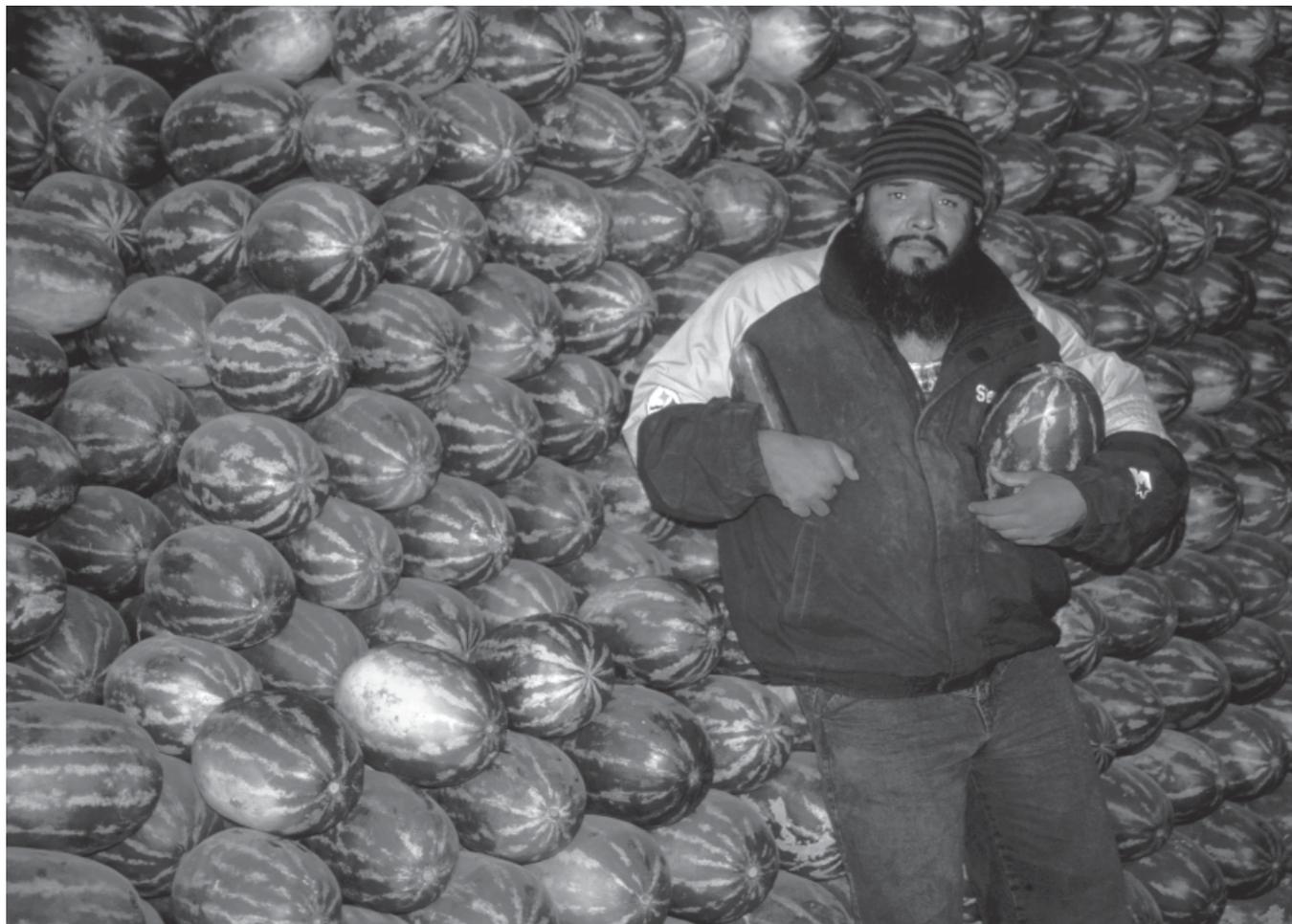


# EXPOCONSUMO

feria itinerante de defensa del consumidor

Jaime Delgado Zegarra y Leonor Beoutis Ledesma

ASOCIACIÓN PERUANA DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (ASPEC) / LIMA Y CALLAO, PERÚ  
aspec@millicom.com.pe



**I**NTRODUCCIÓN. ASPEC es una organización que se dedica a la defensa de los consumidores y usuarios en el Perú, promoviendo una cultura de respeto a sus derechos, a la vez que fomenta el ejercicio de responsabilidades por parte de los consumidores. En esta labor de vigilancia del mercado, ASPEC está permanentemente en campaña para señalar prácticas comerciales abusivas, así como identificar productos adulterados, falsificados, en mal estado y también productos peligrosos. Al mismo tiempo, está alerta frente a la publicidad e información engañosa tanto de productos como de servicios, iniciando, si es necesario, las acciones legales para detener dichas prácticas.

ASPEC quiere fortalecer el principio de ciudadanía, que haga posible un ciudadano consciente de sus deberes y derechos y más aún cuando actúa como consumidor. Para lograr esta finalidad es necesario elevar el nivel de conocimientos y desarrollar las competencias de los consumidores, de modo que se comporten con mayor eficiencia y responsabilidad en el mercado.

Como una de las respuestas a esta problemática, ASPEC ha venido desarrollando con éxito un proyecto llamado "Enseñando a los consumidores a comprar con responsabilidad", dirigido a los escolares, en el que se promueve el comportamiento positivo de estudiantes, profesores y padres de familia de los distritos de Lima y Callao y la



consolidación de las capacidades de los estudiantes para que actúen como promotores de las ventajas de conocer los derechos y las obligaciones del consumidor entre sus familiares, amigos, vecinos y otras personas.

*ExpoConsumo* ha sido una de las actividades más exitosas de este proyecto; fue concebida como una feria itinerante que tiene por objeto demostrar mediante técnicas sencillas y divertidas, la manera de reconocer la calidad de los productos, identificar productos peligrosos en el hogar, analizar la publicidad, leer críticamente las etiquetas, reconocer los derechos y obligaciones del consumidor, descubrirse a sí mismo como consumidor y explorar la potencialidad que cada uno tiene para defender sus derechos y ejercitar un papel más activo en el mercado.

La idea es que esta feria itinerante de orientación al consumidor esté presente los fines de semana en plazas públicas de los diferentes distritos de las ciudades de Lima y Callao. Para esto se buscan alianzas con las propias autoridades locales a fin de que brinden las facilidades del caso.

**ACTIVIDADES.** *ExpoConsumo* se presenta como una actividad de entretenimiento; se trata de generar las expectativas de la población, como cuando un circo llega a la ciudad. La intención es que la gente se divierta y se informe a través de métodos sencillos y amenos de reconocimiento de la calidad de los productos.

Con la feria se pretende sensibilizar y capacitar a las personas para que analicen los factores en juego y desarrollen su espíritu crítico con respec-

to a los problemas que los afectan como consumidores y se constituyan en agentes sociales fuertes y organizados, haciendo de este modo que la democracia sea plural.

Para determinar los contenidos de cada módulo se consultó con los productores de bienes y servicios sobre la calidad de sus ofertas y las formas de comprobarla. La información fue analizada y consolidada con el apoyo de especialistas de los organismos fiscalizadores de los servicios públicos, entidades de control de calidad de bienes y especialistas de las universidades y otros organismos.

Actualmente, ASPEC tiene implementados los siguientes módulos: cómo reconocer la frescura de los huevos, cómo reconocer la presencia de almidón en los embutidos, cómo reconocer el agua destilada adulterada, cómo almacenar los productos tóxicos en el hogar, cómo reconocer las etiquetas engañosas, información sobre el uso del agua potable y las tarifas, información sobre la seguridad de las instalaciones eléctricas y los focos ahorradores, exhibición de los logros de ASPEC, cómo reconocer la calidad de los muebles y maderas, información sobre el cambio climático y el efecto invernadero, *test* para medir el tipo de consumidor (consumómetro), rueda con los mitos de los alimentos, cómo reconocer el cuero y los zapatos, uso de aromatizadores ecológicos, cómo detectar la calidad de la miel y los jarabes, exhibición de videos de educación del consumidor, cómo reconocer los colchones y espumas, etiquetado ecológico, productos engañosos llamados *light*, advertencias en las etiquetas del tabaco, envases problemáticos (inseguros, peligrosos), sustancias tóxicas en las pilas y baterías, advertencias sobre pinturas y esmaltes tóxicos, detector de vidrios, y otros.

A manera de ejemplo, reseñamos brevemente la información de algunos módulos:

—*Cómo reconocer la frescura de los huevos:* En un vaso transparente se coloca el huevo, se vierte una solución de agua con sal y si el huevo permanece en el

fondo está fresco, si flota en la superficie está pasado de fecha (para un vaso de agua una cucharadita de sal).  
—*Cómo reconocer la presencia de almidón en las salchichas:* El almidón se usa frecuentemente como espesante en los embutidos; lo que casi nunca se informa al consumidor es el porcentaje. Sobre una galleta, un pedazo de tocino y una salchicha, se vierten unas gotas de yodo, luego se explica al público que el yodo reacciona cambiando la coloración del almidón, la galleta se pone negra, el tocino no cambia, y el embutido se pone negro.  
—*Cómo reconocer el agua destilada adulterada:* El agua destilada para las baterías de los automóviles que se vende en las calles casi siempre es agua potable de la red. Esta agua contiene sales como carbonatos, cloruros, etc., lo que permite fácilmente el paso de la corriente eléctrica; en cambio, el agua destilada, al no contener sales, no tiene conductividad eléctrica, lo que se observa con un aparato que mida la conductividad o la resistencia (cualquier electricista lo tiene).

—*Información sobre el cambio climático y el efecto invernadero:* Con la maqueta de una ciudad cubierta por una campana transparente (la atmósfera) se simula la contaminación atmosférica por gases de efecto invernadero y luego se explica las consecuencias en la salud y el cambio climático.

La feria está diseñada para ser autosostenible, para ello se realiza una labor que comprometa a diferentes entidades: organismos reguladores de los servicios públicos, municipalidades, etc. Así, para las presentaciones se involucra a las autoridades locales o a las entidades que auspician el evento, tanto en la organización como en la convocatoria del público.

Los módulos fueron diseñados para que funcionasen de manera interactiva, para lo cual se capacitó a los presentadores. Cada módulo cuenta con material de apoyo impreso: folletos, afiches, trípticos, etc., y también las maquetas o materiales, instalaciones e insumos necesarios para realizar las demostraciones.

La primera feria se realizó en el Parque de Miraflores (Lima) durante dos días. A ella asistieron más de 6 mil personas. La feria tuvo como participantes centrales a los estudiantes calificados por ASPEC, que realizaron experiencias prácticas simples para reconocer la calidad de los productos: calidad del calzado escolar y calzado deportivo, etiquetado de las telas, observación y lectura de las etiquetas, reconocimiento de la vitamina C en los refrescos, conocimiento y almacenamiento de productos peligrosos en el hogar, y otros.

Hicimos una presentación en el Parque de las Leyendas (zoológico de Lima) y concurrieron aproximadamente 15 mil personas; luego siguieron la Feria Bioecológica del distrito de Miraflores (Lima), con mil visitantes; Día Mundial del Consumidor, Parque de la Exposición de la ciudad de Lima, 6 mil visitantes; Día Mundial del Consumidor, Plaza principal del distrito de Miraflores (Lima), 2 mil visitantes. Además se han organizado exposiciones en los distritos de



San Miguel, San Martín de Porres, Carmen de la Legua, Surco y otras de la ciudad de Lima.

**RESULTADOS.** Se ha demostrado que *ExpoConsumo* es un medio muy directo y didáctico para sensibilizar a los consumidores de la necesidad de defender mejor sus derechos. Los medios de comunicación ya la reconocen y cubren la información que hay en ella cada vez que se presenta. El resultado es que hoy esta actividad es ya conocida por la población.

En otras ciudades ya se está replicando la actividad, como en Arequipa, en donde la Asociación de Consumidores "San Francisco" organizó una *ExpoConsumo* con algunos centros educativos de la localidad.

Uno de los logros más significativos ha sido la formación de un equipo de profesores y estudiantes que hace dos años comenzaron a ser calificados y motivados por ASPEC y aún siguen entrenándose como promotores de los derechos y las obligaciones de los consumidores. Son un grupo de gente colaboradora y receptiva que impulsa la propuesta de ASPEC.

El interés despertado en los padres, estudiantes y profesores con la presentación de *ExpoConsumo* es muy grande. En un sondeo realizado entre 450 personas que visitaron esta feria se descubrió que el 71 por ciento de las personas considera que es necesario recibir suficiente información sobre la calidad de los productos. El 63 por ciento estaría dispuesto a reclamar por sus derechos en caso de que un producto no tenga la calidad apropiada. Finalmente, un 23 por ciento desearía tener conductas más adecuadas con el ambiente como ir en bicicleta al trabajo y otras.

Ha sido posible conseguir el apoyo de otras instituciones, con interés en la educación, para participar de *ExpoConsumo*; por ejemplo el Parque de las Leyendas, INDECOPI (Instituto de Libre Competencia y de la Defensa de los Derechos del Consumidor), SUNASS (Superintendencia Supervisora del Agua Potable), municipalidades de diversos distritos de Lima como Miraflores, Barranco, San Isidro,

Surquillo, Comas, etcétera, lo cual permite su sostenibilidad.



#### RECOMENDACIONES PARA LA ACCIÓN

1. La educación del consumidor debe ser muy directa y didáctica y en lo posible interactiva, es decir que implique la participación de los propios consumidores. De este modo se garantiza el aprendizaje.
2. Es importante involucrar a las autoridades locales o municipales para desarrollar este tipo de actividades, no como auspiciadores de las mismas sino como co-organizadores. Lo importante es que ellos perciban que la población reconoce la labor de la autoridad a través de estas actividades.
3. Los módulos deben ser innovados constantemente, para ello se debe evaluar el impacto que tienen entre los participantes.
4. Es importante tener en cuenta la estacionalidad, ya que para determinadas fechas del año ciertos productos tienen mayor incidencia, por ejemplo los juguetes para las fiestas de Navidad.

5. La participación de los escolares en *ExpoConsumo* deben enmarcarse dentro de las actividades de los centros educativos. Por ello es importante coordinar toda actividad con éstos, a fin de que sea maximizada la visita y los resultados que se obtengan.

6. Las presentaciones deben ser sencillas, amenas y de corta duración. En nuestra experiencia cada módulo debe ser explicado en promedio en tres a cinco minutos.

7. Es necesario evaluar la presentación de las exposiciones y del material impreso complementario a través de encuestas entre los participantes y los profesores.



#### Lecturas sugeridas

ASPEC, 2000. *Aprendiendo a consumir: enseñando a los consumidores a comprar con responsabilidad*, Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios, Lima.

ASPEC, 2002. *Propuesta educativa "Incorporación de la educación del consumidor en el programa curricular de la escuela primaria y secundaria"*, Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios, Lima.

DELGADO ZEGARRA, J., 1994. *Manual de educación del consumidor*, Instituto de Derecho del Consumidor, Lima.

DELGADO ZEGARRA, J., 1997. *Educación y consumo: pautas para la programación curricular*, Instituto de Derecho del Consumidor, Lima.

Todas las publicaciones pueden conseguirse dirigiéndose a ASPEC:  
e-mail: [aspec@millicom.com.pe](mailto:aspec@millicom.com.pe)

