

DEBERES DE LAS Y LOS CONSUMIDORES: UN ROL CLAVE EN EL MERCADO



Marissa Brieba,
Directora Regional de SERNAC
de La Araucanía.

Mucho se habla de los derechos de las y los consumidores y cómo estos deben ser estrictamente respetados por las empresas. Sin embargo, las personas consumidoras también cumplen un rol clave en el buen funcionamiento del mercado, a través del ejercicio responsable de sus deberes.

En la práctica, participar del mercado no es solo comprar, sino que hacerlo de la manera más consciente posible. Cada decisión de consumo implica evaluar información, comparar alternativas y entender qué es lo que se está adquiriendo. Por

esta razón, el informarse previamente es uno de los principales deberes, ya que es una herramienta fundamental que permite a las y los consumidores tomar la mejor decisión posible.

El detenerse a leer, comprender y preguntar cuando algo no está claro, permite reducir riesgos y tener mayor claridad sobre los compromisos asumidos, sobre todo cuando se trata de contratos más complejos. Muchas de las dificultades en materia de consumo surgen precisamente por desconocimiento o falta de información.

En este contexto, también es relevante cómo y dónde se realizan las compras. Si bien desde SERNAC siempre se recomienda optar por el comercio establecido, la verdad es que este es un deber de las personas consumidoras, ya que esto no solo entrega mayores certezas, sino que también permite acceder a mecanismos formales en caso de que ocurran inconvenientes.

A su vez, el consumo responsable no termina en la compra. El uso adecuado de los bienes y servicios,

junto con la adopción de medidas que eviten riesgos, forma parte de una conducta que beneficia tanto quien compra como a su entorno. Esto cobra especialmente importancia en productos que requieren ciertas condiciones de almacenamiento, manipulación o uso.

El ejercicio de los derechos, por su parte, también requiere responsabilidad, puesto que utilizar los canales de reclamo existentes de manera adecuada y con fundamentos, permite que estos mecanismos funcionen correctamente y cumplan su objetivo.

En este escenario, la educación de las y los consumidores juega un rol clave, ya que mientras más informadas estén las personas mayor será su capacidad de tomar decisiones conscientes, exigir lo que corresponde y actuar de manera responsable dentro del mercado.

Por esta razón, parte de las misiones de SERNAC son educar e informar, contribuyendo a una mayor comprensión de los derechos y deberes de las y los consumidores.