

Consumidor y mercado:

Más protección es necesaria, pero en exceso es mala

Por Fernando Fuentes* y Eduardo Saavedra**

*Master en Economía, Universidad de Georgetown Estados Unidos y Académico FEN.

** Ph.D. en Economía Universidad de Cornell, Estados Unidos y Académico FEN

Oe

El mensaje que acompaña al proyecto de Ley que reforma la Política de Protección al Consumidor en Chile deja en evidencia una clara debilidad institucional en la materia y la precariedad del SERNAC (Servicio Nacional del Consumidor) como ente fiscalizador. Lo que pretende el cambio propuesto es: fortalecer a dicho Servicio en materias de fiscalización, sanciones, interpretación de la ley, entre otras; poner fin a los Juzgados de Policía Local para resolver infracciones en materias de interés individual, traspasando las denuncias al SERNAC y las acciones de indemnización a los Tribunales Ordinarios de Justicia; fortalecer las Asociaciones de Consumidores; aumentar las multas máximas por infracciones a la ley; lograr la reparación íntegra de los daños causados, en particular incluir el daño moral en juicios de interés colectivo o difuso; y, por último, aumentar los plazos de prescripción de las faltas, de 6 meses a 2 años.

¿Por qué se debe proteger a los consumidores en una economía de mercado? La respuesta es simple y directa, porque la soberanía del consumidor -propia de toda economía de mercado-deja de ser tal cuando no se cumplen tres premisas básicas para su funcionamiento eficiente: primero, asimetrías de información que llevan muchas veces al engaño a los consumidores menos informados; segundo, por restricciones transaccionales que dan espacio al comportamiento oportunista (en este aspecto se evidencia una

sería debilidad institucional en Chile); y, por último, por restricciones intelectuales que abren el espacio para decisiones racionalmente limitadas. Las políticas de protección de los consumidores serán más o menos eficientes y eficaces de acuerdo a cómo se ataque cada uno de estos tres problemas¹. En la Figura 1 se presentan las políticas de protección a los consumidores más usuales que se asocian a las tres fallas de mercado enunciadas.

Figura 1



¿Cómo estamos en Chile en protección al consumidor? Al compararnos con los países más desarrollados, se observa que ellos han implementado políticas efectivas de protección a los consumidores que contrastan con la realidad chilena. Lo que deja en evidencia una brecha importante a remediar, que explicaría la intensidad del proyecto de Ley enviado al Congreso. Cabe destacar que un trabajo previo de los autores de este artículo sostiene que el marco legal chileno presen-

ta debilidades para una eficaz ejecución de los objetivos estratégicos de largo plazo de la política de protección a los consumidores; entre otras, por el carácter supletorio de la ley, la carencia de atribuciones del SERNAC para sancionar el incumplimiento de la ley, la existencia de asociaciones de consumidores muy limitadas financieramente, y la especificación de multas muy bajas comparadas con los beneficios de incumplir la ley.

No obstante, es frecuente que propuestas tendientes a resolver los mencionados problemas se encuentren con la oposición de algunos sectores empresariales, e incluso de reguladores sectoriales, que relevan posibles abusos y eventuales pérdidas en que pudieran incurrir las empresas como resultado de las acciones llevadas a cabo en el contexto de la protección de los consumidores. En el otro sentido, también se observan posiciones extremas que formulan la protección a los consumidores como una postura contraria al necesario desarrollo de las economías modernas. En este contexto, da la impresión de que en términos culturales nuestro país aún no incorpora plenamente la validez del ejercicio de los derechos de los consumidores y su complementariedad con una economía de mercado fortalecida.

Como un aporte a esta discusión, la Figura 2 entrega recomendaciones que constituyen, de acuerdo a estos autores, los aspectos centrales a tener presente para un fortalecimiento de la política de protección a los consumidores en el país.

Figura 2

Revisar la supletoriedad de la ley a través de una instancia de coordinación entre las instituciones involucradas que posibilite un acuerdo de trabajo ex-ante, transparente y vinculante para las agencias gubernamentales

Reglamentar un protocolo de trabajo que fije cómo determinar los estudios que realiza el SERNAC, siguiendo criterios (transparencia, robustez estadística, interacción con empresas y consumidores y publicidad de los estudios).

Establecer restricciones adicionales, en lo referido a inhabilidad y dedicación exclusiva, para que el Director Nacional y los Directores Regionales del SERNAC puedan postular a cargos de representación política

Ciertamente que el lento avance en estas materias luego de 17 años de vigencia la ley que creó al SERNAC, junto a la cerrada oposición del mundo empresarial y la derecha política para aumentar la protección de los consumidores, han llevado a una propuesta del ejecutivo que excede un fortalecimiento de la protección del consumidor que tenga un carácter pro-mercado. En efecto, tomando en cuenta que hay varias iniciativas que apuntan en la dirección correcta, destacamos los siguientes aspectos que son, a nuestro juicio, problemáticos del proyecto de ley en discusión:

- No parece razonable que un organismo público tenga un carácter fiscalizador, sancionatorio y al mismo tiempo con facultades interpretativas de ley, ya que ello facilita el surgimiento de acciones contrarias a las empresas sin el necesario contraste de opiniones.

- No se establecen prohibiciones temporales para las autoridades del SERNAC de participar en contiendas políticas, lo que puede fomentar el mal uso de la institucionalidad con fines ajenos a su propia naturaleza.

- La facultad resolutoria del SERNAC en cuanto a las infracciones debe ser revisada y tipificada en detalle respecto de los procedimientos válidos, de manera que todas las partes tengan el derecho a ser escuchadas y a recibir respuestas fundadas, ya que su mal uso puede llevar a establecer un clima de falta de confianza en el desarrollo de nuevos proyectos de inversión.

- Debe revisarse el financiamiento de las asociaciones de consumidores, ya que el nuevo esquema podría derivar en ataques con intereses particulares en contra de determinadas empresas; o, lo que puede resultar peor aún, que estas asociaciones sean capturadas por empresas para sus propios fines.

En definitiva, la intención de legislar para fortalecer los derechos de los consumidores es correcta y consistente con el funcionamiento eficiente de una economía de mercado, sin embargo, una ley que entregue excesiva discrecionalidad a la autoridad puede redundar en un daño económico permanente al país. Lamentablemente esta sobre reacción es la consecuencia lógica de la indolencia y los ínfimos avances en la materia, problemática que también puede darse en salud, educación, previsión y el campo laboral. ■

¹Rischkowsky, F. y Döring, T. (2008). "Consumer Policy in a Market Economy". Journal of Consumer Policy 31, 285-313.

²Fuentes, F. y Saavedra, E. (2012). "Fundamentos, Práctica y Recomendaciones para una Política Efectiva de Protección al Consumidor". Serie Documentos de Investigación 1 - 283, Universidad Alberto Hurtado.

Observatorio Económico

Decano: Jorge Rodríguez Grossi
Fono Facultad: 2889 7366
e-mail: jrodrigu@uahurtado.cl
fen.uahurtado.cl

Producción OE: Escuela de Periodismo UAH

Oe