

Informe de Impacto Regulatorio Evaluación Prel



Tipo de Normativa: Decreto

Materia: NUEVO REGLAMENTO SOBRE INFORMACIÓN DEL PRECIO POR UNIDAD DE MEDIDA DE PRODUCTOS OFRECIDOS AL CONSUMIDOR

Ministerio que lidera: Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

Ministerios que firman:

Fecha Informe: 10/10/2024 9:10:52

Evaluación Preliminar

I. Propuesta

Descripción

Con el objeto de fortalecer la transparencia y calidad de la información que se entrega a los consumidores en relación con el precio como elemento esencial en todo acto de consumo, se propone un nuevo Reglamento sobre Información del Precio Unitario de los Productos. El nuevo reglamento implica la obligación de los vendedores, tanto en tiendas físicas como en plataformas de comercio electrónico, a informar el precio por unidad de medida (PPUM) junto con el precio de venta de los productos. Además, se amplían las definiciones para incluir nuevos actores en el mercado y se establecen excepciones para ciertos tipos de productos. La propuesta de reglamento también especifica cómo se debe presentar esta información, dependiendo del tipo de producto y unidad de medida correspondiente.

Cambios normativos

Cambios Normativos: Modifica normativa existente

Rango de la Regulación: Modifica normas relativas a servicios o mercados regulados

II. Descripción General

Problema identificado

En octubre de 2002 se publicó el Decreto Supremo 229, del Ministerio de Economía que aprueba el Reglamento sobre información del precio unitario de los productos (el "Reglamento"). Este reglamento incorporó una serie de obligaciones para los supermercados de informar al consumidor final el Precio por Unidad de Medida (PPUM), conjuntamente con el precio de venta de cada uno de los productos que ofrezcan, en aplicación del Artículo 30 de la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

Sin embargo, luego de más de veinte años de vigencia, se han observado los siguientes problemas:

1. Persiste un alto grado de desconocimiento por parte de los consumidores respecto del PPUM y su función como elemento para comparar los precios de productos y tomar la decisión de consumo más adecuada.
2. Algunas de las obligaciones que impone el Reglamento no han sido del todo efectivas para cumplir su objetivo.
3. No existe uniformidad entre las unidades de medidas que se informan, por ejemplo, la revisión de casos muestra que respecto de un mismo producto el PPUM puede informarse por kilo y por gramos, lo que complejiza la comparabilidad.
4. Desde la fecha de dictación del decreto hay conceptos propios de la comercialización de productos que han variado, siendo necesaria su actualización.
5. El exponencial crecimiento de la digitalización de la actividad económica y las plataformas de comercio electrónico, hacen necesario ampliar el ámbito de aplicación del reglamento, ya que actualmente solo aplica a la venta física en supermercados.
5. La norma vigente en lugar de establecer una obligación general de información, identifica ciertos productos respecto de los cuales se debe informar el precio. El reglamento contempla un listado inicial, que debía ser complementado mediante decretos del Ministerio, pero dicha actualización no se materializó en la práctica, por lo que es necesario avanzar desde un

listado, hacia una obligación general de información.

Objetivos esperados

El objetivo general es profundizar la efectividad de las medidas de fortalecimiento de la transparencia y calidad de la información que se entrega a los consumidores en relación con el precio de los productos, lo que constituye un elemento esencial en todo acto de consumo. Con el nuevo reglamento se esperan los siguientes objetivos específicos: 1. Que los productos que se ofrecen tanto en establecimientos físicos como en plataformas de comercio electrónico, informen adecuadamente el PPUM. 2. Estandarización de la información, es decir, que cada tipo de producto se debe utilizar la misma Unidad de medida, de manera que permita la comparación de precios. 3. Que la información del PPUM cumpla con las características de ubicación y tamaño que señala el reglamento.

Alternativas consideradas

Una primera alternativa era mantener la norma actual, sin embargo, esto fue descartado ya que su contenido no es acorde a las características del comercio actual y el cumplimiento es asimétrico.

Una segunda alternativa que se evaluó fue modificar la norma, pero mantener la lógica del reglamento original, esto es, revisar el listado de productos y ampliarlos, de manera que sea acorde a la actualidad. Sin embargo, esta alternativa se descartó, ya que al restringir la obligación a un listado de productos, siempre existe el riesgo que productos se queden fuera. Asimismo, los posibles mecanismos de actualización de este listado, son complejos de implementar y por lo tanto, existe el riesgo de que el listado no se actualice.

Justificación de la propuesta

La propuesta aborda los dos principales problemas de la regulación actual de manera efectiva. Primero, al establecerse una obligación general de información, se elimina la necesidad de actualización periódica del listado de productos sujetos a la obligación de informar. Segundo, el reglamento establece el deber para los proveedores de informar la misma unidad de medida para cada tipo de producto se debe utilizar la misma Unidad de medida, de manera que permita la comparación de precios por unidad de medida de los productos ofrecidos a los Consumidores. Esto permite estandarizar la información de cara a los consumidores, y por otro lado, entrega certeza a los proveedores sobre cuál es la información que se debe entregar. Finalmente, el incluir a las plataformas de comercio electrónico, beneficia al gran porcentaje de la población que utiliza este canal de compras, y por otro, el PPUM es una información que las grandes cadenas de supermercado ya tienen disponible online en muchos casos. Entendiendo que esto puede ser una carga muy grande para las micro empresas, estas son excluidas del reglamento.

Descripción del contenido de la propuesta

El Reglamento tiene por objeto establecer la obligación de los vendedores, sea presencialmente en establecimientos físicos o a través de una Plataforma de comercio electrónico, y de operadores de Plataformas de comercio electrónico, de informar al consumidor el Precio por unidad de medida, conjuntamente con el Precio de venta de cada uno de los productos que ofrezcan, indicando la cantidad a cuya magnitud correspondan. Su información debe facilitar y promover la comparación de productos ofrecidos a los consumidores.

Se aplicará tanto a los productos nacionales como a aquellos de procedencia extranjera que se comercialicen en el país, sea que estos se comercialicen por el vendedor presencialmente o a través de medios electrónicos u otras formas de comunicación a distancia.

Quedarán exceptuados de su aplicación, aquellos Vendedores que sean calificados como microempresas.

Se deberá informar el PPUM de: a) todos los productos cuyos envases o envoltorios indiquen una Unidad de medida determinada, y b) los productos formados por unidades o piezas de idéntica naturaleza que se comercializan en un mismo envase. Se establecen, además, ciertas excepciones, como los productos compuestos por unidades de diferente naturaleza que se vendan en un mismo envase, los que se comercializan en cantidades inferiores a 50 gramos o mililitros, los productos suministrados con ocasión de la prestación de un servicio, los productos que se vendan en subasta pública, entre otros.

Entrada en Vigencia

El presente Reglamento entrará en vigencia en un plazo de nueve meses contados desde su publicación en el Diario Oficial,

salvo respecto de aquellos Vendedores que sean calificados como pequeñas empresas, de conformidad con lo establecido en el inciso segundo del artículo segundo de la Ley N° 20.416, para los cuales las disposiciones del presente reglamento entrarán en vigencia en el plazo de doce meses desde su publicación.

Toda vez que se informe el Precio de venta, este se deberá indicar junto con el Precio por unidad de medida, y tanto el Precio de venta como el Precio por unidad de medida deberán indicarse de manera inequívoca, fácilmente identificables y legibles, situándose en el mismo campo visual del Consumidor.

La inobservancia e infracción de las disposiciones del presente Reglamento se sancionarán conforme a la Ley N ° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores

III. Agentes o grupos impactados directamente por la propuesta

Agentes o Grupos	Costos	Beneficios
Personas naturales	No	No
Personas consumidoras	No	Sí
Trabajadores y trabajadoras	No	No
Empresas	Sí	No
Micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes)	Sí	No
Instituciones del Sector Público	No	No
Mujeres	No	No
Niños, Niñas y Adolescentes (NNA)	No	No
Personas con discapacidad	No	No
Comunidad LGTBIAQ+	No	No
Pueblos originarios	No	No
Personas migrantes	No	No

Detalle de la distribución del impacto

Respecto de los beneficios, el reglamento impacta positivamente a todas las personas consumidoras del país. En cuanto a sus impactos, se considera que su implementación puede tener mayores costos en las pequeñas y medianas empresas, razón por la cual, en la disposición transitoria se entrega un plazo de 12 meses, versus la entrada en vigencia general de 9 meses. Las micro empresas se encuentran excluidas de la obligación, ya que el costo de cumplir con la obligación es alto para su baja capacidad operativa y riesgo de discriminación, por ello, las microempresas no tienen costos como consecuencia del reglamento.

Aplicación diferenciada a Mipymes

Sí

Impacto en género

Neutro

Detalle de impacto en género

No existe un impacto de género, ya que no se modifican mecanismos ni estructuras que afecten la igualdad de género

IV. Costos Esperados

Tipos de Costos	
Costos financieros directos	No

Costos de cumplimiento	Sí
Costos indirectos	No

V. Impacto Neto

Distribución de los efectos esperados

Región:

No tiene impacto específico por región.

Sector Económico:

Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores/enseres domésticos.

Grupo Etario:

No tiene un impacto específico por grupo etario.

Magnitud y ámbito del impacto esperado

La propuesta tiene un alto impacto esperado en los siguientes ámbitos: Competencia en los mercados;

Asimismo, se espera que impacte en menor medida los siguientes ámbitos: Vida personal y familiar; Inclusión Social;

Crecimiento y productividad; Transformación digital;