

Considera que sería una cláusula abusiva debido a que no existe una contraprestación adicional

# Dictamen del Sernac abre nuevo flanco con *retailers* por cobros para retiros de productos en tienda

Actores del comercio apuntan a que la resolución afectaría al modelo *online* y a potenciales aumentos de costos para los operadores del sector.

NICOLÁS BIRCHMEIER

En el comercio local causó sorpresa la publicación de un reciente dictamen del Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) que podría afectar la dinámica del *e-commerce* en el país.

La entidad proconsumidor publicó una resolución exenta el 21 de abril, con el "propósito de dar certeza al mercado y a los consumidores" respecto a la opción de retiro en tienda para la entrega de productos adquiridos vía internet.

En el documento, indicó que una vez celebrado el contrato de compraventa de un producto, sea "de forma remota o presencial, el consumidor debe pagar el precio de la cosa y el proveedor debe darla, no pudiendo cobrar, por ese solo hecho, un monto adicional". Clificó que este tipo de "cláusulas abusivas" infrin-

gen la Ley del Consumidor.

Por lo tanto, los *retailers* que venden por internet, y que cuenten con tiendas físicas, no deben aplicar un cobro extra, puesto que no existiría una contraprestación adicional. En cambio, tienen que disponer de, al menos, un mecanismo de entrega gratuita.

## Reclamos

En octubre de 2024, Sernac inició un Procedimiento Voluntario Colectivo (PVC) con Ripley ante potenciales infracciones a la Ley del Consumidor, al no informar sobre la existencia de un cobro adicional de \$990 para retirar los productos adquiridos vía *online* y al no establecerlo en los términos y condiciones publicados en su sitio *web*. Según la entidad, fueron afectados unos 280 mil pedidos y más de 180 mil



Desde 2024 a la fecha, el Sernac ha recibido 785 reclamos relacionados a cobros en retiro en tienda.

consumidores.

Si bien Ripley aceptó el procedimiento, cercanos a la multitienda indican que este cobro se realiza a las ventas hechas a través de terceros (3P) en su *marketplace* y no afectaba a los productos vendidos por la firma.

El año pasado, también inició una investigación por cobros de \$990 por parte de Opaline y Colloky.

Tras las consultas enviadas por "El Mercurio", Sernac infor-

mó que desde 2024 a la fecha, registraron 785 reclamos asociados a cobros por retiro en tienda.

En este lapso, Ripley concentra un 33,25% de los reclamos. Colloky representa un 9,68% y Opaline un 4,97%.

También aparecen los *retailers* del Grupo Falabella: Falabella.com-Linio con un 7,9%; Sodimac con 3,31% y Tiendas Falabella (Retail) con 3,06%.

Y la división de *retail* del holding Cencosud posee un 4,33%

del total, mientras que Easy representa un 2,29%. En tanto, la cadena Farmacias Cruz Verde posee un 1,40%.

## Inquietud en el retail

La resolución generó preocupación en el comercio. "Nos sorprendió, ya que no habíamos tenido consultas ni reclamos frente al tema", dijo José Pakomio, presidente de la Cámara Nacional de Comercio (CNC). "La resolución del Sernac, tal como está redactada, desconoce la realidad del comercio electrónico y pretende imponer obligaciones propias del proveedor a plataformas que solo actúan como intermediarias", indicó.

Agregó que se debe aclarar "la distinción entre quienes venden y quienes solo intermedian, evitando así interpretaciones administrativas que distorsionan el mercado, generan incertidumbre regulatoria y perjudican especialmente a las pymes".

En la Asociación Gremial Marcas del Retail (MDR) plantearon que "desde el punto de vista del negocio, imponer por ley que el retiro en tienda sea

gratuito puede generar distorsiones importantes". Ello, debido a los costos logísticos que podría conllevar un encarecimiento de los productos.

"Si el producto está disponible en el punto de retiro, no debería implicar un costo adicional; sin embargo, en muchos casos, los artículos deben ser trasladados desde bodegas u otras tiendas, lo que genera costos logísticos (...). Si esa operación se obliga a ser gratuita, podría afectar la eficiencia del sistema e incluso generar distorsiones que impacten en los precios finales, especialmente para los operadores más pequeños", dijo Gonzalo Errázuriz, gerente general de MDR.

María Teresa Vial, presidenta de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), afirmó que "las normas que rigen el comercio electrónico están bastante claras, y en ese sentido no nos parece que el dictamen implique un raya de cancha. Es una interpretación sobre la cual debemos trabajar todas las partes para incorporar todas las realidades descritas, en beneficio de las opciones de elección y bienestar del consumidor".