#Balance2021

Estrategia de prevención permitió fortalecer la defensa de los consumidores

- ✓ **A través del Centro Especial de Monitoreo, la institución recibió 145 512 reportes de personas que informaron alguna posible afectación en sus derechos.**

La prevención fue la estrategia más efectiva que emprendió en Indecopi para identificar a tiempo posibles infracciones a los derechos de los consumidores. Gracias al Centro Especial de Monitoreo del Indecopi (CEMI), durante el 2021, la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor (DPC) recibió 145 512 reportes de personas que manifestaron alguna posible afectación a sus derechos como consumidores.

Los reportes de los ciudadanos permitieron activar diversas acciones para informar y proteger a la ciudadanía; además de agilizar los tiempos de respuesta como Autoridad Nacional de Consumo en el país.

La prevención fue fortalecida con la difusión de diversos contenidos informativos sobre los derechos del consumidor en las redes sociales del Indecopi y del Portal del Consumidor (www.consumidor.gob.pe). Entre ellas, seis guías para que la ciudadanía tome una mejor decisión de consumo (#ChecaTuPrecio, #ChecaTuCompra, #MenuAlternativo, entre otras); 10 infografías para evitar la vulneración de derechos, sobre métodos comerciales engañosos y agresivos, métodos abusivos de cobranzas, llamadas sin consentimiento, recomendaciones para compras en línea; 37 reportes de alerta temprana como insumos para posibles acciones de fiscalización; y, se convocó a 28 proveedores y gremios para fomentar en ellos el cumplimiento normativo.

Adicionalmente se realizaron 39 actividades de capacitación y orientación, en las que 8332 personas fueron beneficiadas. Mediante la campaña #SembrandoCiudadanía, se orientó a 159 niños de distintas zonas vulnerables de la ciudad de Lima, para promover el consumo saludable e identificación y entendimiento del etiquetado de alimentos.

Asimismo, con el objetivo de lograr la prevención de conflictos de consumo en los principales sectores económicos (hospedajes, restaurantes y agencias de viajes), se publicaron seis guías de 'Ruta Segura', para las regiones de Áncash, Ayacucho, Loreto, Madre de Dios, Puno y Tumbes en coordinación con la Dirección de Atención al Ciudadano y Gestión de Oficinas Regionales de la institución.

Diversos contenidos sobre protección al consumidor fueron difundidos en las redes sociales del Indecopi Oficial, llegando en Facebook a 211 762 personas alcanzadas, con 2178 reacciones, 195 comentarios, 435 publicaciones compartidas, y 1400 reproducciones de materiales audiovisuales. De la misma manera, mediante el Portal del Consumidor (www.consumidor.gob.pe) se logró llegar a 239 929 usuarios.

Adicionalmente, se difundieron 33 programas multimedia "Indecopi Reactiva MYPE", dirigidos a las empresas y emprendimientos MYPE a nivel nacional, a fin de que conozcan sus deberes como proveedores de productos y servicios, logrando llegar en Facebook a 137 624 personas alcanzadas; 5112 reacciones; 3589 compartidos; y 27 185 reproducciones; y en YouTube a 2804 impresiones; 17 reacciones; y 245 reproducciones.

Fortaleciendo el rol de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor en el país

En su rol de Secretaría Técnica del Consejo Nacional de Protección del Consumidor (CNPC), la DPC realizó 10 sesiones ordinarias y 4 extraordinarias, las cuales fueron lideradas por la Presidencia Ejecutiva, en las que se abordaron diversas acciones en pro de la defensa del consumidor.

Producto de ello, se aprobó la propuesta de la nueva Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor al 2030, con la participación de los miembros del CNPC, que aborda el problema del bajo nivel de protección y empoderamiento de los consumidores en su relación de consumo, y recoge los enfoques transversales de derechos humanos, intercultural, territorial y de género. También se aprobó el Informe Anual sobre el "Estado de la Protección de los consumidores en el país 2020".

Se desarrollaron 17 mesas de trabajo en Lima y regiones (Áncash, Tumbes y Loreto), en coordinación con otras entidades públicas, proveedores y la sociedad civil, para identificar problemática que afecta al consumidor y determinar posibles intervenciones. Se desarrollaron mesas temáticas sobre educación básica regular, especial y superior, sobre los aniegos en San Juan de Lurigancho, sobre la problemática de suplantación de chips, entre otras.

Se fortaleció la participación de la sociedad civil, a través del trabajo con las asociaciones de consumidores; y se participó en 55 grupos de trabajo en materia de protección al consumidor, a nivel nacional e internacional, permitiendo el intercambio de experiencias con otros países, así como una mayor articulación con las entidades a nivel nacional.

Seguridad de productos y servicios

A través del Sistema Nacional de Alertas de Productos y Servicios Peligrosos, se emitieron 70 alertas de consumo durante el año pasado. Esto permitió que 79 252 consumidores se beneficiaran.

De otro lado, se desarrollaron herramientas informativas preventivas para la seguridad y salud de consumidores. Entre ellas: "Oxicheck", que brinda información sobre oxígeno medicinal y campañas, a nivel internacional en conjunto con la Red de Consumo Seguro y Salud de la Organización de los Estados Americanos (OEA) en el contexto del Black Friday 2021 y; a nivel local, la referida a "Navidad Segura", con recomendaciones sobre compras seguras (para el caso de juguetes y compras en línea) dentro del contexto actual.

Con la finalidad de impulsar la prevención de conflictos, a través de la implementación de buenas prácticas de consumo, se realizó la octava edición del premio "Primero, los clientes", bajo el lema "Que lo bueno se reconozca".

Lima, 07 de febrero de 2022