



El 13-3-21, la Licda. Ada Bracamonte, (Magister en Gestión y Política Pública), sacó un artículo, en OPINION, de LPG, titulado: ¿Precios? INBOX, que es muy interesante para toda empresa que publican sus productos y servicios en la Web, ya que nos plantea aspectos legales, según la Ley de Protección al Consumidor, además de la parte ética en los negocios, cuando no se colocan los precios de los productos, pues genera competencia desleal, a continuación, presentamos un resumen del artículo en mención, por su interés.

¿PRECIOS? INBOX

“En la Web, algunas veces los productos o servicios que te pueden interesar, resulta que no publican el precio.

Al consultarlo, la respuesta automática es: “Inbox” (es decir, que el proveedor brindará la información sobre el precio a través de un mensaje privado). Con el objetivo de animarnos a escribir mensaje mostrando interés, algo incómodo.

Pero el comercio electrónico está regulado frente al consumidor, en la Ley de Protección al Consumidor, específicamente en lo que respecta a la publicación del precio.

Artículo 21-A letra f), el cual Señala las obligaciones especiales para proveedores de bienes y servicios mediante comercio electrónico previas a la contratación, entre ellas, la de informar el precio total del producto

o servicio, de forma tal que el consumidor pueda adoptar una decisión de compra libremente.

Crear que esa es la forma en que se promueve el verdadero interés de un potencial cliente no deja de ser una forma de infantilizar a sus clientes, esos mismos a quienes se deben todos los proveedores.

El valor de la información completa, veraz y oportuna de cualquier bien o servicio que se ofrece debe ser un atributo que los consumidores deben apreciar al momento de seleccionar a un proveedor.

De esa forma, los consumidores podemos hacer cambiar esta práctica, generalmente artificiosa y desagradable, premiando la transparencia de la información de lo que se vende y el respeto a los derechos del consumidor.

A los comerciantes, grandes, pequeños, venta presencial o comercio electrónico: ¿tienen idea de lo incómodo y desmotivante que resulta a los consumidores, ver el ofrecimiento de sus productos o servicios y tener que contactarlos para conocer el precio de estos? “.

