



ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

PRECIOS POR UNIDAD DE MEDIDA (PPUM) Verificación de cumplimiento del Decreto 229 Reglamento de Precios por Unidad de Medida en los principales supermercados del país

Coordinación

Lorena Zapata Contreras

Ejecución

Andrea Espinoza Morales

Lorena Zapata Contreras

Ayudantes levantamiento en terreno

Benjamín Arnaud

Pedro Ewert

Leticia Porto

DICIEMBRE 2024

FONDO CONCURSABLE
para asociaciones de consumidores

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue verificar el cumplimiento a la obligación de informar al consumidor final el Precio Por Unidad de Medida (PPUM) junto al precio de venta de cada uno de los productos que se exhiben en los supermercados del país, de acuerdo a lo establecido en el Decreto 229, Reglamento sobre información del precio unitario de productos que rige en Chile desde el 18 de marzo 2003.

Para la ejecución de este estudio se realizaron visitas presenciales, como un consumidor habitual, a 4 cadenas de supermercados y 4 visitas presenciales a cada una de ellas, siendo visitados 16 supermercados ubicados en distintas comunas de la ciudad de Santiago, de acuerdo a la siguiente distribución:

- Jumbo: Providencia, Maipú, Puente Alto.
- Lider: Cerrillos, Estación Central, Las Condes, La Florida.
- Santa Isabel: Santiago (Grajales).
- Tottus: Cerrillos, Santiago, Las Condes, Puente Alto.
- Unimarc: Estación Central, Maipú (El Rosal), La Florida, Providencia.

Los productos considerados en este estudio son:

- Quesos mantecosos laminados envasados – todos los formatos.
- Huevos blancos grandes – 12 unidades.
- Lavalozas – envases PET de 200 a 750ml. No se incluye formatos recarga.
- Detergentes para ropa líquido – formato bidón.
- Jabones líquidos – formatos doy pack (recargas).
- Papeles higiénicos – doble hoja, todos los formatos.

Además, de las tiendas físicas se realizó el barrido de los mismos grupos de productos a las tiendas online de los 4 supermercados.

Se verificaron 1541 productos en total, donde se evaluó el contenido de la información indicada en la etiqueta exhibida en góndolas:

- Nombre del producto
- Formato de venta con la unidad de medida correspondiente
- Precio de la unidad de venta
- Precio por unidad de medida

Los resultados obtenidos por cadena de supermercados en base a los porcentajes de utilización de los PPUM son (incluyendo a las plataformas virtuales):

- Tottus: 74,30% presencial y 0% remoto
- Cencosud (Jumbo y Santa Isabel): 92,39% presencial y 19,21% remoto
- Lider: 97,98% presencial y 98,45% remoto
- Unimarc: 100% presencial y remoto

Cabe señalar, que este estudio se realizó conforme a lo dispuesto en Decreto 229, Reglamento sobre información del precio unitario de productos que rige en Chile desde el 18 de marzo 2003, cuyo alcance de aplicación consideró solo a los locales de los supermercados ya mencionados, y además, se incluyó una revisión de las plataformas de comercio electrónico de cada marca.

Sin embargo, con la creciente expansión de los canales de ventas digitales, se ha elaborado un nuevo reglamento publicado el 10 de diciembre de 2024 en el Diario Oficial, donde se establece un nuevo alcance que involucra a todos los establecimientos físicos, plataformas de comercio electrónico y operadores de plataformas de comercio electrónico donde un consumidor pueda adquirir un producto. Además, establece expresamente las unidades de medidas que se deben aplicar para cada tipo de producto, de manera de reducir confusiones de interpretación que no fueron aclaradas en la versión anterior. Este nuevo reglamento entrará en vigencia- a partir del 11 de septiembre del 2025.

Para ODECU es fundamental que los consumidores y las consumidoras siempre tengan acceso a la información, y que ésta, sea clara, fidedigna y que no induzca a errores de interpretación. El Precio por Unidad de Medida (PPUM) debe facilitar y promover la comparación de productos de similares características, de manera que los consumidores puedan realizar una compra en base a su preferencia.

CONTENIDO

RESUMEN	2
1. INTRODUCCIÓN	5
2. OBJETIVOS	5
2.1. Objetivo General.....	6
2.2. Objetivos Específicos	6
3. MARCO TEÓRICO.....	6
3.1. Marco conceptual	8
3.2. Marco regulatorio.....	10
4. METODOLOGÍA.....	14
4.1. Método de investigación/Enfoque	14
4.2. Alcance	14
4.3. Instrumentos de recolección de datos	14
4.4. Universo/Muestras.....	15
4.5. Técnica de análisis de datos/información	15
5. RESULTADOS	16
5.1. SUPERMERCADOS CENCOSUD.....	17
5.2. SUPERMERCADOS LIDER	18
5.3. SUPERMERCADOS TOTTUS.....	19
5.4. SUPERMERCADOS UNIMARC	20
6. DISCUSIONES.....	21
7. RECOMENDACIONES	21
8. CONCLUSIONES.....	22
9. REFERENCIAS.....	22
10. ANEXOS	23

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente en Chile, es posible encontrar a diario noticias y estudios sobre alzas de precios en alimentos y otros productos que forman parte de la canasta básica y que han generado un impacto negativo en los hogares de todos los chilenos, ampliamente difundidos en programas de radio y televisión, además de sitios webs y redes sociales.

Para enfrentar dicho escenario de una manera informada, los consumidores cuentan desde el 30 de marzo de 2003 con el Decreto 229 Reglamento de Precios Por Unidad de Medida, que obliga a los supermercados de todo el país a informar de forma clara y visible, los precios finales de los productos por unidad de medida, lo que permite comparar con otros productos de la misma categoría, cual es la opción más conveniente, pudiendo obtener un ahorro importante.

Por lo anterior, para ODECU, en su constante misión de mantener a los consumidores y consumidoras informados, resulta de gran importancia verificar en terreno el aplicación de este reglamento, así como también aprovechar la instancia para comparar precios entre las distintas cadenas de supermercados, verificar la disponibilidad de marcas y comparar precios en distintas comunas de la ciudad de Santiago.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

Verificar el cumplimiento a la obligación de informar al consumidor final el Precio Por Unidad de Medida (PPUM) junto al precio de venta de cada uno de los productos que se exhiben en los supermercados del país, de acuerdo a lo establecido en el Decreto 229 Reglamento sobre información del precio unitario de productos que rige en Chile desde el 18 de marzo 2003.

2.2. Objetivos Específicos

- Realizar visitas a terreno a locales de supermercados ubicados en las comunas de Las Condes, Providencia, Maipú, La Florida.
- Verificar la aplicación de la exhibición del precio de ventas y el PPUM en los productos expendidos en supermercados.
- Comparar el mismo producto en presentaciones y marcas distintas, en el mismo supermercado.
- Informar a los consumidores y las consumidoras sobre los resultados de este estudio
- Educar a los consumidores sobre la aplicación práctica del reglamento de precios por unidad de medida y cómo puede contribuir a la elección informada al momento de realizar la compra de alimentos y otros productos.

3. MARCO TEÓRICO

En términos generales, el precio de venta corresponde al precio final del producto o de una cantidad determinada del producto, incluidos los impuestos correspondientes, mientras que el Precio Por Unidad de Medida (PPUM), se refiere al precio final del producto con los impuestos incluidos, en una unidad de medida específica.

Las unidades de medidas comúnmente utilizadas en Chile son:

- Masa: Kilogramos (Kg), gramos (g), miligramos (mg).
- Volumen: Litro (L), mililitros (ml) o centímetros cúbicos (cc).
- Longitud: Kilómetros (Km), metros (m), centímetros (cm).

El PPUM le permite al consumidor:

- Comparar productos similares de distintas marcas en el mismo supermercado
- Comparar los mismos productos en distinto formato de la misma marca en el mismo supermercado
- Comparar el mismo producto en otro supermercado para establecer si existen diferencias de precios.
- Realizar su elección de compra estimando las diferencias de precios en distintos tamaños de la misma marca de un producto, optando por el producto que más le convenga y por el precio que considere más justo.

Para regular los aspectos prácticos y la correcta aplicación de la Ley, el 30 de marzo de 2003, entró en vigencia el Decreto 229 Reglamento de Precios por Unidad de Medida donde se establece que los supermercados tienen la obligación de informar al consumidor final el precio por unidad de medida, conjuntamente con el precio de venta de cada uno de los productos que ofrezcan.

Asimismo, se establece que el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) velará por el cumplimiento de las disposiciones de este reglamento, de conformidad con las facultades y atribuciones establecidas en la ley N° 19.496.

Los aspectos fundamentales de este reglamento son:

- Se aplica tanto a los productos nacionales como importados.
- Para cada categoría se utilizará la misma unidad de medida.

Se debe indicar el precio por unidad de medida (PPUM) en:

- a) Los productos que indiquen contenido neto,
- b) En los productos formados por unidades o piezas de idéntica naturaleza que se comercializan en un mismo envase.

El precio de venta y el precio por unidad de medida deben estar claramente visible, en el producto, estantería o vitrina, de manera que permita al consumidor el ejercicio de su derecho a la libre elección de consumo.

El supermercado no estará obligado a informar el precio por unidad de medida en los siguientes casos:

- a) Si el precio de venta es el mismo que el precio por unidad de medida.
- b) En los productos que se rotulan y comercializan en cantidades inferiores a 50 gramos o mililitros.
- c) En los productos que se venden a través de máquinas expendedoras.
- d) En las porciones individuales de helados.

Características del Mercado Nacional

Según la información proporcionada por la Asociación Gremial de Supermercados de Chile (ASACH), “la industria de supermercados es el canal de abastecimiento de alimentos más importante del país, siendo responsable hoy de la distribución del 75% de estos productos”.

Asimismo señala que “el 85% de las personas prefieren los supermercados como espacios de compra, y el 88% de los compradores chilenos va a dos o más súper o hipermercados durante la semana, gastando en promedio más de 182 mil pesos al mes en compras en tiendas físicas u online”.

Actualmente, ASACH está integrada por: Cencosud, CrossMarket, Cugat, Hiper Patagónico, Supermercados Iguazú, La Colchagua, Supermercados La Fama, La Oferta, Puritan, Supermercados Rofil, Supermercado Romanini, SMU, Tottus, Supermercados Único, y Walmart.

Estos disponen de alrededor de 1.370 salas operativas de venta a lo largo del territorio, y emplean a 150 mil trabajadores, lo que representa aproximadamente el 9% del total de personas que trabajan en el sector comercio, con una participación femenina, juvenil y extranjera por sobre el promedio de la economía.

Para este estudio se considerarán cuatro cadenas de supermercados con mayor presencia en la ciudad de Santiago: Líder, Jumbo, Unimarc y Tottus.

3.1. Marco conceptual

- **Decreto y Reglamento:**

Decreto: En Chile es un acto administrativo emitido por el Presidente de la República o por una autoridad pública competente, que tiene fuerza legal y se utiliza para regular materias específicas, implementar políticas públicas o establecer normas complementarias a las leyes. La finalidad de un decreto es: Implementar políticas públicas, Reglamentar leyes aprobadas por el Congreso (como especificar la aplicación de una ley de consumo) y Establecer normas administrativas necesarias para el buen funcionamiento del Estado en áreas como salud, educación, comercio o transporte.

Todo decreto debe ser publicado en el Diario Oficial de Chile para que entre en vigor.

Reglamento: Conjunto de normas, disposiciones o directrices emitidas por una autoridad competente con el objetivo de regular, complementar o detallar la aplicación de una ley o actividad específica. Los reglamentos son instrumentos normativos que tienen carácter obligatorio dentro del ámbito que regulan.

Carácter Obligatorio: Los decretos y reglamentos, una vez publicados en el Diario Oficial tienen fuerza legal y deben ser cumplidos por todas las personas, empresas o entidades a las que se dirigen.

Ámbito de Aplicación: General: aplicándose a toda la población o a un sector amplio; Específico: dirigido a un grupo particular, como empresas, consumidores, trabajadores, etc.

Aspecto	Decreto	Reglamento
Jerarquía Normativa	Inferior a la ley	Subordinado a la ley
Propósito	Normar, declarar o ejecutar medidas	Desarrollar y especificar una ley
Fundamento	Basado en facultades administrativas	Basado en una ley preexistente
Emisor	Presidente de la República o ministros	Poder Ejecutivo (formalizado mediante decreto)
Ejemplo	Ley N° 19.496 de protección de los derechos de los consumidores.	Reglamento sobre información del precio unitario de los productos ofrecidos al consumidor

- **Transparencia en las Prácticas Comerciales:** Se refiere a la claridad, accesibilidad y **honestidad** con la que una empresa u organización interactúa con sus clientes, socios y otros actores del mercado. Implica proporcionar información completa, veraz y comprensible sobre los productos, servicios, precios y términos de las transacciones, sin ocultar datos relevantes ni inducir a error.

La transparencia en las relaciones comerciales presupone:

- ✓ **Información Clara y Comprensible:** Los precios, características de los productos, condiciones de uso y políticas de devolución deben estar disponibles y ser fáciles de entender.
- ✓ **Comunicación Honesta:** Evitar publicidad engañosa, términos ambiguos o estrategias de marketing que puedan confundir al consumidor.
- ✓ **Acceso a Información:** Los consumidores deben tener acceso fácil a datos sobre los productos o servicios antes de tomar decisiones de compra.
- ✓ **Cumplimiento Normativo:** Respetar las leyes y regulaciones vigentes en materia de derechos del consumidor y competencia.

- **Equidad en las Prácticas Comerciales:** Tratamiento justo, imparcial y ético de todos los actores involucrados en una relación comercial, especialmente los consumidores. Busca garantizar que no haya discriminación, abuso de poder o aprovechamiento indebido de asimetrías de información, con base a :
 - ✓ **Trato Justo:** Asegurar que todos los clientes sean tratados de manera igualitaria, sin discriminación basada en género, edad, ubicación, nivel socioeconómico u otros factores.
 - ✓ **Precios Razonables:** Evitar prácticas abusivas como la fijación de precios excesivos o injustificados.
 - ✓ **Condiciones Equitativas:** Ofrecer términos de venta, contratos o garantías que no favorezcan desproporcionadamente a la empresa en detrimento del consumidor.
 - ✓ **Acceso Inclusivo:** Diseñar productos, servicios y políticas accesibles para todos los segmentos de la población, sin exclusión injustificada.
- **Confianza en las Prácticas Comerciales:** Es la interrelación entre transparencia y equidad en las prácticas comerciales que propicia la percepción positiva y creencia de los consumidores, socios y otros actores del mercado en la integridad, la honestidad y el cumplimiento de las promesas realizadas por una empresa o entidad comercial. Es un elemento esencial para establecer relaciones comerciales sostenibles y fortalecer la reputación de las empresas en el mercado.
- **Precio de venta de un producto:** es el monto de dinero que un cliente debe pagar para adquirir un bien o servicio, el que debe ser informado en los productos o estantes de los locales comerciales o plataformas remotas de ventas.
- **Precio Unitario de Medida (PUM):** Es el precio del producto expresado en relación con una unidad de medida estándar (por ejemplo, por kilogramo, litro, metro cuadrado, unidad, etc.), cuya finalidad es permitir a los consumidores **comparar el costo real de productos similares, independientemente del tamaño o la presentación.**

Este precio debe presentarse junto con el precio total del producto y debe cumplir con los siguientes requisitos:

- ✓ **Visibilidad:** El precio unitario debe ser visible y claramente legible.
- ✓ **Formato Uniforme:** Debe mostrarse en un formato estandarizado.
- ✓ **Unidad de Medida Consistente:** La unidad de medida utilizada debe ser coherente con el tipo de producto.
- ✓ **Responsabilidades de los Proveedores:** Los comerciantes tienen la obligación de informar el PUM de manera precisa y actualizada, también deben implementar sistemas en los puntos de venta físicos y digitales para cumplir con el reglamento.

3.2. Marco regulatorio

3.2.1. Ley 19496 establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores - Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.

La Ley del consumidor tiene como objetivo reglamentar las relaciones entre proveedores y consumidores, estableciendo los derechos de los consumidores y cómo se debe proceder en caso de que los proveedores no cumplan.

En este marco reglamenta, el siguiente artículo fundamenta las bases para el Decreto 229:

Artículo 30.- Los proveedores deberán dar conocimiento al público de los precios de los bienes que expendan o de los servicios que ofrezcan, con excepción de los que por sus características deban regularse convencionalmente.

El precio deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al consumidor, de manera efectiva, el ejercicio de su derecho a elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo.

Igualmente se enunciarán las tarifas de los establecimientos de prestación de servicios.

Cuando se exhiban los bienes en vitrinas, anaqueles o estanterías, se deberá indicar allí sus respectivos precios. La misma información, además de las características y prestaciones esenciales de los productos o servicios, deberá ser indicada en los sitios de Internet en que los proveedores exhiban los bienes o servicios que ofrezcan y que cumplan con las condiciones que determine el reglamento.

El monto del precio deberá comprender el valor total del bien o servicio, incluidos los impuestos correspondientes.

Cuando el consumidor no pueda conocer por sí mismo el precio de los productos que desea adquirir, los establecimientos comerciales deberán mantener una lista de sus precios a disposición del público, de manera permanente y visible.

3.2.2. Decreto 229 aprueba reglamento sobre información del precio unitario de los productos. Sistema de Vigilancia de Calidad de productos, a cargo del SERNAC.

Núm. 229.- Santiago, 23 de septiembre de 2002.- Vistos: Lo dispuesto en la ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores; el decreto con fuerza de ley N° 88, de 1953, del Ministerio de Hacienda; el artículo 32, N° 8 de la Constitución Política de la República, y lo establecido en la resolución N°55, de 1992, de la Contraloría General de la República, Considerando:

- 1.- La necesidad de fortalecer la transparencia y la calidad de la información que se entrega a los consumidores en relación con el precio de los productos, elemento esencial en todo acto de consumo;
- 2.- La voluntad de fortalecer la normativa que integra el sistema de protección a los consumidores, recogiendo la experiencia comparada en materia de información por unidad de medida;

3.- La disposición de la industria de supermercados de iniciar la implementación de este sistema, que se ha manifestado en la participación de sus representantes en las definiciones contenidas en este reglamento, y

4.- El beneficio que supone para los ciudadanos de nuestro país acceder a la información sobre precios por unidad de medida en aquellos establecimientos respecto de los cuales, por tamaño y volumen de ventas, este sistema resulta especialmente útil y posee menores costos de implementación.

El texto completo se incorpora como anexo en este documento.

3.2.3. Reglamento 38/2024 - Reglamento sobre información del precio unitario de los productos ofrecidos al consumidor

El 10 de diciembre de 2024, se publicó en el Diario Oficial la aprobación de un nuevo **“Reglamento sobre información del precio por unidad de medida de productos ofrecidos al consumidor”** y deja sin efecto el decreto N° 229, de 2002, del entonces ministerio de economía, fomento y reconstrucción. Este nuevo reglamento entra en vigencia el 11 de septiembre de 2025.

El texto completo publicado en el Diario Oficial, se incorpora como anexo en este documento, no obstante, **las principales actualizaciones que se destacan son:**

- Mientras que en la primera versión, se estableció la obligación de informar el precio por unidad de medida solo a los supermercados, ahora se incluyen otros tipos de establecimientos físicos y además, las plataformas de comercio electrónico donde los consumidores puedan adquirir productos, de manera de facilitar y promover la comparación de los productos ofrecidos, con excepción de aquellos establecimientos calificados como microempresas.
- Se actualiza la definición del Precio por Unidad de Medida como el precio final del producto, incluidos los impuestos correspondientes, en una unidad de medida específica, y la Unidad de Medida como magnitud de masa, volumen, área o longitud en que se expresa la cantidad de un producto, de acuerdo con el sistema de pesos y medidas vigente en el país.
- Además, se establece que cada unidad de medida tendrá asociado un respectivo submúltiplo:
 - Unidad de masa: kilogramo (kg) - submúltiplo el gramo (gr)
 - Unidad de volumen: litro (lt) - submúltiplo el mililitro (ml)
 - Unidad de área: metro cuadrado (m²) - submúltiplo el centímetro cuadrado (cm²)
 - Unidad de longitud: metro (m) - submúltiplo el centímetro (cm).
- Se incorpora para aquellos productos comercializados en paquetes formados por varias unidades o piezas de idéntica naturaleza, y cuando el precio de cada unidad no tenga relación con una medida específica, el precio por unidad de medida debe ser informado por cada unidad de producto.

- 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.
- Se establece que no será obligatorio informar el Precio por unidad de medida en los siguientes productos:
 - 1) Los productos compuestos por unidades de diferente naturaleza que se vendan en un mismo envase.
 - 2) Los productos que se comercializan en cantidades inferiores a 50 gramos o mililitros, con excepción de los dispuestos en el artículo 11 del reglamento.
 - 3) Los productos suministrados con ocasión de la prestación de un servicio.
 - 4) Los productos que se vendan en subasta pública.
 - 5) Las obras de arte o antigüedades.
 - 6) Los productos que se comercialicen a través de máquinas expendedoras, dispensadoras o de venta automática.
 - 7) Productos no envasados que se vendan en porciones, por ejemplo, porciones individuales de helados o pasteles.
 - 8) Los productos afectos a normativas sectoriales que son específicas a la información del precio, como por ejemplo, los medicamentos.
 - 9) Comidas y platos preparados de consumo inmediato ofrecidos en las cafeterías o restaurantes presenciales o a través de Plataformas de Comercio Electrónico.
- Junto al precio de venta de los productos, se deberá indicar el precio por unidad de medida, tanto en establecimientos físicos como en plataformas electrónicas. Ambos precios deben estar identificables y legibles, de manera que el consumidor pueda ejercer su derecho de libre elección antes de formalizar el acto de consumo.
- Como unidades de medida preestablecidas, se deberá mostrar el Precio por unidad de medida que se muestra en el siguiente listado:
 - 1) Productos cosméticos, por 100 gramos o 100 mililitros.
 - 2) Hierbas y especias, por 10 gramos.
 - 3) Esencias aromáticas y colorantes alimentarios, por 10 mililitros.
 - 4) Salsa y caldo en polvo, por cada 10 gramos.
 - 5) Productos suministrados en rollo, como por ejemplo el papel higiénico, por metro.
 - 6) Productos de higiene y/o cuidado personal suministrados en paquetes con unidades idénticas, como por ejemplo pañales, por unidad.
 - 7) Productos suministrados en paquetes de 51 o más unidades, por cada 100 unidades.
 - 8) Huevos envasados por unidad.

3.2.4. Observatorio SERNAC

SERNAC cuenta con un Observatorio de Precios lo que permite a las personas encontrar la lista más barata en el país. En la plataforma se puede descargar la metodología del cálculo de precios, donde se menciona que:

“Incluye los productos más comprados por las personas, especialmente los alimentos. Considera sólo los supermercados que informan sus precios al SERNAC, presentes en

202 comunas de las 346 que existen en el país. Incluye los precios rebajados (ofertas universales), pero excluye las ofertas por packs (Ej. Lleva 2 por el precio de 1 ") o precios especiales con la condición de dar un RUT o pagar con una determinada tarjeta. Esto para facilitar la comparación de precios. No muestra al público los precios de marcas y productos específicos para prevenir un eventual mal uso de esa información y prácticas anticompetitivas por parte de las empresas."

Para mantener la herramienta actualizada, "El SERNAC solicita semanalmente a las cadenas de supermercados nacionales y regionales, que envíen los precios de un listado de productos seleccionados por ser los que más consumen las personas. Los datos se actualizan los días viernes de cada semana. Si un supermercado no envía la información, durante la semana siguiente no aparecerán sus productos en el resultado de la comparación. En etapas posteriores del proyecto, se evaluará ampliar la cobertura a otros tipos de establecimientos."

4. METODOLOGÍA

4.1. Método de investigación/Enfoque

Método de investigación exploratoria con enfoque Cuantitativo.

4.2. Alcance

Estudio transversal con un alcance nacional.

Verificación locales de manera física – Ciudad de Santiago y Verificación en las páginas web, de manera remota.

4.3. Instrumentos de recolección de datos

Planillas de registro de datos obtenidos por la observación de los precios disponibles en los supermercados.

4.4. Universo/Muestras

La cobertura nacional de supermercados por medio de un sondeo realizado en agosto 2024:

Universo: 1.400 supermercados a nivel nacional

Muestra: 16 de supermercados a visitar/analizar

Método de Muestreo: Intencionado, ya que se seleccionan los supermercados que tengan presencia nacional.

Productos revisados: huevos, quesos maduros, lavalozas, detergentes para ropa, papel higiénico, jabón líquido.

4.5. Técnica de análisis de datos/información

Análisis del aplicación de la normativa mediante la observación de la información disponible al consumidor.

5. RESULTADOS

El estudio contempló la visita presencial a la muestra de 16 supermercados y también la visita a las páginas de ventas online de los 4 supermercados: Jumbo, Lider, Tottus y Unimarc.

Las visitas presenciales y remotas fueron realizadas en los meses de noviembre y diciembre del año 2024.

Los locales visitados fueron:

Supermercado	Comuna	Local
Cencosud/Jumbo	Maipú	Av. Los Pajaritos 4500
Cencosud/Jumbo	Providencia	Av. Andrés Bello 2425
Cencosud/Jumbo	Puente Alto	Av. Concha y Toro 3854
Cencosud/Santa Isabel*	Santiago	Almte. Latorre 310
Lider	Cerrillos	Av. Américo Vespucio 2500
Lider	Estación Central	Alberto Hurtado 060
Lider	Las Condes	Cam. El Alba 11865
Lider	La Florida	Av. Sta. Amalia 1763
Tottus	Cerrillos	Av. Américo Vespucio 1501
Tottus	Las Condes	Av. Padre Hurtado Sur 875
Tottus	Puente Alto	V. Concha y Toro 1477
Tottus	Santiago	Nataniel Cox 620
Unimarc	La Florida	Vicuña Mackenna
Unimarc	Maipú	Av. El Rosal 6361
Unimarc	Providencia	Francisco Bilbao
Unimarc	Estación Central	Av. Gladys Marín Millie 6950

*En el caso de la red Cencosud, no se encontró tienda Jumbo en Santiago Centro, por lo que se realizó la visita a un local Santa Isabel.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en cada una de las visitas en los locales:

5.1. SUPERMERCADOS CENCOSUD

Supermercado	Comuna	Huevos				Quesos				Detergente Ropa				Lava Lozas				Papel Higiénico				Jabón Líquido			
		# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM
Cencosud/Jumbo	Maipú	2	2	0	0	14	14	0	0	16	14	1	1	27	25	2	0	28	23	5	0	11	10	0	1
Cencosud/Jumbo	Providencia	7	5	2	0	16	16	0	0	24	24	0	0	12	12	0	0	28	24	3	1	14	14	0	0
Cencosud/Jumbo	Puente Alto	11	11	0	0	12	12	0	0	12	12	0	0	12	12	0	0	31	29	2	0	19	19	0	0
Cencosud/Santa Isabel	Santiago	3	3	0	0	10	10	0	0	8	8	0	0	11	10	0	1	19	11	2	6	8	8	0	0
Cencosud/Jumbo	Página Web	4	0	0	4	29	29	0	0	45	0	0	45	18	0	0	18	35	0	0	35	20	0	0	20

Supermercado	Comuna	TOTAL GENERAL				% DE BUEN PPUM
		# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	
Cencosud/Jumbo	Maipú	98	88	8	2	89,80
Cencosud/Jumbo	Providencia	101	95	5	1	94,06
Cencosud/Jumbo	Puente Alto	97	95	2	0	97,94
Cencosud/Santa Isabel	Santiago	59	50	2	7	84,75
	Total Presencial	355	328	17	10	92,39
Cencosud/Jumbo	Página Web	151	29	0	122	19,21

5.2. SUPERMERCADOS LIDER

Supermercado	Comuna	Huevos				Quesos				Detergente Ropa				Lava Lozas				Papel Higiénico				Jabón Líquido			
		# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM
Lider	Cerrillos	3	3	0	0	11	11	0	0	8	8	0	0	11	11	0	0	9	9	0	0	14	14	0	0
Lider	Estación Central	2	2	0	0	15	15	0	0	12	12	0	0	9	9	0	0	12	9	0	3	12	12	0	0
Lider	Las Condes	9	9	0	0	13	13	0	0	23	21	2	0	6	6	0	0	25	25	0	0	9	9	0	0
Lider	La Florida	8	8	0	0	9	9	0	0	7	7	0	0	7	7	0	0	5	5	0	0	9	9	0	0
Lider	Página Web	4	4	0	0	20	20	0	0	27	27	0	0	21	20	1	0	22	21	1	0	35	35	0	0

Observaciones:

Papel higiénico: el supermercado no utiliza la misma unidad de medida en todas sus tiendas/canales, en las destacadas en amarillo usan la unidad rollo y las no destacadas utilizan la unidad metro.

Jabón líquido: los fabricantes utilizan distintas unidades de medida, en algunas marcas el producto está expresado en litros y en otros en kilos.

Supermercado	Comuna	TOTAL GENERAL				% DE BUEN PPUM
		# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	
Lider	Cerrillos	56	56	0	0	100,00
Lider	Estación Central	62	59	0	3	95,16
Lider	Las Condes	85	83	2	0	97,65
Lider	La Florida	45	45	0	0	100,00
	Total Presencial	248	243	2	3	97,98
Lider	Página Web	129	127	2	0	98,45

5.3. SUPERMERCADOS TOTTUS

Supermercado	Comuna	Huevos				Quesos				Detergente Ropa				Lava Lozas				Papel Higiénico				Jabón Líquido			
		# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM
Tottus	Cerrillos	3	1	0	2	15	14	0	1	14	10	0	4	7	6	0	1	29	6	1	22	1	0	0	1
Tottus	Las Condes	11	1	0	10	18	18	0	0	12	11	0	1	7	7	0	0	22	13	0	9	12	12	0	0
Tottus	Puente Alto	2	0	0	2	16	16	0	0	16	15	0	1	5	4	0	1	33	24	2	7	11	10	0	1
Tottus	Santiago	1	1	0	0	20	18	0	2	11	10	0	1	18	15	1	2	25	17	1	7	14	11	0	3
Tottus	Página Web	2	0	0	2	28	0	0	28	21	0	0	21	27	0	0	27	32	0	0	32	9	0	0	9

Observaciones:

Papel higiénico: el supermercado no utiliza la misma unidad de medida en las tiendas, es decir, en todas las tiendas se puede encontrar el producto expresado en la unidad rollo y en la unidad metro.

TOTAL GENERAL						
Supermercado	Comuna	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	% DE BUEN PPUM
Tottus	Cerrillos	69	37	1	31	53,62
Tottus	Las Condes	82	62	0	20	75,61
Tottus	Puente Alto	83	69	2	12	83,13
Tottus	Santiago	89	72	2	15	80,90
	Total Presencial	323	240	5	78	74,30
Tottus	Página Web	119	0	0	119	0,00

5.4. SUPERMERCADOS UNIMARC

Supermercado	Comuna	Huevos				Quesos				Detergente Ropa				Lava Lozas				Papel Higiénico				Jabón Líquido			
		# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM
Unimarc	La Florida	3	3	0	0	5	5	0	0	7	7	0	0	2	2	0	0	7	7	0	0	4	4	0	0
Unimarc	Maipú	2	2	0	0	10	10	0	0	4	4	0	0	7	7	0	0	10	10	0	0	5	5	0	0
Unimarc	Providencia	7	7	0	0	11	11	0	0	3	3	0	0	5	5	0	0	9	9	0	0	4	4	0	0
Unimarc	Estación Central	1	1	0	0	5	5	0	0	5	5	0	0	8	8	0	0	9	9	0	0	7	7	0	0
Unimarc	Página Web	7	7	0	0	16	16	0	0	17	17	0	0	8	8	0	0	17	17	0	0	11	11	0	0

Supermercado	Comuna	TOTAL GENERAL				% DE BUEN PPUM
		# productos	PPUM OK	PPUM Incorrecto	Sin PPUM	
Unimarc	La Florida	28	28	0	0	100,00
Unimarc	Maipú	38	38	0	0	100,00
Unimarc	Providencia	39	39	0	0	100,00
Unimarc	Estación Central	35	35	0	0	100,00
	Total Presencial	140	140	0	0	100,00
Unimarc	Página Web	76	76	0	0	100,00

6. DISCUSIONES

Los resultados encontrados en la verificación de las etiquetas de más de 1.500 productos son bastante positivos, ya que, el 77% contaba con el PPUM informado. Este resultado está altamente influenciado por los excelentes resultados obtenidos por la red UNIMARC que en sus más de 200 productos revisados alcanzó el 100% de utilización del PPUM, tanto para canal presencial como remoto.

Este estudio se ejecutó basado en el Decreto 229 Reglamento sobre información del precio por unidad, que aún se encuentra vigente hasta el 10/09/2025. A partir de esa fecha, entrará en vigencia el nuevo reglamento que viene a actualizar el alcance de aplicación, incluyendo a todas las tiendas físicas (excepto las microempresas), las plataformas virtuales de comercio y los operadores de plataformas virtuales de comercio.

Presencialmente, 3 de los 4 supermercados aún presentan dificultades en la presentación del PPUM, es decir, no tienen totalmente asegurado al consumidor los parámetros claros de comparación entre los productos, los principales problemas encontrados son:

- Ausencia del PPUM en productos en su presentación normal (sin ofertas).
- PPUM con unidades de medida distintas entre productos de mismo tipo y características, principalmente los papeles higiénicos, que algunas etiquetas el PPUM es presentado por rollo (unidad) y en otras es presentado por metro.

Esa confusión se genera entre locales de la misma red y también, en algunos casos, se genera entre productos en el en mismo local.

Otra situación que llamó la atención es que hay productos que no tienen definido una unidad de medida estándar para expresar su contenido y lo que acaba por dificultar que el PPUM sea expresado por una misma unidad para las distintas marcas. Es el caso de los jabones líquidos, ya que algunos fabricantes determinan el contenido del Doypack (refil económico) en gramos/unidad kilo y otros en ml/unidad litro. No obstante, la red UNIMARC logra implementar un sistema de información que libere al consumidor de esa confusión, estandarizando el PPUM por categoría o tipo de producto.

Por otro lado, aunque no fuera objetivo específico de este estudio, y por ende no se estableció una metodología específica ni un registro riguroso de las respuestas: en las tiendas visitadas, se consultaba a los trabajadores que hacen la reposición de los productos y etiquetas, dónde encontrar el PPUM de algunos productos, principalmente en los pasillos de los papeles higiénicos y en la mayoría de las respuestas estos no sabían de que se trata el PPUM y cuando entendían lo que se consultaba, algunos mostraban la parte de la etiqueta dónde estaba o simplemente hacían caso omiso. Lo que demuestra que no es solo el consumidor que debe ser educado en materia de PPUM, los trabajadores de los locales comerciales también.

7. RECOMENDACIONES

- Para los consumidores: Informarse a respecto del PPUM y cada vez que haga sus compras lo exija, en los canales presenciales y también remotos (aunque aún no sea obligatorio por el momento)
- Para los fabricantes: Con la intención de posicionar mejor sus productos, sigan estándares de presentación de los contenidos (estandarización por tipo de producto)
- Para los supermercados: fiscalicen internamente la utilización del PPUM en las etiquetas de precios de los productos que ofrecen a sus clientes; capacite a sus funcionarios para que puedan entregar esa información a los consumidores cuando estos consulten.

8. CONCLUSIONES

Los resultados son altamente positivos para el canal presencial, considerando que unos supermercados tienen la entrega del PPUM mejor implementada que otros. No obstante, el problema de PPUMs mal informados por el tipo de unidad de medida a utilizar para cada producto, podrá verse solucionado con la implementación del Nuevo reglamento la problemática está considerada en su **Artículo 7°.- Deber de informar una 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.**

Los resultados positivos de la red UNIMARC, seguido del LIDER, tanto en locales físicos como en su página web, deja evidenciado que es posible que el consumidor tenga la información clara y precisa, independiente de la complejidad del producto, basta con tener buena voluntad para una perfecta utilización del PPUM.

Por otro lado, queda de manifiesto, que es necesario educar también a los consumidores en la materia PPUM, así como a los trabajadores del comercio.

9. REFERENCIAS

Subsecretaría de Economía, Fomento y Reconstrucción; Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción; Gobierno de Chile. Año 2002. Decreto N° 229/2002: Reglamento sobre la información del precio de los productos. Ley Chile <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=204932&idVersion=2003-03-30&idParte=>

Publicado en el Diario Oficial el 25-NOV-2002 N°34717

<https://www.diariooficial.interior.gob.cl/media/2002/11/25/do-20021125.pdf> .

Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño. Reconstrucción. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Gobierno de Chile. Año 2024. Decreto N°34/2024: Reglamento sobre información del precio por unidad de medida de productos ofrecidos al consumidor y deja sin efecto el Decreto N° 229, de 2002, del entonces Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción. Ley Chile

<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=204932&idVersion=2025-09-11>

Publicado en el Diario Oficial el 10 de diciembre de 2024 N°44.020

<https://www.diariooficial.interior.gob.cl/publicaciones/2024/12/10/44020/01/2580837.pdf> .

Servicio Nacional del Consumidor. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Gobierno de Chile. Observatorio de precios SERNAC:

<https://www.sernac.cl/observatorio/> .

10. ANEXOS

10.1. DECRETO 229/2002

Decreto 229 APRUEBA REGLAMENTO SOBRE INFORMACION DEL PRECIO UNITARIO DE LOS PRODUCTOS MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y RECONSTRUCCIÓN; SUBSECRETARÍA DE ECONOMÍA, FOMENTO Y RECONSTRUCCIÓN

Publicación: 25-NOV-2002 | Promulgación: 23-SEP-2002

Versión: Con Derogación Diferida por fecha De : 11-SEP-2025

Ultima Modificación: 10-DIC-2024

Núm. 229.- Santiago, 23 de septiembre de 2002.-

Vistos: Lo dispuesto en la ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores; el decreto con fuerza de ley N° 88, de 1953, del Ministerio de Hacienda; el artículo 32, N° 8 de la Constitución Política de la República, y lo establecido en la resolución N° 55, de 1992, de la Contraloría General de la República,

Considerando:

- 1.- La necesidad de fortalecer la transparencia y la calidad de la información que se entrega a los consumidores en relación con el precio de los productos, elemento esencial en todo acto de consumo;
- 2.- La voluntad de fortalecer la normativa que integra el sistema de protección a los consumidores, recogiendo la experiencia comparada en materia de información por unidad de medida;

3.- La disposición de la industria de supermercados de iniciar la implementación de este sistema, que se ha manifestado en la participación de sus representantes en las definiciones contenidas en este reglamento, y

4.- El beneficio que supone para los ciudadanos de nuestro país acceder a la información sobre precios por unidad de medida en aquellos establecimientos respecto de los cuales, por tamaño y volumen de ventas, este sistema resulta especialmente útil y posee menores costos de implementación,

D e c r e t o:

Artículo primero: Apruébase el Reglamento sobre Información del Precio Unitario de los Productos, cuyo texto es el siguiente:

Artículo 1°.- El presente Reglamento establece la obligación de los supermercados de informar al consumidor final el precio por unidad de medida, 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.

El precio por unidad de medida constituye información básica comercial en los términos previstos en el número 3 del artículo 1° de la ley N° 19.496.

Artículo 2°.- Este Reglamento se aplicará tanto a los productos nacionales como a aquellos de procedencia extranjera que se comercialicen en el país.

Artículo 3°.- Para cada categoría de productos se utilizará la misma unidad de medida.

Artículo 4°.- Para los efectos previstos en este Reglamento, se entenderá por:

a) Supermercado: Establecimiento comercial, predominantemente de autoservicio, cualquiera sea su denominación, que desarrolla actividades de venta de bienes a consumidores y que cuenta con tres o más cajas fijas habilitadas para recibir pagos.

b) Unidad de medida: Magnitud de masa, volumen o longitud en que se expresa la cantidad de un producto, de acuerdo al sistema de pesos y medidas vigente en el país.

c) Precio de venta: El precio final del producto o de una cantidad determinada del producto, incluidos los impuestos correspondientes.

d) Precio por unidad de medida: El precio final del producto, incluidos los impuestos correspondientes, por un kilogramo, un litro o un metro del producto o por cada unidad del mismo. En este último caso, si las unidades o piezas son de distintas características, se indicará el precio individual de cada una de ellas.

e) Producto vendido a granel: El producto que no ha sido envasado previamente y se mide o pesa en presencia del consumidor.

Artículo 5°.- Se indicará el precio por unidad de medida en:

a) Los productos que indiquen contenido neto, y b) En los productos formados por unidades o piezas de idéntica naturaleza que se comercializan en un mismo envase.

Artículo 6°.- En los productos vendidos a granel sólo deberá indicarse el precio por unidad de medida.

Artículo 7°.- Los productos sujetos a las disposiciones de este Reglamento serán identificados mediante decreto del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, previo informe del Servicio Nacional del Consumidor, con audiencia de organizaciones de consumidores y de los sectores gremiales respectivos.

Artículo 8°.- El precio de venta y el precio por unidad de medida deberán indicarse de un modo claramente visible, en el producto, estantería o vitrina, de manera tal que permita al consumidor el ejercicio de su derecho a la libre elección del bien, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo.

Artículo 9°.- El precio de venta y el precio por unidad de medida deberán indicarse de acuerdo a la unidad monetaria vigente en el país, sin perjuicio que, adicionalmente, se informe en una unidad monetaria distinta.

Artículo 10.- En los casos en que las disposiciones reglamentarias requieran la indicación del peso neto y del peso drenado de determinados productos envasados, bastará la indicación del precio por unidad de medida respecto del peso drenado.

Artículo 11.- En los productos cosméticos, el precio por unidad de medida se referirá a 100 gramos o 100 mililitros.

Artículo 12.- El supermercado no estará obligado a informar el precio por unidad de medida en los siguientes casos:

- a) Si el precio de venta es el mismo que el precio por unidad de medida.
- b) En los productos que se rotulan y comercializan en cantidades inferiores a 50 gramos o mililitros.
- c) En los productos que se venden a través de máquinas expendedoras.
- d) En las porciones individuales de helados.

Artículo 13.- La inobservancia de las disposiciones del presente Reglamento dará lugar a la aplicación de las disposiciones de la ley N° 19.496.

Artículo 14.- El Servicio Nacional del Consumidor velará por el cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento, de conformidad con las facultades y atribuciones establecidas en la ley N° 19.496.

Artículo segundo: Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 7° del Reglamento contenido en el artículo primero del presente decreto, el primer listado de productos sujetos a sus disposiciones será el siguiente:

PRECIOS POR UNIDAD DE MEDIDA (PPUM) Verificación de cumplimiento del Decreto 229 Reglamento de Precios por Unidad de Medida en los principales supermercados del país

Abarrotes	Abarrotes secos	Aceites
Abarrotes	Abarrotes secos	Comestibles
Abarrotes	Abarrotes secos	Azúcar /
		Sustitutos
Abarrotes	Abarrotes secos	Cereales
Abarrotes	Abarrotes secos	Procesados
Abarrotes	Abarrotes secos	Cocktail
Abarrotes	Abarrotes secos	Snacks
Abarrotes	Abarrotes secos	Alimentos para
		Bebé
Abarrotes	Abarrotes secos	Café
Abarrotes	Abarrotes secos	Hierbas e
		infusiones
Abarrotes	Abarrotes secos	Saborizantes
		para la Leche
Abarrotes	Abarrotes secos	Té Bolsa
Abarrotes	Abarrotes secos	Té Rama
Abarrotes	Abarrotes secos	Té Instantáneo
Abarrotes	Abarrotes secos	Condimentos
Abarrotes	Abarrotes secos	Fideos
Abarrotes	Abarrotes secos	Harinas y
		Féculas
Abarrotes	Abarrotes secos	Repostería
Abarrotes	Abarrotes secos	Leches en
		Polvo
Abarrotes	Abarrotes secos	Leche
		Condensada
Abarrotes	Abarrotes secos	Leche
		Evaporada

PRECIOS POR UNIDAD DE MEDIDA (PPUM) Verificación de cumplimiento del Decreto 229 Reglamento de Precios por Unidad de Medida en los principales supermercados del país

Abarrotes	Abarrotes secos	Mermeladas
Abarrotes	Abarrotes secos	Mieles y Dulces
Abarrotes	Abarrotes secos	Postres en Polvo
Abarrotes	Abarrotes secos	Purés
Abarrotes	Abarrotes secos	Deshidratados
Abarrotes	Abarrotes secos	Sal
Abarrotes	Abarrotes secos	Salsas y Aderezos
Abarrotes	Abarrotes secos	Salsas Dulces
Abarrotes	Abarrotes secos	Salsas de Tomate
Abarrotes	Abarrotes secos	Sopas, Caldos y Cremas
Abarrotes	Abarrotes secos	Deshidratadas
Abarrotes	Abarrotes secos	Legumbres
Abarrotes	Abarrotes secos	Arroz
Abarrotes	Tratamiento Dietético	
Abarrotes	Tratamiento Dietético	Píldoras de dieta
Abarrotes	Abarrotes en Conserva	
Abarrotes	Abarrotes en Conserva	Frutas en Conserva
Abarrotes	Abarrotes en Conserva	Comidas preparadas en Conserva
Abarrotes	Abarrotes en Conserva	Conservas de Mariscos
Abarrotes	Abarrotes en Conserva	Conservas de Pescados
Abarrotes	Abarrotes en Conserva	Vegetales en Conserva
Abarrotes	Abarrotes Dulces	
Abarrotes	Abarrotes Dulces	Alfajores
Abarrotes	Abarrotes Dulces	Bizcochos
Abarrotes	Abarrotes Dulces	Caramelos
Abarrotes	Abarrotes Dulces	Chicles
Abarrotes	Abarrotes Dulces	Chocolates
Abarrotes	Abarrotes Dulces	Galletas
Abarrotes	Abarrotes Dulces	Malvas
Abarrotes	Abarrotes Dulces	Otros Confites
Abarrotes	Abarrotes Líquidos	Bebidas Alcohólicas
Abarrotes	Abarrotes Líquidos	
Abarrotes	Abarrotes Líquidos	Bebidas no Alcohólicas
Abarrotes	Abarrotes Líquidos	Extractos y esencias
Abarrotes	Envases	
Abarrotes	Envases	Envase cerveza
Abarrotes	Envases	Envase Gaseosa
Abarrotes	Envases	Envase Maleta
Hogar		
Hogar	Accesorios para Lavado	

PRECIOS POR UNIDAD DE MEDIDA (PPUM) Verificación de cumplimiento del Decreto 229 Reglamento de Precios por Unidad de Medida en los principales supermercados del país

Hogar	Accesorios para Lavado	Secado
Hogar	Detergentes para la Ropa	
Hogar	Detergentes para la Ropa	Baja Espuma
Hogar	Detergentes para la Ropa	Alta Espuma
Hogar	Aditivos para la Ropa	
Hogar	Aditivos para la Ropa	Complementos
Hogar	Aditivos para la Ropa	Suavizantes
Hogar	Jabones para la Ropa	
Hogar	Jabones para la Ropa	Con Glicerina
Hogar	Jabones para la Ropa	Sin Glicerina
Hogar	Lavalozas	
Hogar	Lavalozas	Máquina
Hogar	Lavalozas	Manual
Hogar	Bolsas y Materiales de Envolver	
Hogar	Bolsas y Materiales de Envolver	Bolsas de Papel para Colación
Hogar	Bolsas y Materiales de Envolver	Bolsas de Basura
Hogar	Bolsas y Materiales de Envolver	Bolsas para Congelador
Hogar	Bolsas y Materiales de Envolver	Bolsas para el Horno
Hogar	Bolsas y Materiales de Envolver	Bolsas para el Jardín
Hogar	Bolsas y Materiales de Envolver	Bolsas para Guardar Comida
Hogar	Bolsas y Materiales de Envolver	Cañamo para Envolver
Hogar	Bolsas y Materiales de Envolver	Papel Aluminio
Hogar	Bolsas y Materiales de Envolver	Films PVC
Hogar	Desodorantes Ambientales	
Hogar	Desodorantes Ambientales	Aerosol
Hogar	Desodorantes Ambientales	Continuo

PRECIOS POR UNIDAD DE MEDIDA (PPUM) Verificación de cumplimiento del Decreto 229 Reglamento de Precios por Unidad de Medida en los principales supermercados del país

Hogar	Desodorantes Ambientales	Polvo
Hogar	Desodorantes para Tela	
Hogar	Desodorantes para Tela	Repuestos
Hogar	Desodorantes para Tela	Rociadores
Hogar	Hipoclorito de Sodio	
Hogar	Hipoclorito de Sodio	Granulado
Hogar	Hipoclorito de Sodio	Líquido
Hogar	Hipoclorito de Sodio	Tabletas
Hogar	Insecticidas/ Pesticidas/ Raticidas	
Hogar	Insecticidas/ Pesticidas/ Raticidas	Aerosol
Hogar	Insecticidas/ Pesticidas/ Raticidas	Barra
Hogar	Insecticidas/ Pesticidas/ Raticidas	Barra Espiral
Hogar	Insecticidas/ Pesticidas/ Raticidas	Eléctricos
Hogar	Insecticidas/ Pesticidas/ Raticidas	Líquidos
Hogar	Insecticidas/ Pesticidas/ Raticidas	Tabletas
Hogar	Insecticidas/ Pesticidas/ Raticidas	Pellet
Hogar	Insecticidas/ Pesticidas/ Raticidas	Polvo
Hogar	Limpieza del Hogar	
Hogar	Limpieza del Hogar	Ceras para piso
Hogar	Limpieza del Hogar	Limpiadores para Metales
Hogar	Limpieza del Hogar	Limpiadores de Horno
Hogar	Limpieza del Hogar	Limpiadores de Oxido
Hogar	Limpieza del Hogar	Limpiadores de Tapices
Hogar	Limpieza del Hogar	Limpiadores del Hogar
Hogar	Limpieza del Hogar	Limpiadores de Alfombra

PRECIOS POR UNIDAD DE MEDIDA (PPUM) Verificación de cumplimiento del Decreto 229 Reglamento de Precios por Unidad de Medida en los principales supermercados del país

Hogar	Productos de papel para el Hogar	
Hogar	Productos de papel para el Hogar	Pañuelos Desechables
Hogar	Productos de papel para el Hogar	Servilletas
Hogar	Productos de papel para el Hogar	Toallas de Papel
Artículos y alimentos para mascotas		
Artículos y alimentos para mascotas	Alimentos para Animales Acuáticos	
Artículos y alimentos para mascotas	Alimentos para Roedores	
Artículos y alimentos para mascotas	Alimentos para Aves	
Artículos y alimentos para mascotas	Alimentos para Otras Mascotas	
Artículos y alimentos para mascotas	Accesorios para Mascotas	
Artículos y alimentos para mascotas	Accesorios para Mascotas	Pulguicidas
Artículos y alimentos para mascotas	Accesorios para Mascotas	Shampoo
Cuidado Personal		
Cuidado Personal	Cuidado Capilar	
Cuidado Personal	Cuidado Capilar	Shampoo
Cuidado Personal	Cuidado Capilar	Bálsamos
Cuidado Personal	Cuidado Capilar	Styling/ fijadores
Cuidado Personal	Cuidado Capilar	Tinturas
Cuidado Personal	Cuidado Capilar	Accesorios para el Cabello
Cuidado Personal	Desodorantes	
Cuidado Personal	Desodorantes	Hombre
Cuidado Personal	Desodorantes	Mujer
Cuidado Personal	Desodorantes	Unisex
Cuidado Personal	Higiene Bucal	
Cuidado Personal	Higiene Bucal	Pastas Dentales
Cuidado Personal	Higiene Bucal	Cepillos Dentales
Cuidado Personal	Higiene Bucal	Enjuague Bucal
Cuidado Personal	Higiene Bucal	Seda Dental
Cuidado Personal	Higiene Bucal	Palillos de Dientes
Cuidado Personal	Higiene Bucal	Adhesivos de Dentadura
Cuidado Personal	Higiene Bucal	Limpiadores de Placa Dental
Cuidado Personal	Jabones de Tocador y Baño	
Cuidado Personal	Jabones de Tocador y Baño	Líquidos

PRECIOS POR UNIDAD DE MEDIDA (PPUM) Verificación de cumplimiento del Decreto 229 Reglamento de Precios por Unidad de Medida en los principales supermercados del país

Cuidado Personal	Jabones de Tocador y Baño	Barra
Cuidado Personal	Artículos de Afeitarse	
Cuidado Personal	Artículos de Afeitarse	After Shave
Cuidado Personal	Artículos de Afeitarse	Cremas de afeitarse
Cuidado Personal	Artículos de Afeitarse	Hojas y Máquinas de Afeitarse
Cuidado Personal	Artículos de Afeitarse	Otros Accesorios para Afeitarse
Cuidado Personal	Depilación	
Cuidado Personal	Depilación	Ceras
Cuidado Personal	Depilación	Cremas de Depilación
Cuidado Personal	Depilación	Hojas y Máquina
Cuidado Personal	Fragancias	
Cuidado Personal	Fragancias	Familiar
Cuidado Personal	Fragancias	Hombre
Cuidado Personal	Fragancias	Mujer
Cuidado Personal	Fragancias	Niño
Cuidado Personal	Cuidado del Bebé	
Cuidado Personal	Cuidado del Bebé	Accesorios de Enfermería
Cuidado Personal	Cuidado del Bebé	Accesorios para el Bebé
Cuidado Personal	Cuidado del Bebé	Mamaderas y Pezoneras
Cuidado Personal	Cuidado del Bebé	Pañales de Género
Cuidado Personal	Cuidado del Bebé	Pañales Desechables
Cuidado Personal	Cuidado del Bebé	Pañales Entrenadores
Cuidado Personal	Cuidado del Bebé	Fragancias
Cuidado Personal	Cuidado del Bebé	Cremas
Cuidado Personal	Cuidado del Bebé	Shampoo
Cuidado Personal	Cuidado del Bebé	Talco
Cuidado Personal	Cuidado del Bebé	Tips
Cuidado Personal	Cuidado del Bebé	Bálsamos
Cuidado Personal	Cuidado del Bebé	Toallas Húmedas
Cuidado Personal	Cuidado del Bebé	Otros
Cuidado Personal	Cosméticos	
Cuidado Personal	Cosméticos	Accesorios Cosméticos
Cuidado Personal	Cosméticos	Cejas y Ojos
Cuidado Personal	Cosméticos	Labios

PRECIOS POR UNIDAD DE MEDIDA (PPUM) Verificación de cumplimiento del Decreto 229 Reglamento de Precios por Unidad de Medida en los principales supermercados del país

Cuidado Personal	Cosméticos	Rostro
Cuidado Personal	Cosméticos	Uñas
Cuidado Personal	Cosméticos	Otros cosméticos
Cuidado Personal	Higiene Sanitaria	
Cuidado Personal	Higiene Sanitaria	Algodón
Cuidado Personal	Higiene Sanitaria	Almohadillas
Cuidado Personal	Higiene Sanitaria	Cinta adhesiva
Cuidado Personal	Higiene Sanitaria	Gasa
Cuidado Personal	Higiene Sanitaria	Palitos de Algodón
Cuidado Personal	Higiene Sanitaria	Vendaje adhesivos
Cuidado Personal	Higiene Sanitaria	Pañales para adultos
Cuidado Personal	Higiene Sanitaria	Otros
Cuidado Personal	Productos para el cuidado de la piel	
Cuidado Personal	Productos para el cuidado de la piel	Faciales
Cuidado Personal	Productos para el cuidado de la piel	Mano y Cuerpo
Cuidado Personal	Productos para el cuidado de la piel	Filtros Solares
Cuidado Personal	Protección Sanitaria Femenina	
Cuidado Personal	Protección Sanitaria Femenina	Toallas
Cuidado Personal	Protección Sanitaria Femenina	Protectores diarios
Cuidado Personal	Protección Sanitaria Femenina	Tampones
Cuidado Personal	Accesorios Personales	
Cuidado Personal	Accesorios Personales	Cepillos y Peinetas
Cuidado Personal	Accesorios Personales	Espejo de Maquillaje
Cuidado Personal	Accesorios Personales	Esponjas Limpieza Personal
Cuidado Personal	Accesorios Personales	Implementos Manicure
Cuidado Personal	Accesorios Personales	Pinzas
Cuidado Personal	Accesorios Personales	Otros accesorios

Artículo tercero: El presente decreto entrará en vigencia el día 30 de marzo de 2003.

Anótese, tómesese razón y publíquese.- RICARDO LAGOS ESCOBAR, Presidente de la República.- Alvaro Díaz Pérez, Ministro de Economía, Fomento y Reconstrucción (S). Lo que transcribe para su conocimiento.- Saluda atentamente a usted, Enrique Sepúlveda Rodríguez, Subsecretario de Economía, Fomento y Reconstrucción (S).

10.2. REGLAMENTO 2025

MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO

Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño

APRUEBA NUEVO REGLAMENTO SOBRE INFORMACIÓN DEL PRECIO POR UNIDAD DE MEDIDA DE PRODUCTOS OFRECIDOS AL CONSUMIDOR Y DEJA SIN EFECTO EL DECRETO N° 229, DE 2002, DEL ENTONCES MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y RECONSTRUCCIÓN

Núm. 38.- Santiago, 12 de agosto de 2024.

Visto:

Lo dispuesto en los artículos 32, N° 6 y 35, de la Constitución Política de la República de Chile, cuyo texto refundido, coordinado y sistematizado fue fijado por el decreto supremo N° 100, de 2005, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia; en el decreto con fuerza de ley N° 1/19.653, de 2000, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que fijó el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 18.575, de Bases Generales de la Administración del Estado; en el decreto con fuerza de ley N° 3, de 2019, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que fija texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores; en la ley N° 19.628, sobre protección de la vida privada; en la resolución exenta N° 84, de 2015, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que aprueba Norma General de Participación Ciudadana en la Gestión Pública del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, y deja sin efecto resolución administrativa N° 71 exenta, de 2011; y en la resolución N° 7, de 2019, de la Contraloría General de la República, que fija normas sobre exención del trámite de Toma de Razón.

Considerando:

1. Que, el artículo 3, letra b), del decreto con fuerza de ley N° 3, de 2019, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores (en adelante indistintamente “ley N° 19.496” o “Ley de Protección del Consumidor”), consagra el derecho de los consumidores a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos, y el deber de informarse responsablemente de ellos.

2. Que, el artículo 62 de la Ley de Protección del Consumidor, dispone que el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo dictará uno o más reglamentos para regular las disposiciones de dicha ley.

3. Que, el artículo 30 de la ley N° 19.496, establece la obligación de los proveedores de dar a conocer al público los precios de los bienes que expendan o de los servicios que ofrezcan, debiéndose indicar el mismo de un modo claramente visible, que permita a los consumidores, de forma efectiva, el ejercicio de su derecho a elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo. En la parte final del inciso cuarto del artículo 30 antes referido, se regula el caso en que los proveedores exhiban en sitios de internet sus productos o servicios,

estableciéndose para ellos la obligación de informar en dichos sitios las características y prestaciones esenciales de los productos o servicios que ofrezcan, así como también los precios de éstos, los que además deberán cumplir con las condiciones establecidas en el reglamento.

4. Que, conforme a la necesidad de fortalecer la transparencia y la calidad de la información que se entrega a los consumidores en relación con el precio de los productos como elemento esencial en todo acto de consumo, se emitió el decreto supremo N° 229, de 2002, de este origen, el cual “Aprueba Reglamento sobre Información del Precio Unitario de los Productos”, publicado en el Diario Oficial con fecha 25 de noviembre de 2002, el cual estableció la obligación de los supermercados de informar al consumidor final el precio por unidad de medida, 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.

5. Que, desde la dictación del decreto supremo N° 229, de 2002, la comercialización de productos se ha complejizado como consecuencia del ingreso de nuevos actores en el mercado, lo que ha generado una mayor heterogeneidad en los canales de venta presenciales disponibles, los que hoy presentan una mayor diversidad en tamaño y forma. Asimismo, el disruptivo crecimiento de la digitalización de la actividad económica ha permitido un desarrollo exponencial de plataformas de comercio electrónico. Estos fenómenos han permitido nuevas formas de relación e interacción entre consumidores y vendedores, tanto en el comercio presencial o físico como en el ámbito digital o electrónico.

6. Que, en virtud de lo señalado y lo dispuesto en el artículo 62 de la ley N° 19.496, ya referido, resulta necesario actualizar, fortalecer y ampliar el ámbito de regulación dispuesto en el decreto supremo N° 229, de 2002. Para ello, se requiere realizar modificaciones regulatorias referidas a los productos afectos a la obligación de informar su Precio por Unidad de Medida, las características de cómo se debe cumplir con la obligación de informar, tanto para productos que sean comercializados presencialmente o por el vendedor a través de su propia Plataforma de comercio electrónico o a través de Plataformas de terceros.

7. Que, con el fin de potenciar la participación ciudadana, se dispuso la realización de una consulta ciudadana del presente reglamento, la cual fue publicada y estuvo disponible en la página web del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo entre los días 24 de octubre de 2023 al 13 de noviembre de 2023, recibiendo valiosas propuestas y preguntas por parte de personas y organizaciones, todas las cuales fueron consideradas y respondidas oportunamente, de conformidad con lo dispuesto en la resolución exenta N° 84, de 2015, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

8. Que, en consecuencia, esta propuesta de nuevo reglamento sobre información del Precio por Unidad de Medida de productos ofrecidos al Consumidor tiene por objeto establecer la obligación de los vendedores, sean 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. Con ello, se pretende mejorar la información que se entrega a los consumidores con relación al precio de los productos, para así permitir la comparación de productos ofrecidos a los consumidores y promover la transparencia en el acto de consumo.

Decreto:

Artículo primero: Apruébase el Reglamento sobre Información del Precio por Unidad de Medida de productos ofrecidos al Consumidor, cuyo texto es el siguiente:

Artículo 1°.- Objeto. El presente 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.

Lo anterior, sin perjuicio de otras obligaciones de los Vendedores y Operadores de Plataformas de Comercio electrónico establecidas en el decreto supremo N° 6, de 2021, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que aprueba el reglamento de comercio electrónico.

Artículo 2°.- Ámbito de aplicación. Este Reglamento 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 Plataformas de Comercio Electrónico, medios electrónicos u otras formas de comunicación a distancia.

Quedarán exceptuados de su aplicación, aquellos Vendedores que en conformidad con lo establecido en el inciso segundo del artículo segundo de la ley N° 20.416, sean calificados como microempresas.

Artículo 3°.- Definiciones. Para los efectos previstos en este reglamento se entenderá por:

- 1) **Consumidores:** las personas naturales o jurídicas que, en virtud de cualquier acto jurídico oneroso, adquieren, utilizan, o disfrutan, como destinatarios finales, bienes adquiridos, sea que estos se comercialicen presencialmente por el vendedor o a través de Plataformas de Comercio Electrónico. En ningún caso podrán ser considerados Consumidores los que, de acuerdo a los números segundo y tercero siguientes, deban entenderse como Vendedores u Operadores, salvo las micro y pequeñas empresas en rol de Consumidoras de acuerdo al artículo noveno de la ley N° 20.416.
- 2) **Vendedores:** los proveedores de carácter público o privado que habitualmente desarrollen actividades de comercialización de productos, tanto en establecimientos físicos como también a través de Plataformas de Comercio Electrónico, medios electrónicos u otras formas de comunicación a distancia.
- 3) **Operadores:** los proveedores que pongan a disposición de los Vendedores una Plataforma de Comercio Electrónico, ya sea propia o de un tercero, para que éstos ofrezcan sus productos a los Consumidores.
- 4) **Plataforma de Comercio Electrónico o Plataforma:** todo sitio web o plataforma accesible a través de medios electrónicos, que permita a Vendedores o a sus Operadores ofrecer productos, donde el Consumidor puede elegir y adquirirlos.
No se considerará como Plataforma de Comercio Electrónico a los sitios web o Plataformas de servicios de pago online; aquellos en que los Consumidores no pueden adquirir los productos, con independencia de si el pago se realiza o no través del sitio web o Plataforma; ni aquellos en que únicamente se exhiba publicidad o redirija al Consumidor a los sitios web o Plataformas de Vendedores.
- 5) **Precio de venta del producto:** el precio final del producto o de una cantidad determinada del producto, incluidos los impuestos correspondientes. Este no considera otros cargos por servicios adicionales u otros costos no relacionados al producto.
- 6) **Precio por unidad de medida:** el precio final del producto, incluidos los impuestos correspondientes, en una unidad de medida específica. El Precio por unidad de medida constituye información básica comercial en los términos previstos en el número 3 del artículo 1° del decreto con fuerza de ley N° 3, de 2019, del Ministerio de

Economía, Fomento y Turismo, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores y, en los términos del artículo 5° del decreto supremo N° 6, que aprueba Reglamento de Comercio Electrónico.

- 7) **Producto vendido a granel:** el producto que no ha sido envasado previamente y su medida o peso corresponde a la elección del Consumidor.
- 8) **Unidad de medida:** magnitud de masa, volumen, área o longitud en que se expresa la cantidad de un producto, de acuerdo con el sistema de pesos y medidas vigente en el país.

Cada unidad de medida tendrá asociado un respectivo submúltiplo, es decir, la unidad de masa será el kilogramo (kg) y su submúltiplo el gramo (gr); la de volumen el litro (lt) y su submúltiplo el mililitro (ml); la de área el metro cuadrado (m²) y su submúltiplo el centímetro cuadrado (cm²) y la de longitud el metro (m) y su submúltiplo el centímetro (cm).

Los términos no definidos en este artículo se regirán por lo dispuesto en el artículo 1° de la ley N° 19.496.

Artículo 4°.- Obligación de informar el Precio por unidad de medida. Se deberá informar el Precio por unidad de medida 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.

Artículo 5°.- Productos vendidos a granel. En los productos que se comercialicen a granel el precio de venta será equivalente al Precio por unidad de medida.

Artículo 6°.- Productos vendidos en paquetes. En el caso de los productos que se comercialicen en paquetes formados por varias unidades o piezas de idéntica naturaleza, y cuando el precio de cada unidad no tenga relación con una medida específica, el precio por unidad de medida debe ser informado por cada unidad de producto. Esta regla será aplicable a productos que estén compuestos por unidades envasadas individualmente, así como también a aquellos productos que contengan varias unidades sin envasar dentro de un mismo envase, por ejemplo, productos higiénicos como paquetes de pañales.

Artículo 7°.- Deber de informar una 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.

Para determinadas categorías de productos, se deberá informar las Unidades de medidas según lo dispuesto en el artículo 11 de este reglamento.

Artículo 8°.- Excepciones. Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo anterior, no será obligatorio informar el Precio por unidad de medida en los siguientes productos:

- 1) Los productos compuestos por unidades de diferente naturaleza que se vendan en un mismo envase.
- 2) Los productos que se comercializan en cantidades inferiores a 50 gramos o mililitros, con excepción de los dispuestos en el artículo 11 de este reglamento.
- 3) Los productos suministrados con ocasión de la prestación de un servicio.

- 4) Los productos que se vendan en subasta pública.
- 5) Las obras de arte o antigüedades.
- 6) Los productos que se comercialicen a través de máquinas expendedoras, dispensadoras o de venta automática.
- 7) Productos no envasados que se vendan en porciones, por ejemplo, porciones individuales de helados o pasteles.
- 8) Los productos afectos a normativas sectoriales que son específicas a la información del precio, como por ejemplo, los medicamentos.
- 9) Comidas y platos preparados de consumo inmediato ofrecidos en las cafeterías o restaurantes presenciales o a través de Plataformas de Comercio Electrónico.

Artículo 9°.- Características de la obligación de informar. Siempre que se informe el Precio de venta, este se deberá indicar junto con el Precio por unidad de medida. Esta obligación se materializará en los establecimientos presenciales de venta o en la respectiva Plataforma de Comercio Electrónico, según corresponda, y conforme a las mismas características establecidas en el artículo 30 del decreto con fuerza de ley N° 3, de 2019, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

Con el objeto de permitir al Consumidor el ejercicio de su derecho a la libre elección del bien o producto, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo, 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.

El Precio por unidad de medida deberá expresarse en moneda de curso legal, peso, en un texto que indique “[precio] por [unidad de medida]”.

En productos que se comercialicen presencialmente, la altura de los caracteres alfanuméricos que conforman el Precio por unidad de medida no podrá ser inferior al cincuenta por ciento de la altura de los caracteres utilizados para informar el Precio de venta del producto y, en todo caso, dicha altura no podrá ser inferior a medio centímetro. Por otra parte, en productos comercializados a través de Plataformas, bastará que los caracteres que conforman el Precio por unidad de medida no sean inferior al cincuenta por ciento de la altura de los caracteres utilizados en el Precio de venta del producto.

Las Plataformas de comercio electrónico pueden habilitar herramientas que permitan al Consumidor ordenar los productos de acuerdo a su Precio por unidad de medida, ya sea de mayor a menor o menor a mayor. Esta función debe ser visible, de fácil acceso y comprensión para las y los Consumidores.

Artículo 10.- Diferenciación entre peso neto y drenado. En los casos en que determinados productos envasados deban hacer referencia a su peso neto y peso neto escurrido o drenado, bastará la indicación del Precio por unidad de medida respecto del peso neto escurrido o drenado.

Artículo 11.- Unidades preestablecidas para ciertos productos. Como unidades de medida preestablecidas, se deberá mostrar el Precio por unidad de medida que se muestra en el siguiente listado:

- 1) Productos cosméticos, por 100 gramos o 100 mililitros.
- 2) Hierbas y especias, por 10 gramos.

- 3) Esencias aromáticas y colorantes alimentarios, por 10 mililitros.
- 4) Salsa y caldo en polvo, por cada 10 gramos.
- 5) Productos suministrados en rollo, como por ejemplo el papel higiénico, por metro.
- 6) Productos de higiene y/o cuidado personal suministrados en paquetes con unidades idénticas, como por ejemplo pañales, por unidad.
- 7) Productos suministrados en paquetes de 51 o más unidades, por cada 100 unidades. 8) Huevos envasados por unidad.

Artículo 12.- Sanciones. La inobservancia e infracción de las disposiciones del presente reglamento se sancionarán conforme a lo establecido en el artículo 24 del decreto con fuerza de ley N° 3, de 2019, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

Artículo 13.- Rol del Servicio Nacional del Consumidor. El Servicio Nacional del Consumidor velará por el cumplimiento de las disposiciones del presente reglamento, de conformidad con las facultades y atribuciones establecidas en el decreto con fuerza de ley N° 3, de 2019, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

Artículo segundo.- Derógase el decreto supremo N° 229, de 2002, del entonces Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que aprueba el reglamento sobre información del precio unitario de los productos.

Artículo tercero.- 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.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Artículo único transitorio.- Mientras no se verifiquen los plazos de entrada en vigencia a los que se refiere el artículo tercero del presente decreto supremo, las obligaciones relativas a la información del precio unitario de los productos a consumidores se regirán por lo establecido en el decreto supremo N° 229, de 2002, del entonces Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que aprueba el reglamento sobre información del precio unitario de los productos.

Anótese, tómesese razón y publíquese.- GABRIEL BORIC FONT, Presidente de la República.- Nicolás Grau Veloso, Ministro de Economía, Fomento y Turismo.

Lo que transcribe para su conocimiento.- Saluda atentamente a usted, Javiera Petersen Muga, Subsecretaria de Economía y Empresas de Menor Tamaño.