regulaciones vigentes, destacando áreas de cumplimiento, así como identificando brechas potenciales que podrían requerir atención o mejora.

3. CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

En la muestra de este estudio se incluyeron 22 proveedores, distribuidos en diversas categorías: 7 corresponden a Marketplaces, 3 a supermercados, 3 a empresas de telecomunicaciones y 9 a tiendas del retail. Esta distribución ofrece una representación de las distintas modalidades de operación en el comercio electrónico. De estos proveedores, 17 son de origen nacional (chilenos), mientras que 5 son internacionales, lo que permite un análisis comparativo entre prácticas comerciales locales y globales. Además, resulta relevante destacar que, de los 22 proveedores, 10 posibilitan compras desde el extranjero, lo que indica una dimensión de internacionalización en sus operaciones comerciales. Los proveedores incluidos son¹⁵:

¹⁵ Los criterios de inclusión de estas empresas fueron:

Tráfico en línea: empresas que poseen una mayor cantidad de visitas en sus plataformas web dedicadas a la venta de productos. Se seleccionaron dentro de las diez páginas web con mayor tráfico de un análisis de los sitios web de la Unidad de Monitoreo de Mercados de SERNAC.

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos

NOMBRE EMPRESA	ORIGEN	TIPO
A3D	NACIONAL	RETAIL
ALIEXPRESS	INTERNACIONAL	MARKETPLACES
AMAZON	INTERNACIONAL	MARKETPLACES
BUSCALIBRE	NACIONAL	RETAIL
CLARO	NACIONAL	TELECOMUNICACIONES
DAFITI	NACIONAL	RETAIL
EBAY	INTERNACIONAL	MARKETPLACES
ENTEL	NACIONAL	TELECOMUNICACIONES
FACEBOOK MARKETPLACE	INTERNACIONAL	MARKETPLACES
FALABELLA	NACIONAL	RETAIL
HITES	NACIONAL	RETAIL
JUMBO S.A.	NACIONAL	SUPERMERCADOS
LA POLAR	NACIONAL	RETAIL
LIDER	NACIONAL	SUPERMERCADOS
MERCADO LIBRE	NACIONAL	MARKETPLACES
PARIS	NACIONAL	RETAIL
RIPLEY	NACIONAL	RETAIL

B2C (Business to consumer/Empresa a consumidor): empresas que tengan como mercado objetivo al consumidor final del producto.

Venta de artículos regulados, nuevos o reacondicionados al comprador.

En base a la recomendación de la OCDE se consideraron los siguientes tipos de productos: juegos/juguets, electrodomésticos, hogar no eléctrico, deporte/recreación y productos para niños e infantes.

NOMBRE EMPRESA	ORIGEN	TIPO
SODIMAC	NACIONAL	RETAIL
TOTTUS	NACIONAL	SUPERMERCADOS
WISH	INTERNACIONAL	MARKETPLACES
WOM S.A	NACIONAL	TELECOMUNICACIONES
YAPO	NACIONAL	MARKETPLACES

Esta composición permite un análisis sobre cómo diferentes tipos de proveedores y sus orígenes geográficos se alinean con las leyes de protección al consumidor y normativas de seguridad de productos. Además, la posibilidad de realizar transacciones internacionales por parte de algunos proveedores introduce un factor adicional en el análisis del cumplimiento normativo y las prácticas comerciales en un contexto global.

Adicionalmente, la muestra incluyó una categorización de los productos¹⁶ ofrecidos por estos proveedores, con un enfoque en la frecuencia de aparición en las páginas web. Las categorías de productos y sus correspondientes recuentos son:

- Andadores: 33
- Bicicletas: 44
- Camas: 33

¹⁶ Se consideró la metodología sweep basada en la recolección de información de seguridad de OCDE, y re-ejecutado en 2021. Esta metodología agrupa los productos en tres tipos de niveles Nivel 1: Productos prohibidos y retirados del mercado; Nivel 2: Etiquetado inadecuado del producto y advertencias de seguridad; Nivel 3: Productos que no cumplen con los requisitos de seguridad voluntarios/obligatorios

- Celulares: 45
- Colchones: 35
- Elementos auxiliares de flotación: 44
- Hervidores: 42
- Juegos Inflables: 40
- Juguetes: 54
- Lavadoras: 36
- Sillas de retención: 34

Estas categorías fueron seleccionadas en base a su relevancia en el mercado y su presencia en las plataformas de venta en línea. La identificación precisa de cada producto se realizó mediante la revisión de las descripciones disponibles en las páginas web de los proveedores. Este nivel de detalle en la clasificación de productos es fundamental para una evaluación exhaustiva del cumplimiento de normativas y leyes de protección al consumidor, ofreciendo así una visión integral del panorama de seguridad y legalidad en el comercio electrónico.

Análisis de viaje de usuario de las empresas

El análisis del viaje del usuario es una metodología central en el Design Thinking, enfocada en la comprensión de las experiencias y perspectivas del cliente. Su utilidad radica en la identificación y mapeo de cada fase, interacción, canal y elemento que atraviesa un cliente durante el ciclo de compra, con el objetivo de optimizar estas experiencias. Este enfoque es particularmente relevante para estudiar la usabilidad de sitios web y su interacción con los consumidores, un pilar del comercio

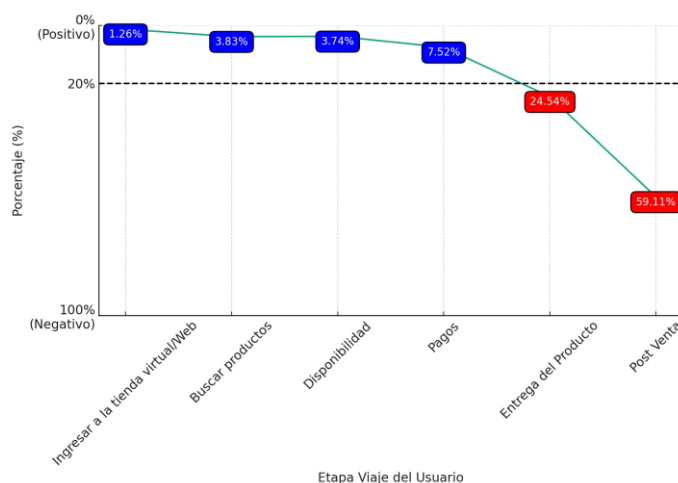
electrónico. En este contexto, el estudio SERNAC Cyber 2021 aplicó esta herramienta para evaluar las prácticas de comercio electrónico.

El viaje del usuario en el comercio en línea, que emula el ciclo de compra tradicional, incluye tanto la adquisición de productos como de servicios, y la entrega a domicilio. Este análisis permite visualizar de manera continua y sencilla las fortalezas y debilidades en las compras en línea. Es crucial entender que la compra es solo una parte de un conjunto de etapas que conforman el ciclo de compra completo. El análisis utiliza la Ley de Pareto (principio 80/20) para definir las etapas críticas del viaje del usuario, lo que facilita la identificación de áreas prioritarias para mejoras.

Para el periodo de octubre de 2022 a octubre de 2023, se observó en el viaje del usuario una valoración negativa en las etapas de entrega de producto (24,5%) y postventa (59,1%). Comparativamente, en 2021, la entrega de producto y postventa tuvieron una valoración negativa del 49,3% y 31,1%, respectivamente. Esto indica una mejora en la gestión logística de entrega de productos, pero un empeoramiento en la postventa.

Durante la etapa de entrega de producto, los principales problemas fueron el retraso en la entrega (98,6% de los reclamos) y la pérdida o daño del producto (1,4%). En la postventa, los problemas más comunes fueron relacionados con contratos (60,4%), garantía legal (13,6%), entrega de productos incorrectos (8,2%) y productos defectuosos (8,0%).

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos



Fuente: SERNAC, 2023.

Al desglosar los reclamos por empresa, Linio (30,1%), Paris (15,5%) y Líder (11,3%) acumularon el 59,9% del total en el periodo. Por tipo de proveedor, las grandes tiendas (36,7%), marketplaces (36,3%) y supermercados (15,6%) sumaron el 88,6% de los reclamos. Analizando por holding, Linio, Tottus, Sodimac y Falabella representaron el 45,8% de los reclamos, mientras que Paris y Jumbo acumularon el 17,0%, concentrando juntos el 62,8% de los reclamos. Notablemente, Linio, Tottus, Sodimac y Falabella mostraron debilidades significativas en las etapas de entrega de producto y postventa¹⁷.

¹⁷ Para más información véase anexo n°2: resultados viaje de usuario por empresa

4. RESULTADOS

En los análisis tanto de prácticas comerciales como de cumplimiento de normas y reglas sectoriales, se realiza una evaluación sobre si los proveedores se ajustan o no a estos marcos. Por lo mismo los resultados son mostrados en términos porcentuales indicando cuántos requisitos son cumplidos, o se ajustan a estos marcos y cuántos no están ajustados, por página web de cada proveedor.

4.1. Análisis de prácticas comerciales

En el análisis de políticas y prácticas comerciales, se destaca que el mejor desempeño se observa en la presencia de medios de pago y despacho de producto con un 100% de ajuste. Los términos y condiciones también muestran un alto desempeño con un 97,0% de ajuste. En contraste los requisitos de garantía convencional o voluntaria en bienes durables¹⁸ presentan uno de los desempeños más bajos, con un notable 86,4% de desajuste.

En una visión global, el promedio de ajuste en las 14 categorías evaluadas es de 51,14%, mientras que el desajuste promedio es del 40,70%. Esto indica un desempeño moderado por parte de los proveedores en aspectos fundamentales que establecen las bases de las transacciones comerciales y que, al no cumplirse, infringen requisitos legales.

¹⁸ Se entiende por garantía convencional o voluntaria en bienes durables aquella que es otorgada por el proveedor, y en virtud de la cual se amplía el plazo de la garantía legal por un periodo de tiempo determinado, generalmente para efectos de que el consumidor pueda reparar el producto o, en determinados casos, se le sustituya por otro nuevo. Lo anterior, sin costo alguno para el consumidor. Fuente: https://www.sernac.cl/portal/618/articles-9194_archivo_01.pdf

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos

N°	Categoría	Desempeño Promedio		
		Ajuste	Desajuste	No Aplica
1	Términos y Condiciones	97,00%	3,00%	0%
2	Canales de atención al cliente	85,20%	14,80%	0%
3	Cuenta del usuario y confirmación de identidad	22,70%	77,30%	0%
4	Medios de pago	100%	0%	0%
5	Importaciones o compras internacionales	47,70%	50,00%	2,30%
6	Despacho de producto	100%	0%	0%
7	Despacho express	22,70%	77,30%	0%
8	Retiro en tienda	52,30%	38,60%	9,10%
9	Devolución	70,50%	29,50%	0%
10	Derecho a retracto	47,50%	47,50%	5,10%

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos

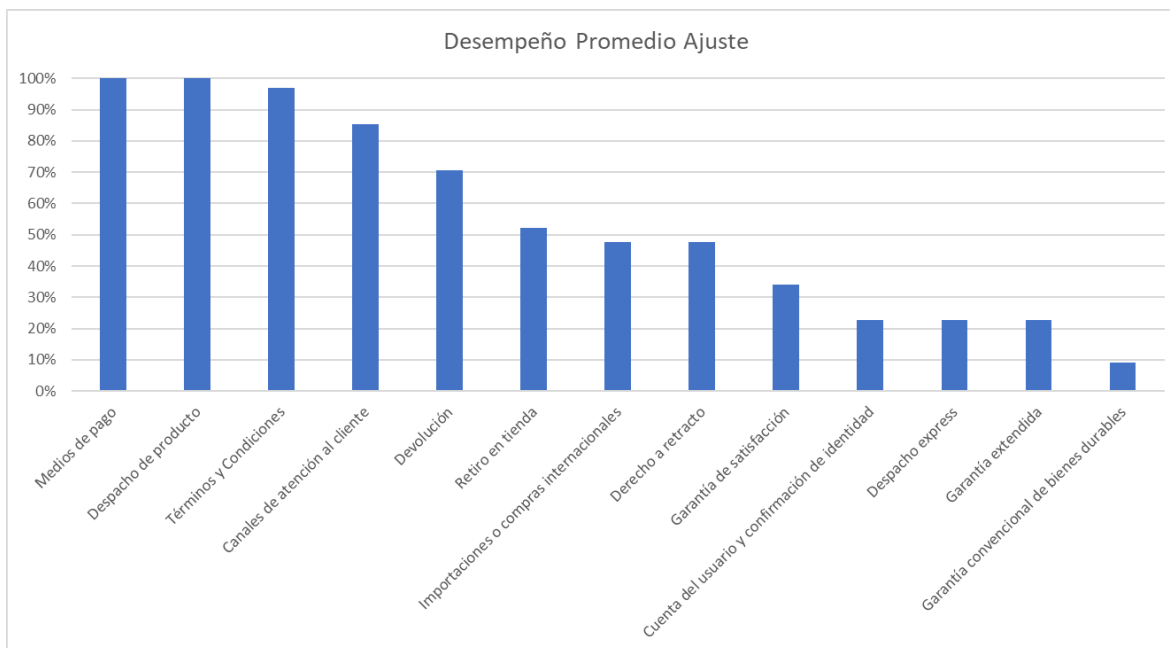
N°	Categoría	Desempeño Promedio		
		Ajuste	Desajuste	No Aplica
11	Garantía legal	45,4%	53,1%	4,50%
12	Garantía de satisfacción	34,10%	40,90%	25,00%
13	Garantía convencional de bienes durables	9,05%	86,40%	4,55%
14	Garantía extendida	22,70%	13,60%	63,60%
	PROMEDIO GENERAL	51,14%	40,70%	8,15%

NOTA 1: Informado en base a los promedios de desempeño de las distintas preguntas que componen las categorías.

NOTA 2: Se aclara que cada categoría mencionada en la tabla, como por ejemplo: Términos y Condiciones es un conjunto de preguntas, la mayoría que son en post de evaluar el ajuste o desajuste al marco legal y/o normativo, sin embargo hay otras descriptivas que no están incluidas en el presente análisis.

Fuente: SERNAC, 2023.

Al analizar los ajustes de manera descendente, como se muestra en el gráfico 'Distribución de Ajuste por Categoría Analizada (orden Descendente)', se aprecia que las categorías relacionadas con información fundamental para el consumidor, como términos y condiciones, presentan altos niveles de ajuste. Sin embargo, cuando se trata de temas como devoluciones, garantías y derecho de retracto, la información suele ser inaccesible o difícil de encontrar, constituyendo una barrera significativa para el consumidor.



Fuente: SERNAC, 2023.

La información sobre la garantía legal es crucial, ya que proporciona a los consumidores el conocimiento necesario para ejercer su protección legal en casos de productos defectuosos. La dificultad de acceso a esta información podría resultar en una vulnerabilidad significativa para los consumidores ante posibles daños causados por productos defectuosos.

Para optimizar el acceso a la información sobre garantías legales, es esencial que los proveedores se aseguren de que esta sea visible, accesible, completa, y esté redactada en un lenguaje claro y comprensible.

4.2. Análisis de información de productos

Resultados de desempeño por tipo de requisito de rotulación

Este segmento del informe se enfoca en el desempeño asociado a los distintos tipos de requisitos de rotulación de productos, clasificados en categorías como requisitos generales, Ley del Consumidor, Publicidad, Etiquetado y Requisitos sectoriales (véase anexo de normas y regulaciones aplicables). En cada categoría se revisa la aplicación de la normativa, indicando por cada ámbito de análisis si es que la página analizada se ajusta o desajusta a lo solicitado por el marco legal/normativo.

En lo que respecta a **requisitos generales** de información se evalúan aspectos básicos de entrega de información tales como el nombre del producto, las características básicas de este y la marca. En lo que se refiere a los aspectos de la **ley del consumidor**, se evalúa si se informa oportuna y verazmente sobre los bienes, si la información del producto está en lenguaje castellano, si se publica información del precio y en peso chileno, si se informan los pasos de celebración del contrato, se entrega información básica comercial y si se entregan las características físicas del producto tales como medidas o material. Por último, en lo que respecta a **publicidad y etiquetado**, se evalúa si las publicaciones en la página web informan respecto a las condiciones del despacho, medio de pago y condiciones de las ofertas al igual si se entrega la información comprendida en el etiquetado físico del producto e información de uso y seguridad de este.

Es crucial que las publicaciones web cumplan con los requisitos de rotulación correspondientes a cada categoría, permitiendo así que los consumidores tomen decisiones informadas. En el contexto del comercio electrónico, esta necesidad se acentúa aún más, ya que los consumidores no tienen la posibilidad de examinar físicamente los productos, haciendo de la rotulación un aspecto aún más trascendental.

Tipo de requisito de rotulación	Desempeño Promedio		
	Ajuste	Desajuste	No aplica
Requisitos generales	84,1%	15,2%	0,07%
Ley del Consumidor	66,3%	33,7%	0,0%
Publicidad	55,1%	43,4%	1,6%
Etiquetado	7,0%	93,0%	0,0%
Requisitos sectoriales	32,6%	67,3%	0,1%
PROMEDIO GENERAL	49,0%	50,5%	0,5%

El promedio de ajuste global para estos requisitos es del 49,0%, mientras que el desajuste alcanza un 50,5%, reflejando un desempeño moderado en la rotulación de productos. Los requisitos generales de rotulación presentan el mejor desempeño con un 84,1% de ajuste, seguidos por la Ley del Consumidor con un 66,3%. En contraste, los requisitos sectoriales muestran el menor desempeño, con solo un 32,6% de ajuste.

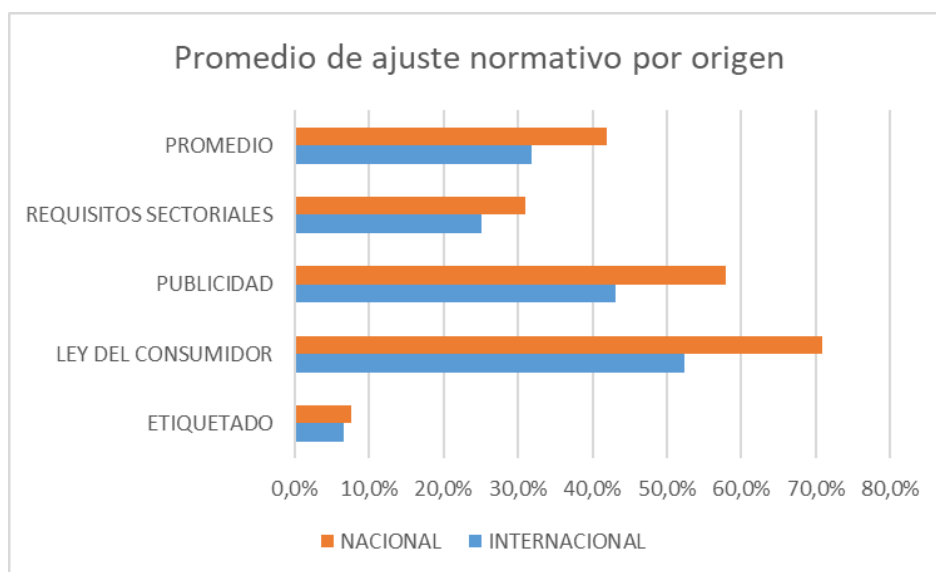
La responsabilidad legal de los proveedores, incluidos fabricantes, distribuidores y marketplaces, es igualmente importante. Según la Resolución Exenta N° 371 del Servicio Nacional del Consumidor, las empresas de marketplaces deben adoptar medidas estrictas de información y seguridad, respondiendo directamente a los consumidores y a las autoridades en virtud de la integridad de sus facultades legales y los procesos de fiscalización. Estas empresas se rigen por la Ley de Protección del Consumidor, ya sea mediante su aplicación directa como proveedores de servicios o bajo el régimen de responsabilidad estricta para intermediarios de servicios.

El análisis revela que el cumplimiento de los requisitos de etiquetado es regular, lo que representa un riesgo potencial para el consumidor debido a la asimetría de información. Los consumidores

también juegan un rol crucial al exigir a los proveedores el cumplimiento de la ley y al reclamar por productos que no satisfacen los requisitos correspondientes.

Resultados de desempeño por origen de la empresa

Al analizar por origen de la empresa, y sin considerar los requisitos generales, las empresas nacionales tienen un ajuste promedio levemente superior que las de origen extranjero, esto es 31,8% de ajuste para las extranjeras en comparación al 41,9% de ajuste que observan la del mercado nacional.



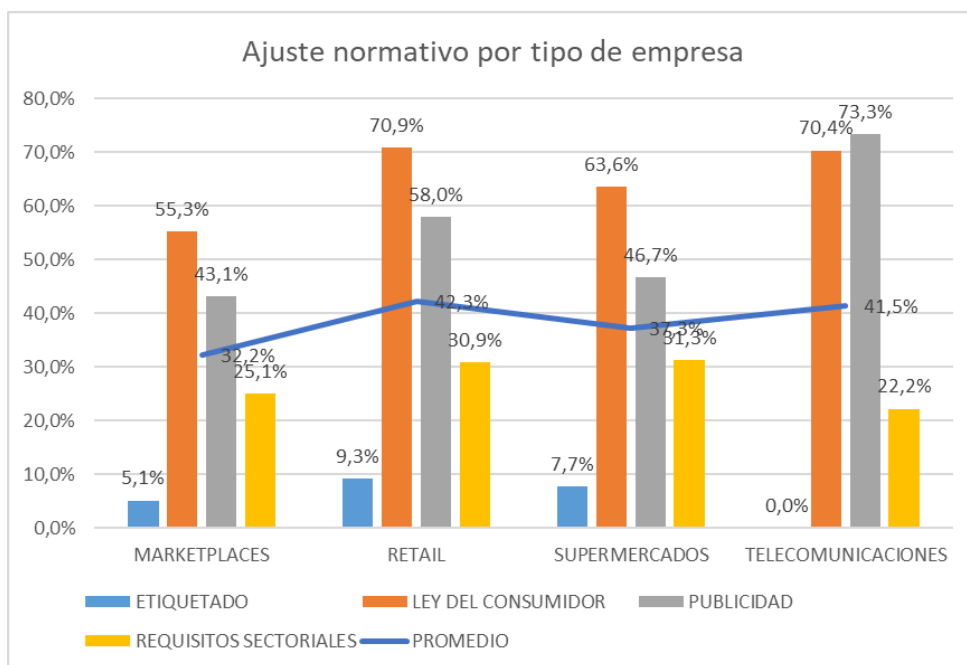
Al analizar los ajustes en función del tipo de empresa según los datos proporcionados, se observa una variabilidad significativa entre diferentes sectores. En el sector de los Marketplaces, el ajuste promedio se sitúa en un 32.2%, lo cual refleja un nivel de conformidad moderado en aspectos críticos como el etiquetado, la ley del consumidor, la publicidad y los requisitos sectoriales. Este porcentaje sugiere que, aunque hay un grado de adherencia a las normativas, aún existen áreas significativas de mejora.

Por otro lado, el sector Retail demuestra un ajuste más alto, con un 42.3%. Este dato indica una mayor alineación con las regulaciones establecidas, posiblemente debido a una mayor vigilancia regulatoria o a una mejor adaptación de estas empresas a las normativas.

En lo que respecta a los Supermercados, con un ajuste del 37.3%, se percibe una conformidad notable, aunque no alcanza los niveles observados en el sector Retail. Este ajuste puede reflejar características únicas del sector que afectan su capacidad para cumplir con ciertas normativas.

Finalmente, el sector de Telecomunicaciones, a pesar de registrar un 0.0% en ajuste en el área de etiquetado, logra un promedio general de 41.5%. Este resultado es particularmente interesante, ya que indica un alto nivel de cumplimiento en otras áreas como la ley del consumidor y la publicidad, lo que compensa la carencia en el campo del etiquetado.

Estos hallazgos indican que el nivel de ajuste varía de manera significativa entre los distintos sectores, reflejando posiblemente las variadas exigencias regulatorias y los desafíos específicos que enfrenta cada tipo de empresa.



Resultados por empresa

En el presente análisis, se examinan los niveles de ajuste de diversas empresas a regulaciones específicas, reflejando una considerable variabilidad en su conformidad. La empresa A3D destaca con un ajuste promedio del 61.1%, liderando el conjunto. Esta firma exhibe un buen cumplimiento en los parámetros revisados para la Ley del Consumidor con un 88.9%, mientras que su desempeño en Etiquetado y Publicidad también se ajusta relativamente bien con un 55.6% y 60.0% respectivamente. Sin embargo, sus esfuerzos en Requisitos Sectoriales, aunque significativos, son menos sobresalientes con un 40.0%.

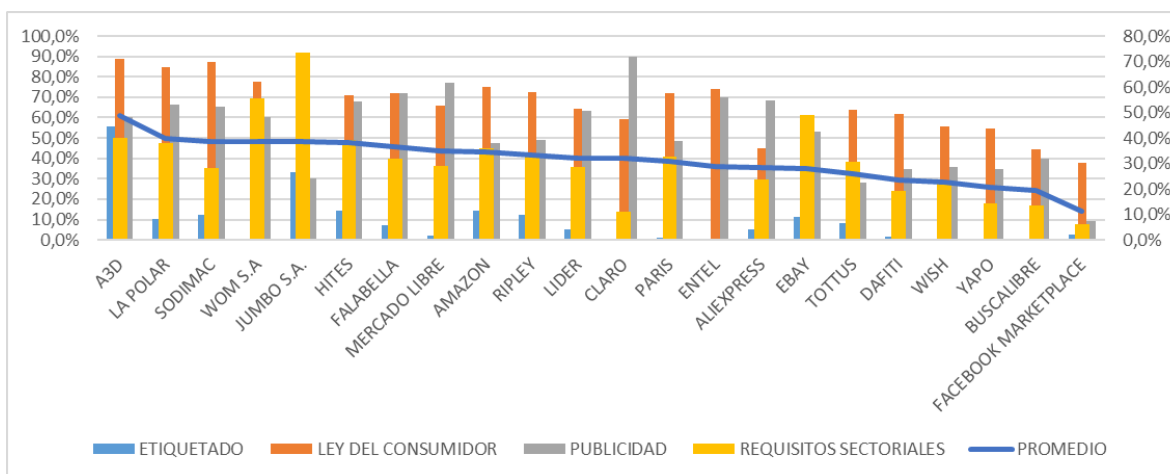
Por otro lado, empresas como La Polar y Sodimac presentan ajustes promedio de 49.8% y 48.4% respectivamente, mostrando una conformidad relativamente alta en la Ley del Consumidor, pero con un desempeño más moderado en otras áreas. En particular, La Polar registra un bajo

cumplimiento en Etiquetado (10.1%), mientras que Sodimac muestra una deficiencia en Requisitos Sectoriales (28.4%).

Empresas como WOM S.A y Jumbo S.A. también merecen atención, con ajustes promedio en el rango del 48%. WOM S.A tiene un desempeño destacado en Requisitos Sectoriales (55.6%), pero su cumplimiento en Etiquetado es nulo. Jumbo S.A., por su parte, muestra un fuerte cumplimiento en Requisitos Sectoriales (73.3%), aunque su desempeño en Publicidad y Ley del Consumidor es más bajo.

En el extremo inferior del espectro, empresas como Facebook Marketplace enfrentan retos significativos, con un ajuste promedio de solo 13.9%, reflejando niveles bajos de cumplimiento en todas las áreas evaluadas.

En resumen, si bien existe algún grado de ajuste a aspectos de información en estas plataformas, aún **se exhiben enormes diferencias comparativas con una compra presencial, con rangos que van desde 39,9% hasta un 86,1% de brechas en la entrega de información exigible para cada categoría de producto.**



Resultados de desempeño general por categoría de productos

La sección de resultados de desempeño general por categoría de productos incluye un análisis detallado de diversas categorías, cada una con sus especificidades y requisitos de cumplimiento. Las categorías analizadas en este informe son:

- Andadores: Equipos diseñados para asistir a los bebés o niños pequeños en sus primeros intentos de caminar, cuya seguridad y funcionalidad son cruciales.
- Bicicletas: Vehículos de dos ruedas utilizados tanto para el transporte como para el recreo, donde la calidad y la seguridad son aspectos fundamentales.
- Camas: Muebles esenciales en los hogares, utilizados para descansar y dormir, donde la comodidad y la durabilidad son de gran importancia.
- Celulares: Dispositivos electrónicos multifuncionales de uso diario, cuya tecnología y funcionalidad son rápidamente cambiantes y requieren una evaluación constante.
- Colchones: Elementos esenciales para el descanso, donde la calidad, el confort y la durabilidad son aspectos clave.
- Elementos auxiliares de flotación: Dispositivos diseñados para asistir en la flotación en actividades acuáticas, donde la seguridad es de suma importancia.
- Hervidores: Electrodomésticos utilizados para calentar agua, cuya eficiencia y seguridad son fundamentales en el uso diario.
- Juegos inflables: Artículos recreativos para niños, donde la seguridad, durabilidad y la calidad del material son críticos.

- Juguetes: Artículos para el entretenimiento y el aprendizaje de los niños, donde la seguridad, la no toxicidad y la resistencia son esenciales.
- Lavadoras: Electrodomésticos utilizados para lavar ropa, donde la eficiencia, la durabilidad y la facilidad de uso son importantes.
- Sistemas de retención infantil: Dispositivos de seguridad vehicular para niños, donde la protección, la calidad y la conformidad con las normas de seguridad son cruciales.

Al considerar la totalidad de los requisitos de rotulación examinados, incluyendo aspectos generales, Ley del Consumidor, Publicidad, etiquetado y requisitos sectoriales, se observa que la categoría de productos con el mejor desempeño promedio, es decir, con el mayor grado de cumplimiento, es la de las lavadoras, alcanzando un 57,8%. Seguidamente, los juguetes muestran un desempeño favorable con un 56,4%, y las camas con un 54,8%.

En contraste, las categorías que evidencian un desempeño más bajo, reflejado en un mayor grado de incumplimiento, son las bicicletas con un 63%, los andadores con un 56% y los celulares con un 52,9%. Es importante señalar que los productos diseñados específicamente para niños, presentan un rango de incumplimiento de los requisitos examinados entre un 43,5%, en el caso de los juguetes hasta un 56% en el caso de los andadores, lo cual se destaca en la tabla con letra roja.

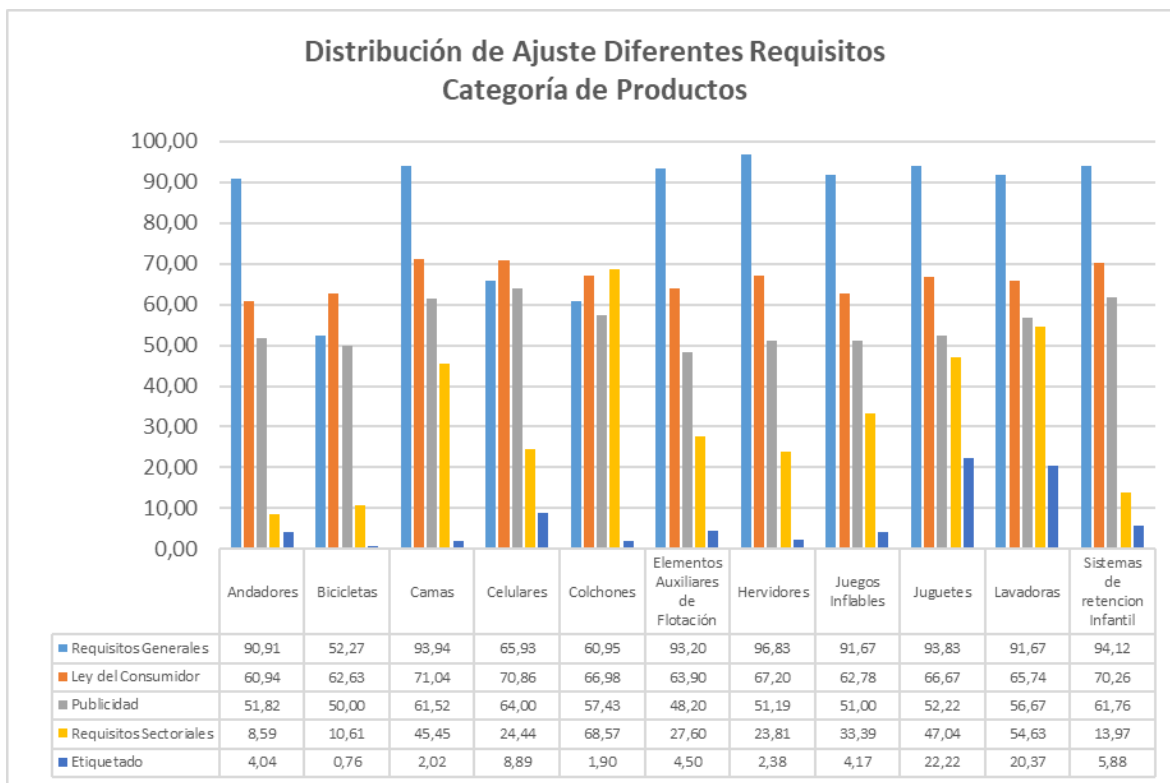
Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos

N°	Categoría productos	Desempeño Promedio		
		Ajuste %	Desajuste %	No Aplica %
1	*Andadores	43,3%	56,0%	0,7%
2	Bicicletas	35,3%	63,0%	1,8%
3	Camas	54,8%	45,2%	0,0%
4	Celulares	46,8%	52,9%	0,3%
5	Colchones	51,2%	48,8%	0,0%
6	*Elementos auxiliares de flotación	47,5%	51,9%	0,6%
7	Hervidores	48,3%	50,7%	1,0%
8	*Juegos inflables	48,6%	50,8%	0,6%
9	*Juguetes	56,4%	43,5%	0,1%
10	Lavadoras	57,8%	42,0%	0,2%
11	*Sistemas de retención infantil	49,2%	50,8%	0,0%
	PROMEDIO	49,0%	50,5%	0,5%

Esto resulta en un promedio de incumplimiento del 52% considerando únicamente estos productos. Esto significa que dichos productos logran cumplir solo con la mitad de los requisitos de rotulación aplicables. La insuficiencia o ausencia de rotulación adecuada en estos productos, especialmente en lo que respecta a instrucciones, advertencias generales o de seguridad, descripciones y fichas técnicas, representa riesgos significativos a los consumidores.

El análisis detallado de los requisitos de rotulación por categoría de productos revela patrones interesantes en la distribución de su cumplimiento. Este análisis abarca distintas áreas, como los requisitos generales, publicidad, la Ley del Consumidor, etiquetado y requisitos sectoriales. El gráfico correspondiente ilustra cómo se distribuye el ajuste a estos diferentes requisitos.

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos



Fuente: SERNAC, 2023.

Se observa que el desempeño más alto corresponde a los requisitos generales, con un rango que va desde el 52,3% hasta el 96,8%, y un promedio de 84,1%. Estos requisitos generales son fundamentales y abarcan aspectos básicos como el nombre del producto, sus características y la marca. A continuación, se encuentran los requisitos establecidos por la Ley del Consumidor, con un rango de cumplimiento que oscila entre el 60,9% y el 71%, y un promedio de 66,3%. Luego, los requisitos de publicidad presentan un rango que va del 48,2% al 64%, con un promedio de 55,1%.

En contraste, el desempeño más bajo se observa en los requisitos sectoriales y de etiquetado. Los requisitos sectoriales muestran un rango de ajuste que varía entre el 8,6% y el 68,6%, con un

promedio de 32,6%. Mientras que el cumplimiento de los requisitos de etiquetado presenta un rango aún más bajo, desde el 0,8% hasta el 22,2%, y un promedio de apenas el 7,0%.

Estos resultados indican que existe un alto grado de cumplimiento en los requisitos de rotulación más básicos. Sin embargo, a medida que los requisitos se vuelven más complejos, como en el caso de los sectoriales y de etiquetado, el nivel de cumplimiento disminuye significativamente. Esta tendencia resulta en compras desinformadas y representa potenciales riesgos para el consumidor, especialmente en aquellos aspectos que requieren información más detallada y específica sobre el producto.

Resultado Desempeño de Rotulación Sectorial por Categoría de Productos

Para este estudio los requisitos sectoriales se entienden como las diversas regulaciones específicas (leyes, decretos, reglamentos, resoluciones, normas técnicas, entre otros), los que exigen requisitos técnicos, información, calidad y/o seguridad para una categoría específica de productos.

Para evaluar adecuadamente la rotulación se seleccionaron requisitos críticos de cada regulación específica. Si bien, en algunos casos se seleccionaron normas que son voluntarias, al ser de carácter técnico se entienden como conocidas y representan un estándar, el que sirve para demostrar desajustes y eventuales incumplimientos sobre seguridad y/o calidad, que son derechos del consumidor establecidos en la Ley de Protección del Consumidor.

Los productos con mayor nivel de ajuste a los requisitos de rotulación sectoriales son los colchones, con un 68,6%. Le sigue lavadoras con un 63,9%, luego juguetes con un 47,0% de ajuste.

Los productos con menor nivel de ajuste a los requisitos sectoriales de rotulación son los andadores con un 8,6% de ajuste, le sigue bicicletas con un 10,6% y sistemas de retención infantil con un 14% de ajuste.

Los andadores son un producto infantil que representa un riesgo significativo de lesiones, ya que pueden provocar caída de los niños.

Los sistemas de retención infantil son un producto enfocado para proteger a los niños en caso de accidente, el cumplimiento de la rotulación garantiza en una parte la seguridad de los niños.

A la hora de seleccionar un producto infantil, es crucial tener en cuenta diversas características. Por lo tanto, es fundamental que los padres puedan identificar con precisión cuales son los elementos más adecuados para el cuidado de los bebés y niños, pudiendo comprender el nivel de calidad, seguridad y modos de uso seguros. Por ello es relevante la presencia de los requisitos de rotulación.

Cabe señalar que el ajuste a los **requisitos de rotulación es deficiente en los productos infantiles como andadores, elementos auxiliares de flotación, juegos inflables, juguetes y sistemas de retención infantil**. De hecho, si se considera sólo este grupo de productos, el promedio de ajuste a los requisitos sectoriales es de un 26,1%, lo que implica que la rotulación está disponible en valores menores al tercio de lo requerido por la norma.

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos

N°	Tipo de producto	Número de requisitos sectoriales	Regulación sectorial	Ajuste %	Desajuste %	No Aplica %
1	Andadores	6	Normativa voluntaria. NCh3323: 2013. especificaciones para andadores de bebés Indicaciones de etiquetado.	8,6%	91,4%	0,0%
2	Bicicletas	6	Carácter obligatorio. Decreto 114 Reglamento sobre Seguridad de los Juguetes. Ministerio de salud.	10,6%	89,4%	0,0%
3	Camas	2	Requisitos transversales de la Ley de Protección al Consumidor que se consideran como sectoriales por ser esenciales.	45,5%	54,5%	0,0%
4	Celulares	3	Carácter obligatorio. Resolución exenta 1463/16. Norma técnica que regula las especificaciones técnicas mínimas que deberán cumplir los equipos terminales utilizados en las redes móviles.	24,4%	75,6%	0,0%
5	Colchones	4	Carácter deseable. Proyecto de Reglamento Técnico sobre Etiquetado de Colchones.	68,6%	31,4%	0,0%
6	Elementos Auxiliares de flotación	8	Carácter obligatorio. Decreto 114 Aprueba el reglamento sobre seguridad de los juguetes. Carácter obligatorio al ser mencionada en el DS 114. NCh 2788:2003, sobre Juguetes – Requisitos de Rotulación.	27,6%	72,4%	0,0%
7	Hervidores	4	Carácter obligatorio. Resolución 336 exenta Establece Etiquetado con Advertencias de Seguridad para Hervidores eléctricos (jarros) con capacidad nominal hasta 10 L.	23,8%	76,2%	0,0%
8	Juegos inflables	14	Carácter voluntario. NCh3313 Equipos de juego inflables - Requisitos de seguridad y métodos de ensayo	33,4%	65,4%	0,0%
9	Juguetes	5	Carácter obligatorio. Decreto 114 Reglamento sobre Seguridad de los Juguetes.	47,0%	53,0%	0,0%

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos

N°	Tipo de producto	Número de requisitos sectoriales	Regulación sectorial	Ajuste %	Desajuste %	No Aplica %
10	Lavadoras	3	Carácter obligatorio. Resolución 70 exenta Aprueba las especificaciones técnicas definitivas de la etiqueta de consumo energético de lavadoras de ropa y establece etiqueta de consumo energético correspondiente.	63,9%	35,1%	1,3%
11	Sistemas de retención infantil	8	Carácter obligatorio. Decreto 176/2006. Dispone requisitos que deben cumplir sillas para niños menores de cuatro años de edad que viajen en los asientos traseros de los vehículos livianos.	14,0%	86%	0,0%
			PROMEDIO	32,6%	67,3%	0,1%

NOTA: Independiente de la cantidad de criterios, la evaluación de ajuste, desajuste y no aplica es en base a la cantidad de productos de cada categoría.

Fuente: SERNAC, 2023.

La diversa rotulación en los productos ofrece múltiples beneficios tanto para los consumidores como para las empresas. Desde el punto de vista de los consumidores, una etiqueta clara y completa facilita la identificación y el reconocimiento del producto, proporciona información clave sobre sus características, y ayuda en la toma de decisiones informadas. Por ejemplo, las etiquetas que incluyen el nombre y la marca del producto, su descripción general, y la ficha técnica ofrecen detalles críticos como las especificaciones técnicas, la garantía de calidad, y la información de seguridad. Esto no solo fomenta la transparencia y la confianza, sino que también permite a los consumidores comparar productos y elegir con mayor conocimiento¹⁹.

Por otro lado, la ausencia de una rotulación adecuada puede conducir a confusión, riesgos de seguridad por uso incorrecto, problemas con la garantía, y dificultades en la devolución de

¹⁹ Para mayor detalle véase anexo n° 3: beneficios de la correcta rotulación

productos. La inclusión de instrucciones de uso, información sobre el precio, términos y condiciones de ofertas, y detalles sobre el despacho en la rotulación contribuye a la seguridad del usuario, facilita la gestión de expectativas, y previene sorpresas desagradables. Además, la entrega de información veraz y oportuna, junto con la inclusión de advertencias en productos potencialmente peligrosos, no solo protege al consumidor, sino que también reduce los riesgos para los fabricantes y mejora la satisfacción general del cliente. En resumen, una rotulación diversa y completa es esencial para una experiencia de compra positiva y segura, beneficiando a todas las partes involucradas.

A continuación, se detallan los resultados por cada categoría.

Andadores

Se debe considerar no sólo los riesgos inherentes al uso de un andador, sino también la posibilidad de que este equipo exponga al niño/a a otros peligros potenciales y, por consiguiente, aumente el riesgo de lesiones. Estos peligros adicionales pueden incluir la proximidad a objetos calientes, objetos pesados, productos tóxicos y otros. En países como Canadá y Brasil, la fabricación y comercialización de andadores están prohibidas²⁰.

En el contexto específico de los andadores, se ha observado que el cumplimiento de los requisitos sectoriales es, en promedio, bastante bajo, con un porcentaje de cumplimiento del 8,6%. Este bajo nivel de cumplimiento representa un riesgo potencial debido a la falta de advertencias y precauciones adecuadas. Es crucial destacar que, tras analizar 33 productos diferentes de diversos proveedores, se obtuvieron los siguientes resultados.

²⁰ Fuente: Instituto Nacional de Metrología, Calidad y Tecnología de Brasil. Agosto de 2013. Link: http://www.inmetro.gov.br/imprensa/releases/inmetro_reprova_todos_os_andadores_infantis_analisados.pdf

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos

Requisitos sectoriales Normativa voluntaria. NCh3323: 2013. especificaciones para andadores de bebés Indicaciones de etiquetado.	Ajuste		Desajuste		No aplica	
	N°	%	N°	%	N°	%
28) RS: ¿Se indica el nombre de fabricante y su información comercial (número de teléfono, ubicación, etc.)?	5	15,2%	28	84,8%	0	0%
29) RS: ¿Se muestra la fecha de fabricación?	0	0%	33	100%	0	0%
30) RS: Si se muestra etiqueta ¿las señales de advertencia se presentan con colores contrastantes y visibles?	1	3,0%	32	97,0%	0	0%
31) RS: ¿Aparece la advertencia: "Nunca usar sin supervisión de un adulto"?	4	12,1%	29	87,9%	0	0%
32) RS: ¿Aparece la advertencia: ¿Recomendaciones de uso (En superficies planas y evitar líquidos o artefactos calientes)?	3	9,1%	30	90,9%	0	0%
33) ¿Aparece la advertencia específica sobre precaución de escaleras?	4	12,1%	29	87,9%	0	0%
PROMEDIO	-	8,6%	-	91,4%	-	0%

Fuente: SERNAC, 2023.

Bicicletas

En el año 2022, según datos estadísticos proporcionados por CONASET en función del tipo de usuario, las bicicletas ocuparon el sexto lugar en los siniestros de tránsito²¹. Este hallazgo resalta la relevancia de abordar la seguridad en el contexto de las bicicletas.

En el ámbito específico de las **bicicletas**, se observa que el promedio de cumplimiento de los requisitos sectoriales analizados es de tan solo el 10,6%, lo que constituye un nivel notablemente bajo. Esta baja tasa de cumplimiento implica un riesgo potencial debido a la carencia de etiquetado, particularmente en lo que respecta a las advertencias de seguridad.

²¹ Fuente: Pagina Web Corporación Nacional del Tránsito (CONASET). Estadísticas Generales por Tipo de Usuario (2002-2022). Recuperado de: <https://www.conaset.cl/programa/observatorio-datos-estadistica/biblioteca-observatorio/estadisticas-generales/>

Es importante destacar que la elección adecuada de una bicicleta en relación con la edad y la estatura de la persona está estrechamente relacionada con la capacidad de prevenir riesgos y lesiones, ya que considera la antropometría individual y, por lo tanto, asegura un ajuste apropiado²².

En el curso de este estudio, se analizaron un total de 44 productos diversos provenientes de distintos proveedores, abarcando tanto bicicletas para adultos como para niños. Sin embargo, se identificó un problema recurrente en todos estos productos, que es la falta de rotulación, enfocándose principalmente en la omisión de advertencias de seguridad.

Requisitos sectoriales. Carácter obligatorio. Decreto 114 Reglamento sobre Seguridad de los Juguetes. Ministerio de salud.	Ajuste		Desajuste		No aplica	
	N°	%	N°	%	N°	%
28) RS: ¿Aparece la advertencia de "Utilizar con casco de protección"?	1	2,3%	43	97,7%	0	0%
29) RS: ¿Aparece la advertencia "No es conveniente utilizarla en vías públicas"? (*refiere a calles vehiculares directamente)	1	2,3%	43	97,7%	0	0%
30) RS: ¿Se indica la edad de uso?	12	27,3%	32	72,7%	0	0%
31) RS: ¿Se indica la estatura adecuada de uso?	5	11,4%	39	88,6%	0	0%
32) RS: ¿Se indica el tiro de la bicicleta?	9	20,5%	35	79,5%	0	0%
33) RS: ¿Se muestra alguna imagen que incite a usar el producto de manera insegura (por ej: niños sin casco)?	0	0,0%	44	100%	0	0%
PROMEDIO	-	10,6%	-	89,4%	-	0%

Fuente: SERNAC, 2023.

²² Fuente: Página Web BICIO SPORT. Publicado con fecha: 6.01.2021. Recuperado de: <https://www.sport.es/bicio/como-saber-la-talla-de-bicicleta/>

Camas

Este estudio abarcó un total de 33 productos diversos procedentes de distintos proveedores, lo que proporciona una muestra significativa para evaluar el cumplimiento de los requisitos sectoriales en el ámbito de las camas.

En el contexto de las camas, es relevante señalar que el promedio de cumplimiento de los requisitos sectoriales evaluados se sitúa en un 45,5%, indicando un nivel de cumplimiento regular. No obstante, resulta llamativo que la información comercial en forma de etiqueta sea visible en tan solo un producto, lo que representa un escaso 3,0% de los casos analizados.

Este resultado subraya la **importancia de la información contenida en las etiquetas, especialmente en el contexto de las compras en línea, donde no se tiene un contacto directo con el producto**. En tales circunstancias, la información de la etiqueta se convierte en un elemento esencial para los consumidores al momento de tomar decisiones de compra informadas y seguras.

Requisitos sectoriales Requisitos transversales de la Ley de Protección al Consumidor que se consideran como sectoriales por ser esenciales.	Ajuste		Desajuste		No aplica	
	N°	%	N°	%	N°	%
28) RS: ¿La etiqueta con la información comercial es visible?	1	3,0%	32	97,0%	0	0,0%
29) RS: ¿Se indica el tamaño de la cama?	29	87,9%	4	12,1%	0	0,0%
PROMEDIO	30	45,5%	36	54,5%	-	0,0%

Fuente: SERNAC, 2023.

Celulares

El estudio abarcó un total de 45 productos diversos de distintos proveedores, proporcionando una muestra amplia para evaluar el cumplimiento de los requisitos sectoriales en el ámbito de los teléfonos celulares.

En el caso de los teléfonos celulares, el promedio de cumplimiento de los requisitos sectoriales analizados es de un 24,4%, lo que se considera un nivel bajo, especialmente teniendo en cuenta que la evaluación se basó en la observación de tan solo 3 requisitos sectoriales específicos.

Solo el 48,9% de los productos analizados proporciona información sobre la funcionalidad del celular en las diversas redes disponibles (2G, 3G, 4G y 5G). Este aspecto es de suma importancia, ya que esta información es crucial para que los consumidores puedan tomar decisiones informadas al elegir un dispositivo y, por ende, un plan de servicio adecuado a sus necesidades.

Además, **solo el 11,1% de los productos muestra el código SEC** (que implica la certificación del aparato), y cuando este código es escaneado, enlaza con el producto analizado. Este hallazgo sugiere la falta de trazabilidad en la información entre proveedores o plantea la posibilidad de que se estén comercializando productos sin la debida certificación SEC.

Requisitos sectoriales Carácter obligatorio. Resolución exenta 1463/16. Norma técnica que regula las especificaciones técnicas mínimas que deberán cumplir los equipos terminales utilizados en las redes móviles.	Ajuste		Desajuste		No aplica	
	N°	%	N°	%	N°	%
28) RS: ¿Aparece el sello que identifica su función del dispositivo en algunas o todas las redes como 2G, 3G, 4G?	22	48,9%	23	51,1%	0	0%
29) RS: En caso de que el producto no funcione con todas las redes, ¿el símbolo correspondiente a esa tecnología está tachado?	6	13,3%	39	86,7%	0	0%
30) RS: ¿Cuándo escanea el código QR, este se vincula con el mismo producto que Usted ve?	5	11,1%	40	88,9%	0	0%
PROMEDIO		24,4%		75,6%		0%

Fuente: SERNAC, 2023.

Colchones

En relación a los colchones, el estudio se basó en la evaluación de 35 productos diferentes provenientes de diversos proveedores. Es relevante notar que el promedio de cumplimiento de los requisitos sectoriales analizados alcanza un 68,6%, lo que representa el nivel más alto dentro de la muestra evaluada. Este resultado indica un nivel adecuado de cumplimiento en comparación con otros productos analizados.

Sin embargo, llama la atención que el país de origen de los productos solo esté especificado en un 48,6% de los casos, a pesar de que esta información se considera esencial para los consumidores. A pesar de este margen de mejora en la rotulación de esta categoría, se puede concluir que, en general, el cumplimiento de los requisitos sectoriales en el caso de los colchones es adecuado.

Requisitos sectoriales Carácter deseable. Proyecto de Reglamento Técnico sobre Etiquetado de Colchones.	Ajuste		Desajuste		No aplica	
	N°	%	N°	%	N°	%
28) RS: ¿Se indica el nombre o razón social del fabricante nacional o importador?	22	62,9%	13	37,1%	0	0%
29) RS: ¿Se indica el país de origen?	17	48,6%	18	51,4%	0	0%
30) RS: ¿Se muestran los materiales con los cuales se fabricó el colchón?	25	71,4%	10	28,6%	0	0%
31) RS: ¿Se indican las dimensiones?	32	91,4%	3	8,6%	0	0%
PROMEDIO	-	68,6%	-	31,4%	-	0%

Fuente: SERNAC, 2023.

Elementos auxiliares de flotación

Los dispositivos de material auxiliar de flotación cumplen la función de proporcionar cierto grado de flotabilidad, especialmente durante el proceso de aprendizaje de la natación. Sin embargo, es importante destacar que en ningún caso deben considerarse como elementos salvavidas, ya que existe el riesgo de que sufran daños, como desinflarse o pincharse.²³

Para garantizar la seguridad en actividades acuáticas, especialmente en relación con los niños, es esencial el uso de chalecos salvavidas certificados que están diseñados para que el usuario flote sobre su espalda y mantenga la cara fuera del agua, reduciendo así el riesgo de ahogamiento. En Chile, la Dirección General de Territorio Marítimo y de Marina Mercante de la Armada de Chile (DIRECTEMAR), a través de su Departamento de Deportes Náuticos de la Dirección de Intereses Marítimos y Medioambiente acuático (DIRINMAR), regula y fiscaliza estos elementos de acuerdo a la circular de la dirección general del territorio marítimo y de marina mercante, Ord. N° A-41/01416.

Resulta preocupante que **solo un 11,4%** de la muestra analizada indique claramente que el **producto "NO ES UN SALVAVIDAS"**. Esto representa un riesgo potencial, ya que con frecuencia se observa a niños en piscinas y playas utilizando estos dispositivos, que en realidad están diseñados para proporcionar flotabilidad en piscinas con una profundidad de agua de tan solo 20 cm. No están diseñados para resistir oleajes o para su uso en piscinas profundas. Además, las advertencias relacionadas con la inadecuación de estos dispositivos para menores de 3 años tienen un ajuste del 25%, y la indicación de la edad del usuario tiene un ajuste del 36,4%, ambas tasas son consideradas muy bajas en términos de cumplimiento.

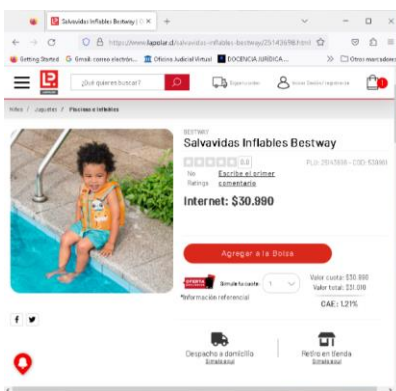
²³ Fuente: Estudio Material Auxiliar de Flotación del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC). Publicado con fecha: 24.02.2020. Recuperado de: <https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-58284.html>

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos

Requisitos sectoriales Carácter obligatorio. Decreto 114 Aprueba el reglamento sobre seguridad de los juguetes. Carácter obligatorio al ser mencionada en el DS 114. NCh 2788:2003, sobre Juguetes – Requisitos de Rotulación.	Ajuste		Desajuste		No aplica	
	N°	%	N°	%	N°	%
28) RS: ¿Se indica que este producto no es un salvavidas?	5	11,4%	39	88,6%	0	0,0%
29) RS: ¿Se advierte si el producto no es apropiado para niños menores de 3 años?	11	25,0%	33	75,0%	0	0,0%
30) RS: ¿Se advierte si el producto contiene partes pequeñas?	2	4,5%	42	95,5%	0	0,0%
31) RS: ¿Se indica el nombre genérico del producto, en caso de no ser identificable a simple vista?	27	61,4%	17	38,6%	0	0,0%
32) RS: ¿Se muestra el nombre o razón social del responsable de la fabricación o importación del juguete?	20	45,5%	24	54,5%	0	0,0%
33) RS: ¿Se indica el país de origen del producto?	13	29,5%	31	70,5%	0	0,0%
34) RS: ¿Se muestra una leyenda o símbolo que indique la edad del usuario recomendada por el fabricante?	16	36,4%	28	63,6%	0	0,0%
35) RS: ¿Se muestra alguna imagen que muestre actitudes inseguras?	3	6,8%	41	93,2%	0	0,0%
PROMEDIO	-	27,6%	-	72,4%	-	0%

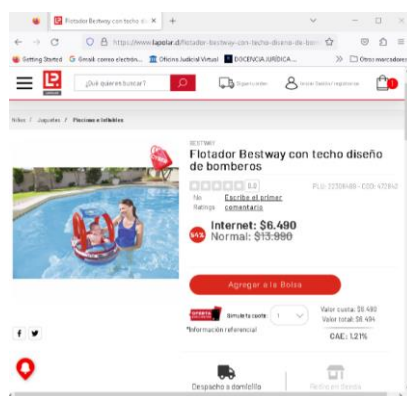
Fuente: SERNAC, 2023.

Por último, se detectaron 3 casos en los que las imágenes del producto mostraban actitudes inseguras. Cuyos análisis se realizan a continuación:



Fuente: SERNAC, 2023.

En la **imagen N°1** se observa a un niño solo en una piscina, sin la presencia de adultos o dispositivos de seguridad adicionales. Es importante resaltar que los chalecos salvavidas certificados son esenciales para garantizar una protección segura en actividades acuáticas, ya que están diseñados para permitir que el usuario flote sobre su espalda y mantenga la cara fuera del agua, reduciendo significativamente el riesgo de ahogamiento. Esta característica es fundamental para la protección de los niños en diversas situaciones, ya sea en piscinas, cuerpos de agua recreacionales en la superficie continental o en entornos marinos. La seguridad acuática debe ser una prioridad, y la utilización de dispositivos de flotación adecuados es un aspecto crucial para prevenir accidentes en el agua.



Fuente: SERNAC, 2023.

Por otro lado, en la imagen N°2, si bien se aprecia la presencia de un adulto junto a un bebé en la piscina, es importante destacar que **la profundidad de la piscina y la falta de un chaleco salvavidas para el bebé representan un riesgo significativo**. Los flotadores de este tipo pueden volcarse debido al viento o a maniobras inapropiadas, lo que podría poner en peligro la seguridad del bebé en el agua. La supervisión constante y la utilización de dispositivos de flotación adecuados, como chalecos salvavidas infantiles, son esenciales para garantizar la seguridad de los niños en entornos acuáticos, incluso cuando un adulto está presente.



Fuente: SERNAC, 2023.

Por último, en la imagen N°3, se presenta una secuencia en la que la última imagen muestra a un bebé solo en el agua. Es fundamental destacar y enfatizar que los niños deben estar bajo supervisión constante de un adulto en todo momento cuando se encuentran en un entorno acuático. La seguridad de los niños es una prioridad absoluta, y la presencia de un adulto responsable es esencial para prevenir cualquier situación de riesgo o peligro en el agua. Los niños pueden ser especialmente vulnerables en el agua, por lo que la vigilancia continua es una medida crucial para garantizar su bienestar y seguridad.

Hervidores

En relación a los hervidores, se analizaron **42 productos** de distintos proveedores y marcas. Se destaca que el promedio de cumplimiento de los requisitos sectoriales analizados es de tan solo un 23,8%, lo que refleja un bajo desempeño en términos de cumplimiento normativo.

Es preocupante que ninguno de los 42 productos analizados disponga de una etiqueta que advierta sobre el riesgo de quemaduras en niños, dada la relevancia de este tema, según se comenta, por ejemplo en el informe de accidentabilidad 2021-2022 elaborado por SERNAC²⁴.

Además, **solo el 40,5% de los productos muestra que el código SEC** (que implica la certificación del aparato) enlaza correctamente con el mismo producto cuando es escaneado. Este hallazgo sugiere la falta de trazabilidad en la información entre proveedores o plantea la posibilidad de que se estén comercializando productos sin la debida certificación SEC.

Requisitos sectoriales. Carácter obligatorio. Resolución 336 exenta Establece Etiquetado con Advertencias de Seguridad para Hervidores eléctricos (jarros) con capacidad nominal hasta 10 L.	Ajuste		Desajuste		No aplica	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
28) RS: ¿Se dispone una etiqueta autoadhesiva en el cuerpo del hervidor que indique: "Evitar quemaduras en sus niños"?	0	0,0%	42	100%	0	0%
29) RS: ¿La etiqueta está ubicada (exceptuando el asa) de tal forma que es visible para el usuario?	0	0,0%	42	100%	0	0%
30) RS: ¿El producto tiene el sello SEC (Código QR)?	23	54,8%	19	45,2%	0	0%
31) RS: ¿Cuándo escanea el código QR, este se vincula con el mismo producto que Usted ve?	17	40,5%	25	59,5%	0	0%
PROMEDIO	-	23,8%	-	76,2%	-	0%

Fuente: SERNAC, 2023.

Juegos Inflables

Se analizaron 40 productos diversos y de distintos proveedores en el caso de los juegos inflables. Estos juegos son estructuras llenas de aire, comúnmente fabricadas con telas sintéticas, que presentan una variedad de formas de distinta índole, como castillos, laberintos, series de obstáculos, casas, toboganes, entre otras. Están diseñados para permitir que los usuarios salten, se

²⁴ Fuente: Pagina Web Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC). Publicado con fecha: 19.08.2023. Recuperado de: <https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-75325.html>

deslicen o trepen en ellos. Estos productos se encuentran en diversos entornos, desde centros comerciales y restaurantes hasta alquileres para fiestas de cumpleaños y otras actividades recreativas²⁵.

Sin embargo, los juegos inflables conllevan riesgos que incluyen inestabilidad y vuelco en condiciones de viento, desprendimiento del anclaje, pérdida de presión por fallas en el ventilador, lesiones de usuarios debido al comportamiento inadecuado, acceso a partes peligrosas no adecuadamente protegidas, y riesgos eléctricos como electrocución o quemaduras. Por lo tanto, la presencia de una rotulación adecuada, en particular con advertencias de seguridad, es fundamental para garantizar un uso seguro de estos productos. A pesar de ello, el promedio de ajuste para los requisitos sectoriales analizados es de un 33,4%, lo que se considera bajo y representa un riesgo potencial para los usuarios.

Requisitos sectoriales Carácter voluntario. NCh3313 Equipos de juego inflables - Requisitos de seguridad y métodos de ensayo	Ajuste		Desajuste		No aplica	
	N°	%	N°	%	N°	%
28) RS: ¿Se indica el tipo y el tamaño del juego inflable?	31	77,5%	9	22,5%	0	0%
29) RS: ¿Se indica un número o números únicos de identificación del producto?	18	45,0%	22	55,0%	0	0%
30) RS: ¿Se indica el rango de edad o altura máxima para usar el producto?	26	65,0%	14	35,0%	0	0%
31) RS: ¿Se indica la cantidad máxima de personas que pueden usar el producto?	10	25,0%	30	75,0%	0	0%
32) RS: ¿Se indica el peso máximo que soporta el producto?	16	40,0%	24	60,0%	0	0%
33) RS: ¿Se indica algún tipo de ADVERTENCIA (indique cuál)?	15	37,5%	23	57,5%	2	5,0%
34) RS: ¿Se indica el año de fabricación del producto?	1	2,5%	39	97,5%	0	0%
35) RS (JI): ¿Se indica el nombre del fabricante/proveedor?	23	57,5%	17	42,5%	0	0%

²⁵ Fuente: Página Web Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC). Reporte Juegos Inflables. Publicado con fecha: 07.06.2017. Recuperado de: <https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-5446.html>

36) RS: ¿Se presenta una lista con los componentes que trae el envase?	17	42,5%	23	57,5%	0	0%
37) RS: ¿Se indica el método de anclaje y el número de puntos de anclaje?	3	7,5%	32	80,0%	5	12,5%
38) RS: ¿Se mencionan los requisitos de ubicación, altura y espacio?	10	25,0%	30	75,0%	0	0%
39) RS: ¿Se indica el tipo y tamaño del motor o turbina requerido para inflar el producto?	10	25,0%	30	75,0%	0	0%
40) RS: ¿Se indica si el producto cumple con algún tipo de norma?	5	12,5%	35	87,5%	0	0%
41) RS: ¿Se muestra alguna imagen que incite a usar el producto de manera insegura (por ej: niños con zapatos o productos cortopunzantes)?	2	5,0%	38	95,0%	0	0%
PROMEDIO	-	33,4%	-	65,4%	-	1,2%

Fuente: SERNAC, 2023.

Juguetes

En el análisis de juguetes, se evaluaron un total de 54 productos provenientes de diferentes proveedores. El promedio de ajuste para los requisitos sectoriales analizados se sitúa en un 47,0%, lo que indica un desempeño considerado regular. Esto sugiere que existe un amplio margen de mejora en lo que respecta a la rotulación de estos productos en las plataformas web.

Es especialmente llamativo el bajo ajuste de las advertencias de seguridad, que alcanza solo un 9,3%. Esto representa un riesgo potencial importante, ya que las advertencias de seguridad desempeñan un papel crucial en la garantía de un uso seguro de los juguetes por parte de los niños. Se destaca la importancia de que estas advertencias sean claras y efectivas para prevenir posibles accidentes.

Es fundamental recalcar que, independientemente de la calidad de las advertencias y la rotulación, los niños deben estar siempre bajo la supervisión de un adulto al jugar con juguetes para garantizar su seguridad. La vigilancia activa es esencial para prevenir situaciones de riesgo y proporcionar un entorno de juego seguro para los niños.

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos

Requisitos sectoriales Carácter obligatorio. Decreto 114 Aprueba el reglamento sobre seguridad de los juguetes.	Ajuste		Desajuste		No aplica	
	N°	%	N°	%	N°	%
29) RS: ¿Se indica el nombre o razón social del productor o responsable de la fabricación del juguete?	40	74,1%	14	25,9%	0	0%
30) RS: ¿Se indica el país de origen del producto?	30	55,6%	24	44,4%	0	0%
31) RS: ¿Se indica leyenda o símbolo que indique la edad del usuario recomendada por el fabricante? (ejemplo: producto recomendado para niños de 6 años en adelante).	19	35,2%	35	64,8%	0	0%
32) RS: ¿Se muestra indicación "Advertencia, se debe utilizar bajo la vigilancia de un adulto", ¿cuándo sea necesario?	33	61,1%	21	38,9%	0	0%
33) RS: En el caso de que exhiban las ADVERTENCIAS: ¿están relacionadas con el juguete o parecen genéricas? (Las advertencias alertan de los riesgos y deben estar relacionadas con el riesgo real del producto: en patines "usar con equipo de protección", por ejemplo).	5	9,3%	49	90,7%	0	0%
PROMEDIO	-	47,0%	-	53,0%	-	0%

Fuente: SERNAC, 2023.

Lavadoras

Se analizaron un total de 36 productos diversos de diferentes proveedores en el caso de las lavadoras. El promedio de ajuste para los requisitos sectoriales analizados se sitúa en un 54,6%, lo que indica un desempeño calificado como regular.

Resulta notable que sólo un 41,7% de los productos presentan una etiqueta que incluya información esencial, como marca, modelo, tipo de producto, eficiencia energética, eficacia de lavado, consumo energético, eficacia de centrifugado, consumo de agua, capacidad de lavado y duración del programa. Estos datos son cruciales para que los consumidores puedan tomar decisiones informadas y seleccionar la lavadora adecuada según sus necesidades y preferencias.

Adicionalmente, solamente el 58,3% de los productos muestra que el código SEC, que implica la certificación del aparato, enlaza correctamente con el mismo producto cuando se escanea. Este hallazgo sugiere la falta de trazabilidad en la información entre proveedores o plantea la posibilidad de que se estén comercializando productos sin la debida certificación SEC.

Requisitos sectoriales Carácter obligatorio. Resolución 70 exenta Aprueba las especificaciones técnicas definitivas de la etiqueta de consumo energético de lavadoras de ropa y establece etiqueta de consumo energético correspondiente.	Ajuste		Desajuste		No aplica	
	N°	%	N°	%	N°	%
28) RS: Se muestra una etiqueta que indique: marca, modelo, tipo de producto, eficiencia energética, eficacia de lavado, consumo energético, eficacia de centrifugado, consumo de agua, capacidad de lavado y duración del programa.	15	41,7%	21	58,3%	0	0%
29) RS: ¿El producto tiene el sello SEC (código QR)?	23	63,9%	13	36,1%	0	0%
30) RS: ¿Cuándo escanea el código QR este se vincula con el mismo producto que Usted ve?	21	58,3%	15	41,7%	0	0%
PROMEDIO	-	54,6%	-	45,4%	-	0%

Fuente: SERNAC, 2023.

Dada la importancia de las lavadoras en la vida cotidiana y su impacto en el consumo de energía y agua, así como en la eficiencia en el lavado, es esencial que estos productos cumplan con los requisitos y brinden información clara y precisa a los consumidores para facilitar su elección y uso adecuado.

Sistemas de retención infantil

En el análisis de sistemas de retención infantil, se evaluaron un total de 34 productos diversos provenientes de diferentes proveedores. Estos sistemas de retención son obligatorios en el país y tienen como objetivo transportar a los niños con seguridad, reduciendo el riesgo de daños en caso de accidente al limitar la movilidad del cuerpo.

La normativa en Chile establece que los menores deben utilizar un sistema de retención infantil apropiado hasta cumplir nueve años de edad o hasta alcanzar una estatura de 135 centímetros y un peso de 33 kilogramos²⁶.

En este contexto, la rotulación de estos productos es esencial, ya que permite a los padres y cuidadores seleccionar de manera adecuada una silla que brinde la seguridad apropiada para el bebé o niño que la necesita. Sin embargo, es preocupante que el ajuste promedio de estos productos sea tan bajo, alcanzando sólo un 14,0%.

Es particularmente grave que la recomendación de reemplazo, la fecha de vencimiento y la etiqueta de acreditación tengan un desajuste del 100%, lo que significa que ninguno de los 34 productos analizados cumple con estos requisitos, en la información web disponible. Estos elementos son fundamentales para garantizar la seguridad de los niños durante su uso, y su ausencia representa un riesgo significativo.

Requisitos sectoriales Carácter obligatorio. Decreto 176/2006 . Dispone requisitos que deben cumplir sillas para niños menores de cuatro años de edad que viajen en los asientos traseros de los vehículos livianos.	Ajuste		Desajuste		No aplica	
	N°	%	N°	%	N°	%
28) RS (SR): ¿Aparece el nombre del fabricante?	5	14,7%	29	85,3%	0	0%
29) RS (SR): ¿Aparece el año de fabricación?	1	2,9%	33	97,1%	0	0%
30) RS (SR): ¿Aparece el rango de peso del niño para el que fue diseñado?	28	82,4%	6	17,6%	0	0%
31) RS (SR): ¿Aparece alguna dirección a la cual escribir para obtener mayor información sobre el uso u otros aspectos?	4	11,8%	30	88,2%	0	0%
32) RS (SR): ¿Aparece alguna recomendación de reemplazo en caso de sufrir alguna colisión o impacto?	0	0%	34	100%	0	0%
33) RS (SR): ¿Aparece el año de vencimiento indicado por el fabricante?	0	0%	34	100%	0	0%
34) RS (SR): ¿Aparece una etiqueta de fondo amarillo con letras de color negro indicando lo siguiente: "Esta silla de niños fue acreditada con arreglo al decreto N°176, del año	0	0%	34	100%	0	0%

²⁶ Fuente: Página Web Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC). El SERNAC fiscalizará los locales que venden sillas y sistemas de retención infantil. Publicado con fecha: 13.09.2022. Recuperado de: <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-66168.html>

2006, del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, bajo el Código de Acreditación N°_____ "?						
35) RS: ¿El producto muestra imágenes que inciten actitudes inseguras?	0	0%	34	100%	0	0%
PROMEDIO	-	33,4%	-	66,4%	-	0,12%

Fuente: SERNAC, 2023.

En resumen, mejorar la rotulación y el cumplimiento de los requisitos sectoriales en los sistemas de retención infantil es esencial para garantizar la seguridad de los niños durante el transporte en vehículos, cumpliendo así con la normativa vigente en Chile.

4.3. Ciclo de compra

En la elaboración del ciclo de compra para este estudio, se levantó información publicada en cada una de las 22 empresas consultadas en su página web. Este enfoque se diseñó para capturar de manera fiel las prácticas y comportamientos prevalentes en las empresas participantes en la muestra. Dada la variedad de respuestas y la dispersión de los datos, el análisis se centró en las frecuencias más altas, representadas en porcentajes. Es importante destacar que, debido a esta metodología, la suma total de los porcentajes no necesariamente alcanza el 100%.

En cuanto a los hallazgos positivos, se observó una presencia universal del apartado de términos y condiciones, reflejado en el 100% de los casos. Además, la mayoría de las empresas (95,5%) disponen de canales de atención al cliente y una gran proporción (86,4%) ofrece formas de pago que incluyen al menos opciones de crédito y débito. Es notable también que **más del 70% ha**

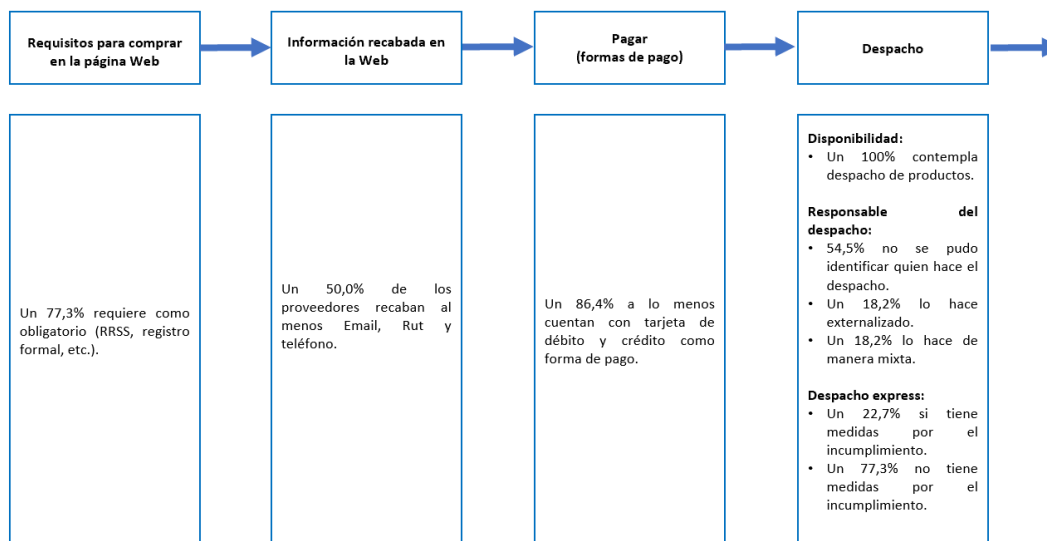
actualizado el plazo de garantía legal a 6 meses, y una proporción significativa (59,1%) proporciona opciones de reparación, devolución y cambio en garantía legal. Por último, más de la mitad de las empresas (54,5%) cuenta con canales de atención especializados.

Por otro lado, entre los aspectos negativos destacan la falta de medidas compensatorias por incumplimiento de despacho express en el 77,3% de los casos. Igualmente, preocupante es que la garantía legal está condicionada en el 72,7% de las empresas, como por ejemplo el estado del embalaje o que el producto está en mal estado. Además, se observó que en el 36,4% de los casos la garantía extendida está predefinida o requiere desactivación por parte del cliente. Otros puntos débiles incluyen el condicionamiento del derecho de retracto y limitaciones en las opciones de devolución del producto, ambos presentes en el 31,8% de las empresas que las condicionan también a la entrega del producto o el estado de embalaje del mismo. Por último, solo un 22,7% de las empresas ofrece una garantía de satisfacción²⁷ que varía entre 15 y 30 días.

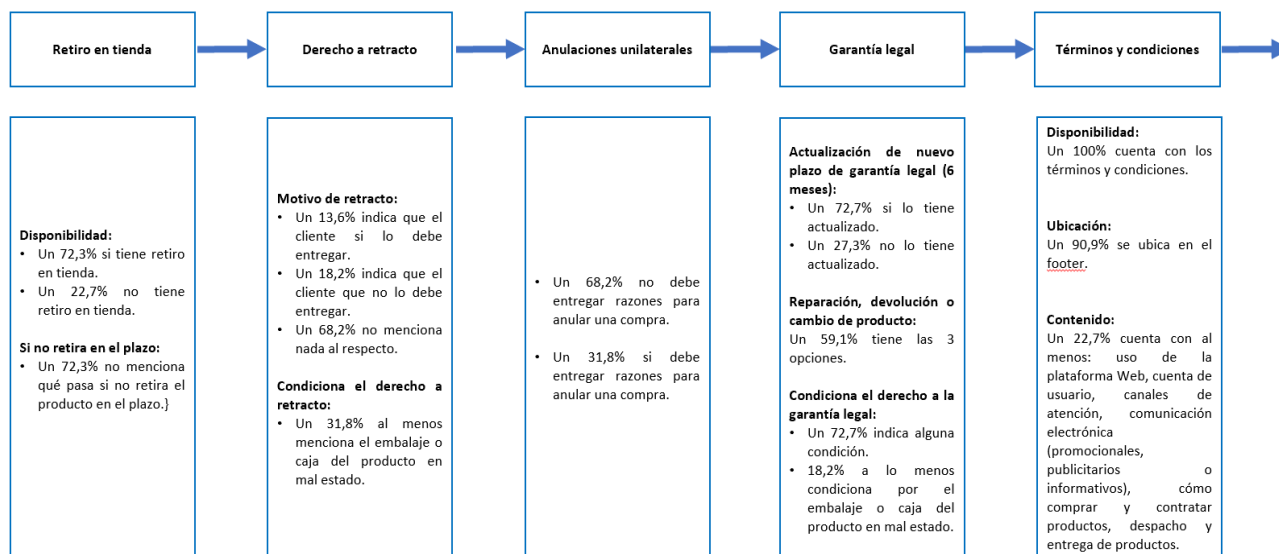
A continuación, se ofrece un análisis extendido por cada etapa del ciclo de compra:

²⁷ La 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 periodo 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 del establecimiento comercial.

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos



Fuente: SERNAC, 2023.



Fuente: SERNAC, 2023.

5. HALLAZGOS

- ✓ Se detectan los siguientes hallazgos en la presente investigación. En primer lugar, en términos generales se observan amplias brechas en lo que respecta al nivel comparativo de información al realizar compras por comercio electrónico versus las características de información que debieran darse en compras presenciales, lo que constituye una brecha importante para la toma de decisiones de las personas consumidoras en vistas del aumento de transacciones por este medio.
- ✓ En cuanto a políticas y prácticas comerciales, el mejor desempeño se observa en la presencia de medios de pago y despacho de producto con un 100% de ajuste y en los términos y condiciones con un 97,0% de ajuste. En contraste, los requisitos de garantía convencional o voluntaria en bienes durables presentan uno de los desempeños más bajos, con un notable 86,4% de desajuste. El promedio de ajuste de esta dimensión en las 14 categorías evaluadas alcanza sólo un 51,14%.
- ✓ En cuanto a la información de rotulación, el promedio de ajuste global para estos requisitos es del 49,0%. Los requisitos generales de rotulación presentan el mejor desempeño con un 84,1% de ajuste (nombre del producto, características básicas, marca), en tanto que los requisitos sectoriales (leyes, decretos, reglamentos, resoluciones, normas técnicas, entre otros) muestran el menor desempeño, con solo un 32,6% de ajuste.
- ✓ Al analizar por origen de la empresa, y sin considerar los requisitos generales, las empresas nacionales tienen un ajuste promedio del 41,9%, en tanto que las extranjeras alcanzan un 31,8%.

- ✓ En cuanto al tipo de empresa se observa que el mayor ajuste promedio lo alcanza la industria del retail (42,3%), en tanto que las mayores brechas se observan en las plataformas de marketplaces con un promedio de 32,2%.
- ✓ En relación al ajuste por empresa identificada en la muestra, el mayor ajuste lo alcanza la web de A3D con un 61,1%, y el menor ajuste la plataforma de Facebook marketplace con un 13,9%. Es decir, **se exhiben enormes diferencias comparativas con una compra presencial, con rangos que van desde 39,9% hasta un 86,1% de brechas en la entrega de información exigible** para cada categoría de producto.
- ✓ En relación a las categorías de productos, la categoría de productos con el mejor desempeño promedio, es el de las lavadoras, alcanzando un 57,8% En tanto que las con más bajo ajuste, son las bicicletas con un 63%, y los andadores con un 56%.
- ✓ La categoría de requisitos con menor nivel de ajuste en este análisis son los requisitos sectoriales y de etiquetado, con un promedio de 32,6% y 7,0%, respectivamente. Siendo los productos con menor nivel de ajuste a los requisitos sectoriales, los andadores con un 8,6% de ajuste, bicicletas con un 10,6% y sistemas de retención infantil con un 14% de ajuste.
- ✓ Finalmente, respecto del análisis del ciclo de compra, destaca la falta de medidas compensatorias por incumplimiento de despacho express en el 77,3% de los casos. Igualmente, preocupante es que la garantía legal está condicionada de alguna forma en casi un 90% de los casos.

6. CONCLUSIONES

La reducción de las asimetrías de información al consumidor va más allá de simplemente informar sobre precios económicos y lugares de compra. Es fundamental proporcionar herramientas que empoderen al consumidor y le permitan ejercer sus derechos de manera efectiva. Esto incluye la capacidad de elegir productos por sus características intrínsecas, no meramente por aspectos superficiales como el color o forma.

Se ha identificado que la asimetría de información representa una falla de mercado significativa, justificando así la intervención estatal en ciertas circunstancias. Un aspecto crucial de esta problemática es la "racionalidad limitada" del consumidor, que puede impedir una elección informada entre diferentes productos o servicios debido a la dificultad de procesar toda la información disponible en el mercado.

En lo que respecta a las políticas y prácticas comerciales, se observa que, aunque la mayoría de las empresas poseen políticas de devoluciones, derecho a retracto y garantía legal, estas a menudo están sujetas a condiciones variadas. Además, se detecta un desajuste significativo en el cumplimiento de la Ley del Consumidor por parte de las empresas evaluadas, en lo específico en lo que se refiere a entrega de información de celebración de contratos, entrega de información sobre productos peligrosos, instructivos de uso e información sobre garantías .

En el ámbito de la información publicitaria y la seguridad de los productos, se destaca la necesidad de que la información proporcionada sea relevante y suficiente para una toma de decisiones de compra informada, más allá de meras estrategias de marketing. En el comercio electrónico, se resalta la importancia de la inclusión digital y la necesidad de que la información sea accesible y comprensible para el consumidor (por ejemplo: descripción, especificaciones, garantía legal y del fabricante, entre otras. La información disponible para que el consumidor realice una compra

informada alcanzó un 51%, lo que es insuficiente pues en la mayoría de los casos esta no es la esencial para decidir informadamente.

Respecto al ciclo de compra, se identifica que la etapa de postventa sigue siendo el aspecto más débil. Este análisis es respaldado tanto por el viaje del usuario como por los datos que están asociados a la falta de medidas compensatorias por el despacho express o el condicionamiento de las garantías y derecho a retracto. Las prácticas comerciales varían significativamente entre empresas, con frecuentes brechas que infringen la Ley del Consumidor. De hecho, el análisis del viaje del usuario indica que las etapas de entrega y postventa presentan evaluaciones negativas, reflejando deficiencias en la experiencia de consumo y posibles infracciones legales.

Si bien se reconoce la existencia de una estructura legal robusta para la protección del consumidor es necesario destacar que, se requiere un mayor compromiso por parte de los proveedores para cerrar las brechas de desajustes e incumplimientos, como lo son el respeto por las distintas garantías o la entrega de información relevante para el consumidor tales como manuales de uso, fichas técnicas, entre otra documentación relevante.

Para ello, se propone fomentar colaboraciones con otras instituciones públicas, reuniones con la Cámara de Comercio de Santiago y la implementación de mesas de trabajo para mejorar la regulación y fiscalización, tanto en el mercado interno como en el comercio electrónico transfronterizo. Dependiendo de la gravedad de las observaciones, se propone evaluar distintas acciones pertinentes para promover buenas prácticas y asegurar el cumplimiento de la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

7. ANEXOS

7.1. Marco legal y normativo

Marco Legal:

Leyes y Códigos:

- Ley de Protección al Consumidor 19.496 y sus actualizaciones.
- Ley 19.628 Sobre Protección de la Vida Privada (Ley de Protección de Datos personales). Ministerio Secretaría General de Gobierno y sus actualizaciones.
- Ley 17.336 Sobre Protección de la Propiedad Intelectual. Ministerio de Educación Pública.
- Ley 19.039 Establece Normas Aplicables a los Privilegios Industriales Y Protección De Los Derechos De Propiedad Industrial. Del Ministerio De Economía, Fomento Y Reconstrucción.
- Ley 20.169 que Regula la Competencia Desleal del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción; Subsecretaría de Economía, Fomento y Reconstrucción.
- Ley 19.799 Sobre Documentos Electrónicos, Firma Electrónica Y Servicios De Certificación de Dicha Firma Del Ministerio De Economía, Fomento Y Reconstrucción; Subsecretaría De Economía, Fomento Y Reconstrucción.
- Código de Comercio del Ministerio de Justicia y sus actualizaciones.

Decretos:

- Decreto 114 Aprueba el reglamento sobre seguridad de los juguetes Ministerio de salud.
- Decreto Supremo de Educación N° 277, de 30 de abril de 2013, que aprueba el Reglamento de la Ley N° 17.336 de Propiedad Intelectual y deroga el reglamento aprobado por D.S. N° 1.122, de 1971.
- Decreto N° 425 del Ministerio de Educación, que reglamenta el procedimiento de inscripción en el registro de mediadores y árbitros de Propiedad Intelectual, la forma y características de éste y los honorarios que mediadores y árbitros deberán percibir.
- Decreto N°6/2021. Reglamento de Comercio Electrónico.
- Decreto 176/2006. Dispone requisitos que deben cumplir las sillas para niños menores de cuatro años de edad que viajen en los asientos traseros de los vehículos livianos. Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones; Subsecretaría de Transportes

Resoluciones:

- Resolución Exenta N° 336 Establece etiquetado con advertencias de seguridad para hervidores eléctricos (jarros) con capacidad nominal hasta 10 L.
- Resolución Exenta N° 70 Aprueba las especificaciones técnicas definitivas de la etiqueta de consumo energético de lavadoras de ropa y establece etiqueta de consumo energético correspondiente.
- Resolución Exenta N° 1463/16. Norma técnica que regula las especificaciones técnicas mínimas que deberán cumplir los equipos terminales utilizados en las redes móviles.

Circulares:

- Circular Interpretativa Sobre El Derecho A La Calidad E Idoneidad: Régimen De Garantías. RESOLUCIÓN EXENTA N° 0190, SERNAC, Santiago, 21 de marzo 2019. Ver enlace: https://www.sernac.cl/portal/618/articles-9194_archivo_01.pdf
- Circular Interpretativa Sobre Buenas Prácticas En Comercio Electrónico. RESOLUCIÓN EXENTA N° 0184, SERNAC, Santiago, 21 de marzo 2019. Ver enlace: https://www.sernac.cl/portal/618/articles-9195_archivo_01.pdf
- Circular Interpretativa Sobre Publicidad Y Prácticas Comerciales. RESOLUCIÓN EXENTA N° 0187, SERNAC, Santiago, 21 de marzo 2019. Ver enlace: https://www.sernac.cl/portal/618/articles-9190_archivo_01.pdf
- Circular 16.621; Min. Energía y SEC (Sello) SEC.

Marco Normativo:

Normas técnicas:

- NCh3313:2020. Equipos de juego inflables - Requisitos de seguridad y métodos de ensayo.
- NCh3323: 2013. Especificaciones para andadores de bebés Indicaciones de etiquetado.
- Proyecto de Reglamento Técnico Sobre Etiquetado de Colchones.
- NCh 2788: Of 2003 Sobre Juguetes – Requisitos de Rotulación.

Normas de organización industrial de proveedores:

- Normas vinculantes a los socios de CCS, relacionados con códigos de ética.

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos

- Código de Buenas Prácticas.
- Código de Buenas Prácticas para el comercio electrónico.

7.2. Resultados Viaje del usuario

Proveedor	Distribución de los reclamos por etapa del viaje de usuario por proveedor						Participación del total de reclamos del periodo
	Ingresar a la tienda virtual/Web	Buscar productos	Disponibilidad	Pagos	Entrega del Producto	Post Venta	
Linio	0,5	3,2	2,6	6,9	27,9	58,8	30,1
Paris	0,4	2,4	3,4	5,6	24,8	63,4	15,5
Líder	0,5	3,7	6,6	8,1	24,9	56,1	11,3
Ripley	0,6	4,6	6,2	4,7	27,9	56,0	8,4
Falabella	0,5	2,2	3,2	5,1	32,4	56,6	7,3
Sodimac	0,4	3,7	5,1	5,1	28,8	56,9	5,5
Mercadolibre	1,7	3,3	0,9	12,8	11,1	70,2	4,81
Entel	15,6	12,3	0,0	21,6	0,3	50,3	3,8
La Polar	0,2	3,9	5,8	4,0	25,2	61,0	3,15
Tottus	0,2	3,0	4,0	6,8	25,0	61,0	2,81
WOM	8,7	12,1	0,0	24,0	0,7	54,5	1,8
Hites	0,2	3,1	5,7	4,1	23,8	63,2	1,77
Jumbo	0,7	9,7	7,3	11,1	10,7	60,6	1,5
Dafiti	0,2	3,0	5,4	7,0	23,7	60,6	1,2
Corona	0,7	1,1	2,2	8,9	27,1	59,9	0,5
Buscalibre	0,3	2,0	6,8	5,1	25,1	60,7	0,2
YAPO	6,4	0,9	0,0	14,5	22,7	55,5	0,07
Philips	0,0	3,3	1,7	3,3	26,7	65,0	0,04
A3D	0	7,5	2,5	5,0	17,5	67,5	0,03
Participación del total reclamos del periodo	1,2	3,8	3,7	7,5	24,5	59,1	100

7.3. Beneficios de una correcta rotulación

Los requisitos de rotulación mencionados tienen funciones importantes en la comercialización y comunicación con los consumidores, todos ellos implican el cumplimiento legal, regulatorio y/o normativo, que son elementos que ayudan a la toma de decisiones informadas de los consumidores.

La consecuencia de la parcialidad, ausencia, ilegibilidad o idioma distinto al español de la rotulación, usualmente están relacionadas con la confusión del consumidor, riesgos de seguridad por uso incorrecto o inseguro, problemas de garantía y dificultades en la devolución.

Requisito	Beneficios para el consumidor
Nombre del producto	Ayuda en la identificación y reconocimiento del producto, como así también diferenciar.
Características del producto	Son útiles porque proporcionan al consumidor información clave sobre lo que están comprando. Esta permite disponer de: información detallada del producto, comparar, conocer las especificaciones técnicas, garantía de calidad, información de seguridad, transparencia, resolución de problemas.
Marca del producto	• Identificar y reconocer. • Calidad y confiabilidad. • Diferenciar. • Confianza del consumidor. • Facilita la búsqueda.
Descripción general	• Información básica. • Facilita la identificación. • Diferenciación. • Ahorro de tiempo.
Ficha técnica del producto	• Información detallada. • Toma de decisiones informada. • Información precisa (características específicas, requerimientos técnicos-dimensiones, potencia, compatibilidad, etc.).

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos

Requisito	Beneficios para el consumidor
Instrucciones de uso	• Seguridad del usuario. • Uso adecuado. • Mantenimiento y cuidado. • Cumplimiento de garantías. • Reducción de problemas y devoluciones. • Responsabilidad del fabricante y accesibilidad.
Stock inicial	• Transparencia y confianza con la empresa. • Gestión de expectativas. • Evitar decepciones.
Informar precio final inicialmente	Evita la confusión y ayuda a dimensionar la magnitud del descuento.
Informar precio anterior	Evita la confusión y ayuda a dimensionar la magnitud del descuento.
Informar términos y condiciones de la oferta o promoción.	• Permite ofrecer ofertas y promociones justas y claras para los clientes. • Transparencia y confianza. • Protección legal (fechas de validez, inclusiones y restricciones). • Prevención de abuso de la oferta: como limitaciones en la cantidad de productos que se pueden comprar. • Garantía de cumplimiento. • Gestión de expectativas. • Protección de fraudes y mal uso de la oferta.
Informar precio de despacho claramente.	• Transparencia. • Gestión de costos. • Evitar sorpresas desagradables. • Comparar precios del servicio. • Claridad en la política de envío. • Personalizar la entrega.
Informar que el despacho será segmentado en más de un envío separando los productos.	• Transparencia. • Gestión de costos. • Evitar sorpresas desagradables. • Comparar precios del servicio. • Claridad en la política de envío. • Personalizar la entrega.

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos

Requisito	Beneficios para el consumidor
Informar precio oferta con medio de Pago.	• Transparencia y claridad. • Facilita la toma de decisiones. • Evitar sorpresas desagradables. • Incentiva el uso de ciertos medios de pago. • Personalizar la experiencia del cliente. • Cumplimiento legal, regulatorio y/o normativo.
Informa medios de pago	• Transparencia y claridad. • Facilita la toma de decisiones. • Evitar sorpresas desagradables. • Incentiva el uso de ciertos medios de pago. • Personalizar la experiencia del cliente.
Entregar información veraz y oportuna sobre los bienes.	• Construcción de confianza. • Satisfacción del cliente. • Reducción de consultas y quejas. • Reducción de devoluciones.
Entregar información sobre su precio.	• Transparencia. • Facilita de toma de decisiones. • Reduce la incertidumbre. • Ahorra tiempo. • Incentiva la compra. • Permite la comparación. • Personaliza la experiencia del cliente. • Permite la planificación financiera. • Evita malentendidos.
La difusión se realiza en idioma castellano.	• Facilita la comunicación. • Mejora la experiencia con el cliente.
La difusión se realiza en términos comprensibles y legibles.	• Facilita la comprensión. • Mejora la experiencia del cliente. • Evita errores. • Construye confianza. • Reduce consultas y quejas. • Ahorra tiempo. • Promoción efectiva. • Mejora la retención de información.

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos

Requisito	Beneficios para el consumidor
La difusión se realiza en la moneda de curso legal (peso chileno).	• Facilita la comprensión y comparación de precios. • Reduce la confusión. • Mejora la transparencia. • Facilita la planificación del presupuesto. • Reduce los riesgos cambiarios (para empresas con importaciones o compras internacionales).
El proveedor informa los pasos a seguir para celebrar el contrato e informa si el documento electrónico será archivado y si este será accesible al consumidor.	• Transparencia y claridad. • Reducción de malentendidos. • Mejora la experiencia del cliente. • Facilita la resolución de problemas. • Garantiza la accesibilidad y la integridad de los registros.
Entrega información sobre las características técnicas del producto.	• Información detallada. • Toma de decisiones informada. • Información precisa (características específicas, requerimientos técnicos-dimensiones, potencia, compatibilidad, etc.).
En productos potencialmente peligrosos, informar advertencias e indicaciones necesarias para su correcto uso.	Las advertencias son relevantes en general para los productos, más aún si son destinados para niños, ya que estas sean inadecuadas (no relativas a la verdadera naturaleza del producto) o no estén disponibles pueden convertir un producto en inseguro. Estas sirven para: • Protección del consumidor. • Reducción de riesgos. • Responsabilidad del fabricante. • Reducción de posibles juicios. • Satisfacción del cliente. • Educación del consumidor. • Previene el mal uso del producto. • Confianza del consumidor.
Entregar información básica comercial.	• Facilita la identificación. • Diferenciación de marca. • Simplifica la compra repetitiva.
Se mostró la etiqueta del producto en el sitio web antes de la compra.	• Transparencia. • Reducción de devoluciones. • Mejora la satisfacción del cliente. • Ahorra tiempo. • Facilita la comparación.

Análisis del comercio electrónico 2023: información sobre etiquetado general, sectorial y de seguridad de los productos

Requisito	Beneficios para el consumidor
Proporcionar la información de seguridad pertinente en el sitio web.	• Protección del consumidor. • Reducción de riesgos. • Responsabilidad del fabricante. • Reducción de posibles juicios. • Satisfacción del cliente. • Educación del consumidor. • Previene el mal uso del producto. • Confianza del consumidor.
La etiqueta incluye toda la información requerida.	• Transparencia y confianza. • Toma de decisiones informadas. • Reducciones de devoluciones. • Mejora la seguridad del consumidor. • Satisfacción del cliente. • Facilita la identificación y trazabilidad del producto.

Elaboración libre.

Fuente: SERNAC, 2023.