



La “insufrible” respuesta mecánica:

# ¿No logra que un ser humano atienda su queja?



Grabaciones como “Marque uno... dos o tres”, son mensajes automáticos que no siempre resuelven el problema del cliente. Toda empresa debe disponer de canales de acceso expeditos y gratuitos para que los consumidores hagan sus reclamos... pero no siempre es así.

A quién no le ha pasado: navegar en las páginas web de empresas en busca de un teléfono o correo electrónico de contacto para plantear una queja o hacer una consulta.

Los reclamos más frecuentes que recibe Línea Directa de los lectores se refieren a que es fácil hacer una compra y pagar por internet, pero cuando el pedido se atrasa o quieren hacer alguna consulta, es imposible comunicarse con la empresa porque no hay cómo hacerlo. O, peor, que la vía de contacto es un robot que entrega distintas alternativas que no son las que se buscan. Toda esta tramitación dificulta el contacto del cliente con las empresas.

Le ocurrió a Carlos Piña, quien nos contó que el alcantarillado de su domicilio estaba obstruido, entre la primera cámara y la calle, cuya solución le corresponde a la sanitaria. “Es imposible comunicarse por teléfono con ningún ser humano en esa empresa; ni hay una dirección de correo electrónico para escribirles. Solo dan la opción en la página web de llenar un formulario para emergencias”, nos relató.

José Pablo Zambrano quería finiquitar el contrato que tenía con una empresa de alarmas, pero era una tarea imposible. “Hay que escribir un *e-mail* y luego llaman del departamento de fidelización, quienes se niegan a procesar la solicitud. Después, es necesario enviarla a la dirección de correo que ellos indican para la desconexión, pero esta no funciona”. Pese a su insistencia, no conseguía resultados.

J. Cristián Rodríguez llevaba varios días tratando de recuperar una inversión hecha a través de un sitio web. “El trámite me ha resultado imposible y no hay cómo comunicarse con algún ser humano”, reclamaba.

En todos estos casos, en que los lectores solicitaron la ayuda de Línea Directa, se logró una solución. No obstante, lo que debería ser un simple trámite “para un común mortal, esta tarea es imposible”, según comentó Stella Ramírez.

**SIN CANALES “HUMANOS”**  
**“Es deber de las empresas considerar total de eliminación de canales de comunicación con seres humanos puede potencialmente constituir una discriminación a los consumidores que son adultos mayores”.**  
**(Sernac)**

Para saber cuáles son las obligaciones de las empresas respecto de las formas de contacto que ponen a disposición de sus clientes consultamos con el abogado Sebastián Bozzo, decano de la Facultad de Derecho de la Universidad Autónoma. Nos señaló que en Chile no existe una norma que obligue expresamente a los proveedores a publicar un número telefónico. Sin embargo, la ausencia total de canales de contacto puede interpretarse como una infracción al derecho a recibir información veraz y oportuna, consagrado en el artículo 3 de la Ley del Consumidor, advirtió.

También preguntamos en el Sernac y nos contestaron que todo consumidor necesita comunicarse a diario con las empresas para contratar, modificar o terminar con un servicio, como también preguntar por una compra por internet que no ha llegado o hacer seguimiento al despacho de productos adquiridos, por lo que el no encontrar respuesta es frustrante.

Añadieron que la calidad del servicio debe ser tanto para la preventa, como para la venta, y muy especialmente para la posventa. Esto implica la obligatoriedad de contar con canales de acceso expeditos y gratuitos para que los consumidores —que quieren hacer las consultas o interponer sus reclamos en caso de algún problema— lo puedan hacer.

## “Consumidores hipervulnerables”

En el Sernac mencionaron que en 2021 dictó una circular interpretativa sobre “consumidores hipervulnerables” —que determina la existencia de aquellos cuyas características personales los hacen especialmente vulnerables a ciertas prácticas de los proveedores— obligándolos a adoptar medidas que impidan su discriminación u ostracismo respecto del mercado.

Conforme a lo anterior, catalogaron a los adultos mayores como un grupo etario que

## ■ Proyecto de ley: “Sernac te protege”

En el Sernac informan que el proyecto de ley “Sernac te protege” —que se encuentra actualmente en tramitación en el Congreso Nacional— refuerza los deberes de posventa. Y en especial, ofrecer los mismos canales de comunicación que se prometieron al momento de la contratación.

está acostumbrado a la atención persona a persona; y al cual le resulta especialmente difícil aprender y/o utilizar nuevas tecnologías para sus relaciones de consumo. “Es deber de las empresas considerar que la eliminación total de canales de comunicación con seres humanos puede potencialmente constituir una discriminación a esta clase de consumidores”, aseveraron en el servicio.

Del mismo modo, si una empresa establece un canal de atención para sus cliente (un *call center*, un correo electrónico o mensaje por WhatsApp), es su deber responder en forma oportuna y adecuada, de acuerdo a su deber de profesionalidad.

Adicionalmente, el Reglamento de Comercio Electrónico, que comenzó a regir en marzo de 2022, obliga a las empresas que utilicen este canal de venta a cumplir una serie de obligaciones, lo que va en directo beneficio de los consumidores.

Este reglamento establece reglas respecto

de la individualización del proveedor y el operador de plataforma, debiendo informar claramente la forma de contacto para que los consumidores puedan realizar preguntas y resolver problemas.

En cuanto a los plazos que tienen las empresas para responder, en el servicio afirman que si bien la legislación no establece un tiempo perentorio para ello, existe el derecho de los consumidores a recibir la información de forma oportuna, lo que significa que las empresas están obligadas a contar con canales de acceso expeditos y gratuitos para que quienes deseen hacer las consultas o interponer sus reclamos sobre los bienes y servicios ofrecidos, puedan hacerlo en caso de algún problema o inconveniente.

En opinión del abogado Bozzo, lamentablemente hoy no existe un derecho específico que permita al consumidor reclamar por la falta de atención humana o por la frustración que generan los bots ineficaces. “Esta es una brecha legal que urge abordar”, estima.

A su juicio, no basta con decir “marque 1” o esconderse tras formularios web que no responden. Dice que el consumidor necesita canales efectivos, humanos y accesibles.

Cita como ejemplo el caso de España, donde en 2024 entró en vigencia una ley que prohíbe el cobro por llamadas de atención, que fijó tiempos máximos de espera y garantizó el derecho a hablar con una persona. “En Chile, urge una regulación moderna que impida que la tecnología, en vez de acercar, termine alejando al consumidor de sus derechos”, concluye el profesional.