

SEMANA DE BANDERA

defensa del  
consumidor**ASU SERVICIO.** Las personas que deseen hacer consultas o reclamos al Indecopi pueden llamar al 224-7777 (Lima) y al 0-800-4-4040 (llamada gratuita desde provincias). En la web: [www.indecopi.gob.pe](http://www.indecopi.gob.pe)**JUBILADOS EN RED.** La Oficina de Normalización Previsional (ONP) dio un paso importante hacia la modernización de sus servicios. Ahora los ciudadanos pueden hacer consultas sobre sus trámites y pensiones a través de la web: [www.onp.gob.pe](http://www.onp.gob.pe)

EL PERÚ, SUS MARAVILLAS Y PRODUCTOS ESTÁN EN LA MIRA DEL MUNDO

# Calidad y moda deben ir de la mano

JUAN CARLOS  
CUADROS  
GUEDES

Tenemos más de mil razones para sentirnos orgullosos de ser peruanos: el verdadero pisco, la mejor gastronomía, el algodón más fino del mundo, un delicioso café, las tres mil variedades genéticas de papa, el caballo de paso, la mayor cantidad de flora y fauna silvestre, por supuesto, la mayor grandeza arqueológica y cultural de esta parte de América, entre otras más. El Perú está de moda, es un país interesante, pero hay cosas sobre las que debemos reflexionar si queremos que nuestros productos de marca y servicios tengan un verdadero sello de calidad que los identifique y distinga.

Para empezar, el trato. En general, la satisfacción de los

que visitan el Perú es positiva; sin embargo, hay detalles en los que se debe mejorar. Por ejemplo, la calidad de los servicios de alojamiento y restaurantes.

Cada vez hay más oferta de este tipo en las principales ciudades y pueblos que ofrecen atractivos diversos, pero no todos responden con calidad, garantía y rapidez a los precios que exigen a cambio: muchos no cuentan con agua potable ni servicios higiénicos, su limpieza es deficiente y los alimentos se manejan sin respetar las mínimas condiciones de higiene y salubridad.

“El trato que brinden los agentes de la oferta turística y también los pobladores será siempre un factor importante, porque genera no solo satisfacción, sino también seguridad y confianza, lo que hace que el visitante se sienta más a gusto y beneficiado por un destino muy acogedor”, señala el catedrático y consultor en marketing comercial Pedro Flores Peña.

“Pero hay algo más y es la diferencia entre satisfacción y deleite. No se trata de comer por comer una hamburguesa, sino de apreciarla y sentirla deliciosa. Y si a eso le agregamos una buena atención de parte del local donde se ofrece el producto, mucho mejor”, agrega.

**ADULTERACIÓN: UN PROBLEMA**

De otro lado, la moda y el consumo no siempre van de la mano de la calidad y la garantía de un buen producto. Y eso también preocupa.

Para muestra un botón: el pisco, nuestra bebida de bandera. “Mientras que pequeños y grandes productores invierten casi un año –y seis kilos de uva por botella– en producir un pisco de calidad, cumpliendo todas las normas y fases del proceso, hay quienes optan por lo más fácil y solo mezclan agua con alcohol y saborizantes”, denuncia Ernesto Rivas Santos, gerente general de Viña Buena Vista.

“La adulteración es un grave problema que afecta no solo la salud de los consumidores sino frena el desarrollo del sector y perjudica principalmente a los productores formales por la desleal competencia, ya que un producto de esa procedencia no llega a costar ni 5 soles la botella, pero se vende igual”, precisó.

Lo mismo pasa con algunas prendas de vestir, alimentos envasados, artesanías y diversos platos típicos peruanos, que sufren distorsiones al ser ofrecidos a los consumidores, que hoy sí saben distinguir cuándo un producto es de calidad y ofrece garantía.

El Perú está de moda, y todo lo que se identifica con él, también. Hagamos un esfuerzo. ■

**ENFOQUE**JUAN CARLOS  
CUADROS GUEDES  
Periodista**Hecho en Perú:  
sello de calidad**

El consumidor peruano ha madurado, ha cambiado para bien en los últimos diez años. Ahora se le ve más interesado en conocer los componentes de un producto antes de adquirirlo, y si este no cumple con sus expectativas, reclama y lo devuelve.

Sin embargo, hay unos cuantos todavía que prefieren no meterse en problemas (por decirlo de alguna manera) y ante un engaño o abuso de parte de algún vendedor, simplemente deciden dejar las cosas como están y no volver a comprarle nunca más. Una actitud egoísta que esperamos cambie algún día.

Hoy nos interesa apelar a la actitud del buen consumidor, aquel que es consciente de sus derechos a la hora de adquirir un bien o contratar un servicio, aquel que toma decisiones en función no solo de sus intereses individuales y particulares, sino en función de los intereses de la comunidad, de la sociedad.

El Perú está en los ojos y oídos de todo el mundo. Por esa razón necesitamos de su apoyo. Y cuando le digan “compre peruano”, no quiere decir compre pirata o que si no hay un producto peruano no compre nada. Es mucho más que eso. En realidad quiere decir que debemos ser selectivos al hacer nuestras compras y verificar calidad y precio. Un producto peruano será bueno, no porque haya sido fabricado aquí, sino cuando demuestre que en verdad es bueno.



ILUSTRACIÓN: VICTOR AQUILAR

## sección reclamos

Los lectores pueden enviar sus cartas a Defensa del Consumidor El Comercio, Jirón Miró Quesada 300, Lima. Deberán incluir nombre completo, DNI, teléfono y dirección. El Diario se reserva el derecho de editarlas y asume que toda carta que recibe es para publicarse.

### Piden atención

Señor Director:  
Desde el 28 de setiembre del 2007, los propietarios residentes del edificio Residencial Montreal, ubicado en la Av. Canadá N° 226, urbanización Santa Catalina, La Victoria, venimos solicitando al

alcalde de La Victoria, revocar la licencia de funcionamiento a dos locales comerciales que operan en el primer piso del edificio (Av. Canadá 222 y 224) y venden repuestos, ofrecen servicios de mantenimiento y reparación de vehículos en plena vía pública, atentando contra el ornato del distrito. Además, los ruidos molestos que generan estos negocios causan molestias e incomodidades. Lo más grave del asunto es que uno de estos locales (Import Charapito EIRL) fue clausurado por la Municipalidad de La Victoria y, sin embargo, sigue trabajando ante la vista y paciencia de las autoridades, y ocupa todos los días las veredas y retiros municipales.

MIRIAM E. HERRERA LÓPEZ  
DNI 27677002

■ La queja de los vecinos es constante, pero nadie los escucha en la Municipalidad. Además de los ruidos molestos y las incomodidades que generan estos talleres y tiendas, la mayor preocupación de los residentes del edificio Montreal está en el incremento de la delincuencia, dada la presencia de gente desconocida que merodea la zona todos los días.

### No funciona bien

Señor Director:  
El 11 de enero de 2008 me acerqué a Hipermercado Metro de San Borja y tomé la decisión de comprar una refrigeradora marca Samsung Refri RT 45WLSW

y por la cual aboné en efectivo la cantidad de S/1.899 (como consta en el ticket Serie: 41 - KN696). A fines del mes de abril –dos meses después– el citado electrodoméstico dejó de congelar, lo cual motivó una queja contra la firma Samtronics Perú S.A., entidad que en atención al certificado de garantía debería atender el requerimiento. Enviaron un técnico que determinó la falla y efectuó el cambio de un sensor; igualmente, se nos dijo que se debía cambiar una perilla de control de regulación de frío, la misma que debía ser adquirida por mí, al no estar cubierta por la garantía. Lo más curioso resultó saber que dicha empresa no contaba con el repuesto, cuyo costo es un sol, y

que debía esperar por lo menos un mes hasta que la importen de algún lado. Han transcurrido más de dos meses y nada. Para colmo de males, la refrigeradora empezó a fallar nuevamente. El técnico nos dijo que había una falla en el circuito principal de la refrigeradora y desde entonces no se ha vuelto a comunicar conmigo.

ANDRÉS RODRÍGUEZ OJEDA  
DNI 10005562

■ En menos de cuatro meses, cuando entre en vigencia el Decreto Legislativo 1045 que aprueba la Ley Complementaria del Sistema de Protección al Consumidor, los proveedores estarán obligados a informar a los consumidores

cuando ofrezcan productos con alguna deficiencia, usados, reconstruidos o remanufacturados. Y ello deberá contar incluso en los propios artículos, etiquetas, envolturas o empaques, y en las facturas correspondientes. Además, los consumidores deben ser advertidos de que el producto o bien que están adquiriendo tiene un limitado lote de repuestos o simplemente no los tiene, de manera que puedan tomar una decisión razonable. Asimismo, y de acuerdo con el contenido de la ley, los consumidores tendrán derecho, alternativamente, a la reposición o reparación del producto, o a la devolución de la cantidad pagada.