



JAIME DELGADO ZEGARRA - COORDINADOR GENERAL



Como organizar un programa de VOLUNTARIADO PARA ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES



Auspiciado por
Castilla-La Mancha
Consejería de Sanidad
Instituto de Consumo



Voluntariado Productivo

Entidad Ejecutante

Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios
ASPEC

Coordinador General

Jaime Delgado Zegarra, presidente de ASPEC

Coordinadora de Voluntariado

Martha Agüero Grentz

Colaboradores:

Crisólogo Cáceres Valle
Anahí Chávez Ruesta
José Purizaca Vega
Julissa Manrique Mancilla
Renzo Cárdenas Morales
Shila Barrueto Carrillo
Edita Vilcapoma Vilcapoma
Lydia Manrique Valdivia
Ximena Rodríguez Camargo
Fiorella Cairo Murguía

Auspiciador

Instituto de Consumo de Castilla la Mancha
CECU, Castilla La Mancha

Diseño, Diagramación e Impresión

Oscar Castillo Manrique

Hecho el Depósito Legal en

la Biblioteca Nacional del Perú N° 2009-01014



Calle José Del Llano Zapata 354
Miraflores, Lima Perú.
Teléfono: 222 5000 Fax: 222 8687
aspec@aspec.org.pe
www.aspec.org.pe





Como organizar un programa de
**VOLUNTARIADO PARA
ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES**

**LIMA-PERU
2008**

ASPEC

ASPEC
ASOCIACIÓN
DE PRODUCTORES
DE CEREAL DE TRINIDAD Y TOBAGO

Contenido

Presentación

I.- Introducción

II.- Programa de Voluntariado

- Proyección
- Coordinación
- Convocatoria
- Selección
- Permanencia
- Evaluación

III.- Programa de Voluntariado en ASPEC

IV.- Actividades del Programa de Voluntariado 2008

- A.- Área de prensa
- B.- Campaña ConSuma Salud: frutas y verduras
- C.- Área de investigación
- D.- Área legal
- E.- Área de orientación e información

Anexos

Presentación

En un mundo donde muchas veces pensamos que la gente solo se mueve por intereses económicos y egoístas, nos sorprendería saber que estamos equivocados porque, no todos son así. Hay miles o millones de personas alrededor de la tierra que buscan su realización personal, no en el dinero sino en la posibilidad de servir a los demás, sin pedir nada a cambio, o mejor dicho, sin pedir dinero, pero si satisfacciones, emociones, amor, reconocimiento y ese tipo de cosas que no se compran ni con todo el dinero del mundo.

El voluntario es la persona que siente la necesidad de integrarse a un colectivo, de dar algo de si a favor de los demás. Ahí tenemos a los Bomberos Voluntarios, digno ejemplo de lo que puede ser una institución de servicio a la comunidad.

Lamentablemente no siempre las personas aptas para ser voluntarios, encuentran en la sociedad las suficientes oportunidades para realizarse en esta tarea. Por otro lado, existen muchísimas organizaciones que no abren sus puertas a esta posibilidad, ya sea porque no quieren o porque no saben como hacerlo.

Las organizaciones sociales, y en este caso las asociaciones de consumidores, tienen muchas necesidades y pocos recursos, por ello es muy importante contar con programas de voluntariado que permita captar el esfuerzo y capacidades de mucha gente que seguramente está dispuesta a brindar su apoyo a cambio de sentirse bien, de apoyar una causa noble, de ayudar a cambiar el mundo, de hacerlo más justo y equitativo.

Las asociaciones de consumidores debemos ser capaces de captar esos recursos, que por cierto son muy importantes, y si le diéramos un valor económico seguramente nos sorprenderíamos.

Obviamente existen algunas condiciones preliminares para conseguir voluntarios, el primero es la capacidad de convocatoria que pueda tener la organización. Si ésta tiene un prestigio ganado le será mucho más fácil que la gente acuda a su llamado. Pero también una organización joven, pero con un mensaje y un objetivo muy atractivo puede ser capaz de congregar a muchos voluntarios.

Este documento pretende animar a las organizaciones de consumidores y otro tipo de instituciones de tipo social a trabajar en el voluntariado, a abrir sus puertas y experimentar algo que seguramente les va a permitir alcanzar objetivos y metas mucho más altas, pero en esencia, integrarse a la sociedad o hacer que los ciudadanos se integren a ella.

Agradecemos al Instituto de Consumo de Castilla La Mancha y a la Confederación Estatal de Consumidores CECU de Castilla La Mancha por el apoyo brindado a esta iniciativa, que estamos seguros va a contribuir a fortalecer las capacidades de las organizaciones de consumidores en América Latina y el Caribe.

Jaime Delgado Zegarra
Presidente ASPEC



I.- Introducción





I.-Introducción

Para las organizaciones de consumidores no es sencillo conseguir recursos para ejecutar todas las labores que se proponen o les son encomendadas. Por ello, es importante construir un programa de voluntariado a fin de dotarlas de mayores recursos productivos y capacitarlas para utilizar esta herramienta con eficacia y beneficio para las partes que intervienen en ella.

En los últimos años el voluntariado se ha expandido, diversificado y consolidado como una forma de participación en diferentes organizaciones (ONG's, asociaciones, parroquias, empresas, estado y centros de estudio). En esta dinámica de servicio participan personas de todas las edades y condiciones, tanto a nivel local, nacional como internacional.

Una de las principales características del voluntariado es que se realiza en forma gratuita, es decir sin una

contraprestación económica. El voluntario toma la decisión de participar en la institución con la cual se siente identificado y asume libremente un compromiso con ésta.

Pero esto no significa que el voluntario no espera nada a cambio, en realidad si espera una retribución, pero



no de tipo monetario.

Lo que suele esperar es un espacio de realización, reconocimiento por su trabajo, una sensación de agrado cuando está ayudando a los demás, un sentimiento de alegría de compartir con otras personas un esfuerzo común.

También puede esperar relacionarse con otras personas, hacer amigos, conversar, intercambiar experiencias, emociones, etc.

El voluntario no es una persona desinteresada. En realidad todos somos interesados, todos nos movemos en función de un interés, lo que ocurre es que su interés no es en este caso el dinero.

El voluntario resuelve sus problemas económicos de otra manera, tiene su trabajo o sus rentas. Pero con el trabajo voluntario trata de llenar o satisfacer necesidades que no logra a través de su actividad cotidiana.

Para que un programa de voluntariado sea exitoso es importante que las cosas queden claras desde el principio con la entidad receptora. Se debe tener en cuenta que el voluntario no es el reemplazo de un trabajador sino un complemento a las acciones realizadas por estos.

Sin embargo, es importante resaltar el compromiso que debe asumir el voluntario. La organización debe buscar que la participación del voluntario sea continua y que sirva para extender la acción de la institución.

Conseguir voluntarios para una organización puede resultar muy sencillo, pero perderlos es mucho más fácil, sobre todo si no se cuenta con un programa adecuadamente planificado y discutido por todos los miembros de la organización.

Cuando el voluntario se siente extraño o no encuentra lo que él buscaba, inmediatamente desertará, unas veces manifestando su disconformidad y otras de manera silenciosa, lo cual nos privará de la posibilidad de saber en que fallamos.

Por esta razón es más importante prepararnos para retener al voluntario que para captarlo.

Pensando en esto a continuación proponemos una metodología para realizar el programa voluntariado en las organizaciones de consumidores.

II.-Programa de Voluntariado





II.-Programa de Voluntariado

Lo primero que hay que tener en cuenta que el voluntariado no es un sistema de prácticas pre-profesionales. Es muy frecuente que los jóvenes acudan a estas convocatorias pensando en cumplir con una formalidad impuesta por las universidades. Si piensan que son simplemente prácticas seguramente el resultado de su estadía en la organización será frustrante para ambas partes.

También es importante saber que el voluntario no es la persona desocupada y que por no tener nada que hacer en la vida quiere ocuparse de estas tareas, eso es un gravísimo error, porque estamos limitando nuestras posibilidades de captar voluntarios ultra calificados o personas que tienen muchas formas de apoyar, ya sea con su tiempo, sus contactos o sus propios recursos.

El fracaso de la mayoría de experiencias de volunta

ado se debe fundamentalmente a que las entidades receptoras no se han preparado apropiadamente, no han establecido un plan, no han organizado su institución, no han planificado el sistema de recepción y de acogida al voluntario.

Para armar un Programa de Voluntariado en las organizaciones de consumidores se tiene que tener claro que hay que cumplir con etapas. Se debe contar con un Plan integral, el cual debe contener en detalle la estrategia que se empleará para la estructuración del Programa.

Este plan se divide en:

1. **Proyección:** es la etapa inicial, donde la organización de consumidores establece la estrategia y los objetivos del programa voluntariado.
2. **Coordinación:** Se establece quién estará a cargo del programa y las tareas que debe desempeñar.
3. **Convocatoria:** Se diseña la estrategia que se utilizará para la captación.
4. **Selección:** Se diseña la estrategia que se empleará para la selección de voluntarios.



5. **Permanencia:** Se diseña la estrategia de permanencia del voluntario.
6. **Evaluación:** Se diseña los parámetros de evaluación que se utilizarán para el Programa.

A continuación se detallará cada una de las etapas:

Proyección

En esta etapa se decide el conjunto de acciones que se desarrollarán en el programa de voluntariado. Para ello se debe ejecutar una serie de fases:

A.-Experiencias de voluntariado en la Organización.

Para establecer las acciones a seguir, en primer lugar la organización debe tener claro para qué desea contar con un programa de voluntariado. Para esto, debe realizar un autodiagnóstico de las experiencias pasadas de voluntariados en la organización.

El diagnóstico permitirá evaluar, los errores cometidos así como los aciertos y de esta manera, incorporar las experiencias positivas al nuevo programa.

Este ejercicio es muy importante y se hace a través de un taller donde cada uno de los miembros de la organización cuenta las experiencias positivas y negativas del voluntariado que haya experimentado.

Se deben analizar las cosas, tanto desde el rendimiento del voluntario como del agente receptor. Es necesario conocer qué pensábamos del voluntario, como nos sentíamos con él o ella, si realmente lo sentíamos como un apoyo o como un estorbo. Si no se hace este ejercicio es muy difícil construir un nuevo modelo.

B.- Necesidades de la organización.

En esta etapa, se identificará las necesidades de la organización, en sus diferentes campos de acción. Para ello, se debe partir de una evaluación interna. Se analizará la misión, los objetivos y las actividades realizadas.

En segundo lugar se analizará qué actividades no se están cumpliendo y por qué y cuáles son las necesidades de los trabajadores o colaboradores.

Luego, se determinará en cuál de las áreas o progra-

mas, donde existan necesidades, podrían participar los voluntarios. Es importante tener en cuenta que el voluntario no podrá cubrir todas las necesidades, ya que éste siempre tendrá que contar con un asesor o coordinador, pues su función no es reemplazar a un trabajador sino ser un complemento de las acciones realizadas por éste.

En ese sentido, se utilizarán las siguientes preguntas: ¿Cuál es el trabajo específico a desarrollar?, ¿Por qué ese trabajo específico es necesario? ¿En qué área o programa de la organización se inserta? ¿Quién será el coordinador directo del voluntario? ¿Cuántos voluntarios se necesitarán para cubrir dicha necesidad?

Con las repuestas se tendrá un panorama claro de las acciones que se pretenden cubrir por los voluntarios y los responsables de áreas.

No debe cometerse el error de pensar que el voluntario es sólo aquel que realiza las labores de apoyo o complemento no calificado en la organización. Por el contrario, existen labores muy especializadas, como puede ser el tema financiero, marketing, formulación de proyectos, traducciones, asesoría legal especializada, etc. en donde hay personas dispuestas a brindar parte de su tiempo, muchas veces sin salir de sus casas u oficinas, sino simplemente cumpliendo encargos.

Tampoco se debe cometer el error de pensar que los voluntarios solo se consiguen en la ciudad o país donde uno vive. Hoy con el desarrollo del Internet y todas las herramientas virtuales, es posible captar voluntarios en todo el mundo. De hecho hay redes de voluntariado que tienen esa particularidad, aglutinar personas de distintos países.

Una buena convocatoria seguramente le resultará interesante para cualquier persona, no importando de que país sea.

C.- Perfil del voluntario.

Después de determinar las labores que desempeñará el voluntario y el número que necesita la organización, se debe establecer las tareas que éste va a realizar por área o programa con el fin de definir el perfil que se busca.

El perfil debe de contener la siguiente información:

1. Descripción de la labor a realizar.

2. Finalidad y objetivos de la labor a realizar.
3. Área o programa en la cuál se desarrollará.
4. Encargado del área.
5. Responsabilidad y deberes del puesto.
6. Número de voluntarios requeridos.
7. Coordinación y /o subordinación a responsables.
8. Nivel de educación o conocimientos se requieren para realizar la labor.
9. Habilidades con las que debe contar.
10. Experiencia de trabajo.
11. Valores.
12. Edad y sexo.
13. Duración de la actividad.
14. Tiempo requerido .
15. Horario.
16. Recursos necesarios para que el voluntario realice su labor (espacio físico, material).
17. Medio de supervisión de la actividad.

D.- Infraestructura.

No siempre se requiere una infraestructura especial para tener voluntarios en la organización, eso no debe ser un impedimento para implementar un programa. Sin embargo, dependiendo de las labores que han de realizar, en algunos casos si será recomendable contar con los equipos o muebles necesarios.

En función de las posibilidades y recursos con los que cuenta la organización, se podrá estructurar un programa de voluntariado en el que cada voluntario cumpla su labor en las condiciones señaladas. Por ejemplo, si la organización no cuenta con un espacio físico amplio como para dar un escritorio a cada voluntario, se podrán organizar turnos, se podrá establecer un mecanismo de atención de casos, consultas, investigaciones, visitas, etc, sin necesidad de que el voluntario asista todos los días a la oficina.

Lo que si es importante es que periódicamente se produzcan reuniones con los voluntarios y el personal de la organización, así como sus directivos. Para ello obviamente se necesita un espacio físico, que puede ser dentro o fuera de la organización, pero que permita este relacionamiento saludable para las partes.

No se debe olvidar que el Programa voluntariado es un proceso continuo y permanente, por lo cual se realizarán evaluaciones constantes, las cuales podrán realizarse por áreas y/o en forma general, lo que permitirá identificar dificultades y las acciones a tomar del voluntariado.



Coordinación

Lo ideal es que la coordinación y supervisión del voluntariado sea asumida por una persona que articule y supervise las actividades de los voluntarios en las distintas áreas de la organización, coordinando permanentemente las actividades con el responsable del área. Será el nexo entre la institución y el voluntario.

Las funciones del coordinador serán:

- Definir, junto con los responsables de área, las tareas en las que los voluntarios son necesarios en la organización.
- Diseñar procedimientos de reclutamiento y selección de voluntarios, utilizando métodos apropiados para asegurar el ajuste entre las necesidades de la organización y las características o atributos de las personas que postulan a participar como voluntarios.
- Preocuparse de que exista el soporte administrativo, infraestructura y los recursos necesarios para la ejecución y el mantenimiento del programa.

- Acoger e incorporar a los voluntarios a la organización y al área en que se van a desempeñar, transmitiéndoles la mística de la organización.
- Supervisar de manera permanente las actividades ejecutadas y evaluar el trabajo de los voluntarios.
- Establecer y ejecutar programas de capacitación a favor de los voluntarios, en función tanto de los intereses de la organización como de los propios voluntarios.
- Diseñar e implementar un sistema de reconocimiento y estímulos a la labor de los voluntarios.

Convocatoria

Después de definir las necesidades de la organización, las labores que desempeñaran los voluntarios, definir los perfiles en base a las tareas que se necesita que realicen y determinar quienes serán los coordinadores de áreas y las funciones del coordinador del programa; se debe planear como se realizará la convocatoria.

En esta etapa, se debe tener claro el número de voluntarios que necesita la organización, sus perfiles, la capacidad con la que cuenta la institución para albergar a los voluntarios. También se debe tener en cuenta los periodos de tiempo que el voluntario participará en la organización. Tener identificados los recursos financieros con que se contará al momento de aceptar a los candidatos, en caso ellos vayan a participar en programas o proyectos específicos que requieran de movilización de recursos económicos de soporte a sus actividades.

Para que una convocatoria sea exitosa debe tenerse en cuenta dos elementos:

1. **Que sea motivadora y persuasiva**, es decir que el lenguaje utilizado cautive al lector, lo anime, lo entusiasme. En ese sentido, la organización tiene la tarea de crear un buen mensaje.
2. **Medios idóneos para llevar al público objetivo**, es decir procurar que el mensaje llegue a las personas indicadas, para ello se necesita tener claramente identificado a nuestro público y segundo saber cuales son los medios a través de los cuales podemos llegar a ellos directamente. La convocatoria puede realizarse de manera general o por áreas. En ésta debe figurar de manera clara y amigable lo que solicita la organización. Se deben utilizar los medios adecuados de difusión, esto dependerá del perfil que se pretende encontrar.

Los medios de comunicación empleados pueden ser:

Forma directa: se convoca a personas conocidas. La convocatoria se realiza por voluntarios comprometidos o por el personal de la organización. Este medio se caracteriza por no fallar. La captación será positiva, rápida y económica. Sin embargo, el principal problema es que se podrá realizar con un grupo reducido de personas, lo cual da muy pocas posibilidades de elegir apropiadamente.

Carteles y folletos: Cuando la convocatoria se hace por estos medios se debe diseñar diferentes textos según el público al que se va a dirigir. El folleto debe de ser atractivo y dinámico. Lo beneficioso de este medio es que puede ser colocado en diferentes lugares y se puede acceder a mayor cantidad de personas.

Conferencias, Foros: realizar convocatorias en estos medios es muy efectivo para las organización de consumidores, ya que a través de éste se llega directamente a personas interesadas en los temas desarrollados por la institución. Un buen discurso, una descripción motivadora de sus funciones y los logros obtenidos pueden ser suficientemente seductores para atraer muchos voluntarios.

Redes en Internet: la convocatoria se realiza a través de diferentes plataformas a nivel local, nacional e internacional. Este medio permite, que con pocos recursos se llegue a gran cantidad de personas interesadas en el tema de la organización de consumidores.

Medios de comunicación (radio, televisión, prensa escrita, revistas): Este medio es conveniente cuando la organización tiene acceso a éstos sin que exista un costo. Se puede aprovechar las entrevistas en los medios de comunicación para anunciar las convocatorias de voluntariado

Internet, Página web de la organización: es indispensable que en este medio se encuentre la convocatoria a voluntarios de la organización de consumidores, ya que seguramente ésta siempre es visitada por personas interesadas en temas de consumo, lo cual se acerca al público objetivo que buscamos.

Todos estos medios pueden ser utilizados por una organización de consumidores. Para realizar la

convocatoria es recomendable emplear más de un medio a la vez de los descritos anteriormente.

Selección

Para realizar la selección del voluntario es conveniente contar con un formulario de postulación que debe ser llenado por la persona interesada en realizar voluntariado en la organización.

Se recomienda que el formulario contenga la siguiente información:

1. Nombres
2. Apellidos
3. Sexo
4. País de nacimiento
5. Nacionalidad
6. Fecha de nacimiento
7. Edad
8. DNI/ Pasaporte
9. Teléfono de domicilio



10. Teléfono celular
11. E-mail
12. Dirección
13. Distrito
14. Ocupación actual
15. Estudios
16. Fecha de inicio del voluntariado
17. Fecha de finalización del voluntariado
18. Duración del voluntariado
19. Porque decidió participar
20. Disponibilidad de tiempo

Este formulario debe de estar a disposición del voluntario en la página Web de la organización y debe de existir la posibilidad de enviarlo al correo electrónico o de poder ser llenado de forma manual.

También debe solicitarse al voluntario su Curriculum Vitae, lo que en conjunto con el formulario permitirá evaluar su perfil. El responsable del voluntariado de la organización revisará la información enviada y la contrastará con el perfil elaborado en la etapa de proyección.

Una vez que se haya realizado un pre selección de los candidatos a voluntarios, es importante convocarlos a una reunión general o por áreas.

Esta reunión ayudará a evaluar cual es el lugar más idóneo para la incorporación del voluntario, también determinar si su personalidad se adaptará a la de las personas con las que colaborará en la organización. Por su parte, la persona interesada podrá presentarse ante la organización, recabar información general sobre la institución, responder dudas y tomar una decisión sobre su incorporación.

Después de esta reunión se tomará la decisión sobre la incorporación del voluntario a la organización y se les informará el resultado vía mail o telefónicamente.

Permanencia

Es importante contar con una excelente convocatoria de reclutamiento de voluntarios pero aún es más importante contar con una estrategia de permanencia. Este es un proceso fundamental teniendo en cuenta que el voluntario no cuenta con una compensación económica. Después de la decisión de incorporación del voluntario, que cumple con los requisitos establecidos, se debe proceder a fijar el compromiso con éste.

Para esto, se elaborará un documento donde figure:

1. Datos personales del voluntario.
2. Datos de la organización de consumidores.
3. Nombre del representante de la organización.
4. Área o programa al que se incorpora.
5. Funciones.
6. Deberes de la Organización
7. Deberes y derechos del voluntario.

Este compromiso formal es importante realizarlo con el voluntario porque afianza la relación entre él y la organización. Sin embargo, no es lo único que se debe hacer para garantizar la permanencia del voluntario.

Cuando el voluntario percibe que no tiene ninguna obligación, ni de tiempos de permanencia, ni de actividades específicas, ni de objetivos por cumplir, ni metas, ni evaluación, seguramente sentirá que la organización es poco seria por lo cual tenderá a alejarse de ella.

Motivación

Si creemos que el voluntario es alguien desocupado y que le sobra el tiempo estamos equivocados. Por eso, es importante identificar qué es lo que los motiva verdaderamente, que los hace dejar sus tareas propias y personales para entregárnoslos sin pedir recompensar.

Por ello, el coordinador del voluntariado debe de establecer actividades para motivar al voluntario. Se debe realizar reuniones, mantener un contacto permanente con éste en las labores que se encuentra desempeñando.

El voluntario debe sentirse parte de la organización en la cual brinda sus servicios, haciéndole saber cómo su trabajo contribuye al logro de los objetivos generales.

El coordinador del voluntariado y los responsables de áreas deben de conocer con claridad cuál será la labor que desempeñará el voluntario. De esta manera se le podrá brindar una apropiada orientación.

Las labores que se les asigne a los voluntarios deben implicar un aprendizaje que permita ampliar sus conocimientos. Las tareas encomendadas deben ser interesantes y variadas.

Se les debe informar los resultados de sus trabajos y contar con mecanismos adecuados para su reconocimiento.



Los voluntarios siempre deben de contar con un buen trato por todos los integrantes de la organización, se deben de sentir bien recibidos y acogidos. Debe demostrarles que son personas importantes para la institución.

La organización debe estar pendiente de los trabajos del voluntario, éste debe de percibir que se preocupan y que vale la pena lo que hace. Lo más importante es transmitirles permanentemente que nos sentimos agradecidos y reconocidos por el trabajo que ellos realizan.

La relación con el voluntario debe ser cordial y directa, por más que existan voluntariados virtuales, estas comunicaciones deben ser constantes, se les debe consultar mediante reuniones, cada cierto tiempo, cómo se sienten, cuánto han aprendido, que sugerencia tienen para mejorar la organización.

De esta manera se podrá determinar cómo marcha el voluntario y saber de qué manera se puede mejorar la motivación que se les está dando y saber si es que han cambiado de motivación para estar en el voluntariado.

Por otra parte, el entorno de trabajo, es importante para que el voluntario se encuentre a gusto. El voluntario debe de contar con condiciones adecuadas y con los medios necesarios para desarrollar su labor.

Cuando estos ingresan a la organización deben sentir que son parte de ella, no se deben sentir como invitados o un intrusos.

El deber de todos los colaboradores o personal es hacerlo sentir bien, en confianza, llamarlo por su nombre,

siempre acogerlo con cariño y respeto.

Capacitaciones

Una de las formas de contar con la permanencia de los voluntarios es brindándoles la capacitación necesaria para que ejecuten la labor encomendada de la mejor manera posible.

El voluntario tiene el deber y el derecho a ser capacitado. En este sentido, el voluntario debe contar con capacitaciones generales, tanto sobre la institución donde prestará apoyo, como en los temas puntuales para el cumplimiento de sus labores.

Estas capacitaciones pueden estar a cargo de:

- El coordinador de las áreas en donde el voluntario preste su apoyo,
- El coordinador del voluntariado
- Especialistas, tanto de la propia organización como ajenos a ella.

Reconocimiento

El reconocimiento del voluntario es uno de puntos claves para la permanencia de los voluntarios en la organización. Este se puede proporcionar de muchas maneras.

Tipos de reconocimiento:

Reconocimiento en forma continua: Cada vez que el voluntario termina una labor encomendada.

Este reconocimiento es brindado por su coordinador de área o programa, o por aquella persona de la organización que realice las labores directamente con él.

Este reconocimiento se realiza con actividades cotidianas con el voluntario, preguntándoles como se sienten, señalándoles lo importante que es su participación a la organización, compartiendo con ellos momentos fuera de las labores encomendadas, almuerzos, etc.

Un gesto importante es enviarle un saludo por su cumpleaños o en ocasiones especiales para ellos. Seguramente esto lo van a valorar muchísimo, ya que se sentirán parte de un colectivo que los reconoce y estima.

Reconocimiento en un cierre final de período: este es un reconocimiento formal brindado por la organización y debe ser otorgado a todos los voluntarios por igual.

Para ello, se realizará una reunión de cierre de período con entrega de certificados, donde se apreciará la labor del voluntario de manera individual frente a los miembros de la organización.

Es importante que los directivos de la participen de estas actividades.

Evaluación

Por último, es importante evaluar el proceso completo del programa voluntariado. Para ello se deben realizar:

- Auto evaluaciones de los voluntarios.
- Evaluaciones de los coordinadores a los voluntarios.
- Evaluación al programa en su integridad.

Auto evaluaciones de los voluntarios.

Al terminar un período de voluntariado se debe realizar una reunión con los voluntarios para evaluar su desempeño en las labores que les han sido encomendadas.

Se elaborará una autoevaluación la cual contendrá:

1. Actividades que ha desarrollado.
2. Desempeño.



3. Planteamiento e intereses en actividades futuras.
4. Desempeño del coordinador.
5. Sugerencias.

Esto permitirá tener una visión de cómo se ve el voluntario, que siente, que ha aportado a la organización y que más podría aportar.

Evaluaciones de los coordinadores a los voluntarios.

También se realizará la evaluación por los coordinadores de áreas y el coordinador del voluntariado. Esta ficha contendrá:

1. Nombre de voluntario.
2. Área en la que colaboró.
3. Nombre del coordinador del área.
4. Cumplimiento del horario.
5. Permanencia en el voluntariado.
6. Cumplimiento de tareas encomendadas.
7. Si el voluntario coopera con otras áreas.
8. Si el voluntario cuenta con iniciativa para la realización de las labores encomendadas.
9. Espacio en la que realizó su labor.
10. Identificación del voluntario con la organización.
11. Relación del voluntario con los miembros de la organización.

Evaluación al programa en su integridad.

Por último se debe de evaluar al programa en general. Para ello, se evaluarán todas las etapas.

En ese sentido, se evaluará:

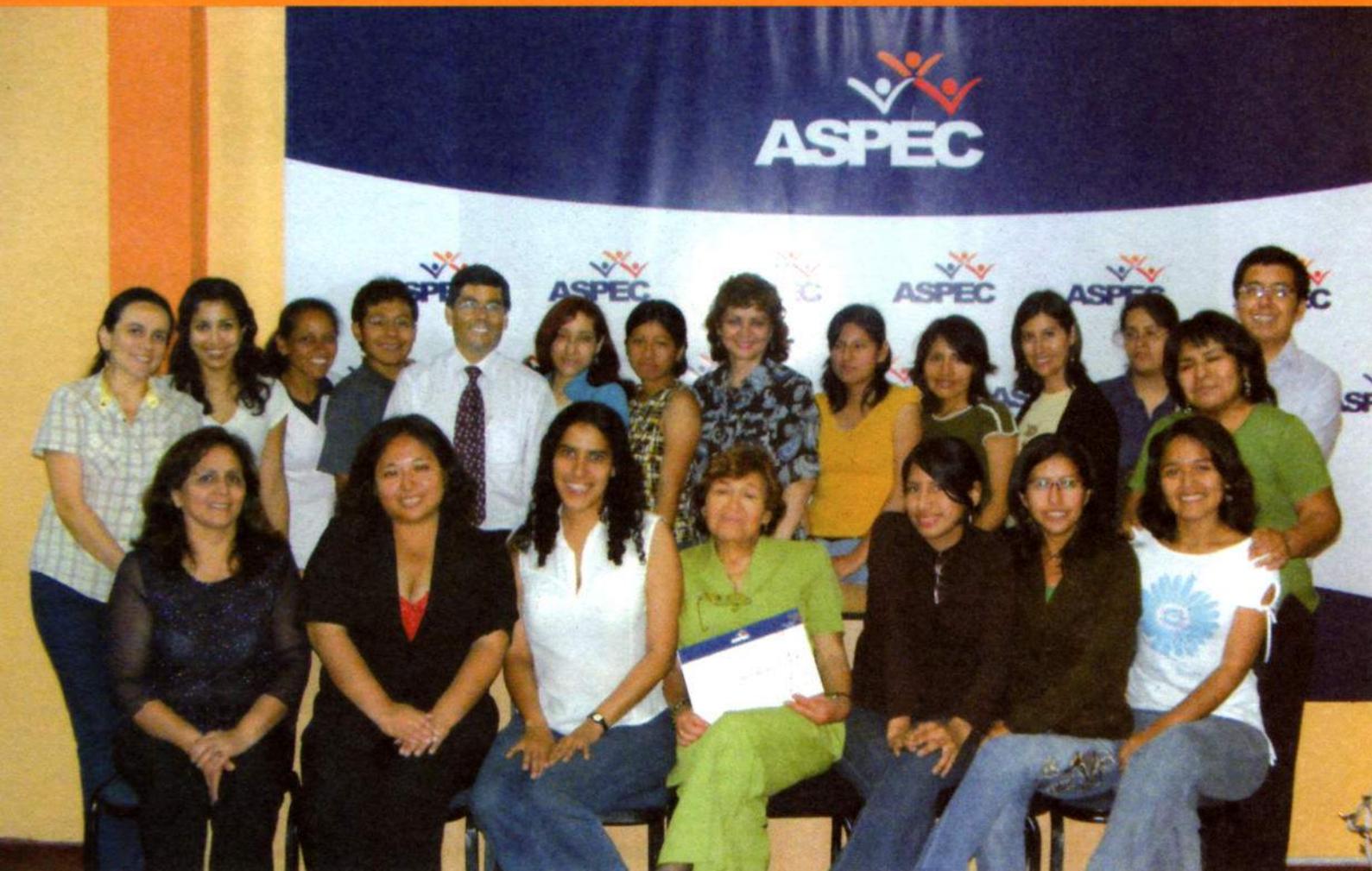
- Número de personas que postularon para ser voluntarios.
- Número de personas requeridas por la organización.
- Número de personas que ingresaron a la organización.
- Número de voluntarios que terminan su período de voluntariado.
- Período de permanencia de los voluntarios captados.
- Labor realizada por el voluntario.
- Compromiso del voluntario.
- Acogida por parte de la organización al voluntario.
- Logro de metas.
- Cumplimiento de indicadores.
- Labores de los coordinadores de áreas o programas.
- Labores de coordinador del voluntariado.
- Costo - beneficio del programa.

Con este análisis se identificará las fortalezas, debilidades y logros del programa.



III.- Programa de Voluntariado en ASPEC





III.- Programa de Voluntariado en ASPEC

En el marco del proyecto “Construyendo un sistema de voluntariado productivo para fortalecer las capacidades de incidencia en las organizaciones de consumidores” La Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios –ASPEC, desarrolló su Programa de Voluntariado Productivo.

El presente documento compendia la información de este proceso.

Proyección

En esta etapa se decide el conjunto de acciones que se desarrollarán en el programa de voluntariado. Se establecen los pasos a seguir, objetivos, estrategias, lineamientos y metodologías que se emplearán. Esto permite generar herramientas necesarias para realizar



las actividades con los voluntarios de forma eficiente y que a la vez satisfaga tanto las necesidades de las organizaciones de consumidores así como las del voluntario.

Para ello, se realizó un taller de "capacitación en el sistema de voluntariado", dirigido por la Asociación Trabajo Voluntario, el cual duro 3 días. Participaron en este taller todo el personal de ASPEC, directivos y algunos asociados.

Taller de capacitación y planificación

Los días 9, 10 y 14 de julio, se desarrolló el taller "Poniendo en Marcha Nuestro Programa de Voluntariado" en el cual participaron 13 personas, entre asociados y colaboradores de ASPEC. El taller estuvo a cargo de Jaime Ulloa y Aldo Valencia miembros de la Asociación Trabajo Voluntario.

En esta etapa, se identifica las necesidades de la organización, en sus diferentes campos de acción. Para ello, se debe partir de un análisis interno de la organización. Se analiza la misión, los objetivos y las actividades

realizadas. En segundo lugar se analiza qué actividades no se están cumpliendo y por qué y cuáles son las necesidades de los trabajadores o colaboradores.

Luego, se determinó en cuál de las áreas o programas, donde existen necesidades, podrían participar los voluntarios.

Se utilizarán las siguientes preguntas: ¿Cuál es el trabajo específico a desarrollar?, ¿Por qué ese trabajo específico es necesario? ¿En qué área o programa de la organización se inserta? ¿Quién será el coordinador directo del voluntario? ¿Cuántos voluntarios se necesitarán para cubrir dicha necesidad? Con las respuestas se tuvo un panorama claro de las acciones que se pretenden cubrir por los voluntarios y los responsables de áreas.

Actividades Propuestas

Investigaciones:

ASPEC es una institución que está brindando de manera permanente información al público consumidor sobre diversos aspectos que tienen que ver con el

consumo. Ayudamos a la gente a tomar mejores decisiones de compra. Para ello se debe investigar sobre los diversos productos y servicios que circulan por el mercado.

La capacidad de ASPEC es insuficiente para atender tantos temas que se requieren investigar, por ello es que el Area de Investigación planteó la necesidad de incorporar un grupo de voluntarios a fin de encargarles un conjunto de temas a fin de que elaboren investigaciones que sean luego difundidas al público.

Esta convocatoria tuvo mucha acogida, especialmente entre alumnos de ingeniería, lo cual resultó beneficioso, ya que se han podido elaborar varias investigaciones, algunas de las cuales incluso las hemos publicado en nuestra revista de ASPEC, como es el caso de las bebidas energizantes.

Prensa:

Para informar debidamente al público se requiere una fuerte presencia en los medios de comunicación, por ello nuestra área de prensa convocó a un grupo de voluntarios para que apoyen las diversas actividades de difusión.

Por lo general se anotaron estudiantes de periodismo, quienes tuvieron la oportunidad de involucrarse en una serie de campañas, lo cual también fue bastante aleccionador para ellos y de un gran apoyo para nosotros.

Legal:

Para combatir las prácticas ilegales en el mercado necesitamos de iniciativas y de acciones legales, por ello es que ASPEC cuenta con un área legal con abogados especializados en estos temas, sin embargo las capacidades resultan insuficientes frente a la gran cantidad de procedimientos en trámite y los que se inician frecuentemente.

El voluntariado en esta área está compuesto tanto por estudiantes de derecho como por abogados, a quienes se les asigna una serie de casos en la vía administrativa y eventualmente en la vía judicial.

Orientación al consumidor:

ASPEC cuenta con un área de orientación e información al consumidor al que acuden una serie de personas en búsqueda de apoyo frente a los problemas que lo

aquejan como consumidores. Aquí se les brinda información y se buscan soluciones con las empresas a través de la mediación.

Los voluntarios brindan apoyo a estas gestiones, ya que la cantidad de reclamos y consultas supera la capacidad del personal que en ella opera. Generalmente se anotan como voluntarios en esta área estudiantes de derecho.

Observatorio de la Publicidad:

ASPEC cuenta con un sistema de vigilancia de la publicidad a la que se denomina Observatorio Publicitario. Los voluntarios se incorporan a este sistema y facilitan la labor de búsqueda y análisis de la información que se requiere para identificar prácticas violatorias de las normas publicitarias.



Periódicamente se convoca a una reunión a un grupo de personas sensibles e interesadas en el tema de análisis de la publicidad, entre ellas a profesores universitarios, consultores, líderes de instituciones que tengan vinculación con temas publicitarios y sociales.

Los voluntarios se encargan de hacer una recopilación de las principales piezas publicitarias difundidas en medios.

El criterio de selección es que sean anuncios que llamen la atención, ya sea por la duda que generan en cuanto a su veracidad o legalidad.

Luego del análisis pueden resultar las siguientes acciones que estarían a cargo de ASPEC:

1. Enviar una comunicación al anunciante y a la agencia de publicidad felicitando la iniciativa e invitándolos a que sigan por ese camino.
2. Enviar una comunicación pidiendo al anunciante acredite la veracidad o explique otro asunto vinculado al anuncio.
3. Recomendar al anunciante modifique o retire la publicidad por ser engañosa o ilegal.
4. Iniciar las acciones correspondientes, en la vía administrativa o judicial, para que la publicidad infractora sea retirada y se sancione a los responsables.

Campaña de promoción del consumo de frutas y verduras

Una de las campañas más emblemáticas que viene realizando ASPEC desde hace algún tiempo es la denominada "ConSuma Salud: Frutas y Verduras" que promueve una alimentación saludable en protesta contra la comida chatarra. Se planteó una campaña de difusión con actividades que tengan una gran repercusión en los medios de comunicación. Este grupo de voluntarios resultó el más numeroso, variado y exitoso, ya que se hicieron muchas actividades de alto impacto.

Apoyo de profesionales destacados

ASPEC necesita del soporte profesional en muchas especialidades y no siempre cuenta con los recursos para contratar estos servicios. Esta es la razón por la que decidió constituir un grupo de expertos a los que se les ha denominado "Consultores ad-honorem".

Se definió previamente un perfil de los profesionales

requeridos, que gocen de una buena reputación independiente y compromiso con temas sociales como los que plantea ASPEC. Luego de ser seleccionados se les invita a participar en este grupo y se tienen reuniones o consultas cuando se necesita.

Experiencias de voluntariado en la organización.

No es la primera vez que ASPEC ha contado con voluntarios para su trabajo; por el contrario, lo ha hecho muchas veces, pero no siempre ha tenido experiencias exitosas.

En algunos casos si porque el voluntario fue persistente, incluso muchos se hicieron socios de ASPEC y se involucraron muy fuertemente a la institución. Sin embargo en otros casos tiraban la toalla rápidamente.

Al comenzar con este nuevo programa, lo primero que se hizo fue un autodiagnóstico sobre experiencias de voluntariados pasadas. Eso ha servido de mucho, ya que se pudo identificar errores y deficiencias, pero también muchas fortalezas de la organización.

En ASPEC siempre han participado voluntarios para los diferentes fines. Sin embargo, estos no habían sido articulados de la mejor manera, lo que había ocasionado la sensación que no ha sido muy eficiente el voluntariado. En ese sentido, casi todos reconocieron que las deficiencias no solo se originaban en el voluntario, sino fundamentalmente en la organización que no sabía, ni estaba preparada para acogerlos.

Necesidades de la organización.

En el taller también se analizó cuales eran las necesidades de la organización y cual de estas podían ser cubierta por los voluntarios.

Se definió objetivos generales y específicos del programa de voluntariado:

Objetivo principal

Contribuir a fortalecer la capacidad de ASPEC para ser sostenible, eficiente y poderosa.

Objetivos Específico

- Optimizar los recursos financieros y físicos de ASPEC, contribuyendo a alcanzar su sostenibilidad

- Brindar un espacio para que los ciudadanos se involucren en la defensa de sus derechos como consumidores, a través del voluntariado
- Fortalecer la gestión de la institución con sus habilidades

En este sentido, se decidió que diversas áreas de ASPEC contarán con voluntarios:

| Área | N° de Voluntarios |
|------------------------------|-------------------|
| Investigación | 12 |
| Prensa | 4 |
| Legal | 3 |
| Orientación | 3 |
| Campaña de frutas y verduras | 32 |

Cada responsable de área, conjuntamente con la coordinadora del voluntariado, elaboró los diferentes perfiles de voluntarios.

Perfil del voluntario.

Después de determinar las necesidades se elaboró el perfil del voluntario, en el cual se definieron las funciones de éste.

En la ficha de perfil, se encontrará la descripción general del trabajo a realizar, las responsabilidades del voluntario, la formación con la que éste debe contar, el tiempo y las condiciones en las que debe desarrollar su voluntariado.

Cada una de estas fichas se elaboró según el requerimiento del área en la que participarán los voluntarios.

Convocatoria

Para el proceso de convocatoria Voluntarios ASPEC se elaboraron convocatorias para cada una de las áreas y campañas, ya que los perfiles requeridos eran distintos.

La difusión se realizó a través de:

- **Medios electrónicos:** foros, correos electrónicos a grupos temáticos y amigos.
- **Envío de cartas:** a profesores de diferentes universidades que se encuentran involucrados con temas que trabaja ASPEC.
- **Cartas a diversas universidades:** facultades de derecho, ingeniería, etc.
- **Afiches:** Pegado de afiches en las “Casas del vecino” y “Casas del adulto mayor” de varias municipalidades.
- **Charlas informativas:** en la casa del adulto mayor, casa del vecino de los diversos distritos.
- **Página Web de ASPEC.**

Selección

Se elaboró el formulario de postulación con los datos que ya hemos indicado anteriormente:

El formulario se puso a disposición de los interesados en la Web de ASPEC y se envió por mail a los interesados cuando lo solicitaban.

Para que los voluntarios puedan ser seleccionados debían enviar, mediante un mail o de forma directa, el formulario de postulación con los datos completos y su Curriculum Vitae.

Esta información era analizada por la coordinadora del Programa, teniendo como base el perfil elaborado anteriormente, y por los coordinadores de las respectivas áreas. Después del análisis de la documentación se procedió a realizar una selección preliminar, se rechazaron postulantes que no enviaron su información completa.

Se convocaron reuniones por áreas. Éstas permitieron realizar la última selección y que los postulantes puedan resolver sus dudas respecto al voluntariado y definir su interés. En algunos casos, en sus solicitudes habían mostrado interés por alguna área y en la reunión mostraron interés por alguna otra más.

Finalmente se seleccionó al grupo de voluntarios con los que ASPEC ha venido trabajando en este año 2008 y con los cuales ha desarrollado una serie de actividades.



IV.- Actividades del Programa de Voluntariado





IV.- Actividades del Programa de Voluntariado

Dentro del Programa de Voluntariado se han desarrollado diferentes actividades y gracias al aporte de los voluntarios se ha logrado alcanzar los objetivos de la institución y generar un mayor impacto público.

La idea fue incorporar a los voluntarios en actividades directamente vinculadas al objetivo institucional, evitando así crear programas aislados y desarticulados. De esta manera la institución se enriquece y ve fortalecida su capacidad de intervención e incidencia.

Luego que cada área identificara sus necesidades de acuerdo al plan institucional, se establecieron las actividades a ejecutarse con los voluntarios. Así todos sentían que el voluntario es realmente una contribución y no un estorbo.

Cabe destacarse las siguientes actividades.



Campaña contra los colchones de paja.



Golosinas sin registro sanitario.

A.- Área de prensa

Esta área realiza el monitoreo diario de lo que se difunde en los medios de comunicación sobre temas que afectan a los consumidores para luego identificar los temas en los que debe intervenir o pronunciarse.

Tres voluntarios participaron en dicha área revisando diariamente todos los medios e identificando los temas que afectan a los consumidores, después de analizar los temas, algunos de ellos eran colgados en la página web.

Apoyaron en el seguimiento de campañas mediáticas, tales como:

- Colchones adulterados con paja
- Juguetes tóxicos, no autorizados por la Dirección General de Salud DIGESA
- Golosinas sin registro sanitario en Halloween
- Chocolates de taza para navidad y que no contienen cacao

B.- Campaña ConSuma Salud: frutas y verduras:

Esta es una de las campañas más emblemáticas que tuvo el programa de voluntariado y que más motivó a los participantes.

Descripción de la campaña:

Difundir a través de los medios de comunicación, charlas, visitas a mercados y otras actividades, la importancia del consumo de frutas y verduras a fin de mantener una buena salud y prevenir una serie de enfermedades.

Esta campaña se enmarca dentro de los objetivos de Consumers Internacional de promover una alimentación saludable y en contra de la comida chatarra.

Se determinó que periódicamente se elija una fruta o verdura en particular y respecto de ella se haga una campaña de difusión. Con esta finalidad se confeccionaron una serie de pancartas, disfraces, banderolas y folletos, con los cuales se visitó personalmente a los medios de comunicación, colegios, parques, etc. De esta manera se llamaría la atención y se generaría un mayor impacto, como efectivamente sucedió.

Lo que ocurre es que los industriales se encargan de hacerle publicidad a las gaseosas, papitas fritas, hamburguesas y todo tipo de comida chatarra, pero nadie le hace propaganda a la manzana, al plátano, y en general a las frutas y verduras. Esta campaña de algún modo quiso contrarrestar esto.

Campaña de la Manzana, el plátano, la piña, la fresa etc.

Los voluntarios se organizaron de tal forma que periódicamente salieron a las calles con una determinada fruta o verdura, unas veces con manzanas, otras con plátanos, piñas, etc. Prepararon canastitas con una determinada fruta que se les regaló a numerosos periodistas de los medios de comunicación, lo cual era acompañado con una tarjeta y folleto con las propiedades de la misma y recomendando su difusión.

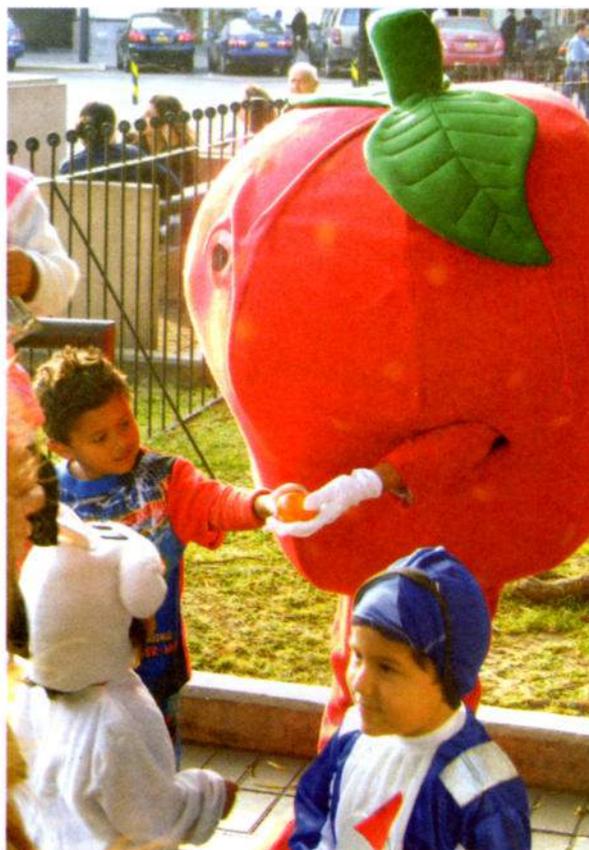
Se visitaron casi todos los medios de comunicación. Las visitas se realizaban con disfraces de diferentes frutas y verduras (plátano, manzana, limón, cebolla, piña, zanahoria, etc.). Al llegar a cada medio de comu-

nicación se realizaban arengas alusivas a una alimentación saludable, "ConSuma Salud -frutas y verduras", llamando la atención de todos los transeúntes y conductores de vehículos particulares y transporte público. Eso además nos garantizó una nutrida cobertura de prensa.

Halloween con frutas y verduras:

En Lima los niños y también los mayores suelen celebrar la fiesta de Halloween el 31 de octubre y es tradicional la venta y consumo de todo tipo de golosinas. Los niños salen disfrazados a las calles y tocan las puertas para pedir dulces.

Aprovechando esta ocasión ASPEC y su programa de voluntariado, organizaron una salida por los parques más concurridos, disfrazados de frutas y verduras para llevar a los niños "Dulces sanos" es decir frutas. Esto tuvo una gran acogida y fue muy original porque nadie se esperaba ese tipo de disfraces en halloween y con ese tipo de dulces para los niños.

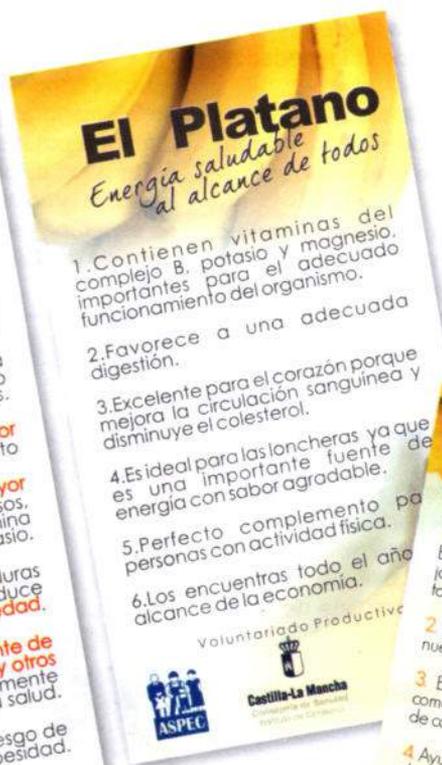




Material impreso:

Se han elaborado varias piezas gráficas para darle sostenimiento a esta campaña, entre ellos se puede mencionar un impreso con las 10 razones más importantes del consumo de frutas y verduras, los mismos que fueron repartidos por todo Lima durante las diversas visitas que se han realizado.

También se imprimieron folletos para cada una de las frutas que se promocionaron, indicando en ellos las propiedades de las mismas.





Sabía usted que la manzana

1. Disminuye el riesgo de cáncer.
2. Es diurética, y excelente tónico nervioso y muscular.
3. Puede actuar como laxante, por lo que se recomienda comer todos los días una manzana en ayunas.
4. Es ideal para problemas de artritis y reumatismo.
5. Ayuda a fortalecer el corazón.

Voluntariado Productivo
 ASPEC
 Castilla-La Mancha
 CECU

ASPEC

Sabía usted que la zanahoria

1. Contienen vitaminas del complejo B, potasio y magnesio, importantes para el adecuado funcionamiento del organismo.
2. Favorece a una adecuada digestión.
3. Excelente para el corazón porque mejora la circulación sanguínea y disminuye el colesterol.
4. Es ideal para las loncheras, ya que es una importante fuente de energía con sabor agradable.
5. Perfecto complemento para personas con actividad física.
6. Los encuentran todo el año al alcance de la economía.

Voluntariado Productivo
 Castilla-La Mancha
 CECU

voluntariado@aspec.org.pe
www.aspec.org.pe

ASPEC

Sabía usted que La piña

1. Tiene como principal componente el agua.
2. Tiene poquísima cantidad de grasa y sodio, y nada de colesterol.
3. Tiene propiedades diuréticas.
4. Contiene micro nutrientes que nos protegen contra el cáncer.
5. Tiene propiedades antiinflamatorias.
6. - Ayuda al estómago a digerir los alimentos ricos en proteínas como las carnes, el pescado los lácteos o el huevo.

Voluntariado Productivo
 Castilla-La Mancha
 CECU

voluntariado@aspec.org.pe
www.aspec.org.pe



Foro "Vida saludable con frutas y verduras"

Se realizó el Foro informativo "Vida Saludable con Frutas y Verduras". El objetivo del Foro fue difundir el consumo de frutas y verduras y cómo una alimentación saludable nos previene de enfermedades.

Los ponentes fueron el doctor Jorge Horna Espinosa, del Instituto de Enfermedades Neoplásicas con su ponencia "Dieta y prevención del Cáncer" y el doctor Jaime Yánez, profesor de la Universidad de Washington, con su ponencia "Protejamos nuestra Salud con el consumo de Frutas y Verduras".

El Foro fue bastante ilustrativo y de fácil entendimiento, los asistentes quedaron sumamente complacidos de recibir una información tan importante, útil y práctica. Cabe señalar, que algunas de las personas que participaron en el Foro son actualmente voluntarias de en la campaña.





Celebración del Día Mundial de la Alimentación

El 16 de octubre con motivo de celebrar el día mundial de la alimentación se realizó “El Gran Buffet Saludable”. El objetivo del evento fue fomentar la alimentación saludable en los colegios.

Una enorme gran mesa, de casi 100 metros de largo, llena de frutas y verduras y con la participación de más de mil niños, entre 8 y 11 años, con pancartas que mostraban los beneficios de una dieta saludable y arengado lemas promocionando el consumo de frutas y verduras formaron el “Gran Buffet Saludable” en el parque Raimondi en Miraflores.

Los voluntarios disfrazados animaron el evento y le dieron mucha alegría.

Este acto fue coordinado además con otras organizaciones que conforman el Consejo Latinoamericano y Del Caribe de Organizaciones de Consumidores, que hicieron cosas similares en sus respectivos países.



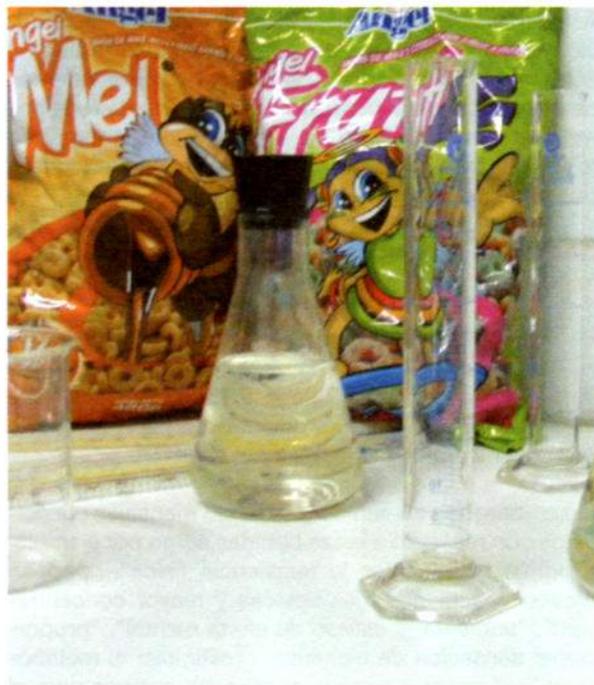


Visita a mercados

Se ha confeccionado unos impresos colgantes alusivos a la campaña “Con-Suma Salud con frutas y Verduras” y se ha visitado a numerosos comerciantes que venden estos productos a fin de darles información sobre las propiedades de estos productos para la salud, y de esta manera brindarles mejores argumentos de venta.

Al finalizar cada visita se les ofrece colgar en su puesto un cartel con la campaña, lo cual es recibido de muy buen agrado por todos los comerciantes.

En ese sentido, se han visitado 15 mercados, en la ciudad de Lima y Callao



C.-Área de investigación

Esta área realiza seguimiento a las denuncias que los asociados y otros consumidores presentan a través de su centro de orientación e información (CIDECA).

Además, realiza un trabajo de vigilancia, es decir se hace un monitoreo a productos y servicios que se ofrecen en el mercado, de los cuales se tenga indicios de incumplimiento de las Normas o Reglamentos, o de aquellos que se sospecha puedan representar un riesgo para la salud, seguridad y economía de los consumidores.

Cada investigación que el área desarrolla sirve como insumo para ser publicada en la revista o en la página Web, para hacer incidencia en la creación de nuevas normas y reglamentos y para realizar campañas de sensibilización y difusión.

El objetivo del voluntariado, es servir de soporte en las actividades de investigación y complementar el contenido de la revista ASPEC: Consumo Respeto.

En ese sentido, participaron en esta área 10 voluntarios que realizaron diversas investigaciones encargadas por su coordinadora.

La comunicación con los voluntarios ha sido sobre todo por internet, teniendo reuniones presenciales cuando se necesitaba corregir partes de la investigación realizada por estos.

Las investigaciones realizadas por los voluntarios fueron:

Diferencias en los Costos de las Partidas de Nacimiento para uso nacional y extranjero

Las municipalidades han iniciado un proceso de entrega de todos sus archivos a RENIEC, que es la institución encargada de administrar los archivos del registro civil y entregar partidas a todos los ciudadanos a nivel nacional.

En este proceso, ya algunas municipalidades han culminado con la entrega de sus archivos y es RENIEC la que está entregando, por ejemplo, las partidas de nacimiento para uso nacional y extranjero, cuyo costo es de S/. 15 Nuevos Soles.

En esta investigación se ha encontrado que, en algunas de las municipalidades que no han culminado con el proceso de entrega de archivos a RENIEC, el costo para la expedición de las partidas para uso extranjero varía entre el 50% hasta llegar a casi el 450% del costo de las partidas para uso nacional, sin mayor justificación que la necesidad de la "firma del funcionario responsable".

Cumplimiento de la Ley 28681 que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas

La Ley N° 28681, vigente desde el 2006, da potestad a los gobiernos locales para que reglamenten y sancionen a los establecimientos públicos que infrinjan la mencionada norma. Lamentablemente, para hacer cumplir estas disposiciones se debía reglamentar la ley, lo cuál hasta ahora no se ha dado.



Por este motivo se pueden

encontrar en el mercado diversas infracciones, así, se venden bebidas alcohólicas a menores de edad, bebidas alcohólicas con más del 6% de alcohol sin la advertencia "Tomar bebidas alcohólicas en exceso es dañino", locales que expenden alcohol ubicados a menos de 100 m de colegios o instituciones educativas, entre otras.

La calidad en el Servicio de Transporte Público en Lima

Se realiza una verificación de las principales deficiencias que tienen diversas rutas de transporte público en Lima metropolitana.

Algunas de estas son las siguientes: el incumplimiento en la entrega del boleto correspondiente, del recorrido establecido, utilización de paraderos no autorizados, identificación de los operadores de las rutas, condición de los cinturones de seguridad, cartel de tarifas no brinda información completa y adecuada, discriminación a escolares o niños, entre otras.

Servicio de atención al cliente en Municipalidades

Se explica en que consiste el régimen de las horas hábiles, según el cual el horario de atención a los usuarios debe ser de ocho horas continuas, pudiendo sobrepasar este tiempo, pero en ningún caso ser menos y no se dejará de atender a todas las personas en espera.

Cumplimiento de la Ley General para la Prevención y Control de los Riesgos del Consumo del Tabaco (N° 28705)

En la Ley General para la Prevención y Control de los Riesgos del Consumo del Tabaco (N° 28705) y su reglamento, se regulan aspectos tales como la prohibición de fumar en lugares destinados a la salud o a la educación, la correcta señalización que prohíbe fumar y que debe de existir en los establecimientos y la separación de áreas de fumadores y no fumadores, entre otras regulaciones en torno a la publicidad y a la prevención.

En esta investigación se encontró que pese a que algunas disposiciones de la Ley N° 28705 eran de aplicación inmediata y que falta tan poco tiempo para que el resto entre en vigencia, los diversos establecimientos públicos como restaurantes, cafeterías o fast food no han adecuado sus instalaciones según lo indica la norma.

Así, se ha encontrado, por ejemplo, falta de señalización en la totalidad de los establecimientos visitados, aún cuando esta disposición ya está vigente, además de la inadecuada separación del ambiente de fumadores, y el incumplimiento de la prohibición de fumar en todos los ambientes de algunas universidades y centros de estudios.

Efectos de las bebidas energizantes según las etapas de vida

En un principio las bebidas energizantes estaban dirigidas a personas que realizaban deportes de resistencia o larga duración, luego el marketing incluyó a oficinistas, ejecutivos y estudiantes con la finalidad de "combatir la fatiga del trabajo y el estudio".

Sin embargo se ha venido brindando mensajes publicitarios con respecto a estas bebidas como por ejemplo: "Podrían incrementar la resistencia física", "podrían proveer reacciones más veloces y mayor concentración", "aumenta el estado de alerta mental", "proporcionar sensación de bienestar", "estimular el metabolismo" y "ayuda a eliminar sustancias nocivas para el cuerpo".

Se analizó la información que se declara en el rotulado de 9 productos de bebidas energizantes que son ofertados en nuestro país, comparando la información que debería declararse según la legislación de Argentina.

Esto es en vista que en nuestro país no existe legislación que regule este tipo de bebida energizante.



Composición de los alimentos comerciales para perros

Los dueños de animales domésticos, disponen de dos opciones a la hora de alimentar a sus animales, pueden preparar una comida en casa o comprar un producto



industrializado; sin embargo en el mercado actual hay varias marcas para perros con una gran cantidad de alegaciones referidas a salud y nutrición.

La pregunta que los consumidores deberían hacerse si optan por los productos industrializados sería: ¿Cuántas de estas alegaciones saludables son ciertas? ¿Quién se encarga de verificar si efectivamente todo lo que los productores de alimentos balanceados indican en sus etiquetas y publicidad es cierto? ¿Se debe confiar plenamente en lo que las empresas señalan con respecto a estos productos o existen riesgos para las mascotas? ¿Cuál es lo más recomendable dar alimentos caseros o balanceados para las mascotas?

Para ello se realizó una investigación sobre la publicidad que se da con respecto a las alegaciones saludables en estos productos, comprobando las diversas marcas de alimentos para perros.

Aprendiendo a usar los Enjuagues Bucales

En esta investigación se analizó el etiquetado de 21 enjuagues bucales que se comercializan en los supermercados de Lima.

Se encontró que no todos indican el porcentaje y concentración de alcohol, y se observó también que no existe uniformidad en el rotulado de este tipo de producto, debido a que no existe ninguna norma nacional que regule su elaboración y comercialización.

Se investigó la posible relación entre el cáncer oral y la utilización frecuente de enjuagues con alcohol, pero no se encontraron resultados concluyentes. Sólo se encontraron algunos indicios según los cuales se sugiere consultar al odontólogo para poder tomar una decisión sobre la frecuencia y el tipo de enjuague que cada persona necesita.

D.-Área legal

Esta área realiza las investigaciones de tipo legal, preparación y tramitación de procesos relacionados a la infracción de normas de protección al consumidor, partiendo de conductas de los proveedores que afecten a una cantidad indeterminada de consumidores.

Los principales problemas ante los cual se actúa son la desinformación, discriminación, idoneidad, publicidad engañosa, etc., en rubros como: servicios educativos; servicios médicos, servicios financieros, rotulado de productos, sector inmobiliario, entre otros.

Todos estos problemas son detectados gracias a un constante monitoreo de los reclamos y de los medios de comunicación y su publicidad.

Asimismo, los encargados de asesoría legal, realizan labores conexas, tales como análisis de Proyectos de Ley acerca de temas de derechos del consumidor, y otros relacionados al mismo, informes sobre problemática actual sobre temas de ciudadanía y consumo.

En esta área han participado 6 voluntarios los cuales se encargaron de realizar investigación, preparación y tramitación de procesos relacionados a la infracción de normas de protección al consumidor.

Los voluntarios de esta área son generalmente abogados o estudiantes de derecho y se han involucrado en una serie de procesos legales que ASPEC viene tramitando por violación a las normas sobre protección del consumidor.

Observatorio Publicitario

ASPEC cuenta con un sistema de vigilancia de la publicidad a la que se denomina Observatorio Publicitario. Los voluntarios se incorporan a este sistema y facilitan la labor de búsqueda y análisis de la información que se requiere para identificar prácticas violatorias de las normas publicitarias.

Periódicamente se convoca a una reunión a un grupo de personas sensibles e interesadas en el tema de análisis de la publicidad, entre ellas a profesores universitarios, consultores, líderes de instituciones que tengan vinculación con temas publicitarios.

Los voluntarios se encargan de hacer una recopilación de las principales piezas publicitarias difundidas en medios.

El criterio de selección es que sean anuncios que llamen la atención, ya sea por la duda que generan en cuanto a su veracidad o legalidad.

Luego del análisis pueden resultar las siguientes acciones que estarían a cargo de ASPEC:

1. Enviar una comunicación al anunciante y a la agencia de publicidad felicitando la iniciativa e invitándolos a que sigan por ese camino.
2. Enviar una comunicación pidiendo al anunciante acredite la veracidad o explique otro asunto vinculado al anuncio.
3. Recomendar al anunciante modifique o retire la publicidad por ser engañosa o ilegal.
4. Iniciar las acciones correspondientes, en la vía administrativa o judicial, para que la publicidad infractora sea retirada y se sancione a los responsables.

Así por ejemplo, podemos mencionar algunas de las acciones iniciadas o que están en curso:

- Productos que se llaman chocolates a pesar de que no son hechos con cacao, con lo cual incumplen las normas.
- Pan integral, que en realidad no es integral
- Empresas que venden cubiertos con una marca que no corresponde a la que aparece en la caja o empaque exterior.
- Productos que se promocionan con el Anega 3, atribuyéndole grandes propiedades, cuando en realidad esto es engañoso, ya que la ínfima cantidad de omega que le adicionan no tienen ningún efecto benéfico para el ser humano, ya que no está en la dosis correspondiente

E.- Área de orientación e Información

Esta es un área dedicada a brindar orientación e información a los consumidores, ya sea a través de consultas telefónicas, visitas personales, cartas, etc.

Los voluntarios realizan una labor de atención y seguimiento de las consultas y quejas que se reciben en esta área.

Los principales motivos de reclamación están referidos a servicios públicos como telecomunicaciones, energía y agua, también los servicios financieros, así como las tarjetas de crédito.



Voluntarios 2008

1. Henry Avendaño Esquivel
2. Andres Anampa
3. Lita Elena Benavidez
4. Catherine Bonilla
5. Zeb Buleje
6. Vanessa Bullón
7. Jackeline Cabello
8. Ana María Cabrera
9. Karim Castro
10. Cynthia Caycho
11. Omar del Carpio
12. Emily Ccoyllo
13. Nidia Chahua
14. Ana Belén Colonia Rivera
15. Judith Estrella Cueva
16. Judith Estrella Ramirez
17. Mario Fernández
18. Perla Figueroa
19. Eduardo Flores
20. Esperanza Gonzales
21. Julio César Hancoco
22. Diana Hualverde
23. Micaela Leon
24. María Luque
25. Katerin Mamani
26. Santiago Mamani
27. Magnolia Mantill
28. Fara Méndez
29. Billy Miranda Ramos
30. Patricia Moreno
31. Gabriela Mosqueira
32. Ursula Muñoz
33. María del Carmen Nano
34. Mónica Pérez
35. Stefany Pillaca
36. Yudi Quispe
37. Angela Rojas
38. Angélica Ramírez
39. Leslie Rey
40. Gaby Rivera
41. Isabel Rosas Diaz
42. Rosa Rojas
43. Sofia Romero
44. Isabel Rosas
45. Sonia Ruiz
46. Scarlet Servigon
47. Blanca Taipe
48. Ángel Toralva
49. Jorge Verástegui
50. Consuelo Yamunaqué
51. Denisse Zapata
52. Jorge Zegarra



Anexos



Asociación Trabajo Voluntario



**TALLER: PONIENDO EN MARCHA NUESTRO
PROGRAMA DE VOLUNTARIADO**

ANEXOS

Julio 2008



Ejercicio N°2

¿Cómo han sido las experiencias previas con voluntarios en ASPEC?

| Descripción de la experiencia | ¿Qué se logró? | ¿Qué se hizo bien? | ¿Qué se puede mejorar? |
|-------------------------------|----------------|--------------------|------------------------|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Tarea N°1

| Jerarquía de objetivos | Metas | Indicadores | Fuentes de verificación |
|-------------------------|-------|-------------|-------------------------|
| Objetivo Principal: | | | |
| Objetivo Específico 1 | | | |
| Objetivo Específico ... | | | |
| Acciones OE 1 | | | |
| Acciones OE ... | | | |



CONVOCATORIA A VOLUNTARIOS

**Para una vida saludable
5 frutas y verduras
al día
debes comer**

ASPEC -Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios- te invita a ser parte de la gran campaña sobre el consumo de 5 frutas y verduras al día.

Preocupados por una mejor alimentación y por contar con una vida saludable, ASPEC convoca a todas aquellas personas interesadas en hacer un voluntariado en la realización de una campaña para la promoción del consumo de 5 frutas y verduras al día, así como el desarrollo de actividad física para mantener una buena salud.

Los voluntarios serán capacitados para promover una alimentación saludable y hacer una campaña de difusión a través de los medios de comunicación, puntos de ventas y otros espacios apropiados.

La campaña tendrá una duración de 5 meses en los cuales los voluntarios dedicaran algunas horas a la semana y al terminar el voluntariado obtendrán un diploma de reconocimiento a su labor.

Las personas interesadas en participar en esta gran campaña deben llenar e enviar el formulario de postulación al correo electrónico convocatorias.aspec@gmail.com, a fin de ser seleccionados.

Para mayor información visita nuestra página web: www.aspec.org.pe o escríbenos al correo electrónico: convocatorias.aspec@gmail.com

Te esperamos!!!!

| | | | |
|--|---|--------|-----------------------|
|  | DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE VOLUNTARIADO | | Nº 1 |
| | | | Area: Investigación 2 |
| | | | Tutor: Edita / Shila |
| | | | Vacantes: 10 |
| DESCRIPCIÓN GENERAL DEL TRABAJO A REALIZAR: | | | |
| Investigar temáticas de consumo que puedan ser de interés público y redactar notas, reportes e informes sobre los hallazgos encontrados. | | | |
| Recolectar información pertinente a estudios específicos (vía teléfono, internet o presencial), comparar y analizar las características de los productos o servicios investigados. | | | |
| Colaborar en la elaboración de la revista mensual CONSUMO Respeto | | | |
| OBJETIVO DEL VOLUNTARIADO: | | | |
| Servir de soporte en las actividades de investigación | | | |
| Complementar el contenido de la revista Consumo Respeto. | | | |
| Responsabilidades principales del voluntario: | | | |
| Asistencia y puntualidad a las reuniones de trabajo programadas. | | | |
| Realizar las búsquedas de información que se le soliciten en el plazo programado. | | | |
| Entregar informes de las tareas que le hayan sido asignadas. | | | |
| Todas aquellas relacionadas con el desenvolvimiento del área. | | | |
| Tiene responsabilidades sobre valores o equipos? Sobre cuales?: Ninguno | | | |
| Tiene algún tipo de autoridad sobre otros? Ninguno | | | |
| EDUCACIÓN DEL VOLUNTARIO: Estudiantes de último semestre o egresados de ingeniería química, industrial, alimentaria, medicina, nutrición, ciencias de la salud o afines. | | | |
| HABILIDADES: | | | |
| Habilidades para la investigación; búsqueda, recolección, análisis y procesamiento de información. | | | |
| Capacidad para trabajar de forma independiente. | | | |
| Capacidad crítica. | | | |
| Excelente redacción de informes. | | | |
| TIEMPO REQUERIDO DEL VOLUNTARIADO: 3 meses | | | |
| CONDICIONES DEL VOLUNTARIADO: | | | |
| Trabajo presencial 1 vez a la semana (cada Miércoles), entrega de un certificado de acreditación como voluntario al final de su estadía en ASPEC. | | | |
| Fecha: | 22/Abril/2008 | Fecha: | |



Programa de Voluntariado 2008

Formulario de Postulante

Fecha de envío (día/mes/año):

Por favor responde a las siguientes preguntas y devuelve el cuestionario por e-mail como documento adjunto al correo electrónico convocatorias.aspec@gmail.com y escribe "Postulación Voluntariado " en el asunto. Gracias!

| | | | | | |
|---------------------|--|---------------|--|----------------------|--|
| Nombres: | | Apellidos: | | Sexo: F M | |
| País de Nacimiento: | | Nacionalidad: | | Fecha de Nacimiento: | |
| DNI/Pasaporte: | | Teléfono: | | Celular: | |
| E-mail: | | | | | |
| Dirección Completa: | | | | Distrito: | |

1. ¿Cómo te enteraste de la convocatoria? ¿Qué es lo que te atrajo para contactarnos?
2. ¿Por qué quieres ser voluntario? ¿Por qué elegiste ASPEC para realizar tu voluntariado?
3. Si estudias ¿Dónde y qué? ¿En qué año/ciclo estás?. Si eres técnico/profesional ¿Cuál es tu especialidad? Si estás trabajando ¿Dónde y qué es lo que haces?
4. Te gustaría compartir en tu trabajo voluntario tus habilidades profesionales/académicas? ¿De qué manera?
5. ¿Qué intereses/habilidades tienes, qué te gustaría hacer? (por ejemplo de investigación, de redacción)
6. ¿Cómo te desenvuelves con la PC? ¿Qué programas utilizas y en qué nivel? ¿Y la Internet? ¿Qué tal eres para las búsquedas?
7. ¿Tienes una computadora personal/Lap Top que pudieras traer para facilitar tu trabajo voluntario?
8. ¿En que área deseas realizar tu voluntariado?
 Investigación Legal Prensa y Comunicaciones
 Campaña de frutas y Verduras Sistema de vigilancia de veracidad de la publicidad comercial
9. ¿Desde que fecha podrías apoyar? Hasta que fecha?

10. ¿En qué horario deseas apoyar en ASPEC?

| | | | | |
|-------|--------|-----------|--------|---------|
| Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes |
| De: | De: | De: | De: | De: |
| A: | A: | A: | A: | A: |

11. Si tuvieras experiencia de trabajo voluntario. Describe tus experiencias anteriores.
12. ¿Cuáles son tus expectativas en relación al trabajo voluntario en ASPEC?

