

LA GACETA[®] DE TIGRE

"Tan suyo como nuestro."

Página 20 * INDUSTRIA

Mayo de 1992

Mayo de 1992

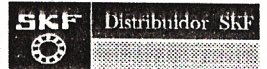
RODAMIENTOS
TIGRE S.A.



Av. Cazón 417 (1648) Tigre
749-3278 / 0301

INDUSTRIA

RODAMIENTOS
TIGRE S.A.



Av. Cazón 417 (1648) Tigre
749-3278 / 0301



Por: Lic. José A. Borotti

Prof. Facultad de

Ciencias Sociales (U.C.A.L.P)

Consultor de PYMES

PYMES: Para buscar el crecimiento defendiendo la competencia y protegiendo al consumidor.

La protección de los consumidores es una de las pocas excepciones que admite la libre competencia en las economías desarrolladas.

Por lo tanto a la libertad de los mercados, se le impone como restricción única la protección de los derechos del consumidor.

La falta de protección ocasionada en nuestro país como consecuencia de los vacíos existentes en las normativas vigentes y en los mecanismos administrativos de fiscalización, pueden dar origen en el ámbito privado, a los abusos de los empresarios, de los comerciantes o de los importadores; así también como el de los organismos y empresas con participación del Estado Nacional que prestan servicios al consumidor.

Observamos como gran parte de nuestra sociedad está incorporando de forma lenta y progresiva, el nuevo concepto de la culminación del Estado protector.

En este nuevo rol el Estado deberá permitir o prohibir.

La permisividad, de ciertas prácticas y la prohibición tiende a generar un marco regulatorio, donde la libre competencia se orienta hacia la protección de los derechos del consumidor.

¿Cómo comenzar la construcción de esos derechos del consumidor y de mayor competencia en los mercados, que nos permitan a todos los que somos consumidores, dejar de acceder a la compra de productos caros y de calidad deficiente?

Esto puede dar origen a dos respuestas que deben ser complementarias. Una desde el punto de vista industrial y otra desde el punto de vista social.

Desde el punto de vista industrial

Impidiendo la concentración económica con el objetivo de garantizar una sana competencia de todas las unidades productivas.

De esta forma se evitarán las distorsiones en el libre funcionamiento de los mercados.

A principios de la década del 70 las ramas altamente concentradas participaban en un 45% del valor de la producción. En 1984 la participación de estas ramas creció ubicándose en el 51%.

Esto muestra el claro deterioro en la participación de las PYMES en la actividad productiva.

La competencia es el principio de coordinación de las diferentes unidades económicas.

Es el Estado quien debe establecer y asegurar el principio de coordinación de las diferentes unidades económicas, poniéndolas a salvo de los intereses sectoriales y del mismo Estado.

Asimismo establecer reglas claras que aseguren en los mercados la vigencia de los principios básicos de la competencia y el control de la concentración económica.

Durante la década del 70 y parte de los 80 el Estado contribuyó al proceso de concentración económica mediante el estímulo fiscal que significó "la promoción industrial" como instrumento de política económica.

Desde el derecho comparado respecto a la defensa de la competencia nos encontramos con antecedentes en diferentes países de la Comunidad Económica Europea:

- Tratado de Roma.
- Legislación de España.
- Legislación de Francia, etc.

En los Estados Unidos los antecedentes se inician con:

- La Ley Sherman Antimonopolio (1890).
- Ley Federal de Alimentos y Drogas y sus distintas actualizaciones (1906).

- Ley de la Comisión Federal de Comercio (1914).

- Ley Clayton (1914).

- Ley Robinson Patman (1936).

- Ley Miller Tydings (1937).

- Ley Antifusiones (1950).

- Ley de Mejoría de la Comisión Federal de Comercio y de Garantías Magnuson-Moss (1975), etc.

En Hispanoamérica con la legislación Chilena, etc.

En nuestro país los antecedentes se inician con la ley 12.906/46 Ley de Represión de Monopolios.

Pero a partir de 1976 el mo-

dulo económico basado en la valorización financiera del capital y la remisión de recursos al exterior produce la concentración de la producción industrial.

Las PYMES se vieron duramente afectadas reduciéndose el número de establecimientos fabriles.

En 1980 se promulga la Ley 22.262 de Defensa de la Competencia, que deroga a la anterior creándose por medio de la misma el Tribunal de Defensa de la Competencia para perseguir conductas que atentan contra la competencia; aunque con escasos resultados en lo que hace a la represión penal.

Por tal causa se hace imprescindible el tratamiento de los diferentes proyectos de ley relacionados con este tema que se mantienen en la Cámara de Diputados de la Nación:

- Proyecto de Ley de penalización de actos o conductas que en relación a la producción e intercambios de bienes y servicios restrinjan, limiten o distorsionen la libertad de los mercados y la libre competencia. (Trámite Parlamentario N° 166 del 18/12/91 del Diputado Nacional Jorge A. López y otros).

- Proyecto de Ley de Régimen antimonopolio y de defensa de la canasta familiar. (Trámite Parlamentario N° 135 del 6/11/91 del Diputado Nacional Juan P. Cañero y otros).

- Proyecto de Ley de defensa de la competencia y de control de la concentración económica. (Trámite Parlamentario N° 48 del 11/7/91 del Diputado Nacional José C. Ramos y otros).

Desde el punto de vista social

Crear un sentido de solidaridad en el consumidor poniendo a su disposición medios de información y educación que los protejan contra prácticas desleales y engañosas.

Las economías sustentadas en el desarrollo de la producción masiva, con una importante aceleración en el progreso técnico acompañadas por el aumento del poder adquisitivo

nos enseñaron a considerar al consumidor como la figura central de la economía.

Quizás porque a lo largo del tiempo el consumidor logró salir de su aislamiento.

A partir de la segunda mitad de nuestro siglo nos encontramos con antecedentes en los países más desarrollados, quienes fueron creando legislación y organismos de protección de los derechos del consumidor.

En la Comunidad Económica Europea: Dinamarca (1939), Suecia (1957), Francia (1960), Hungría (1960), EEUU (1963), Suiza (1965), España (1974), etc.

Las directrices de legislaciones de la Comunidad Económica Europea significan la base del conocimiento teórico sobre la Defensa del Consumidor.

Parten del análisis de que los mercados tienden a su mayor libertad de actuación donde la competencia debe funcionar sin restricciones.

La directriz interpreta que a la libertad de los mercados se le impone como restricción única los Derechos del Consumidor.

En estos países los consumidores fueron agrupándose solidariamente y organizándose como lo hicieron las otras fuerzas de la sociedad. Obreros en sindicatos. Empresarios y comerciantes en cámaras.

Observamos en función de esto que: "Cuanto más asentada se encuentra la democracia en un país, más se tiene en cuenta al consumidor y mayor representación tiene éste en los organismos que se encargan de su defensa".

Antecedentes de los organismos de Defensa del Consumidor

En Europa

1939 - Dinamarca

Consejo Nacional Danés para las Economías Domésticas. (Reorganizado en 1960).

1957 - Suecia

Agenda Nacional de Consumo. Origen: la por:

- Consejo de Libertad Económica (1953).

- Consejo de Consumo (1955).

- Instituto de Consumo (1957).

Instituto de Etiquetado informativo y la oficina de monopolios (1957).

1960 - Hungría

Instituto de Control de Calidad Comercial.

1960 - Francia

Instituto Nacional de Consumo. Consejo Nacional de Consumo (1968).

1964 - Bélgica

Consejo de Consumo Bélgica.

1965 - Suiza

Oficina de Consumo.

Oficina Federal de Consumo.

1974 - España

Consejo de Comercio Interior y de los Consumidores.

Instituto Nacional de Consumo (1976).

En los Estados Unidos:

Es importante recordar a los Estados Unidos cuando el 15/3/62 el Presidente John F. Kennedy envía al senado un mensaje solicitando el establecimiento de programas para proteger los intereses del consumidor y la creación de un consejo que lo asista (Consumer's Advisory Council).

El presidente Kennedy afirmaba que el consumidor tenía cuatro derechos:

- El derecho a la seguridad.

- El derecho a ser informado.

- El derecho a elegir.

- El derecho a ser escuchado.

Durante los años posteriores esta iniciativa se ve reforzada por el notable esfuerzo de un abogado americano líder del movimiento de defensa del consumidor Ralph Nader, conocido

en Estados Unidos como el abogado del consumidor.

Con los años EEUU fue generando leyes que tendieron a proteger los intereses de sus consumidores tales como:

- Ley de etiquetado y empaque justo (1966).

- Ley de protección al niño (vinculado a los juguetes/ 1967).

- Ley federal sobre etiquetado y publicidad de cigarrillos (1967).

- Ley sobre políticas de medio ambiente (1969).

- Ley sobre seguridad de producto al consumidor (1972).

- Ley de mejoría de la Comisión Federal de Comercio y de Garantías Magnuson-Moss (1975).

- Etc.

En nuestro país:

Los antecedentes se originan en el año 1983 en el Proyecto de Ley sobre Defensa del Consumidor presentado por el Diputado Nacional Tomás W. González Cabañas representante del P.J de la Provincia de Corrientes, con fuertes influencias de las directrices de la Comunidad Económica Europea. Este proyecto no tuvo tratamiento parlamentario.

En la misma línea que el anterior se presentaron durante los años 1984 al 86 diferentes Proyectos de Ley de Defensa del Consumidor.

Aunque el único Proyecto de Ley que recibe tratamiento Parlamentario es el del Senador por el Partido Radical por la Provincia del Chaco Dr. Luis León.

Este proyecto recibe sanción de la Cámara de Senadores y luego pasa a la Cámara de Diputados donde permanece durante 1987/88 sin tratamiento Parlamentario.

Así de acuerdo al reglamento de las Cámaras no recibe Estado Parlamentario.

En 1989 se produce la presentación de un proyecto de Ley en la Cámara de Diputados:

- Proyecto presentado por el Diputado Nacional Marcos Dicaprio del Partido Radical de la Provincia de Buenos Aires que no recibe acuerdo de la Cámara de Diputados.

El 6/6/90 se presenta un nuevo Proyecto de Ley que consta de 100 artículos con Trámite Parlamentario N° 29:

- Presentado por el Diputado Nacional del Partido Radical Jesús Rodríguez quien reformula el proyecto del Senador Luis León y conjuntamente con las Directrices para la Protección del consumidor aprobadas por:

- La Asamblea General de las Naciones Unidas (1985).

- Legislación del Reino Unido, España, Francia, Brasil, Venezuela y Méjico, puede dar origen a un nuevo tratamiento ya que tiene sanción de la Cámara de Diputados lograda en diciembre de 1990.

La apertura de la economía y el decreto de desregulación 2284/91 generado como herramienta para anular prebendas y privilegios, elementos para avanzar en la integración de nuestra economía al proceso de globalización nos muestran que para consolidar el proyecto de lograr una economía más competitiva, es necesario afianzar las bases de nuestro sector de las PYMES al igual que darles a nuestros consumidores el herramienta necesario que los protejan de los abusos de los oligopolios y monopolios, más aún si estos últimos son naturales.

La apertura de nuestra economía involucró estos dos conceptos poniendo de manifiesto:

1) La gravedad competitiva de nuestro sector de las PYMES a través de:

- Su falta de inversión en bienes de capital; consecuentemente incumplimiento en los objetivos de productividad que demandan los mercados internacionales (ejemplo de lo que sucede con nuestra industria textil).

- Replanteo de su sistema de valores, creencias, normas y prácticas empresarias.

- La gran necesidad en las PYMES de un management que adecue sus estrategias productivas y comerciales a la competencia de mercados regionales.

- La problemática a resolver por sus clases dirigentes de información y capacitación adecuada a las exigencias de países, que tratan de lograr mayores ventajas competitivas de sus sectores industriales.

- Entidades gremiales empresariales que ofrezcan una mayor variedad de servicios e información a sus asociados para retomar su credibilidad.

- Entidades gremiales que funcionen como ámbitos políticos que aporten hombres, ideas y políticas sectoriales que puedan ser luego sumadas a la Política Nacional.

- Entidades que funcionen como nexos en los contactos vinculados al Comercio Internacional.

- Universidades que funcionen como centros de investigación y desarrollo PYME, ayudando a optimizar el esfuerzo productivo de las diferentes regiones del país. Vemos la falta de un modelo de Universidad y Empresa PYME que organice mejor el esfuerzo productivo obtenido de una mayor disciplina y creatividad del trabajo humano.

- Compromiso y apoyo del Go-

bierno que permita lograr el desarrollo de sectores de las Pequeñas y Medianas Industrias con mayores ventajas competitivas.

- La conflictiva familiar de estas organizaciones puesta de manifiesto en el incumplimiento de los roles. Consecuentemente revertir los procesos de interrelación grupal dentro de la empresa.

- Falta de una legislación laboral adecuada a las necesidades de las PYMES basadas en las necesidades que tienen estas organizaciones: Reformulación de la ley de empleo (formas de contratación, etc.) y accidentes de trabajo (generación de exámenes preocupacionales y fondo específico de accidentes de trabajo).

2) Respecto a nuestros consumidores poniendo de manifiesto su desprotección en cuanto a la:

- Falta de racionalidad en las compras. Hoy descubrimos lo importante que es educar al consumidor en el criterio de búsqueda de la relación COSTO-BENEFICIO.

- Incorporación en el consumidor del criterio de responsabilidad social en la elección de un producto o servicio.

- Su desprotección ante las diferentes alternativas de elección de compra que hoy ofrecen los productos de origen importado. Algunos importadores pueden no dar a conocer información pertinente relativa a sus productos.

- La información de los diferentes productos puede resultar ser engañosa o confusa.

- No siempre los productos que importamos, mantienen un standard de calidad adecuado a la exigencia de nuestros consumidores.