Presente su reclamo

ALEJANDRO
Falla

Socio de Bullard Falla Ezcurra +

Eso es lo que dice un cartel de grandes dimensiones que se ha mandado colgar en uno de los frontis del edificio de Indecopi. En tono marketero, el anuncio invita a presentar quejas y reclamos en dicha institución. Este mensaje resume muy bien el enfoque que se ha venido dando por años al tema de protección al consumidor. Este enfoque debe cambiar.

El Indecopi fue creado a inicios de los noventa con la función de administrar un conjunto de regulaciones vinculadas con el funcionamiento del mercado. Una de dichas funciones tiene que ver con la regulación de protección al consumidor, estando facultado para multar a los proveedores que la incumplan.

Para atender la tarea se han diseñado mecanismos de todo tipo a fin de atraer, atender y resolver los reclamos individuales de los consumidores. Desde call centers hasta módulos de atención personalizados. Se han inventado procesos "sumarísimos" y comisiones individuales para resolver "más rápido" los reclamos. Las salas de atención de reclamos son de primer nivel. Esto suena bien.

Pero donde la situación empieza a tornarse color de hormiga es cuando uno mira la naturaleza de los reclamos que son atendidos con tanto esfuerzo: Juana se queja porque le pusieron un tinte distinto al que había solicitado en la peluquería; Pedro reclama porque su carpintero no le entregó dentro del plazo el mueble que le ofreció; Luis se queja porque su Sublime tenía menos maní que el mencionado en la publicidad. Miles y miles de problemas similares cuyo impacto no trasciende más allá de la persona afectada. Sancionar a una empresa de revelado de fotos por perder el rollo de fotos de un consumidor en nada mejora la situación del resto de consumidores. Este enfoque solo hace feliz a unos cuantos: a los que tienen tiempo para hacer el reclamo y a sus abogados.

La marketera promoción de los reclamos ha generado en los últimos años una avalancha de casos de este tipo que requieren ser atendidos. Del 2006 al 2015 las solicitudes de atención han crecido en 360%. Si todo sigue igual, al final de este gobierno el Indecopi tendrá que atender 177.000 solicitudes, 214% más de las que atendió en el 2015.

> **"Si todo sigue igual, al final de este gobierno el Indecopi tendrá que atender 214% solicitudes más que en el 2015".**

La avalancha de reclamos requiere una avalancha de recursos. Solo durante el gobierno de Ollanta Humala, el presupuesto de Indecopi se incrementó en 100% respecto del que tenía al inicio de su gestión, empujado en gran parte por las exigencias impuestas por el Código de Defensa del Consumidor (2010) aprobadas durante el gobierno de Alan García. ¿Y de dónde sale la plata para financiar todo este sistema? De acuerdo con el presupuesto del 2016, el 76% de los ingresos que financian las actividades de dicha institución proviene de las multas que ella misma impone.

Se requiere un cambio. El Indecopi debe limitarse a conocer exclusivamente asuntos que involucren el interés general de los consumidores. La atención de reclamos individuales debe reposar en mecanismos de autorregulación supervisados por la autoridad (tipo Aló Banco). Si no lo hacemos pronto, esto va a reventar. O lo peor, los vamos a tener en la calle poniendo multas como adolescentes persiguiendo pokemones.

Lea mañana en Economía a
José Larrabure

El Comercio no necesariamente coincide con las opiniones de los articulistas que las firman, aunque siempre las respeta.