

Sernac oficiÃ³ a funerarias y cementerios por incumplimiento en la entrega de precios de servicios y por comprobabilidad en lo ofrecido

DescripciÃ³n

El organismo requiriÃ³ informaciÃ³n a 7 empresas de cementerios y a 30 funerarias tras analizar sus sitios web y detectar falta de informaciÃ³n veraz y oportuna sobre los aranceles y/o precios de productos y servicios, frases susceptibles de comprobaciÃ³n y por la facultad de modificar unilateralmente el plazo de vigencia de una promociÃ³n.

Entre enero y septiembre de este aÃ±o, la instituciÃ³n ha recibido 575 reclamos contra las empresas en este mercado.

Tras analizar la publicidad de 22 pÃ¡ginas web de cementerios-parque y 31 empresas de servicios funerarios, el SERNAC detectÃ³ incumplimientos en la entrega de informaciÃ³n veraz y oportuna a los consumidores sobre los precios de los servicios y por comprobabilidad de las promesas publicitarias, y modificaciÃ³n de vigencia de la promociÃ³n. Por este motivo el organismo determinÃ³ oficiar a dichas empresas tras el estudio que se llevÃ³ a cabo entre el 13 y 15 de octubre pasado.

Mediante estos oficios, la instituciÃ³n notificÃ³ a 7 cementerios-parque y a 30 funerarias para que se ajusten a la Ley de ProtecciÃ³n al Consumidor, informÃ¡ndoles que serÃ¡n monitoreadas y en algunos casos particulares, se les solicitÃ³ adicionalmente informaciÃ³n para comprobar frases como â??somos la red de cementerios-parque mÃ¡s grande de Chileâ?• o la existencia de sepulturas â??antisÃ©micasâ?•.

A partir de estos oficios las empresas deben ajustar su informaciÃ³n. El SERNAC evaluarÃ¡ el inicio de acciones legales si estas prÃ¡cticas no se corrigen.

Antecedentes del Reporte

Ante la compra de sepulturas o contrataciÃ³n de servicios funerarios, los consumidores son vulnerables frente a potenciales abusos del mercado a razÃ³n de la asimetrÃ­a de informaciÃ³n. Lo anterior debido a que se trata de un consumo de carÃ¡cter ocasional, que se realiza pocas veces en la

vida, en donde existe baja socialización respecto de los servicios funerarios y a ello se agrega la posible situación emocional del consumidor.

Por esta razón, es importante que al momento de contratar un servicio de sepultura o cremación, las empresas entreguen información veraz y oportuna para tomar una correcta decisión al contratar este tipo de servicios.

El consumidor debe conocer los montos de cada servicio secundario, por ejemplo la mantención, para saber cuál será el valor total que va a pagar.

Al respecto el Director Nacional (PT) del SERNAC, Ernesto Muñoz, señaló que "muchas veces debido al contexto en que se encuentran las personas están expuestas a una posible situación de vulnerabilidad al gestionar este tipo de servicios. Además, otro factor a considerar es que son servicios que se contratan

pocas veces en la vida con un grado de desconocimiento importante del mercado, lo que conlleva habitualmente a que los consumidores no consideren o entiendan todos los costos involucrados, especialmente los adicionales como la mantención".

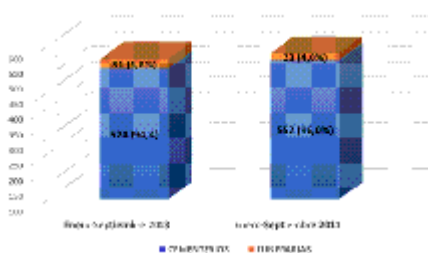
Muñoz recordó que "toda empresa está obligada a respetar los términos, condiciones y modalidades ofrecidas al consumidor, asimismo, en los contratos no son válidas las cláusulas en las que la empresa se desentiende de su responsabilidad de manera anticipada o incorpora la posibilidad de realizar cambios unilaterales".

El Director Nacional (PT) fue enfático al señalar que en este mercado "estamos hablando de un servicio muy sensible para todas las personas que involucra el dolor por la pérdida de un familiar, por lo que las empresas deben ser todavía más profesionales".

Reclamos en el mercado

Un total de 575 reclamos contra el mercado de Cementerios y Funerarias ha recibido el Servicio, entre enero y septiembre de este año, lo que significa un aumento de 3,6% e en comparación a igual período del año anterior. De este total de reclamos, el 96% se concentra en cementerios, mientras que el 4% en funerarias.

Reclamos al Mercado Cementerios y Funerarias



Los principales reclamos contra este mercado apuntan al incumplimiento en las condiciones contratadas (29,1%), servicios defectuosos (16%) o bien, cuando no se reconoce deuda (8,2%).

Principales motivos reclamados por los consumidores

Motivos de Reclamos	NÂ° de Reclamos Ene-Sept 2013	%	NÂ° de Reclamos Ene-Sept 2014	%
INCUMPLIMIENTO EN LAS CONDICIONES CONTRATADAS	180	32,4%	167	29,1%
SERVICIO DEFECTUOSO	90	16,2%	92	16,0%
NO RECONOCE DEUDA	30	5,4%	47	8,2%
TERMINO DE CONTRATO	46	8,3%	44	7,7%
NO ENTREGA INFORMACION COMPLETA	26	4,7%	41	7,1%
FORMALIDADES DE CONTRATO	28	5,1%	38	6,6%
COBRO DE UN PRECIO SUPERIOR AL EXHIBIDO, INFORMADO	32	5,8%	18	3,1%
FALTA O NO ENTREGA DE CONTRATO	6	1,1%	16	2,8%

TERMINO UNILATERAL DE CONTRATO	11	2,0%	10	1,7
INCUMPLIMIENTO RESPUESTA ENTREGADA A CONSUMIDOR	8	1,4%	9	1,6
OTROS	98	17,6%	93	16
Total General	555	100,0%	575	10

En relación a los reclamos recibidos entre enero y septiembre del 2014, el 56,1% de ellos son acogidos por parte de las empresas, mientras que un 44% no son acogidos ni respondidos.

Recomendaciones al contratar este tipo de servicios

Al tratarse de un servicio muy sensible para todas las personas, que involucra el dolor por la pérdida de un familiar, las empresas deben ser todavía más profesionales.

Cuando una empresa no cumple sus obligaciones los consumidores tienen derecho a exigir las indemnizaciones por todos los daños causados.

Lo que se estipule en los contratos debe corresponder al servicio prestado o producto comprado. Las empresas deben cumplir con su palabra, tanto en lo que dicen los contratos como en las condiciones objetivas de la publicidad que entregan a los consumidores.

Lo que se promete en la publicidad pasa a ser parte del contrato tal como si estuviera escrito.

Los contratos no pueden contener cláusulas abusivas, como por ejemplo, establecer limitaciones absolutas de responsabilidad por parte de la empresa.

Tampoco contener cláusulas en las que la empresa pueda cambiar las reglas del juego en forma unilateral.

No son válidos los contratos que incluyan espacios en blanco que no hayan sido llenados o inutilizados antes de firmarlos.

Los contratos de adhesión deben estar escritos de una manera claramente legible, con un tamaño de letra no inferior a 2,5 milímetros y en idioma castellano, salvo aquellas palabras de otro idioma que el uso haya incorporado al lenguaje. Las cláusulas que no cumplan esos requisitos no tienen efecto alguno.

Consejos para la contratación:

• Leer y comprender el servicio que se está contratando. No firmarlo si existen dudas. Requerir que todo lo ofertado por el vendedor quede por escrito en el mismo contrato.

• Tener claras las obligaciones. Conocer las condiciones, motivos o formas por las que el contrato pudiera anularse, (mala calidad del servicio, cesantía del contratante, solicitud presencial o telefónica, etc.)

• Verificar que la oferta de la empresa contratada se cumpla. Para ello es recomendable conservar, además del contrato, los soportes publicitarios, a fin de poder comprobar el cumplimiento de lo ofrecido.

Categoría

1. Actualidad

Etiquetas

1. cementerios
2. funerarios
3. incumplimiento
4. oficio
5. precios
6. sernac
7. servicios

default watermark

Fecha de creación

miércoles, 5 noviembre, 2014 a las 13:10

Autor

editor