

Jaime Delgado Zegarra

CONSUMIDORES

ORGANIZADOS



Arequipa-Perú
1987

**MEMORIA DE LA LABOR EFECTUADA
POR LA ASOCIACION DE PROTECCION
AL CONSUMIDOR DE AREQUIPA EN
LOS AÑOS 1985 a 1987**

COLABORADORES:

Srta. LEONOR SUZMAN G.

Sra. OLGA MOSTO DE MUÑOZ

Sr. JOSE CACERES RAMOS

DIAGRAMACION:

Sr. JOSE BALTA VIZCARRA

Esta publicación tiene la finalidad de transmitir la experiencia lograda por la Asociación de Protección al Consumidor de Arequipa a otras organizaciones de consumidores que se formen en el país.

No nos anima el deseo vanidoso de querer exhibir lo realizado, sólo el afán de ver fortalecida la UNIDAD DE LOS CONSUMIDORES a nivel nacional.

Nuestra contribución con esta experiencia esperamos sea de utilidad al resto de Asociaciones de Consumidores si es así esta publicación se justifica.

NACIMIENTO DEL MOVIMIENTO CONSUMERISTA EN AREQUIPA

El consumidor forma la base de la estructura económica de cualquier sistema, sin embargo es el que menos ingerencia tiene sobre la marcha económica.

Los empresarios desde un inicio se han organizado y capacitado para ejercer con eficiencia sus derechos, el consumidor en cambio, no se ha capacitado ni organizado para defender sus intereses, es por eso que está constantemente manipulado por quien vende.

El proveedor ha formado un tipo de hombre que se adapte a sus requerimientos, es decir, un hombre que busque su felicidad y su realización casi siempre a través de la actividad consumista. Se ha hecho poco por convertir al consumidor en un sujeto "libre y soberano", capaz de determinarse con autosuficiencia en el manejo de su economía.

INTRODUCCION

Esta realidad ha sido comprendida en muchos países, es así que se han ido reformulando algunas posturas económicas, jurídicas y sociales tradicionales. Gracias a la intervención de los legisladores y fundamentalmente de los consumidores organizados están consiguiendo paulatinamente la incorporación del consumidor como parte integrante y activa de la estructura económica.

Las primeras organizaciones de consumidores datan de hace un siglo, sin embargo, su crecimiento, evolución y fijación de principios claros no se han dado hasta mediados del presente siglo. En estos momentos la mayoría de países del mundo cuentan con organizaciones de consumidores. En 1960 se forma "la Organización Internacional de Uniones de Consumidores" (IOCU), con cinco grupos fundadores :

Estados Unidos de Norteamérica, Gran Bretaña, Australia , Holanda y Bélgica; hoy cuenta con 120 grupos en 50 países.

...../

...../

La "IOCU", actuando desde su oficina central en La Haya - Holanda, y desde su oficina regional para Asia y el Pacífico, en Malasia, tiene tres objetivos principales : en primer lugar, proporcionar a sus miembros información y formación; segundo, ampliar este movimiento de consumidores en todo el mundo; tercero, representar los intereses de los consumidores en las Naciones Unidas y otros Organismos Internacionales.

La principal preocupación de la "IOCU" y de sus miembros es la de promover la justicia social y la equidad en el mercado.

Por primera vez en el Perú la Constitución Política de 1979 reconoce que el Estado defiende a los consumidores; este mismo principio se incorpora en la Ley General de Industrias No. 23407, a partir de entonces comienzan a dictarse una serie de disposiciones legales tendientes a proteger los intereses del consumidor.

Desde 1983 los Gobernantes peruanos empiezan a preocuparse por la defensa del consumidor, pero en muchos casos la falta de capacitación y desconocimiento de este amplísimo tema los conduce a querer abanderarse con "La Defensa del Consumidor" , sinónimo de "Control de Precios", cuando en realidad lo que se debió hacer es promover la participación de los consumidores organizados y capacitados con la finalidad de defender su propia causa.

Con escasas excepciones el movimiento consumerista peruano está tratando de surgir, pero no lo logrará sino hay un firme propósito del Estado en apoyar este movimiento social.

Mediante Resolución A-RES-39-248 de la Asamblea General de Naciones Unidas del 16 de abril de 1985, los Gobiernos miembros de la ONU se comprometen a facilitar la creación de grupos independientes de Defensa del Consumidor; sin embargo poco se ha hecho hasta el momento para hacer realidad esta Directiva en nuestro país.

Jaime Delgado Zegarra

LIMA - PERU

CAPITULO I
FORMACION DE LA ASOCIACION
DE PROTECCION AL CONSUMI -
DOR DE AREQUIPA

CAPITULO I.- FORMACION DE
LA ASOCIACION
DE PROTECCION
AL CONSUMIDOR
DE AREQUIPA

1.- ANTECEDENTES

A principios de 1984 un grupo de Abogados del Colegio de Abogados de Arequipa, entre los que cabe destacar a los Drs.: Ricardo Zavala, Elmer Rubina y Jaime Delgado, inician una serie de actividades culturales para fomentar la discusión sobre la defensa del consumidor. Del 9 al 14 de Julio de 1984, se organiza el "1er FORUM SOBRE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR", que contó con la participación de los representantes de Ministerios, Municipalidades, Empresas Públicas, Colegios Profesionales, Universidades, Cámara de Comercio y otras instituciones. En esta ocasión se discutieron temas como " El Derecho del Consumo como una disciplina Jurídica", "La Filosofía del Consumo", "Producción y Consumo", "Control de Calidad", "Servicios Públicos", "Salud y Medicamentos"; y luego de llegar a interesantes conclusiones se recomendó la formación de un "Frente de Defensa del Consumidor".

Posteriormente, siempre en el auditorio del Colegio de Abogados de Arequipa, se organizó un "Conversatorio" entre representantes de la Municipalidad Provincial y del ITINTEC para definir los alcances de sus funciones y la interferencia que existía en ese entonces respecto al control de pesas y balanzas.

También se convocó a un "Conversatorio Público" con intervención del Fiscal Superior Decano, el representante de la ONAA, ITINTEC y otras instituciones, para esclarecer el problema generado por el "Pollo enlatado" llegado de Holanda como donación al Perú, que resultó contaminado por un germen sumamente peligroso para la salud. En ese entonces, el Colegio de Abogados de Arequipa se pronunció en contra del desaduanamiento de dichas conservas y se pidió la intervención del Ministerio Público para salvaguardar la salud de la población destinataria.

Luego de estas campañas varios grupos de jubilados solicitaron incorporarse a esta labor, por lo cual se organizó semanalmente charlas con especialistas en distintas materias relacionadas a la Defensa del Consumidor.

En forum sobre los Derechos del Consumidor participarán sectores públicos y privados

Contando con la participación de expositores, y panelistas, representantes de los sectores públicos y privados, Ministerios, Universidades, entre otros, se llevará a cabo en nuestra ciudad el Primer Fórum, Debate sobre "Los Derechos del Consumidor" del 29 al 14 de junio de Julio del presente.

Los temas a tratarse serán: La publicidad como factor de consumo y el derecho de los consumidores, producción, comercialización, tecnología y calidad al servicio del consumidor; transporte público; servicio telefónico; de agua, eléctrico y salud.

Uno de los objetivos principales para la realización de este evento, es el de dar a conocer a la colectividad, el Derecho que tienen los consumidores cuando se realicen en sus diversas modalidades, las relaciones de compra y venta sea de servicios o bienes, etc, los que deben de ser ejecutados dentro de un marco de equidad y justicia.

El Fórum-Debate, está dirigido al público en general, en especial a profesionales, y estudiantes, de derecho, economía, sociología, periodismo, etc. las inscripciones y mayor información pueden ser solicitadas al Colegio de Abogados y al ITINTEC.

"El Pueblo" - Arequipa

15 de junio de 1984.



Por: JUAN TORRES MANRIQUE

TURISMO.— Los Guías Prácticos de Turismo a partir de hoy lunes, deberán de renovar sus carnets otorgados por la Dirección Departamental del MITI para lo cual tienen que apersonarse a La Merced 117, Of. 220. El plazo vencerá el martes 31 del presente mes de julio.

CONSUMIDOR.— Con el tema "Interpretación Filosófica—Social y Jurídica de la protección al consumidor" a cargo del Dr. Jaime Delgado, hoy lunes se inicia el I Fórum—Debate sobre los derechos del consumidor. Se realizará en el auditorio del Colegio de Abogados, Jerusalén 313 a horas 6 pm.

MISA.— Con ocasión de recordar un año del sensible fallecimiento de la que fue Lina Paredes Zevallos y por el eterno descanso de su alma, hoy lunes se oficiará una Misa Vigilada en el templo de San Agustín a las seis de la tarde. Los familiares invitan a sus relaciones y de la extinta.

" Correo " - Arequipa

9 de junio de 1984.

Para ver su defensa

Organizan fórum sobre derechos del consumidor

"CORREO"

Arequipa

E - 07 - 84

El Colegio de Abogados de Arequipa, desarrollará un fórum sobre "Los Derechos del Consumidor" para luego pro-

mover la creación de un organismo que defienda los derechos de los ciudadanos a quienes se les hace víctimas

de evidentes abusos.

El doctor Ricardo Zúñiga Togg, miembro de la Comisión Organizadora, dijo a CORREO que es manifiesta la forma como el consumidor es engañado tanto en la calidad, cantidad y precios de los productos que se le ofrecen, de los servicios que se le da.

Sostuvo que por ejemplo en el Perú se venden algunas medicinas y productos que en otros países están prohibidos por razones técnicas. "Pero aquí nadie defiende la posición del consumidor al que se engaña abiertamente".

Agregó que los servicios básicos que prestan las entidades públicas, llámese agua, luz eléctrica, no son lo eficientes que deben ser, pero esto no es óbice para que cuando menos piensa el usuario le contengan agua o la luz por atraso en el pago.

"Es decir, hay aquí una situación permanente de organismos encargados de dar servicios y de los establecimientos diversos para la venta de productos al público" anotó.

En cuanto a la calidad por ejemplo del agua que tomamos los arequipeños, precisó que el organismo de defensa del consumidor que el Colegio de Abogados espera formar, tendrá la tarea de analizar permanentemente la composición del líquido elemento, para determinar si reúne los requisitos indicados.

Destacó que en el caso de la luz eléctrica deberá determinarse el correcto funcionamiento de las instalaciones eléctricas, medidores, etc, pero además establecer que cantidad menos debe pagar el usuario por los cortes.

Agregó de otra parte, que en lo referente a los teléfonos el organismo indicado velará por el mejor funcionamiento de los aparatos y del sistema en general y pedirá en su momento se amplíe el número de líneas que sin costo adicional puede hacer el usuario.

En una preparación del fórum se prepararon también algunos materiales de apoyo a ser distribuidos a los usuarios de su estudio y agregó.

ITINTEC Y CAA Debatirán sobre los derechos de consumidor

Entre el 9 y el 14 del presente mes se desarrollará el Primer Fórum-Debate sobre "Los Derechos del Consumidor", donde se tratarán los principales problemas que afronta el consumidor de Arequipa, organizado por el Colegio de Abogados y el ITINTEC.

En este certamen participarán como expositores representantes del Concejo Provincial, Ministerio Público, las Universidades de San Agustín y Católica de Santa María, ENTEL-PERU, el Instituto Peruano de Seguridad Social, la Corporación de Desarrollo, el Sindicato de Trabajadores en Microbuses (SUTMA) los Ministerios de Energía y Minas, Salud, Industria y Turismo, Agricultura y Alimentación y los colegios profesionales de Arquitectos, Ingenieros, Economistas, Químicos-Farmacéuticos y Periodistas.

El programa incluye temas como "Interpretación Filosófica, Social y Jurídica de la protección al Consumidor, el Transporte Público", el "Servicio Telefónico", "Servicio de Agua", "Servicio Eléctrico", Salud y Medicamentos al Servicio del Consumidor". La publicidad como factor de consumo y el derecho de los consumidores a ser bien informados". Producción, Comercialización, Tecnología y Calidad al Servicio del Consumidor".

El fórum se desarrollará en el local del Colegio de Abogados de 6 a 9 de la noche y en sábado de 9 a 11 de la mañana.

Comentarios
periodísticos
ler. Forum so-
los defechos
del
Consumidor

NOTAS PERIODISTICAS

PUBLICACIONES PERIODISTICAS

1er. FORUM SOBRE

LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

Dice expositor en Fórum Derechos del Consumidor

PEBLO 14-7-84

Atención médica en el campo se parece a edad medieval

—La atención médica en la zona rural es similar a la época medieval. El servicio médico cuenta con diversos niveles que van haciéndose cada vez más especializados. Señala el Dr. José Luis Arenas Eroles en la exposición que hiciera en el Forum Debate "Los Derechos del Consumidor" en el Colegio de Abogados...



PEBLO 15-JUL-84

—FINALIZÓ Ayer el Forum Debate "Derechos del Consumidor" organizado por el Colegio de Abogados de Arequipa...

requipe y el TINTEC. Lidera el Decano del Colegio doctor Salvador Zavala Ing. Carlos Velasco es tino de TINTEC.

Forum de Defensa del Consumidor se clausuró ayer

—El Fórum Debate sobre Derechos del Consumidor concluyó ayer con una mesa redonda acordando como acuerdo principal la formación del Comité de Defensa del Consumidor...

onomía, de la voluntad y expresar la libertad son que agitan los proveedores que el mar fuerte impone condiciones en el mercado hay que ver el consumo como un hecho social y no sólo simple contrato entre particulares. Se indicó que al aprobarse la formación de un comité de Defensa del Consumidor el Colegio de Abogados próximamente estará cursando las invitaciones para la organización del Comité que en la próxima semana harán denuncias sobre prácticas que viciaron producción en el mercado de prestación de servicios.

El Fórum Debate fue organizado por el Colegio de Abogados de Arequipa y el TINTEC. Las conclusiones a que se arribaron están referidas a cada uno de los temas tratados en la mañana que duró el certamen.

Entre las conclusiones se señalan que las relaciones entre proveedores y consumidores se no pueden dar en el ámbito estricto del Derecho Privado pues las relaciones están basadas en la su-

En la mesa redonda estuvieron presentes representantes de los colegios profesionales como economistas, químicos, farmacéuticos, arquitectos, ingenieros, UNESA etc.

AREQUIPA : Julio de 1984

Señalan en Fórum al Consumidor ITINTEC Debe Verificar los Medidores de Agua y de Luz

Entre los acuerdos y recomendaciones a que se arribaron en el Forum-Debate "Derechos del Consumidor", figura el considerar "necesaria la intervención del ITINTEC como organismo nacional competente en Metrología, para que haga la verificación de los medidores de agua, luz y el sistema para contar las llamadas telefónicas".

Al respecto los acuerdos y recomendaciones de dicho fórum que realizaron el Colegio de abogados y el ITINTEC, fueron los siguientes sobre el rubro de agua, luz y telefónicas:

- 1.- Exigir a ESAR su pronunciamiento sobre las irregularidades que se presentan al cortar el agua frecuentemente por ciertos sectores, en donde al reinstalarla, la presión de agua es la que hace girar a los medidores, de tal modo que el consumidor estaría pagando por agua que no consume.
2.- Las empresas de servicios públicos, especialmente SEAL, ESAR deben informar a los usuarios sobre sus sistemas de facturación, así como instalados en la lectura de sus medidores mediante la distribución periódica y gratuita de cartillas de información.
3.- Cuando el empleado de la...

- 4.- Es frecuente que el primer mes no se deje el recibo de agua, de tal modo que el segundo mes, si no se pagó puntualmente, corte el servicio y se recarga el recibo. Se recomienda se cumpla estrictamente con la entrega de recibos.
5.- Es necesaria la intervención del ITINTEC, como organismo nacional competente en Metrología, para que haga la verificación de los medidores de agua, luz y el sistema para contar las llamadas telefónicas.
6.- Los frecuentes cortes del servicio eléctrico hace que se molgoren los artefactos eléctricos, principalmente los refrigeradores, cuyo sistema intermitente de cargado del gas hace que las sobrecargas causen desperfectos en los compresores.
7.- Los recibos de luz, y por ende los pagos, son por 220 voltios, sin embargo, solo gozamos de 180, sobre todo en...

práctica en nuestro país en el volumen que era necesario. En cuanto a medicina indicio que la Organización Mundial de La Salud para los países en desarrollo recomienda un listado mínimo de 150 productos o medicamentos esenciales los mismos que en determinadas regiones de la selva sierra o costa se requieren o precisan infaliblemente para tratar a la gran mayoría de la población. La institución añadió solo 20 de estos productos son utilizados para el servicio del público. No se sabe dijo el por que no son utilizados los otros medicamentos puestos que son indispensables para la salud pública que recién habra una buena cobertura de salud tanto en atención primaria como la que se aplica en zonas rurales empíricamente cuando se hagan programas realmente efectivos. Se planteó dentro de las conclusiones que el Ministerio de Salud se encargue directamente de repartir los medicamentos esenciales a las zonas más alejadas y que no se concentre la atención en los hospitales en atención que se puede dar en las postas médicas.

ORIENTAR AL CONSUMIDOR OBJETIVO DE CONVENIO

LA Corporación Departamental de Desarrollo de Arequipa (CORDEA) ayer suscribió un convenio con la Asociación de Protección al Consumidor con la finalidad de fomentar la información completa de los productos y servicios de mayor consumo; de auspiciar los hábitos de consumo que protejan el patrimonio de la familia y neutralizar el efecto negativo de la publicidad.

El acto se cumplió a las 2 de la tarde en la sede de la CORDEA. El documento fue suscrito por el titular de la CORDEA, Dr. Pedro Yúgar Callejos y el presidente de esta asociación, Dr. Jaime Delgado Zeigarta.

En los términos del convenio se señala que la asociación conviene en promover la organización y constitución de...

los consumidores entre los pobladores de distintas zonas del departamento; así como capacitar a los miembros de las agrupaciones de consumidores que promueve; realizar investigación científica en el campo del consumo en aspectos jurídicos, económicos, sociales y técnicos. Esa asociación real...

rias tendientes a orientar al consumidor para que utilice racionalmente su capacidad de compra. En tanto que la CORDEA se compromete a brindar a favor de la asociación el apoyo material, logístico y de infraestructura necesario para cumplir con los objetivos del convenio.

NO HAY PROTECCION PARA EL CONSUMIDOR

El Estado no protege al consumidor porque no existe legislación activa en nuestro país, dijo el doctor Jaime Delgado en la primera exposición del Fórum-Debate sobre los Derechos del Consumidor que organiza el Colegio de Abogados de Arequipa y el TINTEC.

El abogado explicó que a pesar que doctrinariamente el Derecho Privado trata de poner en igualdad de posiciones al consumidor (público) y a los proveedores, comerciantes, empresas públicas o privadas, en la realidad no se da...

calidad de producto. "Las leyes existentes son ambiguas o gaseosas que generalmente favorecen a los empresarios, especialmente públicos, en donde el consumidor está en total inferioridad de condiciones respecto a ellos, en el campo del Derecho", dijo. Para como referencia a los servicios de energía eléctrica, telefonos o agua potable, cuando los consumidores están obligados a una serie de requisitos para poder reclamar la calidad del producto y en el caso de los casos en donde el público haya tenido la razón porque nadie garantiza la...

2.- FUNDACION
DE LA
ASOCIACION
DE
CONSUMIDORES
DE
AREQUIPA

El equipo de trabajo participando con cada vez más profesionales preocupados por el consumidor, y con la experiencia ya ganada hasta ese entonces, se decide crear la **ASOCIACION DE PROTECCION AL CONSUMIDOR**, en histórica Asamblea Fundacional del 12 de Agosto de 1985. Luego de aprobar los Estatutos, se elige a la Primera Junta Directiva integrada de la siguiente manera:

Presidente: Jaime Delgado Zagarra.
Vice Presidente: Luis Alberto Gómez.
Secretario: Elmer Rubina Angulo.
Tesorerera : Tula Díaz de Velasco.
Vocal : Julio Cáceres Arce.

En ceremonia pública del 16 de agosto de 1985, la Junta Directiva electa juramentó y se instaló.



Primer Consejo Directivo
1985-1986

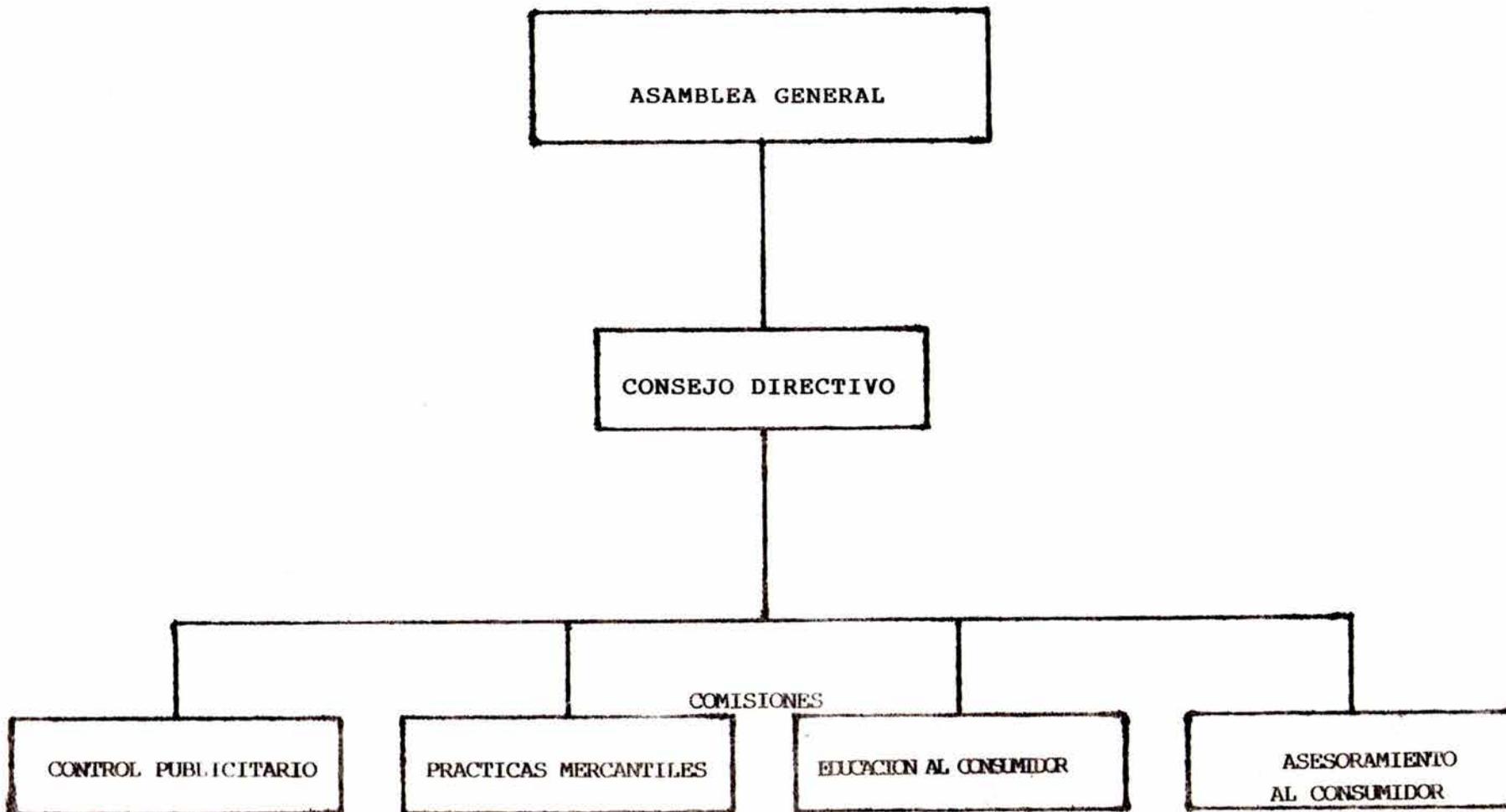
Presidente : Jaime Delgado Zagarra
Vice Presidente: Luis Alberto Gómez
Secretario : Elmer Rubina Angulo
Tesorero : Tula Díaz de Velasco
Vocal : Julio Cáceres Arce

Segundo Consejo Directivo
1986-1987

Presidente : Jaime Delgado Zagarra
Vice Presidentes: Ricardo Zavala Taya
Secretario : Iris Vásquez
Tesorero : Marcia Carrillero
Vocal : Ana María Morante

Este evento realizado en el Auditorio del Colegio de Abogados de Arequipa contó con la participación de casi todas las autoridades del departamento, incluidos algunos parlamentarios. Se generó una gran expectativa, sin embargo no se comprendía a cabalidad los principios y fines que nos guiaban. Poco a poco fuimos dando muestra de la trascendencia de nuestra labor.

a. ORGANIGRAMA DE LA ASOCIACION DE PROTECCION AL CONSUMIDOR "APROC"



b. ESTATUTOS DE LA ASOCIACION DE PROTECCION
AL CONSUMIDOR

TITULO I

CONSTITUCION Y DECLARACION DE PRINCIPIOS

ART. PRIMERO.- Se constituye la Asociación de Protección al Consumidor (APC), como ente asociativo de carácter privado que se rige por los presentes Estatutos, el Título II de la Sección Segunda del libro primero del Código Civil, las demás normas que le sean aplicables, así como por acuerdos válidamente aceptados por la Asamblea General y Organos Directivos.

DOMICILIO

ARTICULO SEGUNDO.- El domicilio de la Asociación está fijado en la ciudad de Arequipa, y con carácter provisional en la calle San José número trescientos once -oficina cuatrocientos seis.

El Consejo Directivo está facultado para determinar el domicilio de carácter definitivo y trasladarse cuando lo estime conveniente e interese a la Asociación. La Asociación podrá acordar la creación de filiales de Protección al Consumidor.

FINES Y OBJETIVOS

ARTICULO TERCERO.- Son fines de la Asociación de Protección al Consumidor, la educación, orientación, información, defensa y representación de los consumidores cuando el interés social lo requiere.- A título enunciativo se determina en concreto los fines : A) Promover la educación del consumidor, de modo que sea capaz y esté preparado desde la infancia para actuar con lucidez al efectuar la elección entre los bienes y servicios con pleno conocimiento de sus deberes, derechos y responsabilidades.- B) Difundir y defender los Derechos de los Consumidores en cuanto son personas que compran o utilizan bienes o servicios para su uso individual, familiar o colectivo.- La APC orientará su acción a la constante mejora cualitativa de las condiciones de vida de los consumidores, especialmente de los menos dotados social, cultural y económicamente. C) Hacer llegar a los organismos competentes los estudios, sugerencias, propuestas y reclamaciones que tengan que ver con el interés de los consumidores.- La APC asume responsablemente el deber de representar a sus afiliados y a la Asociación en su conjunto ante toda clase de organismos y Dependencias oficiales y particulares que tengan relación con el consumo.- D) Ejercitar cuantas acciones otorgue y permita el ordenamiento jurídico vigente y oponerse por todos los medios legales a los actos y conductas fraudulentas, especulación ilícita, abusos, excesos, desviaciones y maniobras que perjudiquen al consumidor.- E) Alcanzar progresivamente, por medio de constantes y sucesivas reformas solicitadas a los Poderes públicos, la revisión de nuestro ordenamiento legal y administrativo, de modo que responda con plena educación a los problemas y situaciones creados en la sociedad actual, que no pueden ser resueltos por las formulaciones tradicionales y hacen necesaria la formación y desarrollo de un derecho del consumo.- F) La APC, procurará conseguir para sí una presencia activa con los representantes de la producción, el comercio y los servicios en los organismos oficiales en que éstos intervengan, como modo más adecuado para la toma de decisiones que efecten los intereses del consumidor.- G) Combatir la publicidad

.../

mentirosa, engañosa, indirecta o antisocial y cooperar a la función informativa que la publicidad cumple. H) Impulsar, favorecer y cooperar a una mejor información al consumidor, consiguiendo para tal efecto los datos necesarios de la Administración, de los productores y comerciantes, velando por el cumplimiento de las normas sobre etiquetaje informativo. I) Cualesquiera otros fines u objetivos compatibles directa o indirectamente a los derechos e intereses de los consumidores, empleando siempre los medios que permita y conceda la ley.

ARTICULO CUARTO.- La APC, no tiene carácter político y queda ubicado al margen de las asociaciones, grupos o partidos políticos de cualquier signo o tendencia, con respecto a las legítimas opciones personales de sus socios en el orden político.

ARTICULO QUINTO.- La APC carece de finalidad lucrativa y no ejercerá actividades de contenido económico. Sin embargo, editará publicaciones que requiera el cumplimiento de sus fines, tanto con destino a sus socios como al resto de los consumidores y utilizará, en el modo y forma que las disposiciones legales permitan, los demás medios de comunicación social para educar, orientar, informar y defender a los consumidores.

ARTICULO SEXTO.- La APC estará conectada y relacionada en la forma que proceda con el resto de organizaciones nacionales e internacionales de su propia área, tanto oficial como particular.

TITULO-II

DE LA ORGANIZACION DE LOS SOCIOS

ARTICULO SETIMO.- Son socios activos los fundadores y aquellas personas naturales mayores de dieciocho años con capacidad de obrar que hayan sido admitidos por la Asamblea General.

ARTICULO OCTAVO.- Son derechos de los socios: A) Participar con voz y voto en la Asamblea General. B) Utilizar y beneficiarse de todos los servicios y prestaciones sociales de carácter general. C) Elegir y ser elegidos para cualquiera de los cargos y funciones de la APC. D) Recibir las publicaciones periódicas de la organización. F) Todos los demás derechos que conceda la ley.

ARTICULO NUEVE.- Son obligaciones de los socios A) Satisfacer la cuota social en la cuantía y forma que para cada ejercicio establezca la Asamblea General.- B) Colaborar en las actividades que desarrolle la organización.- C) Respetar y cumplir con las disposiciones del presente Estatuto y los acuerdos válidamente adoptados por la Asamblea General y los Grupos Directivos.

ARTICULO DIEZ.- La calidad de socio de la APC, se perderá por renuncia voluntaria o por acuerdo de la Asamblea General en caso de incumplimiento de las obligaciones establecidas para los afiliados.

ASAMBLEA GENERAL

ARTICULO DECIMO PRIMERO.- La Asamblea General, integrada por los socios activos, es el órgano supremo de la APC, y en ella residen todas las facultades o atribuciones, obligando sus decisiones a todos los socios, incluso a los no presentes en la reunión y a quienes disientan de ellas. Los acuerdos se tomarán por mayoría de los socios presentes y representados.

.....

ARTICULO DECIMO SEGUNDO.- La Asamblea General deberá ser convocada en sesión ordinaria o una vez al año, y en sesión extraordinaria cuantas veces lo acuerde la Junta Directiva o lo soliciten la tercera parte de los socios activos.

ARTICULO DECIMO TERCERO.- Es competencia de la Asamblea General Extraordinaria la reforma de los Estatutos y la designación por elección de los cargos directivos.

CONSEJO DIRECTIVO

ARTICULO DECIMO CUARTO.- Como órgano ejecutivo de la APC existirá el Consejo Directivo compuesto por los siguientes miembros elegidos por votación mayoritaria de la Asamblea General:

Presidente: Dr. Jaime Delgado Zegarra.
Vice Presidente: Sr. Luis Alberto Gómez
Secretario: Dr. Elmer Rubina Angulo
Vocal: Sr. Julio Cáceres Arce
Tesorero: Sra. Tula Díaz de Velasco

El mandato de dichos miembros será por un año, salvo el vocal que lo será por dos, pudiendo todos ser reelegidos.

ARTICULO DECIMO QUINTO.- Corresponde al Presidente convocar, fijar el orden del día, presidir las sesiones del Consejo u de la Asamblea General, velar por el cumplimiento de los Estatutos, Reglamentos y Acuerdos de la Asamblea y del Consejo, representar a la APC, y cuantas atribuciones le encomiende la Asamblea y el Consejo.

ARTICULO DECIMO SEXTO.- El Vice-Presidente, asumirá con las mismas facultades del Presidente, todos sus deberes y funciones, por ausencia, impedimento o delegación de éste en forma temporal o definitiva por el término que falte para cumplir con el mandato del titular.

ARTICULO DECIMO SETIMO.- El Secretario extenderá las actas de la Asamblea y del Consejo, expedirá las certificaciones de los acuerdos de los órganos de la APC, que autorizará con su visto bueno el Presidente.

ARTICULO DECIMO NOVENO.- El Vocal del Consejo asumirá las funciones que le pueda atribuir el propio Consejo además de velar por el cumplimiento de los presentes Estatutos.

COMISIONES

ARTICULO VEINTE.- El Consejo promoverá la formación de Comisiones para diferentes objetivos de trabajo, tales como:

Control Publicitario
Prácticas Mercantiles
Control de Servicios Públicos
Control de Calidad

y cualquier otro que sea necesario para el cumplimiento de los fines y objetivos de la institución.

..... /

.../

DISPOSICION FINAL

ARTICULO VEINTIUNO.- Cualquier otro asunto no contemplado en los presentes Estatutos será resuelto conforme las disposiciones del Código Civil y demás leyes aplicables, así como por los acuerdos de los órganos de la Institución, válidamente adoptados.

3.-

REACCIONES

FAVORABLES

Y

ADVERSAS

A

"APROC"

El nacimiento de "APROC" motivó en el concenso popular una esperanza por verse protegido de los cotidianos abusos de que es víctima el consumidor. Los medios de comunicación brindaron su apoyo en todo momento, gracias a lo cual se pudo transmitir al público los principios y fines que nos inspiran.

La reacción de otros sectores no fue tan favorable. Algunas autoridades trataron de negar la legitimidad de nuestro movimiento social, llegando a afirmar por algunas

autoridades que la defensa del consumidor sólo era de su competencia; otros llegaron a sostener que había duplicidad de funciones entre nuestra función de defensores del consumidor y la suya como entes públicos. Un sector del empresariado también nos vió con recelo porque erróneamente consideran que la defensa del consumidor es una causa completamente antagónica con la actividad empresarial.

Con el transcurso del tiempo la verdad se hizo palpable a favor del movimiento consumerista. No dejará de haber detractores, pero son cada vez más los convencidos de esta causa social.

" CORREO " - Arequipa

20 Julio 1986.

Niegan interferencia en defensa del consumidor

No existe ninguna interferencia entre la Oficina de Defensa del Consumidor del Concejo Provincial de Arequipa y la Oficina de Protección al Consumidor que trabaja en convenio con la Corporación Departamental de Desarrollo. Así lo afirmó el Presidente de la Asociación de Protección al Consumidor, doctor Jaime Delgado Zagarra indicando además que deben existir más oficinas de este tipo a fin de servir mejor a la comunidad.

En este sentido por cada que los consumidores de nuestro medio están (ojalá) mejor informados para lo cual será necesario educarlos a fin de que

sepan reconocer los productos en su calidad, a no comprar tales o cuales productos, entre otras cosas.

"Para cumplir los objetivos de la Asociación, se han formado comisiones de trabajo sobre Prácticas Mercantiles, Control Publicitario, de Delitos Económicos como acaparamiento y especulación, de Información al Consumidor de producción", señaló.

"Este movimiento social de defensa al consumidor, en el que estamos atrasados en un siglo, trata de lograr un equilibrio entre los consumidores y los proveedores. No es una lucha en contra de los vendedores y

empresarios ya que no hay antagonismo entre defender a los consumidores y tener buenos productos. Es más también

así se defenderá a los buenos comerciantes", añadió.

Finalmente, Delgado Zagarra dijo que cada la totalidad de la actividad del ser humano está referendada al consumo, sin embargo, no se sabe con sumir. Para lograr una población educada se realizarán programas especiales a fin de ser transmitidos por los principales medios de comunicación de la ciudad.

"Nuestra entidad que es la primera integrada por consumidores, no tiene jurisdicción para imponer multas pero sí puede realizar denuncias ante los organismos pertinentes", concluyó.



Dr. Jaime Delgado Zagarra

5.- INAUGURACION
DE
OFICINA
DE LA
ASOCIACION DE
PROTECCION AL
CONSUMIDOR



Inauguran Oficina que Protegerá al Consumidor

Quedó inaugurada ayer la Oficina de Protección al Consumidor, la misma que de acuerdo a un Convenio con CORDEA, tiene como objetivos proteger y educar al consumidor a través de los conocimientos que le permiten actuar con soberanía en sus decisiones económicas.

En esta ocasión, fueron presentadas a la prensa local, por parte del Presidente de la Asociación de Protección al Consumidor Dr. Jaime Delgado Zagarra, el Compendio de Normas Legales referentes a la Protección al Consumidor.

El Sr. Jorge Carmona, en representación del Presidente de la Corporación Departamental de Desarrollo, tuvo a su cargo la inauguración de esta Oficina cuyo local se ubica en uno de los ambientes de la Corporación de calle San Francisco 308. Y fue el quien destacó la importancia de este local donde el consumidor tendrá acceso libre a consultas, denuncias y sobre todo a enterarse de sus derechos insertos en el Compendio de Normas, que hoy se entrega, dijo.

Con esta Oficina se impedirá que el consumidor sea manipulado por intereses que no van en relación a su auténtico bienestar.

Por su parte el Dr. Delgado manifestó que, las disposiciones legales vigentes en materia de

protección al consumidor, se han encontrado totalmente dispersas en distintos ordenamientos, razón por la cual APROC y CORDEA presentan este compendio de Normas Legales referentes a la protección al consumidor. El objetivo, agregó, es coadyuvar al mejor conocimiento y aplicación de dichos preceptos legales, por las personas que de alguna manera están vinculados al problema.

Con personal que ha sido debidamente capacitado, en esta oficina se trabajará en los rubros del Control Publicitario, Prácticas Mercantiles, Información al Consumidor, Taller de Producción y Delitos Económicos.

Es así que el público consumidor, no podrá ser engañado con publicidades que distan mucho de la realidad en cuanto a lo que ofrecen en precios y descuentos. Por otro lado, se denunciará a las personas que realizan préstamos prendarios con intereses que sobrepasan el 20 por ciento siendo el oficial el 2.70 por ciento.

Finalmente, dijo el Dr. Delgado, esta Oficina, a partir de la fecha está abierta al público para que en su calidad de consumidor denuncie irregularidades que van contra sus derechos y además consulten el Compendio de Normas que está a su disposición aquí en el local de Calle San Francisco 308.

Sr. Jorge Carmona, representante de CORDEA, Dr. Jaime Delgado, Presidente de APROC, y personal de la Oficina de Protección al Alconsumidor.

"El Pueblo "
4 Julio 1986.

El 3 de julio de 1986 ,
quedó inaugurada la Oficina de Protección al Consumidor, ubicada en: calle San Francisco No. 308. AREQUIPA - Perú

" CORREO " - Arequipa
4 de Julio 1986.

OFICINA DE PROTECCION AL CONSUMIDOR :



CON PERSONAL QUE HA SIDO DEBIDAMENTE CAPACITADO, EN ESTA OFICINA SE TRABAJA EN LOS RUBROS DEL CONTROL PUBLICITARIO, PRACTICAS MERCANTILES, INFORMACION AL CONSUMIDOR, DELITOS ECONOMICOS.



ESTA OFICINA ESTA ABIERTA AL PUBLICO PARA QUE EN SU CALIDAD DE CONSUMIDOR DENUNCIE IRREGULARIDADES QUE VAN EN CONTRA DE SUS DERECHOS.

CAPITULO II

ACTIVIDADES DE "APROC"

CAPITULO II .-

ACTIVIDADES
DE
"APROC"

1.- COMISIONES DE TRABAJO

Para una labor más eficiente "APROC" se organiza en tres comisiones de trabajo :

- . COMISION DE PRACTICAS MERCANTILES.
- . COMISION DE EDUCACION AL CONSUMIDOR.
- . COMISION DE CONTROL PUBLICITARIO.
- . COMISION DE ASESORAMIENTO AL CONSUMIDOR.

Las funciones de estas comisiones son las siguientes :

COMISION DE PRACTICAS MERCANTILES.-

- 1) Detectar e investigar las prácticas monopólicas, oligopólicas y demás restrictivas de la libertad de competencia.
- 2) Combatir el agio y la usura.
- 3) Analizar las formas lesivas en que se prestan los servicios al consumidor.
- 4) Combatir la especulación, el acaparamiento, la adulteración, etc.
- 5) Detectar y analizar los contratos de adhesión y los celebrados bajo condiciones generales de contratación, a efecto de controlar que mediante ellos, el proveedor no se exima de responsabilidades en el contrato.
- 6) Detectar y analizar las prácticas mercantiles tendientes a restringir la libertad de elección o contratación del consumidor.

- 7) Individualizar y tipificar las infracciones legales en las prácticas mercantiles que perjudiquen al consumidor.
- 8) Elaborar las denuncias respectivas ante las autoridades competentes y canalizarlas a través de la presidencia.
- 9) Elaborar consejos que orienten al consumidor en el conocimiento de sus derechos y obligaciones a efecto de hacer divulgación de ellos.
- 10) Presentar informes mensuales de su labor a la presidencia.

COMISION DE EDUCACION AL CONSUMIDOR.-

- 1) Recopilar información completa y veraz sobre productos y servicios, coordinando en su caso con otras instituciones.
- 2) Estudiar las alternativas de consumo más favorables al consumidor.
- 3) Elaborar la información que el consumidor necesite para hacer una adecuada elección en los bienes y servicios que contrata.
- 4) Establecer criterios técnicos y prácticos para el reconocimiento de la calidad de los productos y servicios.
- 5) Establecer las técnicas o prácticas que permitan un mejor uso de los bienes y servicios, a efecto de obtener mejor provecho de ellos.
- 6) Investigar sobre los hábitos de consumo, alcanzando alternativas que favorezcan una mejor asignación de recursos económicos de la familia.

- 7) Informar al consumidor de sus derechos y obligaciones, así como aconsejarlo en la forma de resguardarse de frecuentes abusos.
- 8) Editar boletines de educación al consumidor.
- 9) Organizar cursos y seminarios de educación al consumidor.
- 10) Informar mensualmente a la presidencia sobre el desarrollo de sus actividades.

COMISION DE CONTROL PUBLICITARIO.-

- 1) Comprobar la veracidad de los anuncios publicitarios en radio, TV., periódicos, revistas y otros medios de comunicación masiva.
- 2) Recopilar información técnica que permita hacer la comprobación de la veracidad de los anuncios comerciales.
- 3) Hacer por cuenta propia y/o en coordinación con otras instituciones, la verificación de la calidad anunciada del producto o servicio.
- 4) Controlar el cumplimiento de las normas de etiquetaje de productos y publicidad comercial.
- 5) Controlar y estudiar el cumplimiento de las normas sobre propiedad industrial y competencia desleal, a efecto de evitar que a través de ellas se agravie al consumidor.
- 6) Formular las denuncias respectivas para que a través de la presidencia sean presentadas a las autoridades competentes.
- 7) Coordinar con las empresas publicitarias y medios de comunicación para lograr elevar el nivel de la publicidad comercial, buscando siempre el bienestar del consumidor.

- 8) Coordinar con el sector productivo y comercial para evitar el incumplimiento de las normas publicitarias.
- 9) Promover la difusión de anuncios comerciales que contribuyan a la formación moral, personal y cívica de los consumidores.
- 10) Elaborar y remitir mensualmente informes a la presidencia sobre la labor efectuada.

COMISION DE ASESORAMIENTO AL CONSUMIDOR

Después de dos años la labor se ha visto notablemente recargada, pues numerosas personas acuden diariamente a nuestra oficina en busca de consejos, por esta razón se ha formado la comisión de "Asesoramiento al Consumidor" que se encarga de atender al público y absolver sus inquietudes.

2.- EDUCACION AL CONSUMIDOR

No hay religión ni ideología política que haya podido con - vencer tanto al individuo, como ha logrado hacerlo la publicidad, la propaganda y los técnicas de venta, convenciendo al consumidor para que busque su satisfacción y realización personal a través de la compra de bienes y servicios.

Toda la información que recibimos sobre bienes y servicios nos es proporcionada por la propia parte interesada en venderlos. Es de suponer que dicha información es parcializada, interesada y a veces engañosa.

"APROC", interesada en hacer del consumidor un sujeto libre y soberano, ha desarrollado una intensa campaña de educación al consumidor, entre las que cabe mencionar las siguientes :

EDICION DEL COMPENDIO DE NORMAS LEGALES REFERENTES A LA PROTECCION AL CONSUMIDOR.-

Las disposiciones legales referentes a la protección del consumidor se encuentran totalmente dispersas en nuestro ordenamiento jurídico, razón por la cual una de las primeras acciones de "APROC" fue la de editar un compendio de 45 páginas en las que se incluye numerosos dispositivos vinculados al tema.

La edición de 500 ejemplares fue distribuída gratuitamente entre las autoridades del departamento (Municipios, Prefectura, Sub Prefecturas, Gubernaturas, Direcciones Departamentales de Ministerios, Poder Judicial, Ministerio Público, Fuerzas Policiales, Clubs de Madres, medios de comunicación, etc.).

Con este compendio se facilitó enormemente la labor que venían desarrollando nuestras autoridades en el

cumplimiento de las normas referidas a la defensa de consumidores y usuarios.

Los socios de "APROC" han sido los primeros en estudiar a - profundidad y al detalle todas las disposiciones legales incluidas en este Compendio, es así que estamos capacitados para resolver las numerosas consultas que diariamente recibimos de los consumidores.



**SE EDITO UN COMPENDIO DE NORMAS LEGALES REFERENTES A LA PROTECCION DEL
CONSUMIDOR**

CURSOS DE EDUCACION AL CONSUMIDOR.-

El contacto directo entre "APROC" y los consumidores se ha logrado a través de numerosos eventos que han servido para motivar en los asistentes la inquietud por participar de este movimiento social.

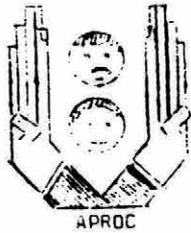
Con el apoyo de distintas instituciones hemos conseguido realizar muchos cursos de educación al consumidor entre los cuales podemos destacar :

1er. Ciclo de Capacitación en Defensa del Consumidor.

Con la participación del Colegio de Abogados de Arequipa, el Róтары Club Arequipa Sur y "APROC", se desarrolló entre el 10 de octubre y el 28 de noviembre de 1985 el 1er Ciclo de Capacitación en Defensa del Consumidor.

Este evento, desarrollado en el Auditorio del Colegio de Abogados de Arequipa, contó con la participación de más de cien asistentes, entre profesionales, estudiantes y trabajadores.

Los temas que fueron tratados son : "Nociones Generales de la Defensa del Consumidor", expositor: Dr. Jaime Delgado Zegarra; "Delitos Económicos", expositor: Dr. Elmer Rubina Angulo; "Publicidad como Mecanismo Alienante", expositor: Lic. Luis Alberto Gómez; "Control de Calidad", expositor: Ing. Martín Castillo; "El Control Metrológico", expositor: Ing. Jorge Alberto Velasco; "Problemática Alimentaria:", expositor: Dra. Norma Alfaro; "Propiedad Industrial y Competencia Desleal", expositor: Dr. Jaime Delgado Zegarra; "Los medicamentos", expositor: Dr. Javier Ortiz Peralta.



"CURSO" DE EDUCACION AL CONSUMIDOR"

CONCEJO
DISTRITAL
DE
CAYMA

LA ASOCIACION DE PROTECCION AL CONSUMIDOR Y EL CONCEJO DISTRICTAL DE CAYMA, INVITAN A LA COMUNIDAD CAYMEÑA A PARTICIPAR EN EL "CURSO DE EDUCACION AL CONSUMIDOR" A REALIZARSE LOS DIAS 21 - 22 - Y 23 DE JULIO EN EL LOCAL DEL CONCEJO DISTRICTAL EN EL HORARIO DE 4 A 6 p.m.

" LOS CONSUMIDORES TAMBIEN ESTAMOS
DELIGADOS A CAPACITARNOS "

Se DICTARON VARIOS " CURSOS DE EDUCACION AL CONSUMIDOR "



Se imprimieron diversos folletos invitando a los consumidores a participar en los cursos.

"EL PUEBLO". — Arequipa, VIERNES 17 de Julio de 1987.

En Cayma

Darán curso para educar a consumidores

"Muchas pueden ser las campañas para proteger al consumidor, pero es mejor educarlo en sus deberes y derechos, como usuario", es esta la mejor premisa para realizar el segundo curso de educación al consumidor, que se llevará a cabo del 21 al 23 de julio próximo en el Concejo Distrital de Cayma.

Así lo hizo a conocer el Presidente de la Asociación de Protección al Consumidor doctor Ricardo Zavala Toya, quien a su vez informó que este segundo curso se realizará en el Concejo de Cayma



El Presidente de la Asociación de Protección al Consumidor Dr. Ricardo Zavala Toya, quien informó sobre el curso de orientación y protección al consumidor en el Concejo de Cayma.

porque el burgomaestre Apolinario Fierro firmó un convenio con APROC para orientar al pueblo caymeño en sus beneficios como usuario.

Del mismo modo señalo que estos cursos se llevarán a cabo en los distintos del departamento según el pedido de las autoridades correspondientes.

Este curso de capacitación es el segundo que se realiza por APROC; el primero tuvo lugar en el distrito de Miraflores y se capacitó 50 usuarios que difundieron sus conocimientos en sus asociaciones y familias, con gran éxito.

La adecuada inversión en el consumo correcto de los alimentos es uno de los tópicos que tratará la doctora Norma Alfaro, así también se tratarán temas como: el Rotulado de Productos, Comercialización de Agregados, Cooperativismo en los Sectores Populares, Calidad de Productos y Contratos, serán los aspectos que tocarán especialistas en el campo.

Los contratos son actividades que se realizan diariamente al subir al omnibus y en toda actividad cotidiana mas los usuarios no sabemos los deberes y derechos que conllevan estos contratos que a día no adquirimos.

PUBLICACIONES REFERENTES A
LOS CURSOS DE "EDUCACION
AL CONSUMIDOR"

"EL PUEBLO"—AREQUIPA, MIÉRCOLES 8 DE ABRIL DE 1987.

Inician curso en Miraflores por defensa el consumidor

Hoy se iniciará el primer Curso de Defensa del Consumidor a las 4 de la tarde y se prolongará hasta las 6 en el local del Circulo Unión Miraflores.

Los días 9 y 10 de los corrientes continuará desarrollandose el mencionado Curso, en el mismo horario y a un costo de 5,000 intis, con la entrega posterior de certificados.

Este curso, será dictado por especialistas (y profesionales como el doctor Jaime Delgado Zegarra, Pdt. de la APROC, el Vice Presidente (APROC) Ricardo Zavala, el Ing. Martín Castillo, representante del Ministerio de Industria, Turismo e Integración, Alberto Velazco Linares, Jefe del ITINTEC y la Dra. Norma Alfaro, nutricionista, los mismos que expondrán diversos temas a lo largo del curso.

La Asociación de Protección al Consumidor esta invitando por nuestro intermedio a la comunidad mirafloresina y público

en general a participar activamente y aprovechar de los conocimientos que serán vertidos en este importante curso.

"CORREO"— Arequipa, Martes 7 de Abril de 1987

Curso de capacitación para consumidores se inicia mañana

Con el fin de orientar a las amas de casa para que no sean sorprendidas por los malos comerciantes y de esta manera no perjudiquen su economía, la Municipalidad Distrital de Miraflores iniciará mañana el "Primer Curso de Capacitación al Consumidor" de 4 a 6 p.m., en el local del Circulo Unión

Miraflores, de la Av. Progreso 530. El referido curso será dictado por

especialistas de la Oficina de Protección al Consumidor, entidad que viene colaborando con el Concejo de Miraflores y tendrá una duración de dos días hasta el viernes 10.

Los interesados pueden inscribirse en la oficina de Promoción Social de la Municipalidad de Miraflores, en horario de trabajo. Al finalizar el curso se entregarán certificados a los participantes.

a. BOLETIN INFORMATIVO MENSUAL " EL CONSUMIDOR "

Por primera vez en el país los propios consumidores editan su Boletín mensual de educación e información al consumidor.

Siempre con el apoyo de CORDEA se han editado a partir de noviembre de 1986 varios Boletines del Consumidor. El tiraje de 500 ejemplares mensuales se distribuye gratuitamente a través de los medios de comunicación y directamente a las personas que acuden a nuestra oficina.

Con estos Boletines se informa sobre dispositivos legales que protegen los derechos del consumidor; se aconseja sobre la mejor forma de utilizar los productos y servicios, se alcanza mejores alternativas de consumo; se informa de la actividad de "APROC"; se denuncia la infracción legal que perjudica al consumidor, se enseña como reconocer la calidad de los productos, etc.



b. PROGRAMA DE RADIO "EL CONSUMIDOR".-

Desde el mes de abril de 1987 miembros de "APROC" conducen un programa de radio denominado "El Consumidor", transmitido todos los sábados de 7 a 8 am. a través de Radio Sur Peruana. Leonor Guzmán, Iris Vásquez, María Carruitero y Ana María Morante, bajo la dirección del Dr. Ricardo Zavala, sábado a sábado se ponen en contacto directo con el público a través de la radio y el teléfono.

Este programa de radio está dividido en cuatro espacios :

El primero destinado a brindar consejos prácticos a los oyentes respecto a las más convenientes alternativas del consumo, así como para el reconocimiento de la calidad de bienes y servicios.

El 2do. espacio es de comentarios sobre temas de consumo elaborados por los miembros de "APROC".

El tercero desarrolla entrevistas a funcionarios y demás personas vinculadas a la problemática de defensa del consumidor.

El cuarto espacio está destinado a tratar sobre problemas actuales que interesan al consumidor, para lo cual se suelen hacer entrevistas en centros de abastos y en lugares donde con mayor frecuencia asiste el consumidor.

Por su género es el único programa que hasta el momento se edita en nuestro país. Con un poco más de apoyo se podría profesionalizar el programa y darle un alcance más amplio.

LOS MEDIOS DE COMUNICACION APOYAN NUESTRA LABOR

Raul Llanos del "Noticiero de Radio Concordia" nos brinda espacios gratuitos para hacer comentarios sobre temas del consumidor.

Semanalmente son distribuidos cinco mensajes a todos los medios de comunicación, los cuales son ampliamente difundidos. De esta manera "APROC" está todos los días presente en los hogares del consumidor.

La socia Nancy Cárdenas es la principal encargada de recopilar información para elaborar los mencionados mensajes.

Radio, TV., y periódicos son un aporte importantísimo para el desarrollo de campañas de educación al consumidor. Nuestro profundo agradecimiento a todos ellos.

A TRAVES DE "RADIO SUR PERUANA, SE TRANSMITE TODOS LOS SABADOS DE 7 a 8 am. EL PROGRAMA "EL CONSUMIDOR".

ESTOS SON ALGUNOS DE LOS COMENTARIOS QUE SE TRANSMITEN:

"AGENCIAS DE TURISMO"

En los últimos años se ha incrementado notablemente el número de agencias de turismo, y nos felicitamos que así sea, ya que a más competencia entre ellas se esforzarán por brindar un mejor servicio al turista.

Es de lamentar sin embargo, que en ciertas ocasiones estas agencias no cumplen con lo ofrecido en sus tours. Programan viajes a distintas ciudades del país y del extranjero, afirman mil maravillas del tour, ofrecen una serie de excursiones, comidas, comodidades en buenos hoteles, etc., lamentablemente esto no siempre se cumple. No es exagerado aquel anuncio comercial que aparecía por televisión y que presentaba a un turista durmiendo en la banca de un parque a la intemperie por deficiencia del servicio turístico. En más de una ocasión el turista resulta estafado, y para colmo se le obliga a cancelar las cuotas pendientes. Tenemos que impedir que esto siga sucediendo. Señores funcionarios de TURISMO "manos a la obra", tienen que supervisar el servicio de estas agencias de turismo, porque si bien ellas tienen derecho a obtener utilidad de su actividad están también obligadas a brindar un buen servicio o por lo menos ser veraces en sus ofrecimientos al público. Mucha gente calcula el dinero que ha de llevar consigo cuando viaja, teniendo en cuenta lo que ha de ser cubierto por la agencia, entonces, si ésta no cumple con cubrir ciertos gastos del viaje, creará un gran problema para el turista.

Impidamos que estos abusos se sigan cometiendo

"EL COLOR DE LOS PRODUCTOS"

Señor consumidor:

Se ha puesto a pensar, ¿por qué ciertos - artículos de color son más caros que los blancos?. Por ejemplo los electrodomésticos, los sanitarios, los teléfonos, etc. Habrá alguna diferencia tan significativa en su costo de producción que justifique un incremento del 10% o más en su precio de venta al consumidor? . Nosotros consideramos que no, la razón de esta diferencia de precios radica en que el vendedor sabe que el consumidor es vanidoso y pretende siempre la distinción y el prestigio, y esto lo impulsa a comprar productos que le den aparentemente categoría: de esto se aprovecha el vendedor.

Son entonces, factores subjetivos los que determinan la diferencia en el precio de algunos productos que tiene el mismo costo para el productor. Esto no lo podemos seguir permitiendo. Una invocación entonces al Ministerio de Industria para que analice y solucione este problema: " a igual costo de producción, el producto debe tener igual precio de venta ", no podemos permitir que incluso empresas del Estado, como ENTEL PERU, se presten a este tipo de jueguitos con la mentalidad alienada del consumidor, ellos deben dar ejemplo de honradez comercial, ya que es empresa que pertenece a todos los peruanos.

Amigos, no se dejen manipular por estos factores extraños a la real satisfacción de necesidades, sean objetivos en sus decisiones económicas.

Si lo que afirmamos ahora no se ajusta a la verdad invitamos a los fabricantes o vendedores a contradecirnos públicamente; el beneficiado será el consumidor.

"LAS INDUSTRIAS QUE NECESITAMOS"

Es la hora que el consumidor tenga presencia activa en la toma de decisiones del mercado. Si verdaderamente es el soberano como afirman los economistas neoliberales, tendría que ser él quien determine los bienes y los servicios que se han de ofrecer, por que son los que él desea. Esto sin embargo no se presenta así ya que el consumidor ha perdido toda ingerencia sobre las decisiones que toma el empresario al hacer sus inversiones. Lo importante para él es ganar, no importa que sea en perjuicio directo del comprador, no busca mejor dicho, el bienestar verdadero del consumidor. Es así que se fabrican una serie de artículos innecesarios, pero que a través de una agresiva promoción nos los hacen comprar, utilizando en la mayoría de casos nuestras debilidades en cuanto a la vanidad, machismo o feminismo, para inducirnos a la compra.

Si en realidad el consumidor es soberano debe exigir que se produzca tal o cual bien. Por ejemplo, sabemos que la harina de pescado, rica en proteínas y apta para el consumo humano es exportada en gran parte a los Estados Unidos y sirve para alimentar a 30 millones de perros y 25 millones de gatos. Acaso nuestro pueblo no necesita de industrias que puedan procesar dicha materia prima y transformarla en alimentos aptos para el consumo de nuestra población? ¿Por qué el industrial no se preocupa de ese tipo de cosas y deja de fomentar el consumo de productos que ningún provecho brindan a la gente?.

Pesca Perú tiene el privilegio de contar desde hace varios años con una sofisticada planta en Pisco de producción de "MARINBEEF", alimento de alto valor proteico, elaborado a base de pulpa de pescado. Esta planta fue donada al Perú por el Gobierno Japonés y es considerada una de las más avanzadas del mundo. El segundo país en contar con una planta similar es la

.../

...../

Unión Soviética, pero siempre basada en la tecnología - japonesa.

Los técnicos de Pesca Perú han conseguido en los últimos años salvar obstáculos que impedían que el "MARINBEEF" llegara a las grandes mayorías de peruanos para su consumo. Y es que la producción significaba altos costos económicos, por lo que se optaba por exportar toda su producción y precisamente Japón era el que lo compraba. Hasta la fecha hemos venido entonces, sirviendo a la alimentación de otros pueblos y no a los nuestros.

Pedimos como representantes de los consumidores - que el Gobierno ponga de inmediato en venta este producto "MARINBEEF" que ya se ha anunciado en económicos envases de 200 gramos. Exigimos igualmente al resto de empresarios privados adaptarse a las nuevas condiciones del mercado, ya no queremos comprar productos que no nos signifiquen provecho, inviertan señores en industrias prioritarias, no necesitamos, ni debemos invertir nuestras divisas en la importación de tecnologías que no han de contribuir al progreso y bienestar de nosotros los consumidores. Necesitamos industrias alimenticias, farmacéuticas y de productos industriales prioritarios. Exigimos porque somos al fin los que decidimos el destino de nuestro dinero.

VENDEN ROPA PERUANA COMO SI FUERA EXTRANJERA

¿ Por qué el consumidor piensa que siempre el producto extranjero es mejor que el nacional ? Ésto en realidad no sucede en todos los casos.

Por el simple hecho de saber o creer que una mercancía es importada la sobrevaloramos y le atribuimos cualidades que en muchos casos no tienen. Los comerciantes se aprovechan de esto para vender productos peruanos como si en realidad fueran extranjeros.

Efectivamente, amigos, hemos podido detectar la siguiente práctica mercantil :

Las fábricas de ropa de Lima venden sus recientes novedades a comerciantes que las llevan a ciudades fronterizas, digamos Tacna, Tumbes, Desaguadero, etc., y allí las venden a los propios peruanos como ropa extranjera, pero para esto le quitan la etiqueta, argumentando cuando son por este motivo increpados, que han tenido que hacerlo para eludir el control policial. Como el consumidor peruano es propenso a comprar artículos extranjeros, inmediatamente la sobrevalora y por cierto que la compra. Esta práctica es muy sencilla para el vendedor ya que no corre ningún riesgo frente a las autoridades de Aduana, pues al ser requeridos presentan sus respectivas facturas, ya que se trata de ropa peruana.

Cuántos peruanos se habrán sorprendido cuando entusiasmados compran en el exterior una prenda de vestir para luego, cuando regresan a su país se dan cuenta que se trata de una prenda de fabricación peruana.

El derecho Marcario establece la obligación de - que todos los productos lleven una marca para evitar la eludición de responsabilidades, pero en la actualidad se burla el control de las autoridades competentes en - esta materia.

Pero el problema no sólo radica en la falta de control, sino mas bien en la falsa idea que el comprador se ha formado de los productos nacionales. Nuestros textiles tienen una calidad prestigiada en todo el mundo, debemos sentirnos orgullosos de nuestra textilera, ¿ por qué entonces, menospreciar a lo nuestro ? Tomemos conciencia de esta realidad y apoyemos a nuestra industria, porque ella crea fuentes de trabajo.

C. MENSAJES A TRAVES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.-

Todos los medios de comunicación en Arequipa han brindado pleno respaldo a las campañas de educación al consumidor iniciadas por "APROC". Hay que resaltar el apoyo que ha brindado el diario "El Correo", con la publicación de numerosos mensajes dirigidos a capacitar al consumidor y usuarios en el conocimiento y ejecución de sus derechos, así como para instruirlos con consejos prácticos muy útiles en la vida diaria.



NUMEROSOS MENSAJES PARA CAPACITAR AL CONSUMIDOR SON PUBLICADOS POR EL DIARIO "CORREO",

CAMPAÑA No.

TEMA : BOLETIN

TAREAS	OPERACIONES	PLAZOS	METAS	RECURSOS HUMANOS	RECURSOS MATERIA Y ECONOMIA
- Buscar información relacionada al Consumidor. Concebir artículos con opiniones propias.	-Leer la información obtenida, o -Redactar artículos concebidos.	3 días	- Obtener el conocimiento sobre un tema determinado.	- 1 Abogado - 1 Tecn. - 1 Economista - x Socios - 1 Educador	- Revistas - Diarios - Libros - Etc.
- Analizar la información obtenida.	-Seleccionar información.	3 días	- Determinar la información apropiada para publicación.	- 1 Abogado - 1 Economista - 1 Educador - 1 Técnico - x Socios	-----
- Redactar los artículos para el Boletín	-Darles forma periodística.	3 días	- Contar con material redat. y seleccionado para el boletín.	- 1 Abogado - 1 Economista - 1 Educador - 1 Técnico - x Socios	-----
- Revisar el material	-Hacer las correcciones respectivas.	3 días	- Contar con material para editar.	- Comisión 3 Socios	-----
- Hacer la composición y quemado de placas.	-Dibujar -Graficar -Titulares -Etc.	5 días	- Tener listo el material de impresión.	- RR.PP. - 1 Dibujante	12 placas offset papel Kanson Tinta líquida negra.
- Impresión del Boletín.	-Encargar a la respectiva imprenta su edición.	5 días	- Tener listos los Boletines.	- 3 RR.PP.	- 3 mil papel Bond de 80 grms. - Servicio de impresión.
- Distribución del boletín.	- Movimiento de Cons. - Socios adherentes. - Venta a terceros.	2 días	- Divulgar la información de los boletines.	- 3 RR.PP. - x Socios.	

CAMPAÑA No.

TEMA : ...AGIO..Y..USURA.....

TAREAS	OPERACIONES	PLAZOS	METAS	RECURSOS HUMANOS	RECURSOS MATERIA Y ECONOMICA
-Recopilar información legal y doctrinaria sobre el Agio y la usura.	- Analizar la información recopilada.	15 días	- Lograr conocimiento del tema.	- 2 Abogados - 1 Asistente.	-----
-Detectar a los prestamistas usureros. (en publicaciones de diarios).	- Visitar a los prestamistas y verificar sus actividades.	15 días	- Tener ubicados a los principales prestamistas.	- 1 Abogado - 2 Asistentes - 20 socios.	- Diarios - Movilidad
-Elaborar las denuncias ante las autoridades correspondientes.	- Presetar las respectivas denuncias, hacerlas públicas, y hacer su seguimiento.	5 días	- Hacer sancionar a los usureros.	- 1 Asistente - 1 Abogado.	-----
-Hacer cartillas de información contra el agio y la usura.	- Distribuir las cartillas al público.	5 días	- Crear conciencia a los prestatarios para no pagar más intereses que los legales.	- 1 Abogado - 1 Publicista -20 Socios	5 millares de papel bond de 80 grms. 4 placas ofsett - Tinta y serv.de Imp.
-Fomentar debates sobre el agio y la usura.	- Hacer conversatorios públicos en auditorios y medios de comunicación.	10 días	-Motivar al público y autoridades sobre la necesidad de combatir el agio y la usura. - Créditos más ágiles.	- 1 RR.PP. - 2 Asistentes - 20 socios.	Auditorio
-Hacer notas de prensa invitando al público a denunciar a los usureros.	- Difundir las notas de prensa en los medios de comunicación.	5 días	- Hacer participar al usuario de esta campaña.	- 1 Abogado - 1 RR.PP. - 20 socios	-----
-Elaborar conclusiones y recomendaciones a las autoridades competentes.	- Presentar dichas recomendaciones a los organismos correspondientes.	5 días	- Contribuir al bienestar del prestatario.	- 2 Abogados	-----

CAMPAÑA No.

TEMA : CONTRA EL COBRO DE INTERESES EXCESIVOS EN VENTAS A PLAZO.

TAREAS	OPERACIONES	PLAZOS	METAS	RECURSOS HUMANOS	RECURSOS MATERIA Y ECONOMIA
- Recopilar información sobre intereses en ventas a plazo.	- Estudiar la información sobre intereses en ventas a plazo.	5 días	- Tener conocimiento sobre el tema.	2 Abogados 1 Asistente	-----
- Visitar 100 establecimientos comerciales de venta de muebles y artefactos.	- Obtener proformas para venta de objetos a plazos.	5 días	- Comprobar el cumplimiento de las normas legales.	20 socios 2 asistentes 1 Abogado	Movilidad
- Estudiar las Proformas obtenidas.	- Verificar si se cumple con cobrar los intereses legales.	5 días	- Comprobar el cumplimiento de las normas legales.	2 Abogados 2 Asistentes 1 Economista	2 calculadoras.
- Formular denuncias contra los infractores.	- Presentar las denuncias. - Hacerlas públicas. - Hacer el seguimiento	5 días	- Hacer sancionar a los infractores.	2 Abogados 2 Asistentes	100 hojas de papel bond.
- Elaborar una cartilla informativa al consumidor.	- Distribuir las cartillas. (5,000)	20 días	- Dar a conocer a los consumidores sus derechos en las ventas a plazos.	1 Dibujante 2 Asistentes	- 5,000 hojas papel bond de 80 grms. - 2 placas offset. - Servicio de impresión.
- Hacer notas de prensa invitando a que la gente denuncie a los infractores.	- Distribuir las Notas de Prensa.	10 días	- Hacer participar a los consumidores en la defensa de sus intereses.	2 RR.PP. 1 Asistente	500 Hojas de papel bond de 60 grms. 4 stencils.
- Asesorar a los consumidores y usuarios.	- Absolver las consultas telefónicas y personales de los compradores del mercado de ventas a plazo.	10 días	- Capacitar a los compradores y evitar ser engañados por los cobradores de intereses excesivos.	2 Abogados 1 Asistente	-----

CAPITULO III

OPERATIVOS

CAPITULO III.-

OPERATIVOS

Las acciones realizadas por las autoridades competentes para combatir las formas de comercialización: adulteración, especulación, acaparamiento, agio y usura, etc., no tienen tanto significado como cuando son los propios consumidores organizados quienes con estrategias simples pero efectivas realizan sus operativos.

El apoyo que deben prestar las autoridades a las campañas realizadas por los consumidores es de mucha importancia.

Inicialmente "APROC" tuvo algunas dificultades para lograr el respaldo de las autoridades competentes en las campañas que realizaba. Conforme se fueron viendo los resultados positivos la resistencia a brindarnos apoyo fue disminuyendo. Hoy en día es relativamente más fácil para "APROC" solicitar respaldo cuando lo requiere.

Bajo un plan de trabajo estructurado con estrategias y plazos a cumplir, se fueron desarrollando numerosísimas acciones, dentro de las cuales podemos destacar las que siguen:

Campana:

CONTROL DE TARIFAS DE TAXIS

La Comisión Reguladora de Tarifas de Transporte "CRET" encargada de emitir las tarifas oficiales para el servicio de taxis en Arequipa, en los últimos años había dictado muchas tarifas, sin embargo los señores taxistas nunca acataron ninguna de ellas alegando una serie de razones.

Las autoridades encargadas de hacer respetar las tarifas tampoco hicieron nada por exigir su cumplimiento. Bajo estas condiciones los taxistas cobraban lo que querían y el usuario tenía que someterse a su capricho.

"EL PUEBLO" - AREQUIPA, SÁBADO 20 DE SETIEMBRE DE 1986

Ayer Hubo Operativo: Tarifa Oficial de Taxis

—Ayer, la Asociación de Protección al Consumidor realizó un operativo con la finalidad de exigir el cumplimiento de las tarifas oficiales por el servicio de taxi.

El mencionado operativo consistió en subir a un taxi cualquiera sin consultarle el precio, luego del pago se le entregó el recibo de cobro, llegando al momento de pagar se le entregó a la comisión de esta-...

tarif oficial.

De para los me-

fectivos

vil...

con la C

por la

PRO

Consum

En

Prens

gado

que

arec

bar

en

offi

308

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

"CORREO" - Arequipa, Sábado 20 de Setiembre de 1986

Comprueban en operativo Taxistas no acatan tarifas oficiales

Los taxistas no acatan las tarifas oficiales dictadas por la Comisión Reguladora de Tarifas de Transporte (CRET) como comprobó ayer el operativo cumplido ayer por la Asociación de Protección al Consumidor.

Por ejemplo el taxista Juan Alvarado, que presta el servicio de taxi en la ciudad de Arequipa, hasta la Comisión de Radio Patrulla en el momento de cobrar por encima del precio oficial, el cual se debe pagar a tasa de 50 centavos por kilómetro.

La protesta de los taxistas, en contra de la medida del Gobierno, en materia de tarifas, como dice el periódico "El Comercio", se hizo respetar por la Guardia Civil.

El día miércoles por la tarde, se realizó un operativo para comprobar el cumplimiento de las tarifas oficiales, en el que se participó con la Guardia Civil y la Policía Municipal.

Se le entregó a los taxistas un formulario con el que se les informó de las tarifas oficiales y se les pidió que firmaran el documento si aceptaban las tarifas oficiales.

Los taxistas que no firmaron el documento, fueron sancionados con multas de 500 a 1000 nuevos soles.

El operativo fue realizado por la Asociación de Protección al Consumidor, en colaboración con la Guardia Civil y la Policía Municipal.

El operativo se realizó en la ciudad de Arequipa, el día sábado 20 de setiembre de 1986.

"CORREO" - Arequipa, Sábado 20 de Setiembre de 1986

Pondrán freno a excesivo cobro en tarifa de taxis

Después de haberse reunido la Comisión Reguladora de Tarifas de Transporte (CRET) para el cobro de las tarifas de taxi, mediante la distribución de miles de ejemplares de la tarifa oficial, se inicia la campaña de difusión de la tarifa oficial en las calles de Arequipa.

El día sábado 20 de setiembre de 1986, se realizó un operativo de difusión de la tarifa oficial, en el que se participó con la Guardia Civil y la Policía Municipal.

Se le entregó a los taxistas un formulario con el que se les informó de las tarifas oficiales y se les pidió que firmaran el documento si aceptaban las tarifas oficiales.

Los taxistas que no firmaron el documento, fueron sancionados con multas de 500 a 1000 nuevos soles.

El operativo fue realizado por la Asociación de Protección al Consumidor, en colaboración con la Guardia Civil y la Policía Municipal.

El operativo se realizó en la ciudad de Arequipa, el día sábado 20 de setiembre de 1986.

Los medios de comunicación dieron la más amplia difusión en apoyo a esta campaña.

...../

"APROC" decidió poner fin a esta ilegal práctica. Reprodujo y editó alrededor de 10,000 tarifas de taxi tamaño bolsillo; las distribuyó a través de los medios de comunicación y a toda la gente que apresurada acudían a nuestras oficinas para recoger gratuitamente su tarifa.

Este tipo de campaña tiene por objetivo, no sólo hacer respetar - los precios oficiales, sino fundamentalmente concientizar al ciudadano del rol de consumidor que debe asumir con responsabilidad y pleno conocimiento de sus derechos.

A partir de esa fecha, cada vez que se aprueban nuevas tarifas, "APROC" se preocupa por hacer gran difusión de ellas; el pueblo arequipeño responde en forma positiva a estas campañas, y con las cartillas, que son instrumentos legales en su mano exigen que se les cobre lo justo.

LOGROS "CORREO" - Arequipa, Domingo 21 de Setiembre de 1986 PAG. 12

DE 6 MIL TAXISTAS SOLO 2 LLEVAN LISTA DE TARIFAS

Julio de 1987

Diario "CORREO" 4 agosto 1987

PAGUE LO QUE DISPONE LA TARIFA

El presidente de la Asociación de Protección al Consumidor expresa "que el valor de una carrera no está sujeto a la Ley de la Oferta y la Demanda, por tanto cuando alguien toma una carrera no es necesario preguntar previamente su valor, simplemente hay que llegar al destino y pagar lo que dispone la mencionada tarifa". El Dr. Ricardo Zavala Toya dijo además que hay un respaldo por parte de la Guardia Civil, institución que viene apoyando la campaña de control de Tarifas de Taxi.

COBRÓ DE TARIFAS DE TAXI

La Asociación de Protección al Consumidor ha iniciado una campaña de control para el cobro de las tarifas de taxi. Para ello se ha editado miles de copias de un tamaño "bolsillo", que están siendo distribuidos gratuitamente. Allí se halla la tarifa de taxi oficial para el servicio de la ciudad de Arequipa. El presidente de la APROC Dr. Ricardo Zavala Toya recomienda a los usuarios exigir el cumplimiento de dichas tarifas, las mismas que se encuentran a disposición en las oficinas de San Francisco 308.

PAG. 22 "CORREO" - Arequipa, Setiembre de 1986



En plena acción, se encuentra el presidente de la Asociación de Protección al Consumidor Dr. Jaime Delgado Zagarra, quien con mucha frecuencia viene realizando el control respectivo a los taxistas, quienes vienen cobrando precios excesivos, sin respetar las tarifas autorizadas.

Se motivó una polémica - pública durante varias semanas, los taxistas sostenían que si bien esa tarifa era oficial, con el transcurrir del tiempo había quedado en desuso. "APROC" por su parte mantuvo su posición en el sentido que si se dicta una tarifa es para respetarla y si los taxistas no estaban conformes con ella pidieran su modificación, pero mientras tanto la cumplieran.

Campaña :

AGUA DESTILADA ADULTERADA

Llegó a conocimiento de "APROC", la existencia y comercialización de cojines de agua destilada con teniendo impurezas en su inte - rior. Hechas las primeras inves - tigaciones se concluyó en que - mal podría estar destilada un a - gua conteniendo dichas impurezas. De inmediato se formuló denuncia por estafa al dueño de la respec - tiva fábrica, la misma que fue presentada ante el Ministerio Pú - blico, el cual dispuso de inme - diato la intervención en los lu - gares donde se expendía dicho producto. El Fiscal Provincial de Turno, Dr. José Lecaros, dis - puso de inmediato el decomiso to - tal de agua destilada "Royal" en Arequipa.



---El día de aver el doc - tor José Lecaros, Fiscal Provincial de Turno, se constituyó en el Servimo - tors "Yanahuara" ubica - do en la Avda. Ejército 407

donde se incautó con la PIP más de 900 bolsas de agua destilada en mal estado. La foto registra un pasaje de dicha inter - vención.

"EL PUEBLO" - AREQUIPA.

MIÉRCOLES 9 DE JULIO DE 1986

GASEOSAS CONTAMINADAS

Con frecuencia se oyen denuncias de consumidores que encuentran elementos extraños dentro de las botellas de gaseosas. Lamentablemente estas denuncias no pasan del escándalo público, ya que la presión que ejercen las fábricas de gaseosas es sumamente grande.

En las oficinas de "APROC" se recibió la denuncia de consumidores a quienes se había vendido gaseosas en cuyo interior existían elementos extraños (hongos, cucarachas, etc.). Basados en las pruebas (botellas sin destapar), se formuló denuncia por delito "contra la salud pública" ante el Ministerio Público a la fábrica que producía dichas gaseosas. El escándalo público que motivó esa denuncia generó la inmediata reacción de los representantes de la fábrica. Se nos dijo que nos habíamos dejado sorprender, pues es muy fácil destapar una botella, introducir objetos dentro y vol-

verla a tapar sin dejar sospecha alguna. A los pocos días, con el fin de descartar lo manifestado por los representantes de la empresa, con el apoyo de la Guardia Civil se efectuó una visita a las tiendas de abarrotes de la localidad, y observando al detalle cada una de las gaseosas de distintas marcas, se encontraron gaseosas en cuyo interior aparecían elementos extraños. De esta manera quedó confirmada la negligencia con que ciertas empresas embotellan las gaseosas.

Simultáneamente se hicieron entrevistas a los dueños de bares, restaurantes y tiendas. Muchos de los entrevistados declararon que con frecuencia suelen encontrar sustancias extrañas dentro de las gaseosas que adquieren para la venta y que cuando descubren esto simplemente las cambian por otras que el distribuidor les provee.

DETECTAN IMPUREZAS EN 2 BOTELLAS DE GASEOSA

Dos conocidas gaseosas que se embotellan en esta ciudad, fueron detectadas con impurezas en su interior, según denunció Felipe Santiago Vera Caballero a través de la Asociación de Protección al Consumidor (ASPROC).

En conferencia de prensa efectuada en la oficina de ASPROC, se mostró al periodismo dos botellas debidamente cerradas, conteniendo una de ellas una cáscara de ají colorado, aparentemente, y el otro envase impurezas en estado de descomposición.

La acusación respectiva fue elevada por los denunciantes ante la Fiscalía Provincial de turno para que autorice los exámenes correspondientes y se sancione a la embotelladora que produce ambas gaseosas.

Por su parte, Vera Caballero dijo que la bebida de color rojo que contenía impurezas, fue comprada en una tienda de la Avenida La Marina, en tanto que la gaseosa color naranja se adquirió de un negocio de la Avenida Parra.

PDTE. de ASPROC RECOMIENDA TENER CELO AL BEBER GASEOSAS Y BEBIDAS

El presidente de la ASPROC, doctor Jaime Delgado Zegarra recomendó a los usuarios a examinar detenidamente las gaseosas para detectar al trasluz cualquier impureza. En caso de observar cuerpos extraños en el interior de las bebidas, pide no destaparlas y llevarlas inmediatamente a San Francisco 308, donde se ubican las oficinas de ASPROC.

"CORREO" - Arequipa,

6 de Noviembre de 1986.



La Asociación de Consumidores constantemente presiona a las autoridades para que exijan a las fábricas de gaseosas tengan más cuidado en la elaboración de las mismas y en el lavado previo de las botellas. Al público se recomienda verificar el contenido de la gaseosa antes de destaparla, ya que la ingestión de alguna sustancia extraña podría ocasionarle serios perjuicios. A los dueños de restaurantes y tiendas se les ha recomendado hacer una adecuada rotación de las gaseosas, de tal manera que el almacenamiento por mucho tiempo de algunas botellas no produzca la descomposición del líquido.

Campana :

CONTROL DE ALQUILERES

A partir del primero de agosto de 1985, mediante Decreto Supremo No. 370-85-EF, el precio de los alquileres que do congelado y la vigencia de los contratos prorrogada. A partir de este Decreto Supremo fueron dictándose una serie de disposiciones complementarias y modificatorias; pero el espíritu de las mismas fue controlar que los alquileres que se cobran en locales comerciales y en viviendas no se eleven exageradamente.

"APROC" realizó a partir del mes de agosto de 1986 una intensa campaña en contra del cobro excesivo de alquileres.

Con el apoyo de la Policía Municipal de la Municipalidad Provincial de Arequipa, miembros de "APROC" visitaron a los inquilinos de varios inmuebles y locales ubicados en las manzanas céntricas de la ciudad. Solicitados los doce últimos recibos de al-

quiler se pudo comprobar que en la mayoría de casos se cobraba de más.

El perjudicado no sólo era el inquilino sino el consumidor en general, ya que cuando le suben los alquileres al dueño de un establecimiento comercial éste traslada el costo en el precio de los bienes y servicios que presta al consumidor.

"APROC" formuló denuncia en contra de los infractores, y continúa haciéndolo con constantes operativos. Lamentablemente las autoridades aún no responden con la celeridad necesaria en este tipo de problemas.

Para información del público se ha editado más de 5000 cartillas en donde se informa de los derechos y obligaciones del inquilino y propietario.

Esta campaña es una de las que más ha motivado al públi-

... /
co a participar de este movi -
miento consumerista. Diariamen
te se recibe la visita de gran
cantidad de personas en busca

de consulta y asesoramiento
en su condición de inquilino.

CORREO — Arequipa, Jueves 5 de Febrero de 1987

APROC y Vivienda Inician campaña contra alza excesiva de alquileres

La Asociación de Protección al Consumidor (APROC) y la Dirección de Vivienda, iniciaron una campaña de control para impedir el excesivo aumento de alquileres, advirtiendo a los infractores sancionados que las multas oscilan entre 505 y 2 mil 20 intis.

Esta medida fue anunciada por el Presidente de APROC, doctor Jaime Delgado Zegarra, explicando que de acuerdo al D.L. 21938 de 1977, señala que en casos de alquiler de locales para vivienda el aumento deberá ser del 30 por ciento anual, un 5% en febrero y similar porcentaje de aumento en marzo, del mismo año.

También, especificó que otros contratos regidos por el Código Civil, hasta antes del 27 de julio de 1965 el aumento deberá ser del 10% anual, y después del 27 de julio del mismo año, corresponde el 5% anual.

Mientras que en el caso de locales comerciales, antes del 27 de julio del 65 será del 15% y después de esa fecha, corresponde el 7.5% en el aumento a cada del monto pactado, en la firma del contrato de alquiler.

El doctor Zegarra, quien es abogado del D.S. 422-86-EP, se encuentra en Arequipa hasta el día jueves de este mes.

vigencia de contratos de arrendamiento de inmuebles en general y fijando reajustes a partir del 1º de enero del presente año, —que están detallados líneas arriba—.

APECTADOS PUEDEN APERSONARSE A APROC
Delgado Zegarra, sentenció que las personas que se sientan afectadas por desmesuradas subas, se aPERSONEN a las oficinas de la APROC —sitas en San Francisco 308— donde se les brindará la asesoría legal adecuada, y evitar estos continuos abusos por parte de propietarios inescrupulosos.

Se distribuyeron más de
5000 cartillas informa-
tivas de los derechos y
obligaciones del inquilino y propietario.

Producción y distribución de la Dirección de Vivienda y APROC

Artículo 1º — Deróganse los Decretos 5 Nos. 308-86-EP, 87-86-EP, 308-86-EP y 308-86-EP.

Artículo 2º — El presente Decreto entrará en vigencia a partir del 1º de enero de 1987.

SEÑOR INQUILINO. NO SEA OBJETO DE ABUSO POR PARTE DE LOS PROPIETARIOS.

HAGA RESPETAR SUS DERECHOS SE LO RECUERDA: LA ASOCIACIÓN DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.

MAYORES INFORMES: SAN FRANCISCO 308-CORDEA

ASOCIACION DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

CONVENIO APROC-CORDEA

ALTO A LA SUBA DE ALQUILERES!

AREQUIPA, ENERO 1987

En los casos, este reajuste será aplicado en la unidad prevista en el contrato para ello y en función del porcentaje originalmente pactado.

La Ley de los contratos comprendidos en el Decreto Ley N° 21938 - Ley de alquileres reajustados del modo previsto en la presente disposición, será determinada mediante Resolución Suprema referendada por los Ministros de Economía y Finanzas y de Vivienda y Construcción.

Artículo 7º — Cualquier modificación o reajuste de la renta de los contratos comprendidos en el presente dispositivo, será determinada mediante Resolución Suprema referendada por los Ministros de Economía y Finanzas y de Vivienda y Construcción.

Artículo 8º — Las acciones de aviso de despedida y desahucio procederán en todos los casos previstos en la legislación vigente salvo cuando se trate de arrendamiento a largo plazo.

Artículo 9º — Las acciones de aviso de despedida y desahucio procederán en todos los casos previstos en la legislación vigente salvo cuando se trate de arrendamiento a largo plazo.

Alcalde de Cerro Colorado es denunciado por "APROC"; incrementa alquileres de los locales comerciales ubicados en el perímetro del mercado de dicho distrito, en un 200 y 300 por ciento.

"EL PUEBLO"—AREQUIPA, DOMINGO 15 DE FEBRERO DE 1987

Por especular con alquiler denuncian al alcalde Cerro

Por especulación de alquileres, la Asociación de Protección al Consumidor (APROC) ha presentado una denuncia en contra del Alcalde de Cerro Colorado Leonidas

Gutiérrez López, amparado, en el Decreto Supremo N° 422-86-EE.

Esta denuncia se debe al incremento que viene ejecutando, entre 200 y 300 por ciento en la merced conductiva de los establecimientos comerciales, ubicados en el perímetro del mercado de abastos de dicho distrito. APROC dice, que no se puede permitir que, las autoridades encargadas de velar por el interés de la colectividad, sean los primeros en violar, sus

derechos, como lo viene haciendo en la actualidad la autoridad municipal de Cerro Colorado.

Así también, el doctor Jaime Delgado, Presidente de APROC, nos manifestó que esta denuncia se suma a otras efectuadas por la institución, y que las personas afectadas por el indebido incremento de alquileres, pueden acudir a la oficina ubicada en San Francisco 308 anafid.

PAG. 6

CORREO — Arequipa, Viernes 22 de Agosto de 1986

LOCAL

Denuncia asociación de protección al consumidor Cabildo metropolitano sube alquileres

La Asociación de Protección al Consumidor, denunció ayer que el Cabildo Metropolitano de Arequipa ha incrementado los alquileres considerablemente en los últimos días meses a los inmuebles ubicados entre las calles San Francisco Moral, Santa Catalina y la Catedral, haciéndose acreedores a una multa de millón 500 intis.

Lo informó ayer el Presidente de la Asociación de Protección al Consumidor, doctor Jaime Delgado Zegarra, en conferencia de prensa explicando que el Cabildo Metropolitano está yendo contra la Ley que señala el congelamiento de los alquileres en todo el país.

Anotó, que están pidiendo al arzobispado que devuelva el exceso cobrado a los inquilinos o que sea considerado como alquileres futuros a fin de no agravar a los ciudadanos instalados en esta zona céntrica y que el Concejo Provincial se en

cargue de hacer efectiva la multa.

Delgado Zegarra dijo que realizaron la inspección debido a las quejas recibidas por algunos vecinos quienes protestaban por la suba de los alquileres pese al dispositivo legal que establece

su congelamiento, motivándolos a emprender un control, comenzando por la mañana de la Catedral sin saber que pertenecía al arzobispado.

Verificado este problema notificó a la Comisión de Defensa del Consumidor del municipio a

cargo del regidor Luis Ponce Arco, quien procedió a efectuar las investigaciones del caso notificado a cada uno de los inquilinos para que exhibieran sus recibos de los últimos diez meses, comprobándose el incremento en los alquileres.

De esta forma el Cabildo Metropolitano ha estado infringiendo el D. S. 370-85-EP que prohíbe la suba de los alquileres y que determinan la prórroga automática de los contratos de alquileres, agregó Delgado Zegarra.

LOCAL

CORREO — Arequipa, Jueves 30 de Octubre de 1986

Cabildo metropolitano insiste subir alquileres

A pesar de las denuncias realizadas por la Asociación de Protección al Consumidor (APROC), el Cabildo Metropolitano persiste en

su actitud de incrementar los alquileres de sus inmuebles.

Así lo manifestó, el presidente de APROC, doctor

Jaime Delgado Zegarra, indicando que "pese que el gobierno ha congelado los precios de los alquileres, los señores del Cabildo Metropolitano he-

cen caso omiso de esta disposición".

"Por el contrario, nuevamente están aumentando los alquileres de sus propiedades, hasta en un 100 por ciento, según quejas recibidas en este despacho, por distintos arrendatarios", agregó.

Delgado Zegarra, hizo conocer su extrañeza, por la actitud del Concejo Provincial, en no emitir su opinión, sobre la arbitraria suba de los alquileres, "pese a conocer el problema", sostiene.

Como se recuerda, la APROC denunció hace bastante tiempo, que el Cabildo Metropolitano, subía desmedidamente los cobros, cursando un oficio de la Oficina de Protección al Consumidor del Concejo Provincial y adoptar las medidas pertinentes, sin que hasta el instante, "no se sancione al Cabildo Metropolitano, como establece la Ley" dijo Delgado Zegarra.

Cabildo Metropolitano fue denunciado por haber incrementado los alquileres considerablemente a los inmuebles ubicados entre las calles San Francisco Moral, Santa Catalina y la Catedral.

CORREO — Arquipa, Sábado 7 de Febrero de 1987

Revela APROC 80 DENUNCIAS DIARIAS POR ALZA ILEGAL DE ALQUILERES

Cerca de 80 denuncias diarias recibe la Asociación de Protección al Consumidor (APROC) eg bre arbitrarias e ilegales alzas de alquileres, tanto en propiedades para uso de vivienda como de tien das comerciales.

Esta información la dio el Presidente de APROC, doctor Jaime Delgado Zagarra, explicando que "numerosos inquilinos en forma diaria se personan a estas oficinas, alegando haber sufrido excesivas subas en los alquileres".

Asimismo, en el caso de los conductores de diversos establecimientos comerciales, continúan

te los dueños de los locales aplican subas de acuerdo a sus propios intereses, obviando las disposiciones legales.

Sin embargo, mencionó que muchos inquilinos se ven "obligados a aceptar estos abusos, por temor a sufrir el desalojo del lugar ocupado, lo cual está terminantemente prohibido según el D.

L. 21935".

Invocó, a las personas afectadas se acerquen a las oficinas de APROC —sitas en San Francisco 308— donde se les brindará el asesoramiento legal adecuado, e inclusive, "les entregaremos las cartillas sobre la última suba de alquileres", finalizó el Presidente de APROC.

"APROC" realiza una intensa campaña en contra del cobro excesivo de alquileres.

... de congelamiento
**Denuncian alza
ilegal de alquileres
en esta ciudad**

LOCAL —

CORREO — Arquipa, Sábado 17 de Enero de 1987

PAG. 7

A pesar de congelamiento dispuesto por el gobierno ALZA ILEGAL DE ALQUILERES DENUNCIAN EN ESTA CIUDAD

La Asociación de Protección al Consumidor (APROC) está recibiendo diariamente tres denuncias de aumentos ilegales de alquileres, cuando el Supremo Gobierno fijó las tasas de aumento y el congelamiento de los contratos de alquiler.

A respecto de...

que ciudadanos interesados hacen llegar sus denuncias cuando los propietarios les han aumentado los alquileres por encima de los aumentos de Ley como son del 10 por ciento en casa-habitación y 15 por ciento para locales comerciales.

En tal sentido...

llamado para que los inquilinos no se dejen sorprender y eviten que sus alquileres sean aumentados más de los porcentajes que señaló el gobierno, máxime son del 10 y 15 por ciento.

APROC invita por intermedio de CORREO a todos los interesados que desearan algunos aspectos de la Ley.

para que soliciten orientación respecto al problema de los alquileres y se acerquen a las oficinas de la CORDEA (San Francisco) donde serán atendidos por especialistas.

Finalmente, invocó APROC para que sea la ciudadanía la que haga resguardar estos dispositivos y no propicie cobros indebidos.

Campana :

CONTRA EL AGIO Y LA USURA

Mientras el interés legal en préstamos era del 40% anual, personas y empresas dedicadas a prestar dinero cobraban el 300 y 400 por ciento anual, valorizando las prendas dejadas en garantía por el prestatario en sumas muy inferiores a su real valor.

Estas personas dedicadas habitualmente a prestar dinero, sacan anuncios comerciales sin ningún temor a ser sancionados, ya que hasta la fecha existe desinterés por parte de las autoridades para combatir esta práctica ilegal.

Miembros de "APROC" hicieron un operativo que consistió en visitar cada uno de estos lugares, para posteriormente pedir al Ministerio Público su intervención, lo cual se consiguió con la participación de la Policía de Investigaciones del Perú.

Para analizar la problemática del crédito inaccesible para las personas en un estado de necesidad, se invitó a distintas personalidades representativas a un "conversatorio sobre agio y usura", que se realizó en el auditorio del Colegio de Abogados de Arequipa. Se llegó a la conclusión que la Superintendencia de Banca y Seguros debe intervenir para evitar esta práctica. Se pidió igualmente que la banca, las mutuales, cooperativas y Caja Municipal, democraticen y hagan más accesible el crédito, sobre todo para las personas que demuestren un estado de necesidad.

A la fecha se está investigando a más de veinte personas naturales y jurídicas dedicadas al agio y la usura.

El problema del agio y la usura no radica sólo en el cobro de intereses superiores a los legales, sino que estos prestamistas utilizan sistemas de garantía muy perjudiciales. Hacen firmar documentos en blanco a los prestatarios para luego llenarlos con contratos de compra-venta de lo que fue la prenda, de tal manera que al vencimiento de la obligación el pres-

tatario no tenga ninguna posibilidad de recuperar su prenda. No contentos con esto suelen hacer firmar letras de cambio en blanco para luego ejecutarlas por sumas superiores a las adeudadas.

Esta grave problemática debe ser enfrentada con severidad por las autoridades correspondientes. "APROC" está siempre exigiéndolo.

"APROC" informa que prestamistas no pueden cobrar más del 40% autorizado por ley.

PAG. 76.-

CORREO — Arequipa, Miércoles 3 de Junio de 1987

Denuncian a 20 al Ministerio Público Prestamistas "usureros" cobran 400% de interés

La Asociación de Protección al Consumidor, ha iniciado una campaña en contra del agio y usura en nuestra ciudad, con el objeto de velar por los intereses de la población mistiana que por necesidad recurren a los prestamistas que cobran hasta el 400 por ciento de interés anual.

Así lo informó ayer el Presidente de la Asociación de Protección al Consumidor, doctor Jaime Delgado Zagarra, precisando que las personas, aparentemente tener empresas de servicio, se dedican a prestar dinero con intereses que oscilan entre 300 a 400 por ciento anual.

Explicó que de acuerdo a Ley el interés que pueden cobrar es del 40 por ciento y sin embargo incrementan este monto al que ellos ven por conveniente, yendo contra la economía de la ciudadanía mistiana

que acude a estos prestamistas a solicitar dinero, dejando prendas de valor de garantía.

Asimismo señaló que han denunciado al Ministerio Público a 20 personas que se dedican a esta actividad, quedando inmovilizados los objetos pertenecientes a los ciudadanos que por no poder pagar los intereses se quedaron con los prestamistas.

Delgado, hizo un llamado a todas las personas que han sido víctimas de estos prestamistas para que los denuncien y poder combatir esta actividad ilícita en la "Elsanca Ciudad".

Finalmente puntualizó que los Bancos y la Caja Municipal debería agilizar los trámites para créditos a fin de que las personas necesitadas de dinero no recurran a los prestamistas que siempre se quedan con las prendas dejadas como garantía.

Un llamado a las Cajas Municipales, Cooperativas, etc., para que agilicen sus préstamos, a fin de que las personas necesitadas no recurran a los prestamistas que siempre se quedan con las prendas dejadas en garantía.

el delito de AGIO y USURA se encuentra tipificado en el D. L. 11048, y concordante con la Ley 16587 y el D.L. 21004.

Constituye agio y usura el contrato, obligación o sobre préstamo con o sin garantía en que se manifiesta fijar



ASOCIACION DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

Convenio Aproc-Cordea

¡¡ CUIDADO CON LOS PRESTAMISTAS

USUREROS !!

Arequipa, Mayo 1987

COMO SE PROTEGE AL PRESTATARIO EN CASO DE AGIO Y USURA

El consumidor debe estar informado de los términos del préstamo, especialmente de la tasa de interés y de los costos asociados. En caso de ser víctima de un préstamo abusivo, puede acudir a la Asociación de Protección al Consumidor para solicitar asesoría y acciones legales.

Se lo recuerda:
LA ASOCIACION DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

San Francisco de Asís - CORDEA
Telf. 212551 - Anx. 23

NO HAY PEOR DELITO QUE AQUEL EN QUE SE APROVECHA DEL ESTADO DE NECESIDAD DE LA GENTE

¡¡ CUIDADO CON LOS PRESTAMISTAS USUREROS ES SU DEBER

Amigo prestatario:
En muchas ocasiones nos encontramos necesitados de dinero y las agencias financieras no nos atienden con la rapidez que deseamos, entonces recurrimos a los conocidos prestamistas, que en forma abusiva nos cobran intereses verdaderamente altos. Luchemos contra quienes se aprovechan de nuestro sufrimiento.

Se distribuyen cartillas informativas sobre el delito de Agio y Usura que ejercen la mayor parte de prestamistas.

No hay peor delito que aquel en que se aprovecha del estado de necesidad de una persona

ESPECULACION EN LA VENTA DE PAPELES

En compañía de inspectores de la Dirección General de Comercio de Arequipa, miembros de "APROC" visitaron numerosas librerías para verificar ciertas irregularidades que se denunciaron sobre la venta de papel.

En este operativo solicitado por "APROC" se descubrió que en muchos casos los paquetes conteniendo teóricamente un millar de hojas de papel sólo contenían 950 o menos, lo cual significaba un grave perjuicio para el comprador.

Los propietarios de las librerías inspeccionadas manifestaron no tener culpa alguna, ya que estos paquetes venían cerrados desde la fábrica y que en todo caso ellos también eran perjudicados.

No podemos exigir a las personas que cuenten cada una de las hojas cuando compran papel en gran cantidad, por eso hemos solicitado a la Dirección de Comercio Interior una investigación más exhaustiva sobre esta problemática.



No podemos exigir que se cuenten cada una de las hojas cuando se compra en gran cantidad.

INTERESES EN VENTAS A PLAZOS

El Decreto Supremo Nc.036-83 - JUS en sus artículos 21 y 22, señala que el vendedor - está obligado a informar al cliente por escrito, el precio del producto, la tasa de interés y el monto, así - como el número de cuotas a pagar.

Los intereses en ventas a - plazo deben calcularse sobre la base del precio al contado, con la reducción de la cuota inicial. El interés no puede ser mayor a la tasa máxima permitida por el Banco Central de Reserva del Perú (en ese entonces 3.51%) mensual).

"APROC" quiso comprobar si las empresas comerciales cumplían con lo anteriormente - dicho. Para esto se hizo un operativo en julio de 1986 consistente en visitar treinta establecimientos comerciales dedicados a la venta de electrodomésticos, muebles, etc., en los cuales se obtu-

vo proformas por ventas a - plazos. Verificada esta infracción "APROC" formuló denuncia ante la Dirección de Comercio Interior de Arequipa en contra de veinticuatro establecimientos comerciales, a los cuales se impuso severas sanciones.

En esta ocasión se editó - 2,000 cartillas conteniendo información sobre la forma correcta de calcular los intereses en ventas a plazo. A través de los medios de comunicación y de los propios miembros de "APROC" - que se acercaban a los establecimientos comerciales de la ciudad se distribuyó - gran cantidad de estas cartillas. Los propios comerciantes acudían en busca de esta información ya que con frecuencia el desconocimiento de estas normas los induce al error.

Denuncian a 30 empresas por cobro ilegal en créditos

El 80% de las empresas de venta de artículos a máximo de interés a pagar por los créditos, todo es por cobro ilegal, debido a que cobran más del 30% en perjuicio del consumidor.

"EL PUEBLO"—AREQUIPA, VIERNES 1ro. DE AGOSTO

E 1,966

Señalan Asociación de Protección al Co

Establecimientos en más de 80% cobran más Intereses

La Asociación de Protección al Consumidor, en una investigación realizada en las últimas semanas pudo comprobar que el 80% de los establecimientos comerciales de Arequipa cobran más de los intereses legales permitidos en las ventas a plazo.

Se obtuvo una muestra de 30 establecimientos comerciales dedicados a la venta de electrodomésticos, muebles, etc., de los que se obtuvo proformas que incluye precio al Contado y Precio al Crédito; de los 30 establecimientos, 21 o sea al 70%, están ubicados en el centro de la ciudad y 09 30%, ubicados en distritos.

Se determinó que de 30 establecimientos visitados, 24 (80%) cobra más de lo permitido por Ley (3.51% mensual) y 6 (20%), cobra menos o exactamente igual a lo permitido por ley.

De los 24 establecimientos infractores, 14 (66%), están ubicados en el centro de la ciudad y 09 (100%), ubicados en distritos. Esto nos demuestra que mientras más alejados están los establecimientos del centro de la

ciudad, cobran mayores intereses.

La Asociación de Protección al Consumidor formuló denuncia en contra de 24 establecimientos comerciales de Arequipa, por cobrar intereses superiores permitidos en ventas a plazo.

En un operativo realizado en la última semana, con una muestra de 30 establecimientos, 21 de los cuales están ubicados en el centro de la ciudad y 9 en los distritos, se pudo verificar que el 60% de comerciantes, cobran más de los intereses permiti-

dos. El día 31 de los corrientes se formuló denuncia ante la sub-Dirección del Comercio de Arequipa, en contra de 24 establecimientos comerciales y se solicitó las sanciones correspondientes.

Simultáneamente se ha editado una cartilla de información para que el consumidor pueda fácilmente calcular los intereses legales que se le debe cobrar en las ventas a créditos, y están siendo distribuidos gratuitamente en su oficina de San Francisco N° 308.

Así lo anunció el Presidente de la Asociación de Protección al Consumidor, Doctor Jaime Delgado Zegarra, luego de que esta institución realizó un estudio de mercado tomando una muestra de 30 centros de venta de artículos a pagar a plazos como electrodomésticos y muebles, estando el 60% en el centro de la ciudad y 9 en los distritos.

Se ha ido estableciendo por cada establecimiento, sometiendo las proformas de venta y luego de procesados estos datos se detectó que el 60% de las empresas visitadas son infractoras, estando entre ellas el total de los analizadas de la ciudad y exterior.

Los intereses deben calcularse sobre el precio al contado con la reducción de la cuota inicial y estos no deben ser mayores a la tasa máxima permitida por el Banco Central de Reserva del Perú que en la actualidad es de 3.51% mensual. Asimismo, de acuerdo a un Decreto Supremo, el vendedor está obligado a informar al cliente por escrito el precio de un producto, la tasa de interés, el monto y el número de cuotas a pagar, preciso.

FORMULAN DENUNCIA A LA SUBDIRECCION DE COMERCIO

De otro lado, Delgado Zegarra indicó que las principales empresas infractoras han sido denunciadas ante la Subdirección Departamental de Comercio de Arequipa, a fin de que se impongan las sanciones pecuniarias del caso y además inicien con el control respectivo.

Todas las denuncias hechas tienen un seguimiento por parte de nuestra oficina siendo necesaria la intervención de entidades técnicas y especializadas como cuando se trata de establecer la calidad de productos, aclaró.

ELABORAN CARTILLAS DE INFORMACION PARA EL CONSUMIDOR

Con el objeto de brindar un servicio completo al consumidor, sobre todo educándolo, sobre cómo debe consumir, la Asociación de Protección al Consumidor ha elaborado una cartilla de información en la cual se señala la tabla para calcular los intereses a pagar, de acuerdo al tiempo en meses, los montos que pueden ser obtenidos gratuitamente en San Francisco 308.

LOS MEDIOS DE DIFUSION TAMBIEN DIERON AMPLIO APOYO A NUESTRA CAMPAÑA EN CONTRA DEL COBRO ILEGAL DE INTERESES EN VENTAS A PLAZO, LOS CUALES SUPERRAN EN MUCHOS CASOS A LOS ESTABLECIDOS POR LEY.

"APROC" DISTRIBUYO GRATUITAMENTE CARTILLAS PARA EL CALCULO DE INTERESES LEGALES.

Denuncian a 24 comerciantes por cobrar excesivos intereses

El presidente de la Asociación de Protección al Consumidor de Arequipa, Jaime Delgado Zegarra

El presidente de la Asociación de Protección al Consumidor de Arequipa, Jaime Delgado Zegarra, denunció ante la Dirección de Comercio del Ministerio de Industria, Comercio, Turismo e Integración a 24 establecimientos comerciales "porque cobran intereses por las ventas de sus productos que superan los límites legales".

Expresó que según las normas vigentes, a las ventas a plazos debe aplicarse un recargo de 3.5 por ciento de interés mensual al rebatir, "pero investigaciones realizadas en forma preliminar revelan que dichas tiendas efectúan recargos que oscilan entre 4 y 6 por ciento".

En visita a este diario, Delgado Zegarra dijo que entre las tiendas que cometen esas irregularidades figuran las que venden artefactos para el hogar (televisores, licuadoras, planchas, aspiradoras, lustradoras, radios, refrigeradoras, etc.) y muebles.

Jaime Delgado manifestó que en tanto la Dirección de Comercio del MICTI se pronuncie sobre el particular, su institución ha editado un folleto (que está distribuyendo en forma gratuita), donde se explica la forma cómo debe realizarse las transacciones a pla-

zos "a fin de que los compradores no sean sorprendidos por comerciantes inescrupulosos".

Añadió que la oficina de Defensa del Consumidor de Arequipa denunció también a una distribuidora de agua destilada, porque el producto que vendía como tal estaba adulterado.

"Hemos presentado la denuncia por estafa ante el Ministerio Público, que a través de sus representantes decomisó mil bolsas conteniendo el líquido elemento. Todo parece indicar que una fábrica clandestina era la que cometía esa irregularidad", anotó el dirigente.

Otra de las acciones realizadas en el marco de la campaña de defensa del consumidor fue la denuncia de varias empresas de transporte, por no tener Libros de Reclamaciones, como lo establece el reglamento de servicio público de transporte interprovincial de pasajeros en ómnibus, aprobado por la resolución ministerial N° 007-86-TC/CT.

La denuncia ha sido presentada ante la Dirección de Transportes del referido ministerio, y comprende a las empresas Tepsa, Roggero, Cruz del Sur, Jacantaya, Angelitos Ne-

gros, Transportes Mendoza, Expreso Victoria, Sudamericano, Ormeño, las cuales el día que visitamos sus oficinas expresaron que no tenían esos libros", anotó.

GOBIERNOS DEBEN APOYAR

De otro lado, Delgado Zegarra sugirió que el gobierno debe ayudar a que se formen asociaciones de protección al consumidor, añadiendo que una recomendación en ese sentido es el artículo 14° de la resolución N° 39-248 aprobada el 16 de abril pasado por las Naciones Unidas.

El texto de ese artículo es el siguiente: "Los gobiernos deben dar aliento a las organizaciones de consumidores para que vigilen prácticas perjudiciales, como la adulteración de alimentos, la comercialización basada en afirmaciones falsas o capciosas y los fraudes en la prestación de servicios..."

Respecto a Arequipa, afirmó que la institución que preside recibe la colaboración de la Corporación de Desarrollo, precisando que sin esa ayuda -que no implica injerencia en su marcha- no será posible que esas asociaciones se formen y trabajen en favor del público consumidor.

Denuncian a los comerciantes que cobran altos intereses en Arequipa

Especialmente a los vendedores de artefactos para el hogar y a especuladores

El presidente de la Asociación de Protección al Consumidor de Arequipa, Jaime Delgado Zegarra, denunció ante la Dirección de Comercio del Ministerio de Industria, Comercio, Turismo e Integración a 24 establecimientos comerciales "porque cobran intereses por las ventas de sus productos que superan los límites legales".

Expresó que según las normas vigentes, a las ventas a plazos debe aplicarse un recargo de 3.5 por ciento de interés mensual al rebatir, "pero investigaciones realizadas en forma preliminar revelan que dichas tiendas efectúan recargos que oscilan entre 4 y 6 por ciento".

En visita a este diario, Delgado Zegarra dijo que entre las tiendas que cometen esas irregularidades figuran las que venden artefactos para el hogar (televisores, licuadoras, planchas, aspiradoras, lustradoras, radios, refrigeradoras, etc.) y muebles.

Jaime Delgado manifestó que en tanto la Dirección de Comercio del Micti se pronuncie sobre el particular, su institución ha editado un folleto (que está distribuyendo en forma gratuita), donde se explica la forma cómo deben realizarse las transacciones a plazos "a fin de que los compradores no sean sorprendidos por comerciantes inescrupulosos".

AGUA DESTILADA ADULTERADA

Añadió que la oficina de Defensa del Consumidor de Arequipa denunció también a una distribuidora de agua destilada, porque el producto que vendía como tal estaba adulterado.

"Hemos presentado la denuncia por estafa ante el Ministerio Público, que a través de sus representantes decomisó mil bolsas conteniendo el líquido elemento. Todo parece indicar que una fábrica clandestina era la que cometía esa irregularidad", anotó el dirigente.

Otra de las acciones realizadas en el marco de la campaña de defensa del consumidor fue la denuncia de varias empresas de transporte, por no tener Libros de Reclamaciones, como lo establece el reglamento de servicio público de transporte interprovincial de pasajeros en ómnibus, aprobado por la resolución ministerial N° 007-86-TC/CT.

La denuncia ha sido presentada ante la Dirección de Transportes del referido ministerio, y comprende a las empresas Tepsa, Roggero, Cruz del Sur, Jacantaya, Angelitos Negros, Transportes Mendoza, Expreso Victoria, Sudamericano, Ormeño, las cuales el día que visitamos sus oficinas expresaron que no tenían esos libros", anotó.

GOBIERNOS DEBEN APOYAR

GOBIERNOS DEBEN APOYAR

De otro lado, Delgado Zegarra sugirió que el gobierno debe ayudar a que se formen asociaciones de protección al consumidor, añadiendo que una recomendación en ese sentido es el artículo 14° de la resolución N° 39-248 aprobada el 16 de abril pasado por las Naciones Unidas.

El texto de ese artículo es el siguiente: "Los gobiernos deben dar aliento a las organizaciones de consumidores para que vigilen prácticas perjudiciales, como la adulteración de alimentos, la comercialización basada en afirmaciones falsas o capciosas y los fraudes en la prestación de servicios..."

Respecto a Arequipa, afirmó que la institución que preside recibe la colaboración de la Corporación de Desarrollo, precisando que sin esa ayuda -que no implica injerencia en su marcha- no será posible que esas asociaciones se formen y trabajen en favor del público consumidor.

Campana :

INCUMPLIMIENTO DEL REGLAMENTO DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL

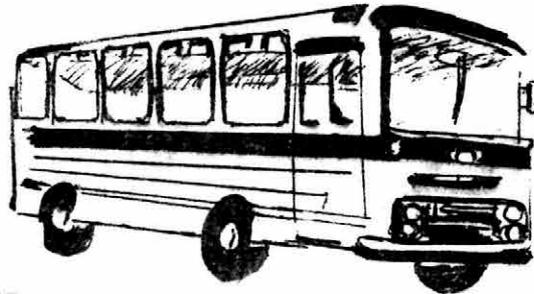
Luego de haber estudiado la Resolución Ministerial No. 007-86/EC/CT del 8 de Mayo de 1986 y otras normas complementarias - que regulan el Servicio de transporte interprovincial de pasajeros, se apreció el incumplimiento constante de las mismas, por lo que se inició una campaña - tendiente a conseguir el cumplimiento de dichas normas.

Se editó varios miles de folletos conteniendo los principales derechos del usuario de estos servicios y los procedimientos para conseguir el respeto a las normas correspondientes.

Se informó a través de estos folletos que en cada agencia de transporte interprovincial se debe exhibir en un lugar visible el "Libro Oficial de Reclamaciones", visado por el Ministerio de Transportes, en el que los usuarios pueden dejar sentada su denuncia o queja por el mal servicio (cobro de tarifas no autorizadas, incumplimiento

de horarios, permitir que pasajeros viajen de pie, permitir objetos y bultos en los pasadillos, etc. etc.). De acuerdo a ley este libro conteniendo la queja debe ser presentado a la autoridad respectiva en un plazo no mayor de dos días para la imposición de la sanción correspondiente.

Miembros de "APROC" subían a los ómnibus para distribuir las cartillas conteniendo los principales derechos del usuario y los procedimientos para hacerlos respetar.



Una de las primeras acciones consistió en visitar todas las Agencias de Transporte en compañía de periodistas, así se pudo verificar que las siguientes empresas no cumplían con tener dicho libro: "Angelitos Negros", "Transportes Arequipa", "Cruz del Sur", "Flores Hnos.", "Tepsa", "Roggero", "Ormeño", "Jacantaya", "Victoria del Sur". De inmediato se formuló la denuncia correspondiente ante la Dirección Departamental de Transporte Terrestre.

En esa visita se distribuyó las cartillas mencionadas a todos los pasajeros que hacían sala de espera en las agencias, contagiando - les nuestro entusiasmo para hacer respetar sus derechos.

Semanas después se coordinó un operativo con la Guardia Civil e Inspectores de la Dirección del Ministerio de Transportes para visitar la Garita de ingreso a la ciudad de Arequipa (Uchumayo). Mientras los inspectores verificaban que cada ómnibus cumpliera con lo dispuesto en el Reglamento respectivo, miembros de "APROC" subían al ómnibus para distribuir las mencionadas cartillas a todos los pasajeros y convencerlos de la importancia que tiene su participación en el respeto a sus derechos como usuarios del servicio.

Transporte interprovincial incumple normas legales

Atentando contra la vida y la seguridad del pasajero, la mayoría de empresas de Transporte Interprovincial incurrían en infracciones que han sido registradas por la Dirección Departamental de Transporte Terrestre en un operativo coordinado con la Asociación de Protección al Consumidor.

De acuerdo a lo expuesto por el Presidente de dicha Asociación, doctor Jaime Delgado Zagarra, el operativo realizado por los últimos días, estuvo dirigido a verificar el cumplimiento de las normas legales por parte de las empresas, el mismo que tuvo lugar en la Garita de Control de la Variante de Uchumayo.

Las de hacer subir a pasajeros en lugares distintos a los autorizados, obligándolos a viajar de pie y la de no contar —cada unidad de transporte— con los implementos que establece el reglamento correspondiente.

Las empresas inspeccionadas fueron Roggero, Sulamericano, un total de once que sin excepción al ser inspeccionadas registraron infracciones que fueron consideradas en las fichas de control poradas por los inspectores del Ministerio de Transportes.

Las multas ascienden a 25.000 soles de acuerdo a los montos establecidos en el R.M. 007-86-TC y que equivalen desde 603 hasta 3 unidades impositivas tributarias.

Agencia de transportes interprovincial no cuenta con Libro de Reclamaciones

Los usuarios presentes, recién se enteraron que cada empresa debe contar con este libro.

El Dr. Delgado, formuló denuncia ante el Ministerio de Transportes pidiendo se sancione a las empresas que no cumplen en poseer dicho libro.

En la cartilla editada por la Asociación de Protección al Consumidor, se da a conocer la Resolución Ministerial 0007-86-TC, del 13 de mayo de 1986, que establece un procedimiento de servicio de transporte interprovincial de pasajeros que fija multas a las empresas

las infracciones siguientes:

Cada omnibus debe ser manejado por un piloto y la Agencia de Transportes Interprovincial debe

obligación de contar con su libro oficial de reclamaciones en el que cada usuario puede dejar sentada su denuncia o queja con la seguridad de que este libro deberá ser llevado a la autoridad competente en un plazo no mayor de tres días, para que se proceda a la sanción.

Protección al Consumidor Realizó Ayer Operativo

"EL PUEBLO" - AREQUIPA, SÁBADO 27 DE SETIEMBRE DE 1986

El día de ayer, al promediar las 12.30 de la tarde, la Asociación de Protección al Consumidor, en coordinación con la Dirección Departamental de Transportes y la Guardia Terrestre, realizaron un operativo dirigido a verificar el cumplimiento de Normas Legales por parte de las Empresas de Transporte Interprovincial.

El mencionado operativo tuvo lugar en la Varaneta de Control de la Varaneta Uchumayo, en el que se pudo constatar que gran número de Empresas de Transporte no cumplen con los Reglamentos que para ese servicio se han establecido.

De acuerdo a lo constatado, la mayoría de las Empresas intervenidas deben ser sancionadas con

una multa de 25,500 (veinticinco mil quinientos) intis. Las infracciones más comunes que se han verificado están relacionadas con que las Empresas de Transportes hacen subir pasajeros en lugares distintos a los autorizados, obligándolos a viajar de pie y las unidades de transporte no cuentan con los implementos que establece el reglamento, lo cual es un atentado contra la salud y la seguridad del usuario.

Gracias a la intervención de la

Asociación de Protección al Consumidor, se ha logrado que los señores inspectores de los Transportes del Ministerio de Transportes cumplan con la labor que les corresponde durante el operativo. Miembros de la APROC, hicieron llegar a los usuarios "Cartillas de Servicio de Transporte Interprovincial" que resume los derechos del pasajero y las obligaciones de los transportistas.

Arequipa, Jueves 2 de Octubre

Algunos de los muchos comentarios sobre la Campaña de:

"Incumplimiento del Reglamento del transporte interprovincial."

Sancionarán infracciones en transporte provincial

MULTAS de hasta 25,500 intis, se harán acreedores diferentes empresas de transportes interprovinciales, luego de comprobarse de que hacen subir pasajeros en lugares de ruta no autorizados.

Las infracciones cometidas por los transportistas; se ha podido comprobar luego de realizarse un operativo, el cual se realizó el 26 de setiembre, en la garita de control de la varaneta de Uchumayo, coordinadamente entre la Asociación de Protección al Consumidor y la dirección departamental de Transportes Terrestre.

En el operativo se pudo detectar que todas las empresas, que prestan servicio interprovincial (sin excepción), al ser inspeccionadas incurrieron

en infracciones que han sido registradas en las fichas de control, portadas por los inspectores del Ministerio de Transportes.

Infracciones comunes que se han verificado, son la que hacen subir pasajeros en lugares distintos de ruta, los mismos que están obligados a viajar de pie, lo cual es un atentado a la vida y seguridad de los pasajeros.

Asimismo, durante el operativo, miembros de la Asociación de Protección al Consumidor (APROC), hicieron llegar a los usuarios "Cartillas de Servicio de Transporte Interprovincial" que resume los derechos del pasajero y las obligaciones de los transportistas.

VENDEN MARGARINA POR MANTEQUILLA

En operativo propiciado por la Asociación de Protección al Consumidor se llegó a decomisar un lote de margarina con etiqueta de mantequilla que se vendía al público. En el operativo participaron efectivos de la Poli



En operativo propiciado por la Asociación de Protección al Consumidor, ayer se logró decomisar un lote de margarina que con etiqueta de mantequilla se vendía al público. En el operativo participaron efectivos de la PIP con apoyo del ITINTEC y del Ministerio Público.

"CORREC" - Arequipa
6 Noviembre 1986.

cia de Investigaciones, con el apoyo del ITINTEC y del Ministerio Público.

La APROC mandó previamente muestras de este producto al ITINTEC, solicitándole se expida certificados de

calidad, los mismos que al otorgarse pusieron al descubierto que este producto no cumplía con las normas técnicas de fabricación y que no presentaba las características propias de la mantequilla. Además se comprobó que el peso consignado en las etiquetas no correspondían al verdadero, por lo que se estaba cometiendo una doble falta.

Amparados en los certificados números : 089-86 y 090-86, se procedió a formular la denuncia ante el Ministerio Público. El Fiscal

José Luis Lecaros acompañado de miembros de la Policía de Investigaciones, APROC y periodistas, visitaron varios establecimientos donde se expendía este producto, procediendo a decomisar los mismos.

Esta campaña sirvió

Decomisan el producto

Vendían mantequilla pero era manteca

Por vender manteca con etiqueta de mantequilla y no contener el peso exigido por las normas generales, las autoridades correspondientes in-

cautaron ayer un importante lote del producto "La Cuzquenita y Sillustani" que se expendía en diversos establecimientos comerciantes de la ciudad.

El operativo propiciado por la Asociación de Protección al Consumidor, tuvo el apoyo del Ministerio Público, del ITINTEC

y de efectivos de la PIP, los que desde tempranas horas decomisaron el referido producto adquirido por los comerciantes que desconocían dichas irregularidades en el producto.

Las autoridades del ITINTEC, Ing. Alberto Velazco Linares, comprobó mediante iniciales análisis químicos y microbiológicos, alto índice de manteca en el producto que se vende como mantequilla, recomendando su incautación.

Igualmente, los envases que debían reflejar un peso de 230 gramos sólo eran de 200, al igual que los depósitos grandes de 260 gramos de peso, hecho que determinó la inmediata alerta de los organismos competentes.

Además, las autoridades referidas se hicieron presentes en la casa A-12 de la Urb. Villa Eléctrica, lugar donde se elabora la "mantequilla", a fin de verificar el proceso de fabricación y las condiciones sanitarias, pero no lograron hacerlo ante la negativa de los propietarios.

En tal sentido, el Presidente de la Asociación de Protección al Consumidor, Dr. Jaime Delgado Zegarra, advirtió al público para que no adquiera dicho producto que no cumple con los requisitos de peso y calidad que obliga la Norma Técnica.

.../
para que los ciudadanos se enteraran de la diferencia que existe entre la mantequilla y la margarina. La APROC no está ni a favor ni en contra de una u otra, pero considera que quien ofrece mantequilla debe vender mantequilla y quien ofrece margarina debe vender margarina; ofrecer mantequilla y vender margarina es engañar al consumidor.

VENTA DE THINER PROHIBIDA A MENORES DE EDAD

Mediante Decreto Supremo No. 009-86-US del 23 de julio de 1986, se prohibió la venta de pegamentos de contacto, mezcla de diluyentes (thiner) y otros productos de composición y uso similar, a los menores de edad. Se dispuso que estos productos para su venta deben llevar la siguiente inscripción:

PELIGRO-TOXICO, su inhalación ocasiona dependencia, prohibida su venta a menores de edad.

"EL PUEBLO"

JUEVES 4 DE DICIEMBRE DE 1986.

Venta de Terokal y Thiner está Prohibido a Menores

-La Asociación de Protección al Consumidor, da a conocer a los propietarios de establecimientos comerciales que ha quedado prohibida la venta de pegamentos de contacto, mezcla de diluyentes (thiner) y otros productos de composición y suso similar a los menores de edad.

Estos productos para su venta deberán llevar la siguiente inscripción: "Peligro Tóxico, su Inhalación Ocasiona Dependencia. Prohibida su Venta a Menores de edad".

Está prohibida el uso de este producto en las Escuelas Colegios, los directores en caso de incumplimiento, serán sancionados. Los establecimientos comerciales que vendan estos productos a los menores de edad, serán sancionados con: Multa, Clausura Temporal del Establecimiento o Clausura Definitiva y Cancelación del Registro Industrial y/o

Registro Comercial".

Los establecimientos son s tocks de pegamentos han tenido un plazo de 45 días para colocar la inscripción anotada líneas arriba (Decreto Supremo N° 009- 86- JUS del 23 de Julio de 1986).

En operativo realizado el 02 de los corrientes. Miembros de la APROC pudieron comprobar que en las ferreterías se vende estos productos sin cumplir el Dispositivo Legal mencionado.

Se les advirtió a los propietarios que oportunamente APROC en coordinación con las Autoridades Competentes, estarán realizando un nuevo operativo para establecer las sanciones respectivas a los infractores.

En este operativo se les entregó la cartilla de información a cada uno de los propietarios de las ferreterías, con el cual se cumple una función educativa y de Advertencia.

La Asociación de Protección al Consumidor realizó una intensa campaña de difusión de este dispositivo, no sólo a través de los medios de comunicación sino directamente a través de cartillas.

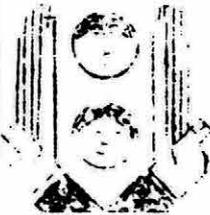
Miembros de APROC visitaron casi todas las ferreterías y sitios de expendio de thiner, terokal, etc., entregando a los encargados de dichos establecimientos una cartilla informativa e instándolos a que cumplan dicho Decreto Supremo.

Estando advertidos ya los fabricantes y comerciantes, no tendrán justificación

alguna cuando la Asociación decida realizar "operativos sorpresa" para verificar el cumplimiento de la ley.

LA ASOCIACION DE PROTECCION AL CONSUMIDOR REALIZO UNA INTENSA CAMPAÑA DE DIFUSION DEL DISPOSITIVO QUE PROHIBE LA VENTA DE PEGAMENTOS MEZCLA DE DILUYENTES (thiner) Y OTROS PRODUCTOS DE COMPOSICIÓN SIMILAR, A LOS MENORES DE EDAD.

Cartilla distribuída por APROC.



ASOCIACION DE PROTECCION AL CONSUMIDOR
SAN FRANCISCO Nº 308 - Arequipa/Perú

C A R T I L L A I N F O R M A T I V A

"LA ASOCIACION DE PROTECCION AL CONSUMIDOR"
LE RECUERDA:

Ha quedado prohibida la venta de pegamentos de contacto, mezcla de diluyentes (Thiner) y otros productos de composición y uso similar, a los menores de edad.

Estos productos para su venta deberán llevar la siguiente inscripción:



"PELIGRO TOXICO, SU INHALACION OCASIONA DEPENDENCIA, PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE EDAD".

Está prohibido el uso de este producto en las Escuelas y Colegios; los directores en caso de incumplimiento, serán sancionados. Los Establecimientos Comerciales que venden estos productos a los menores de edad, serán sancionados con: MULTA, CLAUSURA TEMPORAL DEL ESTABLECIMIENTO O CLAUSURA DEFINITIVA Y CANCELACION DEL REGISTRO INDUSTRIAL Y/O REGISTRO COMERCIAL.

Los establecimientos con stocks de pegamentos han tenido un plazo de 45 días para colocar la inscripción anotada líneas arriba. (Decreto Supremo Nº 009-86-JUS del 23 de Julio de 1986.

Oportunamente la Asociación de Protección al Consumidor en coordinación con las Autoridades competentes estará realizando un operativo destinado a verificar el cumplimiento del mencionado Dispositivo Legal.

ENGAÑAN CON BOLETOS DE LOTERIA

Auxiliados por efectivos policiales de la 4ta. Comisaría de la Guardia Civil de Arequipa, "APROC" comprobó que habitualmente los vendedores de lotería venden boletos ya sorteados.

La Lotería de Arequipa se sortea los días miércoles en horas de la noche. Los vendedores de lotería están apostados contemplando el sorteo con los boletos que les han quedado; una vez que termina el sorteo salen apresurados a vender sus boletos perdidos en las inmediaciones de la Beneficencia Pública.

Mucha gente que no sabe exactamente la hora del sorteo les compra estos boletos.

Cinco socios de "APROC" acompañados de Policías que se mantenían a distancia, presenciaron uno de los sorteos de dicha lotería. Terminado éste caminaron lentamente por las inmediaciones cuando de pronto los vendedores comenzaron a ofertar sus boletos jugados; como un cliente cualquiera cogieron los boletos y se dirigieron al efectivo policial que contemplaba toda la operación. Se decomisó muchos boletos y se condujo a estos vendedores al Puesto Policial.

Esta campaña sirvió para que la gente tuviera cuidado en verificar que los boletos de lotería que compran tengan realmente una opción.

Venden boletos de lotería después de sorteo semanal

La mayor parte de las vendedoras de boletos de lotería, después de realizado el sorteo estafan al público vendiéndoles boletos pasados, declaró el presidente de la Asociación de Protección al Consumidor (APROC) doctor Jaime Delgado Zegarra.

Agregó, que la semana pasada la APROC y elementos de la Primera Comisaría, en acción conjunta realizaron un operativo en las inmediaciones de la calle Piérola donde se ubica la Beneficencia Pública.

Detallando su denuncia, explicó que todos los miércoles se realiza el Sorteo de la Lotería de Arequipa a las 8 de la noche, sin embargo "pasado el indicado horario, las vendedoras de boletos, continúan ofreciéndolos al público, cuando ya carecen de todo valor".

Delgado Zegarra, dijo que "los miembros de la Guardia Civil, sorprendieron a estas personas, procediéndose a incautar dichos boletos, como clara evidencia de la estafa en que incurren, contra el público".

Hizo un llamado a todas las personas, que acostumbran comprar estos boletos, "se abstengan de adquirirlos los días miércoles, pasado el horario de sorteo, así como las vendedoras, no sigan con esta práctica lesiva", enfatizó.

Del mismo modo, añadió que la APROC, estará alerta los días antes mencionados, a efecto de sancionar a las vendedoras que estafan al público consumidor.

"CORREO" — Arequipa,

Domingo 30 de Noviembre de 1986

"APROC" ESTA ALERTA LOS DIAS MIERCOLES PASADA LA HORA DEL SORTEO

**A EFECTO DE HACER SANCIONAR A LOS VENDEDORES DE LOTERIAS QUE
ESTAFAN AL CONSUMIDOR VENDIENDO BOLETOS YA SORTEADOS.**

"APROC" CONTROLA COBRO DE PENSIONES EN LOS COLEGIOS

La Comisión Multisectorial del Departamento de Arequipa, constituida en base a lo dispuesto por el Decreto Supremo No. 399-86-EF, de la cual fue Asesor el Presidente de "APROC" Dr. Jaime Delgado Zegarra, emitió un comunicado dirigido a las instituciones educativas, padres de familia, transportistas escolares y empresas que comercializan productos de uso escolar, recordándoles las normas que deben acatar durante el período escolar.

"APROC" consideró conveniente difundir en forma masiva este comunicado, para lo cual, por cuenta propia, lo imprimió y distribuyó, colaborando de esta manera con la Comisión Multisectorial del Departamento de Arequipa.

Los socios de "APROC" visitaron numerosos centros educativos en la época de matrículas del período 1987. Mientras los padres de familia hacían cola para matricular a sus hijos, nuestros socios entregaban copia del comunicado oficial y explicaban los alcances del mismo, sobre todo en lo referente al cobro de pensiones y reajustes.

Los padres de familia de los colegios visitados quedaron gratamente impresionados por el servicio de asesoramiento que "APROC" les brindaba.

CAPITULO IV

CONTROL PUBLICITARIO

CAPITULO IV .-

CONTROL PUBLICITARIO

1.- PUBLICIDAD ENGAÑOSA.-

El problema de la publicidad engañosa es una de las constantes preocupaciones de la Asociación de Protección al Consumidor.

Lamentablemente en nuestro país nunca ha existido un sistema adecuado de control publicitario, las normas legales sobre la publicidad muy pocas veces se han cumplido.

"APROC" inició su campaña difundiendo el contenido del Decreto Supremo 002-81-OCI-OAJ, para lo cual envió circulares a la mayoría de empresas y medios de comunicación.

PROPUESTAS

"CONTROL PUBLICITARIO"

La Asociación de Protección al Consumidor está organizando un Conversatorio sobre "Control Publicitario", con el objeto de conocer los distintos puntos de vista sobre el tema. El evento se realizará en el Colegio de Abogados de Arequipa, calle Jerusalén 213, el próximo jueves 19 a horas 6.00 p.m. Estará a cargo del Dr. Jaime Delgado, presidente de la Asociación y del Dr. Oscar Benavides, presidente de la Comisión de Control Publicitario.

"CORREO" -
Arequipa, Sábado 14 de
Febrero de 1987

"APROC" INICIO SU CAMPAÑA DIFUNDIENDO EL CONTENIDO DEL
DECRETO SUPREMO No. 002-81-OCI-OAJ.

ASOCIACION DE PROTECCION AL CONSUMIDOR DE AREQUIPA

San Fco. No.308-CORDEA
Teléfono: 212551 - 23

Arequipa, de 198

C-Circular No. 011-87/CORDEA-APC

Señor

.....

Ciudad.-

Asunto: Control Publicitario

Muy señores nuestros:

Tenemos el agrado de dirigirnos a usted para ponerle en conocimiento que la Asociación de Protección al Consumidor, a través de la Comisión de Control Publicitario, ha iniciado una campaña tendiente a exigir veracidad en todos los anuncios publicitarios que se transmiten en todos los medios de comunicación social.

Un anuncio comercial engañoso, no sólo perjudica al consumidor, si no que constituye un acto de competencia desleal al resto de empresarios honestos; por esta razón es de interés de comerciantes y consumidores cautelar el cumplimiento de las Normas Publicitarias contenidas en el Decreto Supremo No. 002-81-OCI/OAC.

Rogamos a usted sujetarse a la verdad - cuando haga un anuncio publicitario, de esta manera el consumidor en lo futuro confiará en lo que se diga a través de los comerciales.

Al agradecerle muy especialmente, aprovecho de la oportunidad para renovarle los sentimientos de mi más distinguida consideración y estima.

Atentamente,

2.- DECRETO SUPREMO No. 002-81-CCI/OAJ

(21/abril/1981)

EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA

CONSIDERANDO:

Que es objetivo del Sistema Nacional de Información asegurar que la publicidad en el país sea empleada de acuerdo con la Constitución y el ordenamiento legal vigente;

Que corresponde al Sistema Nacional de Información normar y controlar la publicidad comercial en el país;

Que la publicidad comercial es una información dirigida a los consumidores por lo que debe estar regulada por un dispositivo específico;

Que la publicidad comercial debe regirse por el bienestar del consumidor y el interés público;

Que la Comisión Especial creada al efecto ha cumplido con estudiar y proponer las modificaciones pertinentes a las Normas de Publicidad vigentes;

DECRETA :

Artículo 1o.- La publicidad comercial en el país se realizará de conformidad con las siguientes normas:

I.- NORMAS DE CONTENIDOS

1. La Publicidad deberá estar en armonía con los intereses del desarrollo, la educación y cultura de los peruanos.

2.- El contenido de un mensaje publicitario comprende tanto lo que se dice como la forma en que se presenta.

3.- Los contenidos publicitarios deberán ser veraces y respetuosos de la ética comercial.

4.- Las aseveraciones sobre las cualidades y/o condiciones de un bien o servicio dentro de un mensaje publicitario deben ser verificables y respaldadas con pruebas consistentes que las certifiquen.

5.- La Publicidad que incluya precios de venta deberá consignarlos de manera clara y completa. Cuando el bien o servicio se ofrezca a plazos deberá señalarse la cuota inicial, el número y monto de las mensualidades.

6.- La Publicidad no utilizará procedimientos engañosos tales como los falsos descuentos o primas, comparaciones con precios falsos o exagerados, y otras prácticas similares.

7.- Se prohíbe utilizar como testimonio profesional el de supuestos técnicos o profesionales para recomendar el consumo o venta de un determinado bien o servicio.

8.- La Publicidad que presente, informe o promueva la utilización o compra-venta de bienes y servicios que no estén disponibles en el mercado al inicio de la publicación, deberá indicar la situación exacta en que se hallan en el momento de la oferta y las condiciones que son necesarias para que se realicen los beneficios anunciados. Las promociones de este tipo deberán mostrar ambientes y elementos que les sean propios.

9.- La Publicidad no podrá referirse a los bienes o servicios de otras empresas para desacreditarlas.

10.- La Publicidad deberá presentar modelos constructivos de conducta humana. No podrá difundirse Publicidad que en su totalidad o en parte sea obscena, grosera, ofensiva a la dignidad humana o discriminatoria por razones de raza, sexo, condición social, religión, nivel cultural, situación económica o defecto físico. No se utilizará representaciones o palabras que de alguna manera ridiculicen, denigren o atenten contra la moral y las buenas costumbres.

11.- El lenguaje que se utilice en Publicidad deberá ser correcto. No se podrá utilizar expresiones que disminuyan su nivel o lo vulgarice. Puede utilizarse, por excepción, modismos y giros populares, en los casos que los personajes y/o situaciones típicos lo requieran.

12.- Se prohíbe imitar o copiar campañas publicitarias vigentes de otros anunciadores.

13.- La producción publicitaria deberá ser realizada en el país, participando en ella sólo los peruanos y extranjeros residentes en el Perú. Puede utilizarse por excepción, tomas de ambientación o de personajes que sean indispensables en la producción, o recursos técnicos no disponibles en el país, siempre que sean integrados minoritariamente, en las piezas publicitarias.

14.- La Publicidad no utilizará logotipos o referencias de entidades del Sector Público Nacional o privado, sin previa autorización de ésta.

15.- En Televisión, Cine, Radio y medios gráficos no se permitirá la publicidad indirecta.

16.- No se podrá presentar como hábito saludable el consumo de cigarrillos y bebidas de alto contenido alcohólico. En la publicidad de cigarrillos deberá incluirse claramente la leyenda que para tal efecto apruebe el Ministerio de Salud en el Reglamento pertinente.

17.- La Publicidad no hará mal uso de festividades conmemorativas o efemérides nacionales para promover la venta de bienes o servicios.

18.- La participación de menores en Publicidad está permitida cuando se presenten de acuerdo con la edad que representen y/o tengan, y estará en todo caso, conforme con las disposiciones legales vigentes.

II.- NORMAS OPERATIVAS

Medios Audibles y Audiovisuales

19.- La Publicidad de cigarrillos y bebidas de alto contenido alcohólicos sólo será permitida después de las 21.00 horas.

20.- El tiempo máximo de Publicidad en Radio y Televisión será de 12 minutos por cada hora de transmisión. Se considera dentro de este tiempo las promociones propias del medio.

21.- En el caso de transmisiones de espectáculos deportivos en directo, no se interrumpirá el normal desenvolvimiento de las acciones para insertar tandas comerciales.

22.- La proyección de Publicidad comercial en las Salas de Exhibición Cinematográfica de todo el país queda limitada, con excepción de la que se refiere a las obras en exhibición o por exhibirse, a cinco minutos en el intermedio.

Medios Impresos (Gráficos)

23.- Todo publi-reportaje deberá ser señalado como tal, mediante orla, leyenda, número u otra identificación.

Artículo 2o.- El incumplimiento de las normas a que se contrae el Artículo 1o. del presente Decreto Supremo, será sancionado, por primera infracción, con el retiro de la publicidad y multa de dos a seis sueldos mínimos vitales vigentes en la Provincia de Lima, a imponerse a las personas naturales o jurídicas responsables de la Publicidad que contravengan las referidas normas.

Por cada reincidencia, el valor de la multa aumentará un 100% sucesivamente y acumulativamente.

Artículo 3o.- El incumplimiento de la Norma Operativa a

que se contrae el numeral 20 del artículo 10, será sancionado con multa equivalente al monto correspondiente al tiempo de Publicidad transmitido en exceso, al precio de la tarifa vigente en el medio, rigiendo para el caso de reincidencia lo señalado en el artículo precedente.

Artículo 4o.- Tratándose de las normas de contenido se considera persona natural o jurídica responsable al anunciante. En el caso de las normas operativas, será persona responsable el titular del medio.

Artículo 5o.- Las multas a que se refiere el artículo 2o constituirán fondos del Tesoro Público y serán cobradas coactivamente por la Oficina Central de Información de conformidad, con el Decreto Ley No 17355.

Artículo 6o.- La terminología a que se refiere el presente Decreto Supremo es la que se incluye en las definiciones del Anexo I.

Artículo 7o.- El presente Decreto Supremo regirá a los treinta días de su publicación.

Artículo 8o.- Derógase los Decretos Supremos Nos. 003-74-OCI y 002-78-OCI/OAJ de 12 de noviembre de 1974 y 11 de octubre de 1978, respectivamente, y todas las disposiciones que se opongan al presente Decreto Supremo.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veintiún días del mes de abril de mil novecientos ochentiuno.

FERNANDO BELAUNDE TERRY, Presidente Constitucional de la República.

MANUEL ULLOA ELIAS, Presidente del Consejo de Ministros.

MIGUEL ANGEL ALVA ORLANDINI, Jefe del Sistema Nacional de Información.

3.- CONVERSATORIO SOBRE "CONTROL PUBLICITARIO"

El jueves 19 de febrero de 1987 la Asociación de Protección al Consumidor realizó un conversatorio sobre "Control Publicitario" el mismo que contó con la participación de las autoridades del departamento, representantes de los medios de comunicación y agencias de publicidad. Luego de casi tres horas de interesante diálogo se arribaron a importantes conclusiones, entre las que podemos mencionar las siguientes:

- 1.- La publicidad debe cumplir una función social de educación y formación de las personas sobre todo de nuestra niñez.
- 2.- La publicidad debe emplear argumentos que no distorcionen nuestros patrones culturales e identidad nacional.
- 3.- La producción publicitaria, que se realiza fundamentalmente en la capital de la República, tiene característica centralista y elitista, está dirigida a una masa de consumidores que viven en la ciudad, bajo patrones de cultura muy distintos a los del campesino que también es receptivo de los mismos mensajes comerciales.
- 4.- Debe implementarse en el término más breve un sistema a decuado de control publicitario en nuestro país, ya que hasta ahora no se cumplen las normas legales que la rigen.
- 5.- La publicidad engañosa no sólo perjudica al consumidor, sino también al empresario honesto, por lo que es deber de todos combatirla.

6.- Deben promoverse campañas motivando a los fabricantes y publicistas al cumplimiento de sus normas de ética profesional.

Advierten que se publican avisos comerciales falsos

"La Asociación de Protección del Consumidor denunció, que en los distintos medios de difusión, se están publicando avisos comerciales falsos y engañosos que constituyen delitos de estafa, sancionados por el Código Penal.

El Presidente de la ins-

titución Dr Jaime Delgado informo que ayer se llevó a cabo un conversatorio sobre el "Control de la Publicidad" que tuvo lugar a las 6 de la noche en el local del Colegio de Abogados, con la asistencia de los dueños de los medios de prensa.

EL D.S. 002-81-OCI-

OAJ que norma la publicidad comercial en nuestros país no se cumple dijo Delgado acotando que la Asociación de Protección al Consumidor llevará a cabo una campaña para controlar el cumplimiento de este dispositivo sobre todo la veracidad.

Esta campaña está orientada a proteger los intereses del Consumidor y elevar la credibilidad de los que producen publicidad, así como de los medios de comunicación social.

"Un aviso mentiroso no sólo perjudica al

consumidor sino al resto de competidores" apuntó el Presidente de la Comisión de Protección al Consumidor, quien recalco, que el conversatorio trató sobre los factores que impiden el cumplimiento del dispositivo legal que norma la publicidad.

"EL PUEBLO"

-AREQUIPA, VIERNES 20 DE FEBRERO DE 1987

LOCAL —

CORREO — Arequipa, Jueves 19 de Febrero de 1987

Chequearán la veracidad de anuncios publicitarios

Existen diversos factores que impiden el normal cumplimiento de las normas que regulan la publicidad, lo que se trasluce en una falta de veracidad en los diversos anuncios publicitarios, declaró el Presidente de la Asociación de Protección al Consumidor (APROC), doctor Jaime Delgado Zegarra.

Lo importante —dijo— es exigir la veracidad publicitaria en las diversas campañas que se ejecutan, en resguardo de los intereses del usuario que tienen que sufrir las consecuencias de estas exageraciones, calificó el doctor Delgado Zegarra.

Indicó, que la APROC, ha iniciado una campaña para hacer cumplir las normas sobre la Publicidad Comercial de acuerdo al Decreto Supremo 00-81-OCI/OAJ; las mismas que en determinados casos obviadas.

Se retiró al nombramiento que especifica textualmente "que la publicidad no utilizara procedimientos engañosos tales como los falsos descuentos o primas, comparaciones con precios falsos o exagerados, y otras prácticas similares", cita que se debe cumplir de acuerdo a la reglamentación pertinente.

Con tal motivo, precisó que hoy en el local del Colegio de Abogados —Jerusalén 313— desde las 6 pm, se realizará un Primer Conversatorio sobre el Control Publicitario, con la participación de las distintas autoridades de la localidad, representantes de la Cámara de Comercio, medios de comunicación, publicistas y colegio profesional.

Comité de Defensa del Consumidor de Arequipa

Con videos ven el cumplimiento de las promesas publicitarias

CON el propósito de proteger al público de la especulación, acaparamiento y la publicidad indiscriminada y atentatoria contra la salud, un grupo de profesionales han formado una Asociación de Protección del Consumidor en la ciudad de Are-

quipa. En el primer mes han detectado una serie de irregularidades.

El presidente de la asociación, Jaime Delgado Zegarra, dijo a HOY que luego de varios años de investigación sobre los problemas que afronta

el consumidor y que muchas veces no tiene quien lo proteja, se reunieron médicos, comunicadores sociales, ingenieros contadores y formaron la agrupación.

Sostuvo que para ejercer una buena labor se han formado cinco comisiones

la primera, de control publicitario encargada de verificar o comprobar la veracidad de los anuncios publicitarios que estos se ciñan al dispositivo legal 002-81-OCI.

Para lograr una mejor trabajo se graban en video casete todos los mensajes

y los avisos, luego con expertos comunicadores y psicólogos se analizan y luego se ven si los productos ofertados cumplen con la publicidad, además se ven si existe una publicidad subliminal que atente contra el público, en especial con los niños.

En caso de no cumplir con lo antes mencionado se denuncia a la empresa por defraudación ante el Ministerio Público, que es la que debe defender al ciudadano.

La segunda comisión la de prácticas mercantiles. El grupo de profesionales observará las funciones de la empresa para detectar si alguna está cometiendo monopolio o exigiendo un trato especial. Delgado Zegarra indicó que uno de los casos comprobados es el servicio de taxis que laboran en el aeropuerto y en las empresas de transportes.

Añadió que muchos de estos servicios impiden el ingreso de algún chofer a la ruta e imponen precios prohibitivos por sus servicios.

La tercera agrupación la, información al consumidor. "Se crea porque el usuario no está enterado del producto y de sus bondades y solo reciben información por parte del vendedor que no siempre se ajusta a la verdad".

Lo que hace la comisión es enseñar al público a reconocer la calidad del producto, para lo cual se está editando folletos, boletines mensuales y su distribución es gratuita. Para esta labor están contando con el apoyo de dos importantes radios de Arequipa: "Radio Concordia" y "Radio Melodía", que se suma a la campaña.

La cuarta comisión la de delitos económicos, que se encarga de recepcionar e investigar el acaparamiento y la especulación para luego formular la denuncia ante el municipio o la subprefectura.

La última agrupación es la comisión taller de producción, encargada de elaborar los folletos, boletines y otros artículos que sirva como referencia para el público.

Uno de los folletos que se han repartido en las empresas de transporte es el siguiente. Servicio de Transporte Interprovincial si usted ha observado hechos como a continuación señalamos, denúncielos.

Luego viene lista con casos prohibidos piloto o copiloto sin licencia, vehículos sin revisión técnica, tarifas superiores a las autorizadas, incumplimiento de horarios, pasajeros de pie, objetos y bultos en los pasillos, mal trato a los pasajeros recojo de pasajeros en lugares distintos a los terminales, abastecimiento de combustible catando el ómnibus con pasajeros

con sólo

\$ 10

MIAMI



su encanto

Incluye:

- 7 días o noches de alojamiento
- Hotel de 4ra. categoría en Miami Beach
- Traslados aeropuerto hotel: aeropuerto
- Tour de compras
- Impuestos y servicios
- Facilidades hasta en 12 meses, sin inicial y con 60 días libres de pago, para pasajes aéreos.

Dótele color a sus viajes...

MIAMI

GRATIS

opcional ORLANDO

Incluye:

- Traslados
- Alojamiento en Hoteles de 5 estrellas
- 2 días de auto, con millaje libre.

Sin Inicial, cuotas fijas en Intis.
Pago a partir de 60 días.

MENSAJES COMO

ESTOS CONDU -

CEN A ERROR

AL PUBLICO

CONSUMIDOR.

"APROC" HACE CAMPAÑA POR UNA PUBLICIDAD VERAZ

La Comisión de Control Publicitario de "APROC" verifica constantemente, en la medida de sus posibilidades, los anuncios comerciales aparentemente engañosos. Con esta finalidad se envían cartas cuyo texto es el siguiente :

**ASOCIACION DE PROTECCION
AL CONSUMIDOR
San Fco. No.308**

Arequipa, de 198..

Señor

.....

Ciudad.-

De mi especial consideración:

La Asociación de Protección al Consumidor, en su afán de velar por el cumplimiento de las Normas Publicitarias agradecerá a usted se sirva remitirnos en el término de cinco días, información detallada sobre la veracidad de sus anuncios publicitarios referente a

Al agradecerle muy especialmente la remisión de esta interesante información, que será de suma utilidad para nuestra institución, aprovecho de la oportunidad para renovarle los sentimientos de mi especial deferencia.

Atentamente,
(firma)

En algunos casos el anunciador nos da respuestas satisfactorias, pero en otros las explicaciones son injustificadas e infundadas.

Sólo en casos en que la falsedad sea evidente y no halla ánimo de enmienda por parte de los anunciadores, "APROC" procede a formular las denuncias.

Paralelamente, la Asociación de Protección al Consumidor, está proyectando el otorgamiento de un premio para el mejor comercial que se realice durante el año. El anuncio premiado necesariamente deberá ser veraz y promover un sano desarrollo de la persona, respetando sus valores humanos y promoviendo el fortalecimiento de nuestra cultura e identidad nacional. Se espera contar con el apoyo económico necesario para hacer realidad este premio.

CAPITULO V

CONCURSO DE ESTAMPILLAS

CAPITULO V .-

CONCURSO
DE
ESTAMPILLAS

Simultáneamente a la presentación de un Proyecto de ley - tendiente a conseguir que las estampillas se conviertan en un medio eficaz de promoción de nuestros productos nativos y productos de exportación, la Asociación convocó a un concurso de diseño de estampillas.

CONDICIONES DE LOS TRABAJOS.

- Las dimensiones del diseño de las estampillas serán: 40x30 cm.(original y 3 copias).
- El participante podrá presentar uno o más trabajos.

FECHA LIMITE DE PRESENTACION.

- El 31 de Diciembre del presente año.

LUGAR DE ENTREGA.

- San Francisco N. Oficina del Con...

PREMIOS

- 1er. Premio I/. 4,000
- Premio II/. 1,000
- III. 500

- 8. Todos los derechos presentados que de la APROC.
- 9. Los trabajos recibidos, queda a la asociación.
- 10. Los trabajos con nombre del participante.
- 11. El jurado...

La Corporación Departamental de Desarrollo de Arequipa y la Asociación de Protección al Consumidor, se complacen en convocar al 1er. Concurso de "Diseño de Estampillas". Nuestro objetivo es lograr convertir a las estampillas en un medio de publicidad para promocionar el turismo a nuestro país, nuestros productos de exportación y el consumo de alimentos nativos, ya que en los momentos actuales necesitamos aprovechar todos los recursos socio-económicos para salir del sub-desarrollo en que nos encontramos y acabar con la dependencia alimentaria.

LA PARTICIPACION ES IMPORTANTE PARA EL DESARROLLO Y EL PROGRESO DEL PERU.

- BASES**
- DE LOS ORGANIZADORES DEL CONCURSO**
Este concurso es organizado por la Asociación de Protección al Consumidor y la Corporación Departamental de Desarrollo de Arequipa, a través de un convenio.
 - DE LOS PARTICIPANTES**
Podrán participar en este concurso todos los artistas peruanos, extranjeros, aficionados y público en general, mayores de 18 años.
 - DEL OBJETIVO DEL CONCURSO**
" DISEÑO DE ESTAMPILLAS".
MOTIVOS
 - Promocionar el consumo de Productos alimenticios nativos del Perú.
 - Promocionar en el extranjero el turismo a nuestro país.
 - Promocionar en el extranjero nuestros productos de exportación.
 - TECNICAS A UTILIZARSE**
LIBRE.

AFICHE DE NUESTRO I CONCURSO DE DISEÑO DE ESTAMPILLAS

I CONCURSO



MAYORES INFORMES

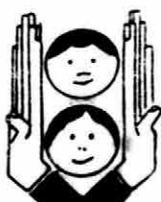
SAN FRANCISCO N° 308

OF. DE PROTECCION AL CONSUMIDOR
(1er PATIO 2do PISO)
AREQUIPA

DISEÑO DE ESTAMPILLAS

OBJETIVOS :

- FOMENTAR CONSUMO DE ALIMENTOS NATIVOS
- PROMOCIONAR NUESTROS PRODUCTOS DE EXPORTACION EN EL EXTRANJERO
- PROMOCIONAR EN EL EXTRANJERO EL TURISMO AL PERU



APROC
ASOCIACION DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

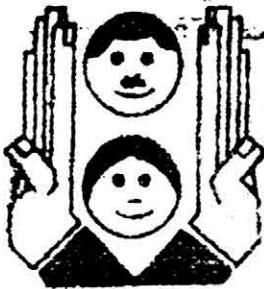


CORDEA
CORPORACION DEPARTAMENTAL DE DESARROLLO DE AREQUIPA

AREQUIPA, NOVIEMBRE 1986

Algunas de las notas periodísticas aparecidas con motivo de nuestro I Concurso de Diseño de Estampillas.

"CORREO" — Arequipa, Domingo 21 de Diciembre de 1986



ASOCIACION DE
PROTECCION AL
CONSUMIDOR
A P R O C

Asociación de Protección al Consumidor

AREQUIPA — PERU

PRIMER CONCURSO
DE DISEÑO DE
ESTAMPILLAS

CORPORACION
DEPARTAMENTAL
DE DESARROLLO
DE AREQUIPA
C O R D E A

La Corporación Departamental de Desarrollo de Arequipa y la Asociación de Protección al Consumidor convocan al "I Concurso de Diseño de Estampillas".

1.—DEL OBJETIVO DEL CONCURSO
"Diseño de Estampillas".

MOTIVOS:

- Promocionar el Consumo de Productos alimenticios nativos del Peru
- Promocionar en el extranjero el turismo a nuestro país.
- Promocionar en el extranjero nuestros productos de exportación.

2.—PARTICIPANTES:
Todos los artistas peruanos, extranjeros, aficionados y público en general mayores de 18 años.

3.—FECHA LIMITE DE PRESENTACION:
16 de Enero de 1987.

4.—LUGAR DE ENTREGA DE LOS TRABAJOS:
San Francisco Nº 308 — Oficina de Protección al Consumidor. Las bases del mencionado concurso estarán a disposición de los interesados en el local de la Asociación de Protección al Consumidor.

"EL PUEBLO"—AREQUIPA, LUNES 24 DE NOVIEMBRE DE 1986

"TU PARTICIPACION
PROGRESO

Hasta el 31 de Diciembre el Concurso Diseño de Estampillas

—Con motivo de promocionar al turismo a nuestro país la Corporación de Desarrollo de Arequipa y la Asociación de Protección al Consumidor convocan al primer concurso de "Diseño de Estampillas" a realizarse en nuestra ciudad hasta el 31 de diciembre".

En dicho concurso podrán participar, todos los artistas peruanos, extranjeros, aficionados y público en general mayores de 18 años.

Los motivos principales del concurso son Promocionar el consumo de productos nativos del Perú, proporcionar en el

extranjero el turismo a nuestro país y promocionar nuestros productos de exportación.

También la técnica a utilizarse es totalmente libre. En cuanto a los requisitos de los trabajos, las dimensiones del diseño de las estampillas serán 40x30 cm. (original y 3 copias), el participante podrá presentar uno o más trabajos.

Por otro lado el lugar de entrega de las estampillas es en las oficinas del Consumidor CORDEA, San Francisco número 308, también todo los derechos sobre los trabajos presentados quedan reservados a

favor de la APROC. luego los trabajos presentados no serán devueltos quedaran bajo la propiedad de la asociación de Protección al Consumidor.

Luego los trabajos llevarán en el reverso el nombre direccion, teléfono y firma del participante; el jurado estará conformado por representantes, de distintas instituciones culturales de la ciudad de Arequipa. por último la ceremonia de entrega de premios se realizara a las 10 am. del día 15 de enero de 1987, en el local de la Asociación de Protección al Consumidor.

Convocan al I Concurso de Diseño de Estampillas

La Asociación de Protección al Consumidor y la Corporación Departamental de Desarrollo que preside el Dr. Pedro Yugar Gallegos convoca al "I Concurso de Diseño de Estampillas"; SIENDO SUS OBJETIVOS:

- Promocionar el consumo de alimentos nativos.
- Promocionar en el extranjero el turismo a nuestro país.
- Promocionar en el extranjero nuestros productos de exportación.

El Pdte. de la Asociación de Protección al Consumidor in forma que se ha presentado un

Proyecto de Ley al Congreso para que se autorice la impresión de estampillas que tienden a promocionar e incentivar el turismo el consumo de alimentos nativos y productos de exportación.

Finalmente hizo un llamado e invitación a todos los artistas peruanos extranjeros aficionados y público en general a participar en dicho evento. La fecha de límite de presentación será hasta el 31 de diciembre del presente año.

Respecto al concurso en mención las bases pueden ser recabadas en San Francisco N.º 308 CORDEA.

LOCAL

CORREO — Arequipa, Viernes 21 de Noviembre de 1986

PAG. 5

Convocan a concurso de diseño Estampillas promocionarán consumo de productos nativos

TENIENDO en cuenta que las estampillas son el mejor medio de publicidad y promoción, la Asociación de Protección al Consumidor (APROC) esta convocando a los peruanos al primer concurso de "Diseño de Estampillas" a fin de incentivar en la población el consumo de productos típicos que serán impresos en dichos sellos.

Así lo dio a conocer en conferencia de prensa efectuada ayer, el presidente de APROC, doctor Jaime Delgado Zagarra, precisando que al ser diseñada una estampilla con alimentos nativos peruanos, se impulsará el consumo de tales productos

en vista que los sellos postales lleguen a todos los ciudadanos.

Igualmente, refirió que los premios para el concurso son de 4 mil intis al segundo lugar y a la tercera ubicación se otorgará un incentivo de 500 intis. El monto de los premios será dado por la CORDEA con quien efectuarán dicho concurso.

Las técnicas a usarse son libres, pudiendo participar cualquier ciudadano, antes del 31 de diciembre en que vence el plazo. Las bases y otros requisitos pueden ser recabados en las oficinas de APROC, San Francisco 308 puntualizó Delgado Zagarra.

CONCURSO DE ESTAMPILLAS

El Concurso de Estampillas convocado hace tres meses por la Asociación de Protección al Consumidor, fue ganado por Francisco Orbeagozo Talavera, Juan Carlos Asalde Valdivia y Carlos Torres Cruz, los que ocuparon el primer, segundo y tercer lugar respectivamente. El primer puesto con "cañón del Colca", se hizo acreedor a 4 mil intis, el segundo "Conozca el Perú y sus riquezas", con mil intis y el tercer lugar con "Turismo peruano exterior" ganó 500 intis. Los resultados fueron dados a conocer por el Jurado Calificador conformado por Reynaldo Charres de la Escuela de Bellas Artes, Américo Borja de Cortes, Enrique Urquiza de la Asociación Filatélica y Enrique Hallasi de la Asociación de Protección al Consumidor.

Vencido el plazo de la presentación de los trabajos el Jurado Calificador integrado por las siguientes personas :

REYNALDO CHAVEZ, Representante de la Escuela de Bellas Artes;

AMERICO BORJA , Representante de la Dirección de Correos;

ENRIQUE URQUIZA, Representante de la Asociación Filatélica;

JULIAN HAYAZI, por "APROC" ;

procedieron a la evaluación exhaustiva de cada uno de los trabajos presentados para luego emitir su fallo:

PRIMER PREMIO

Ganador : FRANCISCO ORBEGOZO
Tema: Cañón del Colca.

SEGUNDO PREMIO

Ganador : CARLOS AZALDE VALDIVIA
Tema: Conozca el Perú y sus Riquezas.

TERCER PREMIO

Ganador : CARLOS TORRES CRUZ
Tema: Turismo Peruano Exterior a Interior.

CORREO — Arequipa, Lunes 23 de Marzo de 1987

Premian a tres ganadores de concurso de estampillas

Por motivar la actividad artística y el consumo de alimentos nativos promocionando en el extranjero los productos de exportación así como el turismo a nuestro país, se entregaron los premios a los ganadores del "I Concurso de Diseño de Estampillas" organizado por la Asociación de Protección al Consumidor (APROC) y la Corporación Departamental de Desarrollo de Arequipa.

El presidente de APROC, doctor Jaime Delgado Zegarra manifestó que los trabajos presentados en este evento serán remitidos a la Dirección General de Correos para su respectiva edición en las estampillas ya que la Asociación ha presentado al Congreso un Proyecto de Ley que plantea la necesidad de emplear las estampillas para promocionar nuestros productos de exportación turismo y alimentos nativos.

El primer premio de 4,000 intis fue otorgado al arquitecto Francisco Orbegoso Talavera con su trabajo "Cañón del Colca", el segundo puesto lo obtuvo Juan Carlos Azalde Valdivia con su trabajo "Conozca el Perú y sus riquezas" y el tercero fue ganado por Carlos Torres Cruz con su trabajo "Turismo Peruano Exterior e Interior".

En la ceremonia realizada en la CORDEA, el doctor Delgado Zegarra señaló que para este año se tiene planeado realizar un concurso de las mismas características pero a nivel nacional, habiendo comprometido una partida especial para dicho certamen el Presidente de la Corporación Departamental de Desarrollo, doctor Pedro Yúgar Gallegos y el Director General de Correos, Felipe Santoro Salaverry.

"EL PUEBLO" — AREQUIPA, VIERNES 6 DE FEBRERO DE 1987

Dan a conocer ganador de concurso: Estampilla

El Dr. Jaime Delgado, Presidente de la Asociación de Protección al Consumidor, agradeció a todos los participantes en este evento cultural tan importante como es el diseño de estampillas, dando así un fuerte impulso a todas aquellas personas que se dedican a fomentar este oficio y arte, para el desarrollo del turismo en bien de la ciudad. De igual forma muy pronto se realizará otro evento similar, pero a nivel nacional y con mejores premios, concluyó el Dr. Jaime Delgado, Presidente de la APROC.

El Dr. Jaime Delgado, Presidente de la Asociación de Protección al Consumidor (APROC) El segundo premio fue para Carlos Azalde Valdivia por su trabajo "Conozca el Perú y sus Riquezas" y el tercer premio para Carlos Torres Cruz por su obra "Turismo Peruano Exterior e Interior".

La calificación de los trabajos presentados fue el 28 de enero. El jurado estuvo integrado por las siguientes personas: Reynaldo Charres, representante de la Escuela de Bellas Artes; Américo Borja, de la Dirección de Correos; Enrique Urquiza, de la Asociación de Filatelia y Julián Hallazi, por POR EL APROC.

El Dr. Jaime Delgado, Presidente de la Asociación de Protección al Consumidor, agradeció a todos los participantes en este evento cultural tan importante como es el diseño de estampillas, dando así un fuerte impulso a todas aquellas personas que se dedican a fomentar este oficio y arte, para el desarrollo del turismo en bien de la ciudad. De igual forma muy pronto se realizará otro evento similar, pero a nivel nacional y con mejores premios, concluyó el Dr. Jaime Delgado, Presidente de la APROC.

PRIMER PREMIO

Sr. Francisco Orbegoso

I CONCURSO " DISEÑO DE ESTAMPILLAS "



CAÑON del COLCA

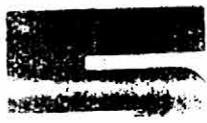
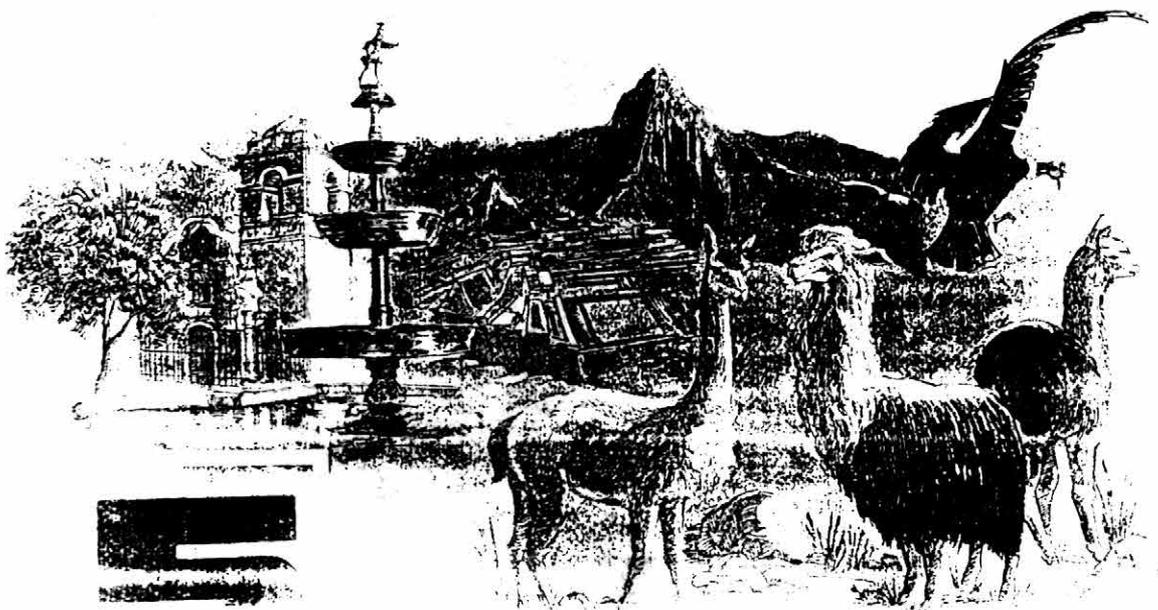
**Arequipa
PERU**

SEGUNDO PREMIO

Sr. CARLOS AZALDE VALDIVIA

I CONCURSO " DISEÑO DE ESTAMPILLAS "

CORREOS DEL PERU



INITIO

CONOZCA EL PERU Y SUS RIQUEZAS



TURIS
EXTER

PERUANO
E INTERIOR

TERCER PREMIO

Sr. CARLOS TORRES C.

Visto el éxito obtenido en este I Concurso de diseño de estampillas, los organizadores han prometido realizar un segundo concurso pero a nivel nacional. La Corporación de Desarrollo de Arequipa, presidida por el Doctor Pedro Yugar y la Dirección General de Correos, han prometido una partida para que se realice este concurso.

La Defensa del Consumidor por parte de los propios interesados es un campo aun inexplorado, donde todo está por hacer. Solo con el apoyo decidido del Estado, las Instituciones Privadas y los propios consumidores, será posible que asociaciones como "APROC" puedan trabajar en beneficio de la comunidad.

" EL RETO ESTA DADO "

INDICE

Introducción	Pág.	3
CAPITULO I FORMACIÓN DE LA ASOCIACION DE PROTECCION AL CONSUMIDOR DE AREQUIPA		
1. Antecedentes	"	7
2. Fundación de la Asociación de Consumidores de Arequipa.	"	11
a. Organigrama de "APROC"	"	12
b. Estatutos de "APROC"	"	13
3. Reacciones favorables y adversas a "APROC"	"	17
4. Convenio de Cooperación con CORDEA	"	18
5. Inauguración de la Oficina de la Asociación de Protección al Consumidor	"	19
CAPITULO II ACTIVIDADES DE "APROC"		
1. Comisiones de trabajo	"	23
2. Educación al Consumidor	"	27
a. Boletín informativo mensual "El Consumidor"	"	32
b. Programa de Radio "El Consumidor"	"	33
c. Mensajes a través de los medios de comunicación	"	40
3. Estrategias de trabajo	"	41
CAPITULO III OPERATIVOS		
1. Campaña Control de Tarifas de Taxis.	"	49
2. Campaña Agua Destilada	"	52
3. Campaña Gaseosas Contaminadas	"	53
4. Campaña Control de Alquileres	"	55
5. Campaña contra Agio y Usura	"	59
6. Campaña contra la Especulación en la Venta de Papeles	"	62
7. Campaña Intereses en Ventas a Plazos	"	63
8. Campaña Incumplimiento del Reglamento de Transporte Interprovincial	"	66
9. Venden Margarina por Mantequilla	"	69
10. Venta de Thinner prohibida a menores de edad	"	71
11. Engañan con Boletos de Lotería	"	73
12. "APROC" controla cobro de pensiones en los colegios	"	75
CAPITULO IV CONTROL PUBLICITARIO		
1. Publicidad engañosa	"	79
2. Decreto Supremo No. 002-81-OCI/OAJ	"	81
3. Conversatorio sobre Control Publicitario	"	86
CAPITULO V CONCURSO DE ESTAMPILLAS		
	"	93



PUBLICACION AUSPICIADA POR
LA CORPORACION DEPARTAMENTAL
DE DESARROLLO DE AREQUIPA