



EDITORIAL

# *Autonomía e iniciativa*

Una reclamación no se considera nunca como la expresión de un derecho que debe ser reconocido

EL PAÍS

Madrid - 26 FEB 2017 - 00:59 CET

Una buena doctrina regulatoria establece que los poderes del Estado tienen como función garantizar la equidad entre empresas y consumidores. Entiéndase el término equidad como equivalente a evitar los abusos de las primeras hacia los segundos o los incumplimientos de los segundos hacia las primeras. En nombre de esta buena doctrina se crearon los departamentos de reclamaciones de los consumidores y algunos organismos independientes (en teoría) ocupados en vigilar el buen comportamiento de los precios (es decir, evitar las colusiones, los acuerdos contra la competencia o los precios fuera de mercado). ¿Y qué se puede decir de los sistemas de reclamaciones o de los reguladores en España? Pues que generalmente sirven de muy poco. Muchos signos, indicios y ecos advierten de que los reguladores máximos en España (al fin y al cabo, los ministerios de cada ramo) deberían reconsiderar su aproximación a los derechos de los clientes y las formas de arbitrar los conflictos con los proveedores de bienes y servicios; dicho sea en condicional, porque hay muy pocas esperanzas de que lo hagan.

Y sirven de muy poco, no sólo porque las reclamaciones dejen de tramitarse, o porque se atiendan tarde (cuando se atienden) y mal, sino, sobre todo, porque no se ha instaurado en las empresas —habrá excepciones, por supuesto— una cultura o práctica de atención al cliente o al suministrado, según sea la posición de la empresa en la cadena de producción. Una reclamación se considera todavía como un baldón que

unas veces hay que soportar y otras que torear, pero nunca como la expresión de un derecho que debe ser reconocido y una lección que hay que aprender. Sirva como metáfora parcial que los libros de reclamaciones en los establecimientos de venta al público han sido reducidos a páginas y pronto serán jibarizados a párrafos de reclamaciones. El departamento de atención al cliente —aceptemos que hay que superar el concepto de reclamación o protesta— debería ser tan importante en una compañía como el financiero o el de producción; y el buen diseño de ese departamento debería enseñarse en todas las escuelas de negocios, porque, entiéndase bien, un cliente insatisfecho puede poner en marcha lo que con un barbarismo de hoy podríamos llamar penalización viral.

Los responsables públicos tampoco han entendido correctamente la importancia de defender a los consumidores. En mercados controlados por empresas cada vez más grandes, los gobiernos tienen que extremar los mecanismos de defensa del eslabón más débil. Pero bien por inadvertencia (la interpretación más benevolente), bien por incapacidad real, bien porque los funcionarios públicos (políticos o profesionales de la burocracia) están capturados por los grandes grupos empresariales y sus lobbies correspondientes, no hay ventanillas públicas donde el ciudadano, en su versión de cliente, encuentre una defensa eficaz de sus intereses. Los departamentos de quejas y reclamaciones están dispersos, generalmente se limitan a labores de tramitación y carecen de poder real para actuar por su cuenta en casos de abuso flagrante o, simplemente, para imponer medidas correctoras. Es el destino manifiesto en España de cualquier organismo de regulación: no tienen poder (deberían operar incluso de oficio) y se les desalienta cualquier impulso o iniciativa.

Y de eso se trata, de iniciativa. Es decir, de quien debe tomarla. Habrá que respetar el tópico: el Estado tiene que dar ejemplo en este caso. Los reguladores presuntamente independientes (en realidad organismos autónomos administrativos al servicio de los departamentos ministeriales) han de reconvertirse en oficinas o agencias con capacidad

plena de acción (actuar de oficio) y de sanción. El primer paso es nombrar a sus presidentes y consejeros por estricto mérito y prestigio, y no como recuelo de una vida de servicio sumiso al partido en el poder.

---

#### ARCHIVADO EN:

Opinión · Fraudes · Consumo · Delitos · Empresas · Justicia · Economía

#### CONTENIDO PATROCINADO



##### Cómo es una sesión de escenoterapia

(SOMOS TRIODOS)



##### Los coches de segunda mano que NO debes comprar

(AUTOBILD.ES)



##### Las 6 prioridades del grupo BBVA para 2017

(BBVA)



##### No te imaginas el precio al que puedes comprar un

(AUTOScout24)

#### Y ADEMÁS...



##### Cómo desactivar los nuevos Estados de WhatsApp

(BETECH - AS.COM)



##### Feliz cumpleaños para Bouchard con mariachis en

(AS.COM)



##### Muere Pablo Ráez a los 20 años

(TIKITAKAS)



##### De niñas buenas a chicas malas: Emma Watson y

(LOS40.COM)

recomendado por

© EDICIONES EL PAÍS S.L.

Contacto | Venta de contenidos | Publicidad | Aviso legal | Política cookies | Mapa | EL PAÍS en KIOSKOyMÁS | Índice | RSS