

Nuevos retos para los consumidores

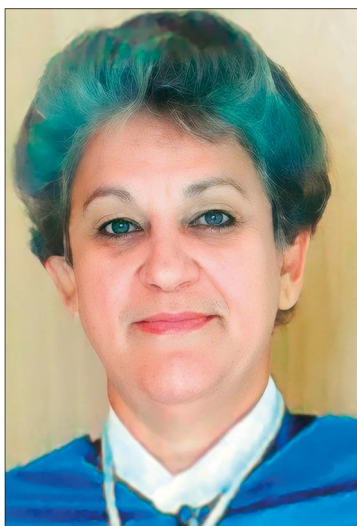


Dra. Lourdes M Tabares Neyra es profesora emerita en la Universidad de La Habana, Cuba.

Introducción

Los ciudadanos, la población, los consumidores y la sociedad se encuentran indefensos hoy en día, cuestión motivada, entre otras cosas, por el hecho de que no tienen cultura de sus derechos, desconocen su posición como consumidores y usuarios, no saben cómo reclamar ante violaciones de diferentes tipo y no se cuenta en la mayoría de los casos con el respaldo jurídico para reclamar y lograr soluciones reales y efectivas, en contraposición con los paliativos que se emplean con mucha frecuencia y que no satisfacen las quejas y reclamaciones formuladas. Estas irregularidades no se refieren solo a la esfera del comercio. Por ello, es que cuando se habla de la defensa de los derechos de los consumidores, se está hablando en cierta forma también, de los derechos ciudadanos (Tabares, 2016).

Esta panorámica se hace aún mas compleja con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, y con ello el comercio electrónico (*eCommerce*).



Msc. Odalys Cárdenas Travieso es profesora auxiliar en el Colegio Universitario San Gerónimo de La Habana, Universidad de La Habana, Cuba.

El presente trabajo hace un breve recorrido por aspectos esenciales en la protección de los derechos de los consumidores para luego abordar una realidad actual, la globalización y el comercio electrónico, donde también se exponen algunos puntos de vista que podrían resultar interesantes.

Desarrollo

Clarificar y definir lo que puede entenderse por problema social no es algo sencillo, máxime si se tiene en cuenta la manera en que se entremezclan los diferentes aspectos de la vida de los seres humanos, su entorno, lo cual tiene sin lugar a duda una gran complejidad tanto en su interpretación como en su materialización. Cuando se hace referencia de la defensa de los derechos del consumidor, de alguna manera se habla también en cierta forma de la defensa de los derechos ciudadanos y de la vida misma. Se trata precisamente de todo lo que rodea a las personas, desde el aire que se respira, los alimentos que consume, los servicios que recibe, etcétera (Tabares, et al, 2016).

El consumo personal o humano es una categoría económica y social amplia e indispensable, porque no solo contribuye a satisfacer necesidades humanas y el desenvolvimiento de las personas socialmente, sino que es uno de los indicadores fundamentales del crecimiento económico y el nivel de vida de la población. Es también una

categoría económica relevante, parte integral del proceso sistémico de las economías y los clásicos conceptos de estas, donde habitualmente se analiza la producción, distribución, el cambio y el consumo.

La sociedad contemporánea al reflexionar sobre el papel del consumo, lo divide o clasifica generalmente en productivo y personal. El primero sirve para reponer necesidades o desgastes producidos en los medios de producción y continuar desarrollando la creación de bienes materiales. El segundo para lograr reproducir o satisfacer los requerimientos de los trabajadores y personas que se les relacionan familiarmente (R. Balari, 2002).

El consumo personal y no el productivo es el objeto de este trabajo, el que posibilita a la sociedad cubrir o satisfacer sus demandas de bienes de consumo y garantizar la reproducción de la fuerza del trabajo, al propiciarle al trabajador y su familia la permanente reproducción de la vida.

El consumo personal, además de contribuir a satisfacer necesidades humanas, es uno de los indicadores fundamentales del crecimiento económico y el nivel de vida de la población

El consumo es un fenómeno social, dado que es una necesidad imprescindible de nuestra existencia, en todos y cada uno de los momentos en la vida de la población. Es una actividad necesaria e indispensable para los individuos, las familias y la sociedad en su conjunto. A través del consumo se promueve el desarrollo y también la propia existencia de la actividad económica y social (Pérez y Tabares, 2005).

Por otro lado, la dinámica o crecimiento de la demanda interna constata la solvencia económica de la sociedad, mostrando la situación del empleo u ocupación laboral (dado el aumento o disminución de la demanda); lo que resulta ser un indicador importante en la economía, porque muestra el poder adquisitivo de los consumidores y por tanto, los estímulos o alcances económicos con que cuentan o reciben de la sociedad. Ello contribuye a activar el crecimiento económi-

co en general y hacer crecer el producto interno bruto (PIB), que en una dirección u otra resulta asociado a la solvencia económica que exista socialmente; por lo que el aumento o decrecimiento de las fuentes de empleo o el mismo desempleo laboral resultan indicadores de gran importancia, lo que tiene una repercusión en el consumo.

Décadas atrás en las economías de mercado en los países más ricos o desarrollados de la tierra, el amplio y diverso consumo personal transformó esas sociedades, convirtiéndolas en colectividad desde el propio consumo y luego desató el consumismo (R. Balari, 2002).

El consumismo originó y/o desarrolló una época de mayor dinámica en las economías capitalistas avanzadas pero, por sus características y fuerte nivel de competitividad, fomentó gran irracionalidad en la producción, comercialización y consumo de los bienes materiales, donde en la actualidad no se trata solo de satisfacer las necesidades esenciales o crecientes de las personas, sino de satisfacer también las de estatus social, o que satisfagan deseos o gustos de jerarquías clasistas para diferenciarse. Ello puede llevar inclusive a situaciones absurdas. El consumismo es un mal de la sociedad contemporánea y no tiene que ver directamente con la satisfacción de la demanda de bienes y servicios. Refleja la prostitución del consumo, de una manera totalmente irracional.

El consumismo es un mal de la sociedad contemporánea y refleja la prostitución del consumo, de una manera totalmente irracional



El consumismo viene promoviendo el individualismo, las apetencias y el derroche materiales, causando la desaparición o agotamiento de innumerables recursos naturales, el endeudamiento de los ciudadanos (sobre lo necesario o lo que no lo es), y tras su filosofía o *modus operandi* se ha adueñado de la mayoría de las economías de mercado, que junto a la globalización neoliberal que lo promueve y santifica, se ha consolidado en el mundo de manera cuasi permanente.

Desde hace algunos años, han surgido grupos de consumidores que trabajan bajo un modelo de confrontación y denuncia contra prácticas de producción o comercialización inmorales o poco éticas, lo cual cada día se va garantizando.

A diferencia de lo que debía ser una generalidad, hoy son personas excepcionales quienes toman en cuenta las repercusiones de sus actos de consumo. Los ciudadanos, las personas, de forma sutil o abiertamente, son enganchados a numerosos consumos perniciosos, a tal grado que la ciencia médica contemporánea se muestra impotente para detener la avalancha de muertes y enfermedades que son consecuencia, por ejemplo, del consumo excesivo de tabaco, alcohol, grasas, alimentos chatarra, automedicación, medicamentos sofisticados, etcétera.

La globalización y el consumo

Algunos teóricos de la economía consideran que lo que actualmente llamamos globalización viene siendo una segunda revolución capitalista. Estamos hoy ante otro tipo de capitalismo, uno esencialmente financiero, cuya locomotora es precisamente la especulación financiera, viabilizada con la aparición y desarrollo de las nuevas tecnologías fundamentalmente en el sector de las comunicaciones y la información, lo cual ha tenido un avance extraordinario, interconectando a países, instituciones y personas, en tiempo real.



La globalización es un proceso que se ha visto impulsado por el avance de la tecnología informática debido a que se eliminaron las barreras para la circulación de mercancías. Esto hace, por tanto, que haya más poder económico y político en las empresas multinacionales, ya que les permite fácilmente poder expandirse en este medio global.

Este proceso de globalización ha tenido además un carácter marcadamente neoliberal y ha sido impuesto al mundo por las grandes transnacionales y los países de mayor nivel de desarrollo económico. Como resultado de ello ha salido fortalecido el papel de las empresas transnacionales, dando origen a organizaciones de nivel internacional que no tienen o no siempre asumen su

responsabilidad hacia la comunidad, los países, los ciudadanos, los consumidores, el interés público y los recursos de la naturaleza. Están de hecho por encima de todo lo anteriormente mencionado y actúan sin fronteras.

Como concepto y visto de esta manera, se puede entender entonces que la globalización neoliberal es ante todo un proyecto de economía y de sociedad, impulsada por los principales círculos de poder a nivel mundial imponiendo sus políticas macroeconómicas, sus criterios sobre la organización política de la sociedad, las normas y principios para la regulación de las relaciones internacionales y un determinado sistema de valores (Tabares, et al. 2016).

La globalización neoliberal, en su sentido más amplio, desborda el plano económico y encierra un gran peligro para todos los países y en particular para las sociedades del llamado Tercer Mundo, dado que ha promovido y promueve la liberación de los mercados nacionales, la eliminación de las barreras arancelarias, la pérdida de competitividad de las industrias nacionales, el debilitamiento de los acuerdos sindicales, fuertes crecimientos de la deuda externa y como consecuencia préstamos financieros que conllevan además el pago de altas tasas de interés.

Algunas de las consecuencias más evidentes de la globalización neoliberal, todas ellas palpables desde fines del pasado siglo y principios de este, han sido los procesos de privatización que han incluido hasta los servicios más esenciales, algunos de los cuales tenían carácter público, ocurriendo un significativo debilitamiento del papel de los gobiernos y del sector público. Lo que limita sustancialmente su incidencia sobre los críticos problemas sociales que se han venido acumulando por décadas en todos estos países.

Socialmente, como consecuencia de la globalización, se ha ampliado la brecha entre países ricos y países pobres, mostrando un paisaje donde los principales indicadores sociales han empeorado en los segundos en los últimos tiempos. Hoy un reflejo de esa realidad son los movimientos migratorios que se producen desde los países po-

bres hacia los países ricos. Entre sus efectos se encuentran el hecho de que ha traído consigo perniciosas consecuencias sociales y ambientales, que difícilmente la humanidad pueda soportar durante mucho más tiempo. De tal envergadura y dañinos han sido y son sus impactos, que representan un elevado peligro para los destinos de la humanidad y el propio planeta en que vivimos.

A pesar de su vigencia y extensión hay que decir que, en algunos segmentos poblacionales, se acrecienta la conciencia universal ciudadana contra dicho irracional modelo económico/social y cada vez más se comprenden los peligros que promueve el consumismo; haciendo surgir poderosas corrientes de opinión y combativos movimientos de consumidores y ambientalistas, originados desde la sociedad civil que tienden a trabajar muy relacionadas entre sí. Ambos movimientos coinciden en la necesidad de poner fin a las irracionalidades del modelo consumista, causantes de inaceptables impactos que se producen sobre los ecosistemas de la tierra y emi-

Socialmente, como consecuencia de la globalización, se ha ampliado la brecha entre países ricos y países pobres

siones de gases contaminantes a la atmósfera, perjudiciales sobre la capa de ozono y determinantes del calentamiento global.

Los actuales patrones de producción y consumo, caracterizados por la sociedad de mercado, las formas de consumo, el consumismo y los estilos de vida impuestos se encuentran impactando y erosionando la mayor parte de los recursos naturales, agotando a muchos y dando síntomas de desaparición a otros.

Por tanto, el tratar y considerar estos temas dentro del consumo es de gran importancia, ya que no se trata del tipo de consumo al cual estamos acostumbrados, sino se trata en este caso del aquel de futuro, de la propia sobrevivencia de la especie humana y de la garantía a las generaciones venideras de un ambiente saludable (Tabares, et al, 2016).

Por ello, resulta imprescindible darle una mirada y considerar otros efectos de la globalización. Si bien es cierto que ha permitido un progreso tecnológico exagerado sin precedentes en la historia de la humanidad. Con ello también surgen nuevos procesos como, por ejemplo, la creación de redes sociales, oportunidades para lograr adelantos de la educación y sus metodologías, lo cual sin lugar a dudas ha permitido crear y potenciar el aprendizaje a larga distancia. Hoy existen programas académicos y no académicos que se

imparten *online*. Además, se puede obtener todo tipo de información para la investigación, la cultura en general, la solución de algún problema específico, etc.

Comercio electrónico y globalización

De todos es conocido que el comercio electrónico, más conocido como *eCommerce*, se ha desarrollado rápidamente en los últimos años. No solo se trata de Amazon, eBay, sino que tiendas tradicionales como Walmart o Kmart también han pasado a esta modalidad, en algunos casos, manteniendo la forma de compra presencial como opción también. Hace algunos años, el consumidor encontraba muchas dificultades para realizar una compra en línea, y más si se trataba de un producto que se encontraba en otra parte del mundo.

Por tanto, con este tipo de comercio se han ido desarrollado también nuevas formas de *marketing*, publicidad, cobros, transportación, etc. El mercado definido tradicionalmente como el lugar geográfico donde se materializa el intercambio ha tomado una forma virtual, ya que ese lugar físico deja de existir y la selección y pago se hacen *online*. Se ha desarrollado entonces un comercio muy interesante que borra toda frontera geográfica, pero también empresarial (Tabares, Calvez, Cardenas, Duharte, 2021, 5).

No obstante, una de las dificultades de la compra *online* es que el comprador no puede revisar personalmente el producto que se compra por lo que el consumidor para tomar su decisión, se tiene que guiar por las diferentes fotos del producto y por las opiniones de otros usuarios que han adquirido el producto anteriormente.

Si bien es importante el momento de la compra, no lo es menos definir una política de devolución, que debe ser sencilla y accesible territorialmente, transparente y ágil.

Por tanto, todo lo anteriormente descrito ha conllevado a que con el desarrollo del comercio electrónico (*eCommerce*) se han ido ampliando los derechos de los consumidores, los cuales no pueden ser obviados en ninguna circunstancia. Hay que tener en cuenta que se puede afirmar que el comercio electrónico se ha visto favorecido por la globalización a partir de la eliminación de barreras al comercio.

Con ello, los negocios *online* deben lograr que la marca se comunique en el idioma y cultura adecuada para adaptarse a las necesidades del consumidor y lograr la satisfacción total.

Esto les permite conocer mejor al consumidor y sus necesidades. Por ello es impor-

tante también, la reducción de la distancia, más allá de las circunstancias en que se encuentra en el mercado y el consumidor actual.

Hoy se reconocen derechos de los usuarios asociados al comercio electrónico, lo cual no excluye en ningún caso los derechos reconocidos internacionalmente.

Ello se refiere en lo esencial a la necesidad de:

- Derecho a obtener información veraz, relacionada en lo esencial con la identidad de la empresa que vende los productos o servicios,



así como los gastos de envío, todo ello antes de realizar la compra.

- Derecho a la protección de los datos personales. Los consumidores deben conocer el uso y finalidad de la recopilación de sus datos personales. Deben tener la opción de cancelación también
- Derecho a no suministrar datos personales innecesarios para la compra.
- Derecho a manifestar el consentimiento y/o conformidad en las condiciones de contratación.
- Derecho a ser informado del uso de cookies u otros dispositivos de almacenamiento de datos.
- Derecho a recibir atención personalizada.
- Derecho a utilizar distintos medios de pago y a que estos sean seguros.
- Derecho a recibir el pedido en un plazo máximo de treinta días.
- Derecho de desistimiento y derecho a reparación o sustitución del producto o rebaja del precio (salvo que se haya hecho y aceptado otro acuerdo).

- Derecho a la garantía del producto. Este aspecto es bien complejo ya que muchas veces incluye a terceros.

Consideraciones finales

La protección de los derechos de los consumidores es un tema y un reto que nunca termina. Ello está condicionado por una parte por los propios avances de la ciencia, la técnica, la información y las comunicaciones. Por otra parte, es un tema y una realidad que tiene que ver con la vida misma del ser humano y de todas las especies en el mundo.

Es indiscutible que la globalización y el comercio electrónico constituyen nuevos retos en la protección de los derechos de los consumidores. Por ello, hay que fortalecer su educación y mantenerlos informados y alertas en cada momento.

Resulta necesario continuar trabajando en la protección de los derechos de los usuarios, actua-

Hay que avanzar por distintas vías en la educación de los consumidores de manera que ellos mismos sean los primeros en defender esos derechos

lizando los mismos a partir de los nuevos actores y formas que se incorporan al comercio de bienes y servicios, así como a todo aquello que rodea la vida de las personas. Igualmente, hay que avanzar por distintas vías en la educación de los consumidores de manera tal que más allá del apoyo y la asesoría de las diferentes organizaciones de la sociedad civil, ellos mismos sean los primeros en defender esos derechos.

Esto indiscutiblemente no es un tema agotado. Hay que continuar estudiando y monitoreando todo lo que ocurre hoy en día y que violenta, altera o viola los derechos de los consumidores en cualquier país.

Referencias bibliográficas

- Pérez Gallardo, Leonardo; Tabares Neyra, Lourdes (2005): "Orígenes y Desarrollo de la Protección al

Consumidor", Centro de Consumo de la UCLM, Toledo, (2005) Editorial Universidad de Castilla la Mancha, España.

- R. Balari, E. (2002). "Consumo y Movimiento de Consumidores", Empresa Metropolitana de Saneamiento y Abastecimiento de Aguas de Sevilla, España: Conferencia en la sede de la Fundación de Protección a los Consumidores de Andalucía. S/E.

- Tabares Neyra, Lourdes y otros (2016): Una mirada al consumo y los consumidores, Editorial Universitaria, La Habana (pdf). La Habana, Cuba.

- Tabares Neyra, Lourdes y otros (2021): El eCommer- ce, características y retos. Folleto. La Habana. Cuba.