

Tratados protegerán al consumidor

Futuras negociaciones contemplarán capítulo del tema; la primera vez fue en el TLC con Colombia

Leticia Vindas Quirós
vindas@elfinancierocr.com

Los casos que atienda la Dirección del Consumidor y que se relacionen con productos o empresas colombianas tendrán un apoyo extra para mejorar la investigación.

El tratado de libre comercio (TLC) con Colombia integró un capítulo sobre competencia y defensa del consumidor; es la primera que el país contempla este aspecto en un acuerdo comercial.

Las negociaciones para este tratado concluyeron el 7 de marzo y, una vez que entre en vigencia, permitirá el intercambio de información entre la defensoría del consumidor de Costa Rica y la de Colombia con el afán de agilizar y afinar sentencias.

No obstante, aunque la Asociación de Consumidores Libres apoya la iniciativa, desconfía de su uso práctico.

Nueva apuesta

En este capítulo, los países establecieron un compromiso para mantener y mejorar las actuales legislaciones existentes en temas de competencia y protección del consumidor; explicó Fernando Ocampo, viceministro de Comercio Exterior.

Además, se comprometieron a intercambiar información que pueda utilizarse en la investigación de algún caso.

Por ejemplo, si en Costa Rica se introduce un producto colombiano que indica que es *light* sin aclarar en qué lo es, cualquier persona o empresa puede poner su denuncia en la Dirección de Apoyo al Consumidor de Costa Rica, co-



ARCHIVO GN PARA EF

El objetivo del capítulo es asegurar que los beneficios de la liberalización comercial derivados del tratado no sean menoscabados por prácticas anticompetitivas como precios falsos o etiquetas que no cumplen la normativa.

Metas del capítulo

Objetivo: Asegurar que los beneficios de la liberalización comercial del tratado no sean menoscabados por prácticas anticompetitivas.

Legislación: Los países mantendrán legislación sobre prácticas anticompetitivas y defensa del consumidor.

Intercambio de información: Se faculta a los países a intercambiar información sobre el caso que investiguen, la empresa o la legislación.

Cooperación: Se faculta a las autoridades de competencia a firmar acuerdos de cooperación, en asuntos relacionados con el consumidor.

FUENTE Comex.

mo en cualquier otro caso.

La Dirección notificará a su contraparte colombiana para que le suministre información sobre la empresa, el producto y cualquier otro detalle necesario para afinar su investigación.

No tienen que ser casos derivados del tratado. En el ejemplo del producto *light*, las medidas de cooperación pueden aplicarse sin importar si este producto ingresó fruto de la liberalización de mercado o si goza de alguna ventaja.

Ocampo aclaró que solo aplicará en los casos de productos o empresas colombianas, pero aseguró que llevarán esta iniciativa en futuras mesas de negociación con otros países.

Cynthia Zapata, encargada de

la Dirección de Apoyo al Consumidor, agregó que, con este capítulo, podrán profundizar en detalles que normalmente resultaría más difícil obtener en un caso.

Recalcó, además, el precedente que significa este mecanismo para un acuerdo.

“Este capítulo indica que los TLC son más que bienes y servicios, son también vías para regular prácticas”, opinó.

Sin embargo, la Asociación de Consumidores Libres de Costa Rica encuentra puntos contradictorios en el capítulo.

Juan Ricardo Fernández, presidente de la entidad, consideró que lo que necesitan los consumidores son mercados abiertos y competitivos y los mismos trata-



“Este capítulo indica que los TLC son más que bienes y servicios, son también vías para regular prácticas”.

Cynthia Zapata
Dirección de Apoyo al Consumidor

dos, con aperturas reguladas y exclusiones, ya merman los posibles resultados en la apertura de la competencia.

La parte de cooperación y leyes en defensa del consumidor fácilmente pueden quedar en el papel, externó Fernández, al tratarse solo de intenciones de ayuda, además de que pueden ayudar a incrementar una burocracia inoperante y poco efectiva.

“Las supuestas prácticas anticompetitivas que desean fortalecer, lo que hacen es limitar la competencia y elevar precios”, agregó Fernández. ■

elfinancierocr.com

PDF

Resumen de alcances del capítulo.
Fuente: Comex para EF.