

Talía Chau: ¿Conocemos nuestros derechos como consumidores?

A diario millones de personas adquieren productos o servicios, ya sea en forma física (tiendas) o virtual (e-commerce), para satisfacer necesidades. Según datos del Instituto Peruano de Marketing (IPM), el comercio electrónico sigue creciendo. Durante el 2019 facturó US\$ 4 mil millones y para finales del 2020 la facturación superó los US\$ 6 mil millones.

Por su parte, hasta marzo del 2022, se habló de una proyección de crecimiento de hasta el 110% en el comercio electrónico en el Perú para el año 2025. Como se puede observar, el consumo se incrementa, pero surge una interrogante que es necesario analizar: ¿Las personas se informan debidamente antes de adquirir un producto? ¿Conocen qué obligaciones legales tiene una empresa frente al consumidor y lo que adquiere?

El Código de Protección al Consumidor del Perú (CPC) establece que todo proveedor debe garantizar que los consumidores puedan acceder a bienes y servicios de calidad en salvaguarda de sus derechos. (Ley 29571, 2010, Art. 1). Pero, ¿cuáles son estos derechos? **Dentro de los principales se encuentran el acceso a información oportuna, suficiente, veraz, fácilmente accesible y relevante para tomar una decisión de consumo.** El consumidor tiene como alternativas la reparación o reposición del producto, una nueva ejecución del servicio o la devolución de la cantidad pagada. También, debe contar con la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, céleres o ágiles, con formalidades mínimas y gratuitos o no costosos, entre otros.

Además del respeto de los derechos señalados, el proveedor tiene obligaciones que giran en torno al derecho a la información y la idoneidad de los productos y servicios brindados. En primer lugar, se debe ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo. Asimismo, se debe evitar la omisión de información que induzca al consumidor a error respecto a la naturaleza, características o cualquier otro dato de los productos o servicios ofrecidos. De la misma manera, la empresa debe advertir los riesgos de aquellos productos peligrosos o riesgosos para la salud o la seguridad de las personas.

Asimismo, se debe poner a disposición de los consumidores un libro de reclamaciones para la presentación de las quejas y reclamos por inconvenientes surgidos tras la compra de un producto o servicio. Sobre este último punto, es preciso indicar que **a partir del pasado 21 mayo el plazo que tienen las empresas para atender un reclamo cambia de 30 días calendario (plazo actual) a 15 días hábiles.**

Por ello, si te encuentras en una situación en la que un producto o servicio no cumple con lo que se te ofreció, se recomienda presentar una queja o reclamo, dependiendo de la circunstancia, en el conocido libro de reclamaciones. Es derecho de todo consumidor exigir, así como manifestar su disconformidad y que esta sea atendida. **De no ser atendida, el consumidor podrá denunciar a la empresa ante Indecopi y esta podrá imponer sanciones que van desde la amonestación a multa de 150 UIT (S/ 690.000).**