

Legal |  
Opinión | Artículo 1 de 1

# La nueva regulación del stock en la "venta" electrónica

"...Resulta a lo menos curiosa la decisión normativa del Ejecutivo. La regla 'número disponible' es de más difícil implementación que la regla 'sin stock' y, en consecuencia, cabría pensar que era más razonable exigirla al proveedor que opera su propia plataforma, pues está en mejores condiciones de manejar sus inventarios y publicitarlos..."

Jueves, 25 de noviembre de 2021 a las 9:30



A<sup>-</sup> A<sup>+</sup> Imprimir Enviar

Juan Ignacio Contardo y Ricardo Torres

El 23 de septiembre pasado se publicó el Reglamento de Comercio Electrónico (Nº 6 de 2021 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo) que regula, especialmente, la información que los proveedores deben suministrar a los consumidores en plataformas de comercio electrónico, entendiendo por tales "todo sitio de internet o plataforma accesible a través de medios electrónicos, que permita a vendedores ofrecer productos o servicios, y a los consumidores adquirirlos o contratarlos, según corresponda" (art. 3 Nº 4 del Reglamento). Se trata de uno de los ya varios reglamentos de la ley sobre protección de los derechos de los consumidores, (Ley Nº 19.496, en adelante, LPDC).

Entre sus diversas materias, el art. 12 del Reglamento regula la información que debe suministrarse a los

consumidores sobre el stock y disponibilidad de los bienes y servicios ofrecidos en las referidas plataformas de comercio electrónico, contratos a los que el reglamento califica de "ventas" (la contratación de servicios técnicamente no es una compraventa, pero el Reglamento simplificó el



Juan Ignacio  
Contardo

Ricardo Torres

lenguaje). Esta es una novedad del Reglamento que desarrolla el derecho a la información del consumidor y la prevención de negativas arbitrarias de contratación.

De esta nueva regulación hay tres cosas que podemos destacar: su ámbito de aplicación (inc. 3º), la regla de informar la falta de stock (regla "*sin stock*" del inc. 1º) y la regla de informar el "*número disponible*" de productos (inc. 2º). Vamos al detalle.

Lo primero que conviene analizar es su campo de aplicación. El inciso 3º dispone que "este artículo no aplicará a las ventas de productos o prestación de servicios no sujetas a disponibilidad de stock, tales como ventas por encargo". De la norma parece desprenderse que hay contratos sujetos a disponibilidad de "stock" y contratos que no están sujetos a ello, aun cuando lo que realmente está sujeto a stock es la eficacia de la propuesta de venta y la propuesta de prestación de servicios.

La pregunta, entonces, es qué propuestas están sujetas a la disponibilidad de "stock". Por lo pronto, tratándose de la oferta de venta de bienes se refiere solamente a la venta de géneros, no de especies o cuerpos ciertos, pues en estos, por su propia naturaleza, no pueden haber más de uno en el mundo. Por su parte, tratándose de servicios, en estos no hay realmente "stock", porque no pueden ser inventariados, más bien corresponde a la capacidad para ser prestados al público.

Ahora bien, de la redacción de la norma parece sugerirse que la "venta" electrónica pasa, por regla general, a transformarse en una propuesta de "venta" sujeta a la disponibilidad de stock a la regulación del art. 12. La excepción, en consecuencia, son las propuestas que naturalmente no pueden estar sujetos a stock. Así, el Reglamento ejemplifica estos contratos con la venta por encargo, que supone, precisamente que el stock estará disponible al momento de la entrega (la compra de un automóvil que va a ser importado, por ejemplo). Pensamos, también, en la venta de cosa futura o en la prestación de servicios no fungibles. Por lo tanto, la regla general es que el bien o servicio sea capaz de ser "*stockeado*" (con las apreciaciones que antes efectuadas).

Delimitado el supuesto de hecho, cabe analizar las dos reglas de suministro de información que hemos adelantado: las reglas "*sin stock*" y de "*número disponible*". La primera se aplica cuando el producto o servicio es ofrecido por la plataforma operada por el propio proveedor (inc. 1º); en cambio, la segunda, cuando el producto o servicio es ofrecido a través de plataformas que no son operadas por el propio "vendedor" (inc. 2º).

Si el producto o servicio es ofrecido por una plataforma controlada por el propio "vendedor", la regla es que este debe informar "la inexistencia de stock, o el hecho de no estar disponible por algún otro motivo" antes de la conclusión del contrato. Es decir, que el proveedor deberá anunciar en su propia página web o "app" si el producto o servicio no está disponible o —en su defecto— sacarlo de su ofrecimiento al público. Si se perfecciona el contrato y el producto o servicio no está en stock o no es posible prestarlo, hay incumplimiento del vendedor por falta de entrega y, por lo tanto, hay derecho a

los remedios de la garantía legal de bienes o servicios, según corresponda (arts. 20, 21, 40 y 41 LPDC).

Así establecida, esta regla impide la subsanación del incumplimiento no consentida por el consumidor, en consonancia con la nueva regulación de la garantía legal —por lo menos para la venta de bienes— del nuevo inciso 8º del art. 21 LPDC del proyecto de ley "pro consumidor" próximo a ser publicado. En otras palabras, si hay "falta de stock", el consumidor podrá recurrir siempre a la resolución o devolución del precio. La falta de "stock" se constituye, entonces, en un incumplimiento resolutorio, esencial o fundamental en sí mismo, no pudiendo calificar un retraso circunstancial o menor como incumplimiento no esencial.

Por su parte, si el producto o servicio es ofrecido a través de plataformas que no son operadas por el propio "vendedor", la regla de suministro de información es distinta. El inc. 2º ordena al operador informar al consumidor sobre el stock disponible, tan pronto esa información sea otorgada por el vendedor.

Aquí nos encontramos en la situación prototípica de plataformas como "Mercado libre" o "Cornershopp". El operador de la plataforma debe informar al consumidor el stock disponible, es decir, cuántos bienes quedan en el inventario o pueden ser prestados al consumidor, lo que supone un grado de coordinación bien importante entre vendedores y operadores para que esta información sea suministrada oportunamente al consumidor.

Por lo señalado, resulta a lo menos curiosa la decisión normativa del Ejecutivo. La regla "número disponible" es de más difícil implementación que la regla "sin stock" y, en consecuencia, cabría pensar que era más razonable exigirla al proveedor que opera su propia plataforma, pues está en mejores condiciones de manejar sus inventarios y publicitarlos. De otra manera: lo lógico debería haber sido más estricto con el proveedor que maneja sus propias plataformas, que con el vendedor que no las maneja.

En cambio, al requerirla para las plataformas operadas por terceros, pueden producirse problemas de aplicación. Pensemos, por ejemplo, en una situación habitual de compra de supermercado a través de plataformas de compra. El consumidor carga su carro de compras, paga y recibe confirmación; luego, el "shopper" le avisa por la "app" y por teléfono que algunos de los productos comprados no están disponibles y le ofrece reemplazos. En esta situación habría incumplimiento del vendedor, por dos infracciones distintas: la primera, falta de entrega de la cosa comprada y, la segunda, por falta de aviso del stock. Si el producto no está disponible, entonces debería haberse informado "stock 0" antes de la conclusión de la compra, información que no es de fácil coordinación. Sin embargo, ese aviso no depende de su propia voluntad, sino que depende de un tercero, que es quien opera la plataforma. Aquí, ciertamente hay problemas para la aplicación práctica de la información que debe ser suministrada por el operador de la plataforma.

En todo caso, lo que resulta más extraño de todo esto es que es el infractor no es el operador —quien controla la plataforma y debe permitir la publicación de la información del "stock"—, sino el "vendedor", quien solo debe suministrar los datos al operador. De darse una situación como la descrita, quizás podremos estar en casos de incumplimiento sin culpa del "vendedor", ex art. 23 LPDC.

En fin, sin duda la introducción de este artículo 12 mejora el acceso a la información del consumidor; sin embargo, resulta a lo menos discutible que los dispositivos para mejorarla hayan sido correctamente ajustados.

*\* Juan Ignacio Contardo González es profesor de Derecho Civil e investigador del Instituto de Investigación en Derecho en la Universidad Autónoma de Chile y Ricardo Torres Urzúa es profesor de Derecho Civil de las universidades Diego Portales y Adolfo Ibáñez, además de alumno del Programa de Doctorado en Derecho de la U. Diego Portales.*

---

## EL MERCURIO

Términos y condiciones de la Información © 2002 El Mercurio Online