Servicio Nacional
del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

GUIA DE PROVEEDORES

GESTION DE CAMPAÑAS DE RECALL

La presente guía práctica corresponde a las orientaciones básicas, destinadas a los proveedores al momento de enfrentarse a la necesidad de notificar una campaña de recall, debido a la determinación de un riesgo no previsto en un producto ya puesto en el mercado.

Los lineamientos aquí dispuestos pretenden orientar la gestión de campañas, sea en la determinación del riesgo, la medida de mitigación de éste (reparación, cambio o devolución), la comunicación a consumidores y otros detalles del proceso.

Las orientaciones prácticas aquí contenidas no obstan de las responsabilidades que impone la Ley 19.496 sobre Protección a los Derechos de los Consumidores, ni de las acciones que los consumidores afectados pudiesen ejercer.

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	3
I. ¿POR QUÉ RETIRAR PRODUCTOS DEL MERCADO?	4
II. ¿HACIA DÓNDE APUNTA UNA CAMPAÑA DE RECALL?	4
a. ¿Cuándo proceder UNA CAMPAÑA DE RECALL	4
III. ¿CÓMO CONDUCIR UNA CAMPAÑA DE RECALL? – CHECKLIST	5
IV. ¿QUÉ TIPO DE COMUNICACIÓN ES MEJOR?	7
V. GUÍA PARA LOS TIPOS DE COMUNICACIÓN	8
a. Difusión mediática	8
b. Avisos en periódicos o revistas	8
VI. GUÍA PARA LA NOTIFICACIÓN EN EL FORMULARIO DE NOTIFICACIÓN DE ALERTAS	9
a. ¿Cómo SERNAC le puede ayudar con una campaña de recall?	10

INTRODUCCIÓN

Uno de los derechos sustanciales de los consumidores, entre otros, es el referido a la seguridad en el consumo (uso) de bienes y servicios, la protección de la salud y el cuidado del medio ambiente, según lo dispone la Ley 19.496 (Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores).

La seguridad general de los productos, por lo tanto, está garantizada por la legislación que protege en un grado elevado y de modo uniforme la salud y la seguridad de los consumidores. Ello implica, velar por la presencia de productos seguros en el mercado, es decir, productos que no presenten riesgo alguno o únicamente riesgos mínimos, compatibles con el uso del producto y considerados admisibles dentro del respeto de un nivel elevado de protección de la salud y de la seguridad de las personas.

Un producto se considerará seguro, entonces, en la medida que cumpla con la normativa general y las disposiciones específicas que regulan su seguridad, comprendiendo también en ello los códigos de buena conducta en materia de salud y seguridad, las mejores prácticas y estándares internacionales, la situación de los conocimientos o de la técnica y la seguridad que razonablemente los consumidores puedan esperar.

Relevante resulta, entonces, el rol de los fabricantes, distribuidores y proveedores, quienes tienen la responsabilidad de comercializar productos que cumplan con los requisitos de seguridad, además de proporcionar al consumidor la información adecuada que le permita evaluar los riesgos inherentes a un producto, cuando éstos no sean inmediatamente perceptibles, y deben tomar medidas apropiadas para evitar dichos riesgos. Participar en la vigilancia de los productos y proporcionar la documentación necesaria para garantizar la rastreabilidad (trazabilidad) de éstos, así como informar de inmediato a las autoridades competentes y colaborar con éstas cuando se esté en presencia de productos no seguros, son también parte de las obligaciones y compromisos de las empresas.

La realidad actual nos muestra que la irrupción de nuevos mercados, la dinámica de cambio y la globalización, plantean nuevos desafíos dada la gran proliferación en la oferta de bienes y servicios en el mercado nacional. La mayor diversidad y complejidad del mercado exigen una mejor articulación entre los distintos actores y partes interesadas, bajo una perspectiva compartida y colaborativa en lo que respecta al buen desempeño del mercado.

Esta misma realidad nos señala también que cada vez son más las empresas comprometidas con la seguridad y el principio de precaución, dispuestas a efectuar una campaña de recall de sus productos sin provocar con ello un detrimento a los consumidores y sus clientes, sino más bien, posicionando en éstos una imagen responsable y socialmente valorada. La responsabilidad social de las empresas, la autorregulación, los códigos de buenas prácticas, las competencias de la Administración, el empoderamiento de los consumidores y los ajustes y homologaciones a los más altos estándares internacionales, son parte de esta nueva dinámica.

Es en este contexto, y sobre una base de confianza y madurez de los mercados, que SERNAC propone una Guía de orientación para el proceso de gestión de campañas de recall para productos no seguros. Esta guía toma en consideración los estándares de procedimientos internacionales y se fundamenta en la convicción que las empresas que alertan los defectos en sus productos y los retiran, reparan o reemplazan voluntariamente, han alcanzado un estándar y posición en el mercado valorables de cara a los consumidores.

Finalmente, una gestión de campañas de recall ha de ser tratado como una experiencia positiva, es decir, como una oportunidad de mejoramiento del mercado en su conjunto y del país en su afán de desarrollo.

I. ¿POR QUÉ RETIRAR PRODUCTOS DEL MERCADO?

Dentro de los mayores intereses de proveedores y consumidores está el hecho de poder asegurar que los productos inseguros, para el uso y el consumo, sean removidos del mercado.

Los consumidores pueden sufrir serios daños a partir de estos productos inseguros y, si ello ocurre, los proveedores son responsables conforme las disposiciones de la Ley de Protección del Consumidor (Ley 19.496), la legislación común y, si corresponde, las respectivas leyes sectoriales.

Conforme la Ley de Protección del Consumidor, el proveedor o distribuidor es responsable de tomar las acciones satisfactorias para prevenir y/o corregir los potenciales daños causados por el uso del producto, debiendo notificar inmediatamente a la autoridad competente una vez tomado conocimiento de un riesgo.
En este sentido entonces, esta Guía apunta a colaborar con los proveedores en sus procesos de notificación y gestión de recall del producto inseguro.

Como SERNAC, valoramos las notificaciones iniciadas de manera oportuna y proactiva por parte de los proveedores, por cuanto constituyen una experiencia positiva tanto para los consumidores, como para las empresas.

En un mercado donde esta práctica esté instalada y sea valorada por el conjunto de actores, confluirá una mayor confianza de parte de los consumidores para con las empresas, en la certeza de que ante eventualidades de seguridad, éstas reaccionarán proactiva y rápidamente Para las empresas, por su parte, se abre una oportunidad de mejoramiento de su imagen y reputación entre los consumidores y clientes claves, cuidando a la vez el valor de su marca.

II. ¿HACIA DÓNDE APUNTA UNA CAMPAÑA DE RECALL

Un retiro, reparación o devolución de productos inseguros en el uso o en el consumo, debería apuntar a:

- Minimizar el riesgo de daño o muerte, de los consumidores, evitando el uso del producto inseguro.
- Recuperar o reparar, tanto como sea posible, todos los productos defectuosos.
- Minimizar los costos e inconvenientes asociados tanto para los consumidores como para la propia empresa.
- Minimizar la necesidad de intervención de las autoridades de gobierno por medio del cumplimiento de la ley, las buenas prácticas empresariales y la responsabilidad social.
- Relevar aprendizajes para evitar situaciones de riesgo futuras o en su defecto mejorar el desempeño en los procedimientos de gestión de recall.

a. ¿Cuándo procede una campaña de recall?

Se debe notificar a la autoridad para iniciar un recall tan pronto como la empresa tome conocimiento de un posible defecto en el producto que pudiese hacerlo inseguro.

Para decidir si el retiro, reparación o devolución del producto es necesario, se recomienda:

- Reunir toda la información disponible relativa al supuesto defecto (ej. efectúe tests, converse con los consumidores que han presentado reclamos o han informado fallas, entre otros) y evalúe la fiabilidad de dicha información.
- Conducir un análisis comprehensivo (acabado, completo) del riesgo.
- Identificar cómo el problema ocurrido considera la posibilidad de alteración una vez que el producto salió de la fábrica, pasó por la cadena de distribución, puntos de venta, y luego en manos del consumidor, sea por mal uso o abuso de éste.

- Observar todas las maneras posibles de tratamiento del defecto y decidir si se puede **reparar, modificar piezas o reemplazar el producto**, asegurando con ello los niveles de seguridad esperados.
- Conservar en todo el análisis una perspectiva pro-consumidor, recordando que conforme nuestra legislación, una campaña de recall no exime a la empresa de las responsabilidades que impone la ley de protección al consumidor ni de las acciones que los consumidores afectados por el hecho particular pudiesen ejercer.

III. ¿CÓMO CONDUCIR UNA CAMPAÑA DE RECALL? – CHECKLIST (LISTA DE VERIFICACIÓN)

Frente a un proceso de retiro, reparación o devolución de productos, se sugiere:

1. Nomine a una persona, o equipo, para examinar el problema, analizar los riesgos y coordinar el retiro del producto.

2. Identifique los pasos necesarios a ejecutar para orientar el problema.

3. **Decida qué acción debería tomar, basado en el rie**

,

x _____

_____

x _____, _____

_____

VI. GUÍA PARA LA PREPARACIÓN DE MATERIAL DE AVISO

Todo material de aviso de alerta de seguridad de productos debería incluir la siguiente información:

- Clara descripción del producto, incluyendo el nombre, marca, modelo.
- Características, partidas y/o números de serie.
- Período en que el producto estuvo disponible a la venta.
- Imagen del producto de ser posible
- Señalar defecto y riesgo asociado.
- cciones inmediatas debe seguir el consumidor (cesar el uso, almacenar cuidadosamente, etc).
- Clara identificación del proveedor, incluyendo su sitio web, teléfono y e-mail.
- Medidas claras para los consumidores: instrucciones para realizar el reembolso, la reparación o reemplazo del producto.
- Los locales o teléfonos para mayor información. Se recomiendan líneas gratuitas para el consumidor.
- Señalar claramente que el costo del retiro es asumido por el proveedor (*"este procedimiento es sin costo para el cliente").*
- Hacer referencia si el producto fue adquirido en el extranjero.

a. ¿Cómo SERNAC le puede ayudar con su gestión de recall?

SERNAC puede colaborar con su retiro de productos proveyendo guías y orientaciones respecto al procedimiento de gestión de recall, los avisos y medios de comunicación a utilizar, así como publicando la respectiva alerta de seguridad en www.sernac.cl y en www.seguridaddeproductos.cl

También puede colaborar proveyéndole información de contacto de asociaciones de consumidores, organismos del Estado y otras agencias internacionales de protección al consumidor.

SERNAC, además pone a su disposición un compilado de normas de seguridad de productos que rigen en nuestro país (disponible en www.sernac.cl) así como información acerca de nuevos casos de incidentes con productos defectuosos informados por consumidores.

Finalmente, si bien SERNAC puede colaborar con los proveedores en las materias relativas al procedimiento de retiro de productos, SERNAC no se encuentra habilitado para proveer asesoría legal a los proveedores. En relación a esto, cada proveedor debiera contar con su propio asesoramiento legal, si ello es requerido.

Para más información contacte a:

SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
Seguridad de Productos
Teatinos 50, Santiago
E-mails : seguridaddeproductos@sernac.cl
Fono : +562 2351 9698
Web : www.seguridaddeproductos.cl
Web : www.sernac.cl