

## **Las grandes tiendas comerciales y la regulación**

*Escribe José Oscátegui*

Aunque no haya merecido la atención del presidente de la República en su evaluación de los primeros 180 días, un tema central en toda economía de mercado moderna es la regulación de la actividad económica. La vida social está generalmente regulada por leyes y disposiciones específicas, sin embargo, no ha ocurrido lo mismo con la económica. El surgimiento de oligopolios, empresas transnacionales, nuevas formas de hacer negocio, etc., en todos los rubros de la actividad económica no ha ido paralelamente con la necesaria regulación de su comportamiento en el mercado.

Algunas razones para este descuido son resultado de la evolución de la misma actividad económica. Entre estas está, por ejemplo, el rápido desenvolvimiento de la innovación en actividades financieras, lo que ha hecho que surjan con frecuencia productos diferentes en el mercado, los que podrían aún no son regulados por su novedad.

Sin embargo, otras razones son políticas y tienen que ver con la forma en que el poder económico se convierte en poder político. Un caso como este lo vimos en la década pasada en relación con el comportamiento de Osiptel frente a Telefónica que, en nuestra opinión, no correspondió al de un regulador, pues con el respaldo del Gobierno de entonces esa empresa impuso sus condiciones. Durante la actual década hemos visto un trato semejante en relación al comportamiento de los bancos, financieras, AFP's frente a la SBS que a duras penas y luego de mucha crítica, ha empezado a cumplir algún papel regulador.

### **El caso que les presento es, como se dice, de Ripley.**

El otro día un amigo compró al contado una parrilla en una de estas tiendas. Evaluando posteriormente, aunque sin abrir el paquete concluyó que necesitaba el mismo producto pero de un tamaño mayor, por lo que decidió regresar el producto a la tienda. Luego de tomada esta decisión regresó la parrilla al día siguiente de comprada, con su envoltura original, sin haber abierto el paquete y pidió que le devolvieran el dinero ya que la tienda no tenía el producto que él deseaba. Los empleados le dijeron:

- 1) que la devolución de su dinero no podía ser hecha en la tienda de Plaza San Miguel donde hizo la compra, sino en la de San Isidro.
- 2) que la devolución podía ser hecha, con seguridad, solo después de 30 días.

Las explicaciones adicionales fueron que la complejidad del manejo de la tienda hacía que no se pudiera devolver el dinero en la tienda donde se compró la parrilla así como tampoco se pudiera devolverlo en el acto, sin la espera de los 30 días.

No obstante, tanta complejidad no era obstáculo para que este amigo, si así lo deseaba, pudiera comprar otro producto a cuenta del valor del producto devuelto. Esta es en mi opinión, una sutil imposición de compra por parte de estas tiendas, la idea es que ese dinero no salga de la tienda y tenga que ser gastado en otro producto vendido en la misma. Sin embargo, es difícil si no imposible encontrar en una tienda un producto que uno necesite y que al mismo tiempo tenga el mismo valor que el producto que uno está retornando. Entonces, pueden ocurrir dos cosas: a) que uno escoja un producto que cueste más y por ello tiene que añadir dinero, b) que uno escoja un producto que tenga un valor menor y que quede un saldo, que tendría que ser reclamado en la tienda de San Isidro y, con seguridad solo luego de 30 días. La consecuencia de esto puede ser que el costo de reclamar el sobrante sea mayor que su valor, por lo que no se reclama. La pregunta es, entonces, ¿tienen estas tiendas la obligación legal de devolver ese dinero? ¿Corresponde regular esto a INDECOPI? ¿A la SBS?

La regulación, con seguridad, tiene mucho que hacer en nuestro país.