

Por un código de consumo digerible

José Ricardo Stok – Profesor PAD

Aún cuando pueda resultar una sobredosis en relación a este asunto, parece oportuno hacer algunas precisiones para su trascendencia.

En primer lugar, hay que recordar que un código es un conjunto unitario, ordenado y sistematizado de normas; una normativa general, en la que se asientan los principios y reglas de actuación de los actores involucrados. Por lo tanto, no debe descender a detalles que lo traben y le resten vigencia, sino sentar las obligaciones y la forma general de darles cumplimiento, dejando a la autoridad vigilante que vea su cumplimiento eficaz.

¿A qué consumidor nos referimos? Si sobreprotegemos al consumidor, o lo consideramos menor de edad, en primer lugar estamos decidiendo por él, no lo ayudamos a desarrollarse, le impedimos cumplir con lo que es propio del consumidor: ¡elegir! Además, estamos en un mundo globalizado, en el que los consumidores se mueven e interactúan con diversas realidades.

Un consumidor diligente es aquel que sabe lo que quiere, que sabe sus derechos y obligaciones, que sabe a quién recurrir ante algún problema. En la medida en que se fomente que el consumidor sea cada vez más diligente, podrá exigir mejor qué, cuándo y cómo comprar. Sobreprotegerlo es restarle capacidad de desarrollo; educarlo es hacerle conocer sus derechos y también sus obligaciones.

Un consumidor, como persona que es, también debe aprender de sus errores: cuántas veces hemos dicho: ¡no vuelvo a comprar esto nunca más! Y eso es moverse dentro de un mercado libre, en competencia, donde los consumidores, con sus decisiones libres, van señalando sus preferencias y orientando a los proveedores. La relación de consumo es una relación de intercambio, en la que todos pueden y deben aprender: en ese “juego” se señalan preferencias y disgustos, aceptaciones y rechazos.

Otro tema en discusión ha sido la asimetría de información: siempre hay quién tiene mayor información, o de mejor calidad que otro. Es lógico que el proveedor de un bien o servicio esté en esa situación: él es el que sabe más.

Lo importante es que no oculte información que pueda ser relevante para la decisión (por ejemplo, en la llamada píldora del día siguiente, sus fabricantes señalan con sinceridad y valentía en su prospecto, en Estados Unidos, que este fármaco puede tener un efecto abortivo).

Información relevante no es cualquier información; es la que contribuye a tomar una decisión de acuerdo con las expectativas razonables. Lo que no se puede pretender es que se señalen todas las posibilidades que pudieran ocurrir con ese producto. Por ejemplo, una eventual consecuencia alérgica de un producto, está en la mayoría de los casos en un individuo concreto; es responsabilidad de éste (consumidor diligente) si padece determinadas alergias estar atento, y requerir al proveedor de un producto por posibles consecuencias alérgicas; si no es advertido, podrá pedir a la autoridad la sanción correspondiente.

Finalmente, hay que pensar en el árbitro: debe ser único, en cada instancia, con conocimiento, autoridad y prestigio; y fundamentalmente debe estar disponible, no solo físicamente, dentro de las dificultades de un país extenso, sino cognitivamente: todos los consumidores deberían saber a quién recurrir.

Hacia allí apuntan nítidamente los objetivos de Indecopi: por una parte, con un notable esfuerzo descentralizador, con 13 oficinas regionales con capacidad resolutive en defensa del consumidor; y por otra, con cercanía y diligencia: el Servicio de Atención al Ciudadano, ha resuelto en el mismo día de presentados, el 12% de los reclamos del año 2009 (y en menos de 15 días el 83% de los reclamos).

La mejor manera de servir eficazmente al consumidor es fomentar la competencia y en hacerle conocer sus derechos e instancias para la solución de reclamos y controversias.

Vemos con preocupación el afán de incluir aspectos y detalles que le restarán eficacia a este proyecto de código. Recuerdo lo que leí en una viñeta cómica, en la que un padre le explicaba a su hijo que debería esforzarse en que sus palabras sean más breves, sean amables, sean dulces...A lo que el niño preguntó: ¿Y por qué papá? Este con sabiduría, respondió: Por sí un día te las tienes que tragar...Hago votos por que nuestros congresistas hagan un código que sea digerible.