

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

**COMISIÓN DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES DE LOS
SERVICIOS PÚBLICOS.**

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN ORDINARIA
PERIODO LEGISLATIVO 2006-2007**

En el Hemiciclo Raúl Porras Barrenechea, siendo las quince horas con dieciocho minutos del día 25 de abril del año 2007, bajo la presidencia del señor congresista Yonhy Lescano Ancieta y contando con la presencia de los congresistas Isaac Serna Guzmán, Juvenal Ordoñez Salazar, Luis Galarreta Velarde, Carlos Raffo Arce y Cenaida Uribe, dando cuenta de la licencia de los congresistas Edgar Reymundo Mercado y Luciana León Romero y con la dispensa de los congresistas Julio Herrera Pumayahuli y Aurelio Pastor Valdivieso; con el quórum de reglamento se dio por iniciada la Vigésima Octava Sesión Ordinaria de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos.

Se aprobó por unanimidad el Acta de la Vigésima Primera Sesión Ordinaria del 07.03.07 y de la Vigésima Segunda Sesión Ordinaria del 14.03.07.

DESPACHO.-

El presidente dio cuenta del ingreso de los siguientes Proyectos de ley:

- 1.- Proyecto de Ley N° 1144/2006-CR, que propone Ley que modifica el artículo 14° de la Ley N° 28832, Ley para asegurar el desarrollo eficiente de la generación eléctrica.
- 2.- Proyecto de Ley N° 1153/2006-CR, que propone agregar el artículo 5° a la Ley N° 28119, Ley que prohíbe el acceso de menores de edad a páginas web de contenido pornográfico, referente a disponer la creación de un registro de usuarios de cabinas públicas de internet.

INFORMES.-

Del Presidente, quien puso en conocimiento de la comisión que el día sábado 28 de abril se realizará una audiencia pública descentralizada en la Región Piura para escuchar los problemas de defensa del consumidor por parte de la Comisión.

PEDIDOS.-

Del Presidente quien solicitó que el Proyecto de Ley N.º 1163 sea derivado a la Comisión para su dictamen correspondiente. Aprobado el pedido.

Del Congresista Luis Galarreta Velarde, quien solicitó se adecue el cambio de hora de las sesiones de la comisión, a fin de que no se cruce con otras comisiones o reuniones políticas.

De la Congresista Cenaida Uribe Medina, quien solicitó que se programen las audiencias públicas descentralizadas con mayor tiempo anticipación.

ORDEN DEL DÍA.-

- A.-** Votación del Pre – dictamen recaído en el Proyecto de Ley Nro. 928/2006- CR, que establece la facturación y forma de pago de servicios de energía eléctrica y agua potable para inmuebles de uso común.

EI CONG. GALARRETA VELARDE.— Señaló, que en el Pre dictamen se han recogido la mayoría de opiniones que se presentaron a través de los asesores, habiendo quedado dos pendientes las cuales se podrían ver en el debate.

DEL PRESIDENTE.— Los congresistas que estén a favor sírvanse levantar la mano. Aprobado por unanimidad.

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

B.- Votación del Pre – dictamen recaído en el Proyecto de Ley Nro. 684/2006-CR, que prohíbe el uso de la publicidad subliminal de productos de consumo masivo con ocasión de la celebración de ceremonias y actos de Gobierno. (ARCHIVO).

DEL PRESIDENTE.- Señaló, que hay una Mesa de Trabajo en la Comisión de Vivienda por lo que el predictamen sobre el Proyecto de Ley N.º 684 va al archivo. Los congresistas que estén a favor sírvanse levantar la mano. Aprobado por unanimidad.

C.- Pre – dictamen recaído en el Proyecto de Ley N° 826-2006/CR, que crea la central de información de riesgos de empresas constructoras dedicadas a la construcción de obras civiles.

EI CONG. GALARRETA VELARDE.— Señaló, que es un defensor de que no se corte el plazo de la información a la Central de Riesgo, creo que ahí estamos en opiniones diferentes, que es bueno que se acepte que las centrales de información son muy buenas para la economía.

Solicitó, como cuestión previa invitar a los señores de CAPECO, a fin de recibir información y además intercambiar opiniones con quienes están directamente relacionados a este tipo de actividad económica, planteó que el tema sea visto la próxima sesión.

DEL PRESIDENTE.- Se aprobó por unanimidad.

TARIFAS ALTAS Y CLÁUSULAS ABUSIVAS EN LOS CONTRATOS DE TRANSPORTE AÉREO DE PASAJEROS.

EI PRESIDENTE DEL DIRECTORIO DE LA LÍNEA AÉREA LAN PERÚ, Dr. Emilio Rodríguez Larraín.— Yo me he permitido, señor Presidente de la Comisión de Defensa al Consumidor, con el objeto de dotar a los miembros del Congreso interesados en conocer la situación y la problemática de la aviación comercial del Perú, una exposición que refleja no solamente el tema de las tarifas sino digamos todo lo que viene a ser la operación de Lan Perú. Lo que viene a ser el concepto de cómo se fijan las tarifas en la aviación comercial, cómo las hace LAN Perú, por lo menos, que puede ser distinto a cómo las hacen otros operadores aéreos, los costos son distintos en cada uno de los casos; los aviones son distintos, los tripulantes son distintos.

Y luego, una estrategia que hemos implementado en LAN Perú desde agosto del año 2006 a la fecha, que tiende a la seguridad, a una estimulación de demanda que ha permitido un incremento de pasajeros al nivel nacional de cerca del 30% en los últimos ocho meses, en función de una reducción de la tarifa promedio que hace más accesible el uso del transporte aéreo para trasladarse de un lugar a otro dentro de la República.

EI GERENTE GENERAL DE LA LÍNEA AÉREA LAN PERÚ, Dr. Juan Luis Kruger.— LAN Perú es una compañía constituida en el Perú, miembro del grupo LAN con ventas el año pasado cercanas o ligeramente por encima de 400 millones de dólares que básicamente ha transportado 3 millones de pasajeros y contamos con una flota que es la más moderna del Perú.

En la operación nacional este año estamos proyectando transportar 1,7 millones de pasajeros, lo cual representa un incremento de 33% con respecto al año pasado, esto es producto de una estrategia comercial que lo que busca es hacer más accesible el transporte aérea cada vez a más peruanos a menores precios.

Nosotros estamos volando básicamente a 12 destinos en el mercado nacional con dos vuelos diarios en prácticamente todos los destinos, con la salvedad de Tacna, Pucallpa y Tarapoto, y con una serie de rutas intermedias que lo que nos permiten es realmente garantizar y ampliar la conectividad dentro del Perú a todos los peruanos que quieran volar.

Lo importante, es que el consumidor peruano en cada uno de los destinos en los que al menos LAN Perú opera, tiene la posibilidad de elegir al menos entre dos o tres aerolíneas para sus opciones de viaje; y eso yo creo que es importante porque nos demuestra la alta competitividad que tiene el mercado peruano.

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

En ningún destino a los que nosotros volamos estamos solos, volamos con dos o más competidores, y como le digo la competencia es muy fuerte día a día. En lo que son las rutas internacionales, creo que LAN Perú cumple un rol muy importante también, porque no solamente está abocado a mejorar la conectividad dentro del Perú y el transporte aéreo dentro del Perú, sino también a conectar al Perú con el mundo, y esto yo creo que es sumamente importante.

Hoy por hoy estamos volando a 12 destinos internacionales, el 4 de abril pasado abrimos nuestra última ruta que fue a la Paz y Santa Cruz en Bolivia, con vuelos directos, y unimos al Perú con vuelos directos básicamente con toda Sudamérica, en Estados Unidos con Los Ángeles y Miami; en Centroamérica con México y pronto estamos por lanzar una operación a Madrid, lo cual es otro hito histórico en la aviación comercial peruana porque desde el año 72 ninguna línea aérea peruana vuela a unirse al Perú con Europa directamente. Cabe resaltar que en los últimos cinco meses hemos también aumentado nuestras frecuencias a algunos destinos como es el caso de Buenos Aires, al que tenemos dos vuelos diarios y Caracas también con dos vuelos diarios.

Muy importante el impacto que tiene la compañía en la generación de empleos en el Perú. LAN Perú es una compañía que da empleo hoy por hoy a mil 615 profesionales peruanos; esto es importantísimo porque LAN Perú en la historia de la aviación comercial peruana nunca ha habido tantos pilotos peruanos volando en una aerolínea como los hay con LAN Perú.

LAN Perú ha invertido en más de 5 millones de dólares en capacitar pilotos peruanos. En los últimos tres años hemos capacitado a más de 80 pilotos peruanos y estamos en permanente proceso de capacitación. En estos momentos tenemos 30 pilotos, entre capitanes y primeros oficiales en capacitación. Y el objetivo, como decimos, es seguir creciendo. En el caso de tripulantes de cabina, estamos prácticamente duplicando el número de tripulantes de cabina peruana entre el año pasado y este año llegando a una cifra récord de 500 tripulantes de cabina para este año.

En la aviación comercial hay un concepto muy importante que es el de la gestión de ingresos, que en inglés se llama *reden management*, y que es un concepto que se desarrolló en el mundo más desarrollado en el pasado y que rige y hoy día es el que se rige en toda la aviación comercial moderna.

¿Qué cosa es la gestión de ingresos o *reden management*? El objetivo no es llenar un avión con un montón de pasajeros, tampoco es un avión con altas tarifas. Lo que busca como objetivo conceptualmente es que en el avión hay una combinación adecuada de precio y espacio para que permita acceder al avión a todos los tipos de clientes, como en cualquier negocio, en cualquier industria hay distintos tipos de clientes, distintos tipos de usuarios, gente con distintas necesidades.

Esto es particularmente importante porque hay ciertas condiciones en nuestro negocio que hacen que esto sea necesario. En primer lugar nosotros tenemos un producto perecible, a diferencia de otras empresas, otras industrias, lo que nosotros producimos en el momento en que el avión sale, se perdió. Okay, no se puede guardar en stock. Una fábrica de zapatillas, si no vende un par de zapatillas hoy día lo puede vender mañana, nosotros sí no vendemos un asiento hoy día, no lo podemos vender mañana.

Esto además está dentro de un marco, de una industria con muy altos fijos de operación, inversiones de capital muy intensivas.

A manera de ilustración en el mes de noviembre pasado Lan Perú completó la renovación completa de su flota con una inversión valorada en más de 350 millones de dólares.

El segundo punto es que un mismo avión sirve para llevar a varios clientes, nosotros no podemos hacer una zapatilla de correr y una zapatilla de fútbol. Acá tenemos un mismo avión y en ese mismo avión van distintos tipos de clientes. La demanda de cada uno de estos tipos de pasajeros son diferentes, cada pasajero tiene distintas necesidades y finalmente que lo complica un poquito más el tráfico tiene ciertas especialidades, términos de meses, días e incluso horas durante el día. Hay horas del día en que hay más pasajeros, horas en que hay menos pasajeros, en feriados hay más pasajeros que en temporada baja y así sucesivamente.

Estas particularidades hacen que la gestión de los ingresos en una empresa de aviación comercial sea sumamente importante. Cuando hablamos de la gestión de ingresos la base fundamental es reconocer que hay distintos tipos de pasajeros con distintas necesidades.

Por ejemplo, los pasajeros de negocios tienen necesidades específicas como que requieren de boletos solo de ida, muchas veces no de ida y vuelta, requieren mucha flexibilidad tanto para hacer las reservas para comprar como para viajar, como para poder modificar su viaje y en general son pasajeros que valoran mucho su tiempo y que están dispuestos a pagar por ende un precio mayor porque deciden también a última hora.

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

Mientras que en el otro extremo tenemos lo que llamamos nosotros los pasajeros de ocio, los pasajeros que viajan por placer por turismo que se pueden planificar con anticipación saben exactamente cual es la fecha de salida y de regreso en su viaje, tienen un itinerario más rígido, no lo modifican, pueden viajar cualquier día de la semana, valoran menos su tiempo, porque están fuera de horas de oficina, digamos, y están dispuestos si quieren viajar al menor precio posible.

Entonces, en realidad lo que debe buscar una aerolínea es satisfacer a cada tipo de pasajeros y para ello se definen productos para los distintos tipos de pasajeros y en nuestra industria un producto no es otra cosa que una combinación del precio, del horario. Las restricciones o penalidades de un boleto y las clases, vale decir, que viajan turistas en económica o en ejecutiva.

Entonces, se tienen que definir distintos precios que compense esa mayor flexibilidad la posibilidad de remitir boletas, el pagar o no por no llegar al avión o la disponibilidad y la base de fundamento es que se segmenta por la capacidad del avión, los asientos que hay en un avión se segmentan en función de distintos niveles de precio, distintas características para cada tipo de usuario.

¿Qué implica esto? Que si a un costo total, a un valor total de 500 que en este ejemplo que he querido poner práctico para ilustrar, hay 10 pasajeros que están dispuestos a pagar a 50 que podría ser un posible enfoque, es decir, ponerle el mismo precio todo el avión, lo que vemos es que es mucho más eficiente ir a una situación en la cual en lugar de cobrarle 50 a todos los pasajeros cobramos 30 a aquellos pasajeros que se parecen más a los de ocio, que yo comentaba anteriormente y 80 al pasajero de negocios y 50 a otros grupos de pasajeros y se va segmentando y de esta manera lo que vemos al final es que en lugar que viajes en este hipotético 10 pasajeros viajan 11 pasajeros, es decir, viajan más pasajeros a una tarifa media que es menor.

Con lo cual al final lo que busca la fijación de precios en nuestra industria es eso, es tratar de ofrecerle el precio correcto al pasajero correcto, tratando de ofrecerle un precio, el precio correcto al pasajero en función de lo que está dispuesto a pagar, en lugar de darle café con leche a todo el mundo lo diferenciamos se segmenta por precio y ese es básicamente el corazón de lo que es la gestión de los ingresos en esta aerolínea.

En consecuencia el precio más bajo que estamos viendo en el caso del ejemplo, el precio más bajo son 30 dólares, el precio más bajo es menor al promedio, el promedio de ese ejemplo estaría como en 48 y por lo tanto, permite que más personas usen este medio de transporte y que exista un mayor beneficio social.

Este esquema de alguna manera de ofrecer precios diferenciados según el perfil de cada pasajero y las necesidades de cada pasajero, tiene un impacto social muy importante, porque de alguna manera lo que permite es a ser más accesible el transporte a cada vez más pasajeros.

Ahora bien, esto de acá es algo que no es solamente único, yo creo que esto es importante resaltar a la industria, a la aviación comercial.

Entonces, este es una esquema que funciona no solamente en nuestra industria, sino en muchas otras industrias que he puesto acá a manera de ejemplo. Voy a entrar ahora un poco a cómo se aplica a LanPerú y a nuestra realidad.

En primer lugar, mencionar que nosotros tenemos tres pilares fundamentales y que son fundamentales para el consumidor que creo que es lo que nos atañe hoy día en esta comisión.

El primero es la seguridad, yo creo que lo más importante que una aerolínea tiene que ofrecerle al consumidor peruano es la seguridad. En segundo lugar, la accesibilidad que le hemos llamado nosotros y que esto es parte de la nueva estrategia que el doctor Rodríguez Larraín estaba comentando hace un momento. Que es hacer cada vez más accesible más barato el transporte aéreo a más peruanos.

Y el tercer pilar es el servicio. En términos de seguridad la seguridad para nosotros es un valor intransable, nosotros no vamos a transar en ningún aspecto a ningún costo la seguridad de nuestro pasajeros, cumplimos con los más altos Standard en seguridad a nivel mundial y la prueba de ello es que acabamos de pasar por un proceso de certificación que es la máxima certificación hoy por hoy en la industria, desde el punto de vista seguridad y hemos tenido la calificación de excelente.

Y acá si vemos un poquito qué es lo que ha pasado en el Perú. Entre el año 98 y el año 2006 si sacamos un promedio, el número de pasajeros dentro del Perú sólo creció 2,5% por año, pasando por un periodo, incluso, de decrecimiento en los años 2002 al 2004 y con un crecimiento, yo diría bastante bajo entre el año 2004 y 2006.

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

Acordémonos en el año 2006 el mercado solamente creció el 8% y ese crecimiento estuvo solamente enfocado en el último semestre del año. El primer semestre del año de enero a junio del año 2006 en el Perú se transportaban menos pasajeros en avión, ¿por qué? porque no teníamos la estrategia comercial que a continuación voy a describir.

Entonces, ¿qué fue lo que nosotros identificamos? Identificamos que los pasajeros en el Perú se estaban transportando son básicamente los pasajeros de negocios o los turistas extranjeros.

¿Qué había pasado? Algo de pasajeros o de pequeños comerciantes se movían, pero básicamente aquellas personas que quieren ir a visitar a sus familiares dentro del Perú o aquellos pasajeros que quieren hacer turismo interno era demasiado caro. Entonces, qué decidimos, primero decidimos reducir nuestros costos con una menor flota y todo lo que habíamos venido hablando para poder tener menores tarifas, al tener menores tarifas buscar mayor tráfico y conseguir un efecto multiplicador de más pasajeros año tras año.

Para esto desde julio del año 2006 iniciamos una estrategia que internamente la hemos llamado "Estrategia de estimulación de demanda".

Lo que vimos es que el crecimiento, como dije era básicamente en esta base de la pirámide, negocios, turismo extranjeros y vimos que había un gran potencial arriba, pero, ¿qué pasaba?, habían limitaciones, aquellos que querían ir de visita a sus familiares básicamente veían que ni siquiera les alcanzaba para pagar el alojamiento.

En aquellos pasajeros que iban por turismo interno los paquetes de viaje a Piura era muy caro, más aún si voy con toda la familia, generalmente y paradójicamente era más barato ir a Cartagena de repente un fin de semana que irnos a Máncora, eso lo queríamos también capitalizar, atacar y cambiar en el Perú.

Finalmente los pequeños comerciantes debían viajar a Arequipa todas las semanas, pero en realidad preferían irse en bus porque el costo era muy alto. Entonces, nosotros vimos que los pasajeros que hoy viajaban o que viajaban en ese momento y que podían pagar tarifas más altas, las pagaban porque querían tener más flexibilidad eran viajeros de negocios o vimos que también habían algunos un poco más sofisticados que decían te pago un poco más caro porque puedo acumular kilómetros o millas y viajo con mi esposa; sin embargo, los de arriba lo que analizamos y definimos fue lo único que necesitaban era comprar más barato porque ellos están dispuestos a planificarse con tiempo, están dispuestos a cumplir sus planes, incluso, están dispuestos a viajar de noche. Están dispuestos a viajar en horario algo más incómodo, pero que les permitan realmente acceder al avión.

Entonces, iniciamos en julio con Arequipa e Iquitos, lo que se llamó "El proyecto de estimulación de demanda". Nosotros entre enero y junio en Arequipa y en Iquitos, el tramo Lima-Arequipa y Lima-Iquitos, teníamos básicamente una tarifa de 99 dólares, lo que hicimos es lanzamos tres tarifas baratas, lanzamos una campaña que le llamamos "La campaña vuela barato, vuela con Lan", en donde bajamos las tarifas a niveles de 38 a 49 y 58 dólares. Niveles equivalentes a los de buscama en el Perú, básicamente entre Arequipa y Lima.

Y esto hizo que la tarifa promedio cayera de 99 dólares a 67 dólares, vemos que en las tarifas económicas esto equivale a una reducción del 50% de los precios. Y esto es absolutamente real, tan real que vemos que el tráfico de pasajeros entre enero y junio del año 2006 entre Lima y Arequipa solo crecía a niveles del 5%.

En el segundo semestre de julio a diciembre creció 36%. Acá se probó lo que funciona en casi todas las industrias del mundo que es a menor precio mayor consumo.

Y, qué se aprobó también, de que nosotros podíamos hacer que peruanos que antes no viajaban viajaran, porque el 40% de los peruanos que se subieron en nuestros aviones a estas tarifas eran pasajeros, según nuestras encuestas de vuelo, antes viajaban en bus o que hacía mucho tiempo que no podían viajar.

En Iquitos más importante aún, en Iquitos en el primer semestre del año, la industria venía con un decrecimiento de 1%, es decir, se transportó 1% menos pasajeros que el año anterior y cuando empezamos la estrategia estimulación demanda el crecimiento fue brutal, nos fuimos a 28% de crecimiento entre Lima e Iquitos.

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

Pero no nos quedamos allí porque vimos que el modelo funcionaba que efectivamente había más peruanos que querían viajar, pero que antes no lo podían hacer porque era muy caro, en setiembre bajamos los precios, en Tarapoto y Trujillo, en diciembre lanzamos Pucallpa a precios también más bajos.

En enero completamos Piura-Puerto Maldonado, Juliaca Tacna y Chiclayo y en el mes de febrero bajamos las tarifas Cusco-Juliaca con la tarifa de 52 dólares al Cusco. Entonces, todo el Perú los 12 destinos las tarifas que son tarifas realmente bajas. Y, ¿qué pasó realmente al nivel agregado? Al nivel nacional si vemos los tres primeros meses de este año enero, febrero y marzo del 2007 con respecto al mismo periodo del año pasado las tarifas bajaron más de 20% y qué ocurrió, el mercado de pasajeros se explotó.

En el Perú hoy día se transportan 2 mil pasajeros más por día en avión, yo no digo que lo está transportando LanPerú, entre todos nosotros estamos transportando 2 mil pasajeros más por día, voy a poner esto en contexto, esto equivale a llenar 15 aviones más al día de lo que habían antes, 15 aviones más al día llenos de peruanos movilizándose dentro del Perú.

Tarapoto bajó la tarifa a 33%, ¿qué pasó? 57% más pasajeros en el primer trimestre de este año; Arequipa, cae 27% y suben en 47% los pasajeros; Iquitos, caen las tarifas 26%, sube en 33% el tráfico de pasajeros, y así sucesivamente.

Algunos casos como Trujillo y como Piura donde no hemos tenido crecimientos tan grandes, ha sido porque no hemos tenido posibilidad de poner más aviones, porque no hay más aviones que poner, y en ese proceso estamos y estamos en proceso de seguir invirtiendo en el Perú y traer más aviones. Hemos traído un noveno avión el 4 de abril y estamos en proceso de traer un décimo avión, esperemos, para celebrar las Fiestas Patrias en el Perú. Entonces, de alguna manera lo que estamos viendo es que hay un crecimiento muy importante.

Entonces acá qué es lo que hemos hecho, no estamos haciendo nada diferente de lo que pasa en el mundo, yo creo que es muy importante que veamos cómo se desarrollan los países vecinos nuestros, cómo en el mundo hay tendencias que son importantes copiar y hay una muy cierta y muy clara que estamos viendo acá que es Gol.

Gol entró en el mes de febrero al Perú, empezó a operar el 12 de febrero con unas tarifas también muy bajas y lo que hemos visto es que en las rutas internacionales está pasando exactamente lo mismo que en el mercado doméstico peruano, bajan las tarifas, los mercados crecen. A razón de la competencia todas las tarifas bajan, porque no solamente las tarifas de Lan Perú sino las tarifas también de todos los que estamos en esta Mesa han tenido que bajar y son lo que ha sido el motor de este crecimiento.

Como comenté anteriormente, para lograr la estimulación de demanda y poder lograr estas tarifas se requieren básicamente tres cosas: tarifas segmentadas, vale decir tarifas diferenciadas para cada tipo de cliente, con regulaciones y restricciones que aplican a distintas tarifas, vale decir una tarifa muy barata, probablemente, no me va a permitir cambios o me va a cobrar una penalidad mayor si quiero hacer un cambio, y una tarifa más cara me da absoluta flexibilidad.

Básicamente en lo que es nuestro avión completo lo que tenemos nosotros es que las tres tarifas vuelan barato, las que vimos que iban de 39 a 58 dólares constituyen el 39% de los asientos que nosotros tenemos en el avión. Y esto es sumamente importante, porque es lo que está permitiendo que más peruanos viajen. Esta combinación nos permite entregar tarifas más baratas, la tarifa media cae y al final logramos que más pasajeros viajen.

Ahora bajamos las tarifas y adicionalmente aumentamos el porcentaje de pasajeros que viajan a estas tarifas. En esta ruta en particular de 24% a 26%. Y más aun, en épocas de feriados como Semana Santa que se decía o se puede intuir que nosotros subimos las tarifas, acá hemos comparado en Semana santa en promedio el 37% de nuestros asientos fueron a las tarifas más bajas, mientras que en el resto del mes, al 14 de abril el 39%.

Lo que queremos decir acá es que nosotros en ningún momento subimos un centavo nuestras tarifas, lo único que ocurre en las fiestas es que normalmente las tarifas más económicas se llenan antes porque obviamente hay mayor afluencia de pasajeros por los feriados.

Para ilustrar esto en cifras absolutas, la cantidad de pasajeros que accedieron a nuestras tarifas más económicas en Semana Santa fue de 2 mil 450 pasajeros al día en los días de fiesta, mientras que en una semana regular estamos hablando de 2 mil 291 pasajeros. Entonces, no solo es que proporcionalmente o en términos relativos y en términos absolutos las tarifas no

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

variaron sino que producto de que volamos más porque hay más demanda en los días festivos hay más pasajeros que pueden acceder a tarifas más económicas.

EI GERENTE GENERAL DE LAN PERÚ, Dr. Juan Luis Kruger.—Señaló que Avianca e la ruta Bogotá-Medellín tiene 5 ó 6 tarifas; TAM en el mercado Sao Paulo-Río de Janeiro tiene como 16 tarifas; Aerolíneas Argentinas en el mercado Buenos Aires-Salta como 18 tarifas; Conviasa, Línea Aérea Venezolana entre Isla Margarita y Caracas también tiene una combinación de 9 tarifas.

Comento es que nuestras distintas tarifas que van desde la más barata la económica, la flexible y la full flexible de alguna manera requieren o tienen una serie de penalidades o restricciones más que penalidades, características que no solamente son propias de nosotros sino —y este es un recorte de *El Comercio* de esta semana— en donde justamente hablan que todas las aerolíneas que operan en el Perú y a nivel internacional, como vemos en el caso de South West, que es la aerolínea más exitosa del mundo de bajo costo, tienen este esquema similar de penalidades, regulaciones y tarifas.

Finalmente, lo que es muy importante es que al consumidor se le informe adecuadamente de estas tarifas. Y acá tenemos y voy a permitirle circularlo, hemos traído algunos ejemplos de boletos con los *stickers* y con toda la información que se le da a los pasajeros. Nosotros al momento que el pasajero hace su compra le informamos debidamente a través de estos *stickers* de cuáles son las condiciones que tiene su boleto, si es o no reembolsable, si es o no endosable, si aplica la estadía mínima, etcétera.

Le informamos también el tiempo con el que tiene que chequearse, le informamos también todo lo que son materiales peligrosos, etcétera.

¿Y qué es lo que esto de alguna manera nos ha permitido? Es que hace unos días atrás a raíz de esta convocatoria nosotros solicitamos a Indecopi formalmente un oficio expresando si Lan Perú tenía alguna sanción o había tenido alguna sanción por este tema en los últimos 36 meses y formalmente hemos sido notificados por Indecopi que no hay ninguna sanción pendiente ni que ha habido ninguna sanción sobre Lan Perú, prueba de ello creo es que estamos tratando de hacer bien las cosas.

Finalmente, en lo que es servicio tenemos la mejor flota, el mejor servicio a los pasajeros peruanos. Nunca antes en la historia de la aviación comercial han habido aviones tan modernos volando nuestros aires, una inversión cercana a los 400 millones de dólares hoy por hoy con los 9 aviones que tenemos volando, 2 de los 9 aviones llegaron cero kilómetros de la fábrica en el mes de noviembre, estamos reinvertiendo en todo lo que son las rutas internacionales en cabinas más sofisticadas, damos programas de pasajeros frecuentes a nuestros pasajeros, chequeo por internet.

Y si vemos acá nuestra puntualidad está dentro del promedio de la industria, con niveles más altos que los que hay por ejemplo en Estados Unidos, con niveles de puntualidad del 90% en la ruta doméstica, contra por ejemplo en Estados Unidos estándares de 83% dentro de los 15 minutos de la hora de salida del vuelo que es el estándar que se mide en la aviación comercial.

Finalmente, los clientes siempre tienen la razón, el consumidor siempre tiene la razón y acá vemos la última encuesta en servicio en que vemos que a febrero de 2007 más del 90% de nuestros clientes calificó la experiencia de viaje con Lan con la nota muy buena o excelente que es 4 ó 5. Entonces, básicamente lo que estamos viendo aquí es que tenemos muy alto índice de satisfacción de nuestros clientes.

Lo que comenté anteriormente, esto es simplemente una copia de la carta que nosotros pedimos el 16 de abril a Indecopi y tenemos una respuesta formal de Indecopi —que además está en esta Mesa, nos acompaña su presidente y otras personalidades—, en que las denuncias contra Lan Perú se declararon infundadas y que no hay una sanción por parte de Indecopi pendiente contra nosotros.

Finalmente, para cerrar, al nivel de nuestra marca las encuestas a los pasajeros que vuelan dentro del Perú, el 55% menciona a Lan como la marca que más recuerda dentro de aviación comercial, el 80% nos recuerda a nosotros dentro de las Top 3, casi el 90% de pasajeros que viajan por avión alguna vez han viajado en Lan Perú y el 50% siempre viajan en Lan, de los cuales el 42% prefiere viajar en Lan. Entonces, creo que esto también es una buena muestra del nivel de satisfacción de nuestros pasajeros y el servicio que nosotros estamos comprometidos en dar.

EI GERENTE GENERAL DE STAR PERÚ, Sr. Omar Cruzalegui Flores.— Yo creo que la exposición hecha por Juan Luis nos releva, en verdad, y vamos a ganar mucho tiempo, porque el concepto de manejo de línea área lo tenemos que aplicar todos, porque si no estaríamos fuera del mercado. Lógicamente que cada línea área desarrolla su propia estrategia y nosotros hacemos las nuestras.

Señaló, que el manejo empresarial lo podemos hacer nosotros, pero tenemos tres variables, que para nosotros es importantísimo y que no lo manejamos, que es el caso del combustible, que lo maneja Petroperú; es el caso de LAP, la concesión del aeropuerto internacional; y Corpac, aeropuertos de provincias que no están privatizados.

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

En el caso de LAP, las líneas aéreas en un par de años vamos a pagar el 400% de incremento en los precios de alquileres, accesos y todo lo que nos cobren. Esas son variables que nosotros no la podemos manejar definitivamente. Por eso, una parte como empresarios, como gerente de la empresa, ejecutivo de la empresa sí la podemos manejar; pero estas tres variables no la manejamos nosotros y depende mucho de la forma como el combustible hemos visto, por ejemplo, el último ejemplo que tenemos, con los rehenes de Irán, los ingleses en Irán, el combustible se disparó a 70 dólares, de 60 dólares que estaba en el mercado, y nosotros tuvimos que asumir todo eso. Y no hemos obtenido, de parte de Petroperú, absolutamente ningún tipo de ayuda.

El otro tema, está relacionado con la participación del Estado en protección de sus líneas aéreas. Estados Unidos después del 11 de setiembre ha invertido miles de millones de dólares en sus líneas aéreas. ¿El Estado peruano cuánto ha invertido en nosotros? Por eso sería importante, que si existe una próxima reunión, estén presente los directivos de LAP, Corpac y Petroperú, que son actores principales en el desarrollo de aviación comercial en nuestro país.

EI GERENTE GENERAL DE STAR PERÚ, Sr. Omar Cruzalegui Flores.— En verdad, nosotros estamos trabajando, en el Ministerio de Transportes hemos presentado, al nivel de AETA, un documento de lo que nosotros aspiramos. Pero en estos instantes, le digo, nadie puede manejar el precio del petróleo, fluctúan de acuerdo a las circunstancias políticas muchas veces, ni siquiera política nacional, sino política internacional. Estamos hablando del caso de Irán con los rehenes ingleses, se disparó el precio del combustible. Igual, Petroperú, nosotros, al día siguiente del incremento de este costo, tuvimos que pagar ese incremento. Son variables que nosotros no la manejamos.

EI REPRESENTANTE LEGAL DE STAR PERÚ, Dr. Javier Guzmán Pardo Figueroa.— Señaló, la industria aeronáutica en nuestro país tiene costos que, sencillamente, son ajenos, y que una empresa comercial en el medio peruano no los puede manejar.

Además, de los costos ya mencionados por nosotros, está el combustible, está LAP, Corpac, están también el tema de seguros, que a raíz también de los atentados del 11 de setiembre, los seguros en el rubro de aviación es uno de los costos más importantes que tiene nuestro medio.

Ahora bien, la economía de nuestra empresa evidentemente es bastante diferente a la economía de otras línea aéreas, como la principal línea área que es LAN, Star Perú ocupa únicamente, en este caso, aproximadamente el 15% del mercado comercial. El rubro básicamente de Star Perú va, de un lado, lo que es el negocio de charter y, adicionalmente, el negocio comercial, de manera diferenciada. Volamos aproximadamente con un total de 30 mil pasajeros mensuales, pero con objetivos evidentemente —como bien estamos mencionando— distintos a la principal línea aérea del medio, que es LAN Perú.

Estamos en un marco evidentemente de un crecimiento interesante para nosotros, pero sujetos en la fijación de tarifas, definitivamente, lo que es la oferta y demanda que se define en el mercado. La oferta y demanda, como se define en el mercado, sujeto a los costos —ya mencionados— y, adicionalmente, al tema tripulación, que no se ha hecho referencia, al tema de arrendamiento de aeronaves, que también se tiene que pensar que es un monto también bastante importante. Los costos de compra de una aeronave —como bien ha mencionado LAN Perú— también son siempre importantes, no son parte de la LAN Perú y Star Perú, los costos de inversión totalmente distintos.

Nosotros en el medio peruano tenemos volando con tres Boeing 737-200 y, adicionalmente, volamos con dos Antonov, que son básicamente aviones de pasajeros en lo que son las línea de charter, las líneas de todo lo que es la zona del oriente peruano.

Entonces, para la fijación de tarifas, que es el tema materia de punto de Agenda, definitivamente, tenemos que considerar aquellas variables que no puede una empresa aérea definitivamente manejar, que son estos costos de combustibles, seguros, LAP, circulación y los costos aeroportuarios.

Nuestra empresa define sus tarifas por la oferta y la demanda, tiene tarifas diferenciadas definitivamente, porque el mercado así lo establece; pero en ningún momento nosotros fijamos precios que de alguna manera puedan afectar ni al consumidor ni menos aún al mercado. Siempre dando preferencia en el servicio a lo que es primero la seguridad.

Nosotros como empresa aérea estamos supervisados todos los días por la autoridad de aeronáutica que en nuestro medio es la Dirección General de Aeronáutica Civil, la autoridad que primero le concede a una empresa aérea lo que es el permiso de

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

explotador. Para uno tener el permiso de explotador debe tener primero capacidad legal, luego capacidad económica y luego capacidad técnica. Son los tres requisitos para poder tener el servicio de explotador. Y luego de eso, recién una empresa aérea tiene la aptitud de poder certificar un material aeronáutico, es decir, una aeronave. Antes de poder volar en nuestro medio hay que seguir unos pasos y unos requisitos que son definitivamente muy importantes, y el primer procedimiento que una empresa aérea tiene que hacer en nuestro país es seguir y ceñirse a todo lo que son las regulaciones aéreas peruanas, que son las RAP, que la establece la Dirección General de Aeronáutica Civil.

EI PRESIDENTE DEL DIRECTORIO DE AERO CÓNDOR, Dr. Carlos Palacín Fernández.— Señor Presidente y a los miembros de la Comisión, muchas gracias por invitarnos, y nos sentimos muy comprometidos con esto, y vemos que están defendiendo al usuario, que es nuestra razón de ser también, es de atender al usuario, o sea que estamos en la misma línea. Usted recién hizo referencia a una pregunta, que no se le contestó, qué puede hacer el Estado por las líneas aéreas.

LAP, que aproximadamente nos lleva un 6% del costo de la operación, el 46% más el 29% es para el Estado, es una regalía que tiene el Estado. Cuando se firmó la concesión del aeropuerto internacional justamente lo ganó una empresa que es LAP. ¿Y por qué lo ganó? Porque fue la que mayor ofreció dinero al Estado, el cual pretendía aproximadamente un 25%; sin embargo, la empresa le ofreció el 46,6%. Si el Estado optara, y quiera ayudar a las líneas aéreas peruanas, que realmente la necesitan, tendría que renunciar posiblemente a una parte o al total de ese 46%.

El otro punto, tenemos lo que cobra Corpac es la institución que controla el tráfico aéreo, que más cobra en todo el continente, pagamos por cada kilómetro que volamos, como si fuera un peaje. Por cada kilómetro que volamos nosotros estamos pagando, creo, que alrededor de 20 centavos de dólar por kilómetro.

Hubo una empresa ecuatoriana empezó a volar de Loja a Piura, y cuando llegó a Piura le cobraron 2 mil 500 dólares en un vuelito que no llegaba ni a 40 ó 45 minutos, y esa empresa se fastidió tanto que hizo un solo vuelo y no volvió más. Y hay muchas empresas —que se le puedo confirmar— de aviones que no quieren pasar por el Perú por el alto costo de esta tasa, que se llama SNAR, que es lo que usted paga por kilómetro.

El problema del combustible, vemos que es una situación internacional; pero, sin embargo, en otros países es un poco más barato de lo que se paga acá. Nosotros calculamos que un 55% del costo de combustible, costo de LAP y costo de Corpac suba al 55%. O sea, nos queda solamente un 45% para poder jugar nosotros, para poder cobrar las tarifas.

Nuestra empresa que tiene el menor costo de los pasajes, porque creo que es algo de 38 dólares el costo mínimo, igual que LAN, pero el costo máximo que tenemos nuestros pasajes llega a 102 dólares. No sé cuánto llega las otras empresas, porque efectivamente tenemos las mismas políticas y es la política de todas las empresas áreas del mundo, hoy en día segmentar el avión para que puedan volar más pasajeros.

Sin embargo, yo pienso que acá en el Perú tenemos una sobreoferta de asientos, porque no volamos con los aviones llenos, yo pienso que tan solo estamos volando el total con un promedio tal vez 65% ó 70% de la ocupación del avión, y cada asiento vacío que va es una cosa, como bien lo dijo, lo perdemos, es una cosa predecible. Ese asiento llegó a su destino y es como si hubiera perdido la carga.

EI GERENTE GENERAL DE AERO CÓNDOR, Dr. Carlos Doimi Gerskes.— En principio, mi agradecimiento por estar presente en esta comisión y también felicitar a nuestros compañeros en el negocio, por sus apreciaciones sobre el tema aéreo.

Sin embargo, poco hemos podido escuchar en esta oportunidad respecto a las inquietudes y la carta que la comisión contemplaba, hablaba del malestar de los usuarios por el alto nivel de los precios.

Se ha hablado claramente que el alto nivel de los precios está incluido por altos costos también en el mercado de determinados servicios que sí el Estado debería participar en ello, y tratar de rebajarlos en lo más posible.

Pienso que en una salida ideal sería la modificación del contrato con LAP, porque esto está duplicando el valor a nivel internacional de los servicios que se prestan en el aeropuerto.

El alto y abusivo costos de las penalidades. Nuestra empresa es una empresa que cobra la menor penalidad a los usuarios por cambio de horarios o cambio de fecha.

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

La sobreventa de los pasajeros, este es un tema que realmente Indecopi vigila permanentemente, que esto no se ve. Estaríamos en una situación de prácticas predatorias si el segmento de las tarifas más bajas son utilizadas irracionalmente, debiera existir en todo caso una vigilancia sobre este tipo de prácticas si es que estas se presentaran.

Situación de los derechos de concesión de nuestro espacio aéreo. Está en manos de nuestras autoridades aeronáuticas, que la estructura actual de la Dirección de Aeronáutica Civil es una estructura al nivel de dirección.

Pienso que dada la importancia que tenemos frente a la conectividad interna en el Perú y la falta de conectividad a determinados puntos del país, es necesario darle un marco adecuado a la Dirección de Aeronáutica Civil, constituir, como en otros ejemplos se dan en el subcontinente, una junta de aeronáutica civil, dada la importancia que esta dirección debiera tener.

Tenemos una dirección en un nivel de un ministerio muy baja, y la actividad aérea debe de rescatar una posición mayor respecto a lo que significa como importancia de desarrollo de país. Falta de transparencia, el capital extranjero en la propiedad de las empresas.

Hoy en día la ley permite hasta un 70% de capital extranjero en las empresas nacionales, por eso es que tenemos a una LAN Perú de capitales propiamente chilenos. Falta de transparencia e información adecuada para los usuarios. Hoy en día tenemos mucha información para el usuario en todos los medios de comunicación.

Incremento abrupto y exagerado en 200% de los precios de los pasajes en temporadas de festividades. Nuestro caso como línea aérea no es tal, nosotros mantenemos las tarifas que le hemos indicado, no existe ese supuesto.

Denuncia sobre maltratos y discriminaciones. Nuevamente me refiero a Indecopi, nos maneja muy preciso y nos observa permanentemente respecto a los tratos que tenemos con los usuarios.

EI PRESIDENTE DEL DIRECTORIO DE INDECOPI, Dr. Jaime Thorne.— Señaló, que Indecopi tiene un encargo legal muy preciso, y por eso como cuestión previa creo que es importante que se destaque dentro de qué marco legal se desarrolla el Indecopi y a qué obligaciones debe atenerse el Indecopi dentro de la Constitución y dentro de la ley.

Esto es, Indecopi no puede ir más allá de este marco, que ya nos señala la Constitución y nos señala la ley.

Ahora, qué pasa con el malestar de usuario sobre alto nivel de los pasajes aéreos, el alto y abusivo costos de penalidades por cambio de condiciones de vuelo, incremento abrupto y exagerado en los precios de los pasajes en festividades o temporada alta.

Ahí tengo que referirme nuevamente a eso, es una economía social de mercado y la aerolínea está en plena libertad de decidir qué precio pone. A mayor demanda, mayor precio, es inevitable. A mayor oferta, los precios caerán.

Eso no lo podemos controlar, no lo podemos manejar, no podemos intervenir en ese tema, es absolutamente libre de acuerdo con las condiciones legales y constitucionales que tiene el país.

Entonces, en ese tema de incremento de valor de pasajes es natural que en épocas de demanda, como es Semana Santa, Fiestas Patrias, Navidad, los pasajes aumentan. Ocurre no solamente en el Perú, ocurre en otras latitudes. Y si nosotros vamos a estar dentro de un mundo globalizado donde se exige es una economía de mercado, tenemos que respetar esas premisas que son fundamentales.

En lo que sí Indecopi es un guardián celoso frente a la acción de las empresas es en la información que debe darse al consumidor. Nosotros sí somos guardianes del consumidor y sí somos exigentes en el tema. O sea, lo que sí nosotros vamos a exigir y siempre lo vamos a pedir a las empresas es una información clara, precisa, al consumidor. No una información deficiente o errónea respecto a las características, o muchas veces información limitada.

El agente económico en eso debe ser transparente y debe dar la información. Los precios, como decimos, están determinados por la oferta y la demanda. La intervención del Estado, no puede.

Qué pasa con un tema que es una práctica usual en el negocio aéreo, no solamente en el Perú sino en el mundo entero. El tema del *overbooking* o la venta de exceso del avión. Eso es una práctica usual en el negocio aéreo. Ahora bien, está también

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

contemplado en la Ley Aérea de que ellos tienen que cumplir con obligaciones cuando venden un pasaje y no pueden cumplir con el consumidor, están obligados en algunos casos a reintegro, en otros casos a mantener el pasaje y pagar el hotel al adquirente y reintegrarle los costos de alojamiento y de habitación del pasajero. Ese es una obligación que tienen que cumplir, ellos saben el riesgo que se corre y es una obligación, muchas aerolíneas incluso pagan más allá de los valores de los pasajes para que el pasajero no reclame.

¿Qué pasa en el tema de información adecuada y relance para los usuarios? la línea tiene la obligación de informar de manera adecuada y oportuna, porque el que adquiere tiene que saberlo. En un país como el nuestro y sobre todo, no en las clases más influidas, sino en las clases que casualmente, como decían ahora los operadores aéreos que quieren incorporar al mercado aéreo, son clases que no tienen las condiciones educativas o las formaciones.

En eso ellos tienen que entender eso que están incorporando al mercado clases que tienen menos posibilidades de conocer esas condiciones, ellos están en la obligación de informarles de manera adecuada y oportuna a qué está sujeto, a qué restricciones o a qué beneficios está sujeto el pasaje que vende.

Otro tema importante es que el itinerario de vuelo debe ser cumplido y se debe respetar. En eso tiene que actuar el agente económico en la forma programada a fin de no afectar los vuelos previstos. La comisión, por ejemplo, ya ha sancionado empresas por cancelación de vuelos por falta de diligencia, y eso la comisión es muy estricta.

El cronómetro aéreo. Esto es una cosa que nos permite al Indecopi brindar al consumidor las herramientas para la toma de decisiones, así como el fomento de la competitividad. Creo que es una de las cosas quizás más importantes que debemos de ver de estos cuadros.

Aquí tenemos, por ejemplo, cuáles son la probabilidad total por aerolínea, y vemos muchas de las aerolíneas extranjeras, el porcentaje de retraso, las cancelaciones y las reprogramaciones. Quien preside este grupo Air Madrid, bueno, que ya no está, pero estaba dentro de las estadísticas que teníamos. Le seguía el Comex, Delta Airline, después están aerolíneas, LAN Perú está, por ejemplo, debajo del promedio, está en 13,89%, porque tiene retrasos del orden del 13,62% y cancelaciones 0,20%, Lapsa está en 13,79; Lan Chile en 13,34; Aerosur en 13,27; Lloyd Aéreo Boliviano en 11,54; KLM en 10,67; Taca en 8,51; *Copa en 6,58; y así sucesivamente. Esto es importante y lo estamos dando a conocer, porque queremos que el consumidor sepa cuáles son sus *posibilidades.

Por otro lado, tenemos las probabilidades de ocurrencias en vuelos aéreos internacionales, al igual ahí le señalamos al consumidor que puede ocurrir con sus vuelos, cuáles son las aerolíneas confiables y cuáles son las menos confiables y qué posibilidades tiene que pueden ocurrir con sus vuelos y con sus adquisiciones como consumidores de estas aerolíneas.

Aquí nuevamente vemos, por ejemplo, la línea americana Delta Airline tiene 24% de retrasos, la línea boliviana tiene 22%; Continental 22%; Aerovías México 22%; Aerolíneas Argentinas 19%; Iberia 19%, Aeropostal 16%; El Comex 15%; American Airline 15%; Lan Chile 10%; Lan Perú 7,4%; KLM 6,45%; Taca 5,97% y así sucesivamente. Ahí están incluso las cancelaciones que en la mayoría de los casos son cero, no han habido cancelaciones y en algunos ha habido sí reprogramación.

La probabilidad de posibilidades en vuelos aéreos nacionales, este es un cuadro de lo que ocurre en el mercado nacional. El mercado nacional tiene una aerolínea Apsa, es una aerolínea pequeña que tiene el 56,67% de posibilidades, o sea, retrasos de todas maneras uno de cada dos, no hay duda. Después está Huayra, que ya no está en el mercado, pero tenía un 25% de retraso, Lan está con 14,67; Taca con 7,83% y otros con 3,53%.

En cancelaciones de Lan Perú 2,15% y después de Taca 0,87% cancelación. Entonces, esto sí es importante destacarlo y eso sí lo queremos siempre difundir. Probabilidad de ocurrencia en vuelos nacionales, también están los cuadros y ahí están las estadísticas de lo que ha venido ocurriendo, acá el que tiene más probabilidades de ocurrencias ha sido Taca con el 18,52%; Apsa con 10%; Star con 10%; Lan Perú con 8,75%; con un promedio total de 7,09%.

En febrero del 2007; Star tenía 13,30%; Taca 12,50%; Lan Perú 7,30%; esos fueron retrasos. Y hubieron cancelaciones, por ejemplo, acá es importante destacar no se dieron cancelaciones de Star y hubieron cancelaciones también de Lan Perú 1,54%; Aerocóndor tenía 2,7% de retraso y no tuvo cancelaciones ni reprogramaciones.

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

Ahora, que otras acciones tiene Indecopi y esto es importante destacarlo. Nosotros actuamos o bien de oficio o bien por denuncia de parte, como es conocido nosotros estamos regidos por el Decreto Legislativo N.º 807 y podemos iniciar estos procedimientos bien a solicitud de parte o bien de oficio.

Uno de los elementos importantísimos que tienen estos dispositivos legales, es la prohibición de realizar selección de clientela, esto hay que entenderlo. O sea, nadie puede decir yo voy a llevar solamente determinado tipo de clientela, eso no existe; porque no se puede excluir a personas o realizar otras prácticas similares que sean discriminatorias.

Lo único que puede ocurrir en algunos casos, puede haber causas de seguridad del establecimiento o tranquilidad de sus clientes u otras razones objetivas y justificadas.

Por otro lado, los proveedores, los agentes económicos, en este caso las líneas aéreas son responsables por la idoneidad y la calidad de los productos y servicios que presta, esa es una exigencia, las líneas aéreas lo conocen. Creo que la mayoría de ellas casi en un 100%, además sus procedimientos lo establecen, tienen que ser exigentes en ese cumplimiento.

Lo que sí podemos destacar, es que hay un procedimiento de oficio porque fue público que afectó además a dos congresistas de la República y que está en este momento en camino este procedimiento de oficio, porque hubo un presunto maltrato a las congresistas, lo que hay que determinar es si efectivamente fue discriminación o fue maltrato y si procede o no procede sanción y qué nivel de sanción. Eso está en manos de la comisión y se está en este momento estudiando y llevando adelante.

¿Qué otras medidas y condiciones onerosas o abusivas que atentan contra los derechos de los consumidores? Está el tema del equipaje, las aerolíneas sí son responsables por los deterioros o extravíos de equipajes durante el viaje, ya que debe ser entregado concluido el viaje en las mismas condiciones en que fue embarcada. En el caso de que el contenido del equipaje no haya sido declarado, como resulta en la mayoría de los casos, se aplica lo estipulado por el artículo 270.º de la Ley de Aeronáutica Civil; esto es, que el transportador deberá abonar una suma equivalente a 17 derechos especiales de giro por kilo de peso registrado.

De manera tal, que el consumidor si quiere un reclamo distinto deberá antes de embarcarse declarar lo que tiene el contenido de su equipaje para poderle exigir a la aerolínea luego el pago.

En materia de horario, existen casos excepcionales en lo que la demora o salida de un vuelo puede resultar tolerable, conocido las malas condiciones meteorológicas, atentados, amenazas terroristas, accidentes, etcétera. De no haber de por medio estas condiciones, el retraso y cancelación sí constituye un servicio no idóneo.

Además la aerolínea es responsable en los casos de inejecución total o parcial del servicio a los pasajeros de cubrir con los gastos de alimentación, comunicaciones y desplazamientos que sean necesarios mientras dure la interrupción. Ellos sí están obligados, a cumplir con estas obligaciones.

Por su parte, el Indecopi tramita estas denuncias presentadas por los consumidores, es una denuncia de parte y también como decía, procedimiento de oficio. En el caso, por ejemplo, que ha sancionado aerolíneas por incumplimiento de sus obligaciones ante los consumidores, el caso de Aeropostal, *Alas de Venezuela, 50 UIT por pérdida de equipaje, retrasos y cancelación de vuelo, Air Madrid Líneas Aéreas sucursal del Perú, 60 UIT por retrasos y cancelaciones de vuelo.

Acá tenemos una estadística que es interesante detallar, de denuncias presentadas en el sector de transporte aéreo del 2005 al 2007. Como vemos hay un incremento, del 2005 fueron 85 y se impusieron 60 UIT, en el 2006 fueron 118 y se impusieron 179,5 UIT; y en el 2007 estamos ya en 164 denuncias presentadas en el sector transporte aéreo, esto no está ahí detallado, las denuncias que son declaradas fundadas o infundadas, es el volumen total de denuncias presentadas.

Tenemos acá las estadísticas de denuncias en el sector aéreo según motivo, acá tenemos el caso y lo hemos dividido entre equipaje, cancelación, retraso, reembolso, sobreventa, encomienda y otros. Los más destacados son los reclamos por equipaje y están del año 2005, 2006 y 2007.

En el caso de equipaje, por ejemplo, el 2005 fueron 23, subió mucho en el 2006 a 37, y hoy día en el 2007 está en 18; si sigue la curva podría equiparar o incluso exceder a la del 2007.

En cancelación, sí hay un declive, vemos que las cancelaciones en el 2005 fueron 11, en el 2006 fueron 15 y en el 2007 fueron 4, si sigue la curva podría ser entonces menores las cancelaciones que hubieron el año pasado.

En los retrasos, igualmente vemos un declive importante, esto creo que es saludable para la industria. En reembolso, en el 2006 hubo 22 reembolsos versus los 6 que hubo en el 2005 y los 4 que ha habido en el 2007, en el primer trimestre del 2007. En sobreventa, vemos un declive evidente, porque como lo explicábamos este es un costo para la aerolínea, seguramente ellos están cuidándose de no hacer esos reembolsos que les corresponde hacer en caso de que hayan vendido la totalidad de los pasajes y después no puedan cumplir con el pasajero. En encomiendas, también ha habido un declive y en otros hay una

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

curva similar a la de (ininteligible) y es probable que la del 2007 sí sobrepase los reclamos. Y ahí están todas las acciones desarrolladas por Indecopi.

EI CONG. RAFFO ARCE.— A través de la Presidencia darles la bienvenida a los señores operadores presentes el día de hoy, y decirles para que no se lleven una impresión equivocada, informarles que no todos estamos aquí de acuerdo con los términos en los que ustedes han sido invitados.

Hay tres puntos que a mí me parecen verdaderamente un exceso: el malestar de los usuarios o del alto nivel de los pasajeros aéreos por efecto del abuso de posición de dominio, el alto y abusivo costo de las penalidades que deben asumir los usuarios frente al cambio y las condiciones de vuelo, incremento abrupto y exagerado hasta en un 200% en los precios de los pasajes en época de festividad.

No hay que confundir defensa del consumidor, en la que todos estamos comprometidos, con control de precios. Porque, a menos que yo no me haya dado cuenta, el régimen, como lo ha aclarado el señor de Indecopi, que vive este país, es de mercado libre, de mercado abierto.

Entonces, nos parece que esta comisión entra en un terreno sumamente peligroso, si entramos y vamos a centrar a todas las empresas privadas para que nos den explicaciones sobre sus precios.

Sin embargo, esto significa que estamos entrando en temas que no son nuestra competencia. Y que nosotros queremos dejar sentada nuestra voz de protesta frente a esta situación, que nos parece verdaderamente un exceso, no solo por los temas sino por los términos en los que se hace. No hay que confundir las cosas.

Hay otro camino para bajar los precios y el mercado lo está demostrando. Nosotros deberíamos traer a estos señores para ver cómo fomentamos mayor inversión, cómo hacemos que los señores tengan más aviones, cómo generamos más competencia, que lo está demostrando en todos los sectores.

Y solo así, tendremos menores precios, tendremos mayor oferta, tendremos mejores servicios; pero esa es nuestra misión.

DEI PRESIDENTE.— Es un oficio 1272 remitido a todas las representantes de las líneas aéreas para que en base a los reclamos de usuarios, no a la voluntad del presidente de la comisión, sino a los reclamos reiterados de los usuarios, de centenares, que están registrados en los archivos de la comisión. Hemos tenido que en cada uno de los reclamos especificar qué reclamos nos han llegado.

Nosotros somos una Comisión de Defensa del Consumidor y no podemos sino procesar, tramitar y gestionar estos reclamos. Respeto la posición del congresista Raffo, que ya es conocida, pero nosotros que escuchar a los ciudadanos. Y todos estos puntos que están acá han sido archivados en el registro de denuncias de la Comisión. Y por eso nos hemos visto en la obligación, incluso le hemos llegado un pedido telefónico al doctor Emilio Rodríguez Larraín para que nos pueda hacer llegar la información, antes de convocarlos a esta comisión acá, somos muy respetuosos; pero también cumplidores de la ley.

EI CONG. GALARRETA VELARDE .— No hay mejor defensa del consumidor que la total y transparente información. Si un consumidor hace una denuncia a la Comisión de Defensa del Consumidor, por ejemplo, porque hay un incremento abrupto y exagerado creo que es obligación de los parlamentarios informarles que así funciona cuando hay una mayor demanda. Es decir, hace poco que hemos acabado, un tiempo atrás Semana Santa, usted hoy día va a comprar bacalao, obviamente está mucho más barato que en la época de Semana Santa, en Semana Santa va a subir doscientos, trescientos por ciento. Esos son principios básicos de economía.

Suscribo lo que ha dicho el congresista Raffo en este caso, específicamente, porque muchos de acá de los señores invitados han agradecido que los hayan invitado, pero yo estoy seguro que no están tan agradecidos en el fondo, son educados, quieren agradecer para que no se vea mal.

Pero la Comisión de Defensa del Consumidor, yo estoy de acuerdo y creo que usted lo hace con muy buena voluntad de defender al consumidor, pero estamos equivocándonos de camino.

La vez pasada estuvieron acá los panificadores y se acuerda usted, incluso yo le señalé, el pan, algunas cifras citamos, porque dice que los precios del trigo habían subido, habían caído y por qué el pan no bajaba.

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

Entonces, yo creo que nos estamos confundiendo enormemente de camino cuando traemos a las empresas. Mas bien hay temas importantísimos, como el que he escuchado hoy día como el caso de LAN, que habría que traer mas bien a los señores de Ositrán para que nos expliquen exactamente qué ha pasado y cómo se puede mejorar.

Lo que ha dicho el congresista Raffo es muy cierto, hay que traerlos para ver cómo mejorar las inversiones, cómo incrementar inversiones, cómo generar más puestos de empleo.

Creo que nosotros deberíamos aprovechar, ya que los señores que están dejando horas de generación de recursos para el país, porque son finalmente empresarios, aprovechar que vengan justamente para darnos cuál es la parte que el Estado debe hacer, que lo primero que debe hacer es no meterse en la economía. Que creo que por ahí felizmente este gobierno va bien porque no hace nada.

Entonces, creo que lo primero que no debe hacer es meterse en la economía el Estado.

Y lo segundo es recoger dónde podemos corregir algunos mecanismos, como el caso de LAN, como el caso del combustible. Defensa del Consumidor es por ejemplo exigirle a este gobierno que inicie la política de concesión de tantos puertos para que tenga un mejor servicio el consumidor. Insisto, yo sé que usted tiene una visión diferente a quienes creemos en la competencia, en el mercado.

Para poder encontrar un punto de equilibrio, lo que hace en un cruce de economía para llegar al punto de equilibrio es que sube el precio para que la demanda baje, y si todavía la demanda es mayor sube el precio para que la demanda cada vez sea menor, hasta que encuentre el punto de equilibrio.

Pero esta relación de preguntas, la verdad yo me he sorprendido, ahora que me han entregado la copia de los oficios, porque sí puede distorsionar y pueden pensar los señores que están acá sentados, que nosotros nos vamos a convertir en unos fiscalizadores de los precios.

Creo que el señor Jaime Thorne, que está a cargo de Indecopi, creo que está cumpliendo una labor bastante importante, y es mas bien justamente coordinar con Indecopi para ver cómo está la calidad del servicio, las denuncias que se han presentado, cuánto se ha mejorado, si ha habido algún ratio o algún indicador de mejora en solución de denuncias, en plazos de solución de las denuncias.

Es decir, no son los empresarios a los que nosotros vamos acá a preguntarles por qué hay precios tan caros o por qué hay fechas donde el precio se dispara. Porque en todo caso, más que a los señores que están acá, traigamos un par de economistas para que nos den una charla pues de economía y nos demuestren por qué suceden estas cosas.

Yo, señor Presidente, con el respeto que le tengo, le sugeriría que en la documentación, porque a veces la gente puede pensar que la Comisión de Defensa del Consumidor todos piensan igual y tenemos esta visión de querer traer a la gente para evaluar y controlar precios.

Que se tenga mucho cuidado para la hora de invitar ya sea a funcionarios públicos o el sector privado, porque se le puede justamente haber cursado una invitación con preguntas muy generales para escuchar de lo que ellos nos pueden decir y llamar la atención, como funcionarios públicos, dónde se pueden corregir algunos aspectos que mas bien van a redundar en mejora del servicio al consumidor.

Pero sí quiero señalar, igual que el congresista Raffo, no solo mi rechazo, sino mi total discrepancia por los temas para los que se les ha invitado. Menos mal que he escuchado otras cosas más importantes a estas preguntas, pero no confundamos la misión o el objetivo de la Comisión de Defensa del Consumidor. Todos, al igual que usted, queremos defender al consumidor.

Pero, termino con lo que inicié, defender al consumidor también es explicarle, no solamente es agarrar las denuncias y poder traer a cualquier empresa o a cualquier sector público, es explicarle al ciudadano, aunque no sea popular, aunque perdamos votos, explicarles que los precios se disparan porque la oferta y demanda funciona así. O en alguna fecha sube doscientos, trescientos por ciento, porque hay mayor demanda, aunque perdamos votos.

DEI PRESIDENTE.— Nosotros en el Parlamento venimos de diferentes tiendas políticas y de ideologías y de puntos de vista. Yo respeto a mis colegas, hemos discrepado siempre en una serie de temas en la Comisión de Defensa del Consumidor.

Sin embargo, fíjese, hay un artículo constitucional que nos obliga a nosotros defender al consumidor. Cuando vemos algunos problemas, no nos podemos quedar callados, obviamente tenemos que llamarlos a algunos operadores de servicios, en este caso a líneas aéreas, a efecto de que nos puedan traer una explicación.

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

Y yo veo que la situación que se dice acá, difiere totalmente de lo que está pasando en las calles y en los aeropuertos, y en las regiones. Y por eso los hemos convocado, dice: para que se sirva realizar una exposición referidos a estos puntos, algunos dirán cierto, otros dirán no es cierto. Esto es cierto, esto no estamos de acuerdo. Pero son términos que no estamos afirmando, sino una exposición sobre estas denuncias reiteradas. No, una denuncia, pues que sería exagerado en base a una denuncia convocarlos y molestarlos en su tiempo, sino que vemos que ya están viniendo reiteradas denuncias respecto al costo de los pasajes.

Yo quiero decir algo que les dije a los representantes de LAN, por ejemplo, es obvio que hay una posición de dominio. Es una gran empresa, que nos alegramos que opere en el Perú, está bien que opere en el Perú, que tiene muchos aviones, una línea aérea económicamente muy fuerte sobre otras líneas más pequeñas, obviamente hay una posición de dominio.

Eso lo tiene que controlar el Estado, materia que tiene que controlar el Indecopi, no estamos diciendo que controle los precios, sino ver si el gran poder económico de esta empresa, que tiene una actividad mundial, está llevando las tarifas adecuadamente o inadecuadamente en el país. Eso no es un pecado, no estamos queriendo perjudicar a nadie. No estamos diciendo que le ponga el Indecopi los precios a LAN, o a Star Perú o a Aerocóndor, sino si es que es la posición de dominio de una de las empresas, es obvio que nosotros vamos al aeropuerto y vemos pues que hay más aviones de una empresa frente a las otras.

Entonces, si esto está influenciando en estos incrementos de tarifa. Yo le he dicho al doctor Emilio Rodríguez, presidente del directorio de LAN, que yo no encuentro ninguna explicación, por ejemplo, y por eso los he llamado para que nos puedan explicar, yo por lo menos no he escuchado algún argumento así contundente, de que en un mismo día para una misma fecha un pasaje en LAN esté 224 dólares al Cusco, y en las otras líneas está en 70 ó 90 dólares, cuál es la explicación técnica ahí. ¿Eso está bien? Yo quisiera escuchar si eso está bien o está mal, porque con esa misma tarifa yo me voy al extranjero.

El doctor Thorne no nos ha dicho mucho sobre ese particular, o sea, más adelante nos puede dar una explicación por escrito si no tiene los datos en este momento. Pero es eso, por ejemplo, cuando distinguidos amigos de las líneas aéreas por equis razones, yo me enfermo o más tarde quiero ir a hacer un cambio de pasaje, hay una fuerza mayor o un saludo o un asunto de fuerza mayor; yo tengo que pagarle una penalidad a una líneas aérea.

El señor me dice: No, usted tiene que pagar una penalidad acá, no viaja, no le cambiamos el pasaje.

Entonces esas preguntas, por ejemplo, porque yo voy a los aeropuertos y cuando voy como parlamentario, me preguntan en los aeropuertos, en las calles: Me han cobrado 50 dólares, me han cobrado por cambio de pasajes 150 dólares si me cambian un viaje internacional o me han pedido entre 20 y 10 dólares en boletos nacionales.

La estructura de costos responde a estos precios. Yo no sé si preguntar eso, está mal, estamos trayendo abajo la inversión nacional, no es un país democrático donde hay puntos de vista distintos y que en la aclaración de esos puntos distintos se puede avanzar en determinada actividad, en este caso en las líneas aéreas.

Por ejemplo, aquí me ponía la Asesoría un viaje de Lima-Los Ángeles-Lima, un cambio de pasaje, un cobro por cambio de fecha y es 188 dólares. Cosas de esa naturaleza, que yo no sé si eso tenga alguna razón, yo veo que sí.

Lógicamente nosotros necesitamos algún tipo de explicación, no podemos quedarnos callados. Yo podré decirle a un pasajero, le explicaré desde mi particular punto de vista, pero queremos de la misma fuente escucharlo.

Qué está pasando con las tarifas de las líneas aéreas, yo le juro que no he encontrado en realidad una explicación contundente, transparente y clara que me haya convencido el día de hoy, por ejemplo, que las cosas van en forma normal.

Yo a mis colegas los respeto, yo les tengo mucha consideración, las diferencias en este país son absolutamente comprensibles, pero yo tengo una obligación fundamental que es la defensa del consumidor.

A los distinguidos miembros de la línea aérea, ahí le he entregado al congresista César Zumaeta un proyecto de ley que Alianza Parlamentaria ha presentado, que pide que la Comisión Proinversión sea una comisión ordinaria que tenga que aprobar también leyes, no solamente una comisión de estudio, sino una comisión ordinaria que impulse la inversión y el desarrollo a través de la aprobación de leyes.

Nosotros no estamos en contra de la inversión, lo que pasa es que es un discurso general que nos lanzan cuando nosotros reclamamos por el fuero. Pero estamos pidiendo que la Comisión Proinversión apruebe leyes a favor de la inversión en el Perú. Pero también tenemos que ocuparnos de esto que la población nos está pidiendo una aclaración.

EI PRESIDENTE DEL DIRECTORIO DE LAN PERÚ, Dr. Emilio Rodríguez Larraín.— En primer lugar, no hemos querido entrar a responder punto por punto las ocho derogaciones de su carta, porque pensábamos que es mucho más ilustrativa era justamente una presentación como la habíamos hecho.

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

Una presentación que refleja que el promedio de la tarifa ha bajado sustancialmente y ha permitido que más peruanos accedan al uso del transporte aéreo, prueba de ellos son las estadísticas que simplemente reflejan una realidad.

La realidad es que han aumentado en un promedio más de 30% los peruanos que son pasajeros. Y eso ha bajado, pero la tarifa baja pero en otro lado también sube la tarifa.

Y en un avión pueden haber pasajeros que han pagado distintos precios, distintas tarifas, uno puede haber pagado 38, otro 42, otro 58; y eventualmente, uno que ha pagado 150 dólares ó 120 dólares, y eso se da en todas las líneas aéreas del mundo. Es el manejo de la administración de precios de la cabina que justamente permite dar posibilidades a que mayor gente vuele bajando más en la tarifa.

Y las restricciones con las penalidades que usted ha mencionado, están un poco de la mano, aquella tarifa que le cuesta mil 500 dólares que es a Miami.

DEL PRESIDENTE.— Estamos preguntando en esa fecha, como vinieron una serie de denuncias y le comuniqué a usted por teléfono, me decía uno de ellos: Oiga, señor, me están cobrando 224 dólares y no me han vendido medio pasaje.

No vendían medio pasaje y en la explicación nos ha dicho y eso quisiera que nos aclare: Porqué ante más caro el pasaje, creo que hay más flexibilidad en el servicio, no sé, de la posibilidad de tener mayor ventaja,

Pero no vendían medio pasaje, los usuarios han tenido que pagar por un niño de seis, siete, ocho años pasaje entero.

Las otras líneas aéreas, vendían medio pasaje. Al menos tres veces averigüé.

EI PRESIDENTE DEL DIRECTORIO DE LAN PERÚ, Dr. Emilio Rodríguez Larraín.— Lo que hemos tratado de explicar con esto es de que hay nivel de rango de tarifas. La tarifa va variando momento a momento.

Y las tarifas de Lan son distintas a las de Star Perú y distintas a las de Aerocóndor, porque tenemos estructura de costos distintos.

Nuestros aviones tienen un precio distinto que los aviones de los señores y nuestros repuestos tienen otros costos que los señores, nuestros tripulantes y el volumen de la operación es distinta a la de ellos. Esa es una estructura distinta y, por lo tanto, cada empresa tiene la libertad de escoger a qué tarifa de mercado se pone.

La prueba del factor ocupación que me ha mencionado acá el colega de Star Perú y el señor Carlos Palacín, que mencionó que está en 65, 70% de factor ocupación, el factor ocupación está por encima de 70%; significa que el público nos ve con seguridad, nos ven con un buen servicio, nos ve con una buena tarifa promedio. Esa es la oferta y la demanda.

Indudablemente, si hay una persona que llega al aeropuerto a comprar un pasaje para irse en media hora a Estados Unidos, de repente ese pasaje es mucho más caro que si una persona que fue precavida y con antelación compró su pasaje y estuvo dispuesto a sujetarse a una serie de restricciones. Y lo compra mucho más barato.

Pero si al día siguiente quiere cambiar su pasaje, le va a cobrar 100 dólares o 30 dólares dependiendo sea un viaje nacional o internacional, porque así son las reglas del mercado.

Esas penalidades, todo eso es una composición que nos permite bajar las tarifas promedio a niveles que pueda mucha más gente viajar.

Esos resultados son las estadísticas.

EI GERENTE COMERCIAL DE LAN PERÚ, Dr. Juan Luis Kruguer.— Yo lo que creo es que acá hay cosas que son muy importantes. Primero lo que yo rescato es el tema del fomentar la inversión. Y yo por lo que escucho en este foro multipartidario, es el sentir común de aquellas personas que rigen el destino del Perú que también son muy importantes.

Ahora bien, si hablamos de inversión —y yo no soy ni siquiera economista de profesión, pero algo de sentido común de negocios creo que tengo y creo que todos en la mesa lo vamos a entender— cuando uno hace una inversión grande, chica o mediana, de alguna manera tiene que poder recuperar esa inversión, porque de lo contrario no existirían inversionistas. Nadie pone mil soles hoy día en algo para mañana recoger 800.

Entonces, para nosotros poder de alguna manera hacer viable una operación que, como dije en mi exposición, es sin precedentes en la historia del Perú, nunca en el Perú ha habido aviones cero kilómetros, dos aviones cero kilómetros volando en simultáneo, nunca ha habido una flota con una año y medio de antigüedad volando en el Perú, nunca ha habido los estándares de servicio y puntualidad que hoy tenemos, nunca ha habido tantos peruanos volando como ahora; me refiero a pilotos y tripulantes de cabinas.

Se está haciendo un trabajo serio y profesional, señor Presidente, y eso para poder hacerlo se requiere tener una mezcla adecuada de tarifas, que permitan de alguna manera sustentar esta operación. Porque de nada nos serviría traer un buen avión, pero si no cobramos lo suficiente, no tener para pagarle a los pilotos o no poder hacerle un mantenimiento adecuado.

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

Nosotros tenemos que asegurar un a tarifa que haga esto sostenible en el tiempo. Y esa mezcla de tarifas es la que hace que tengamos dos alternativas, una alternativa podría decir: Vamos a cobrarle lo mismo a todos los pasajeros. Y si yo para volar un vuelo necesito generar 500 ingresos y quiero sacar un promedio, como puse en el ejemplo, imagínese que sea diez pasajeros a 50, me da 500.

La otra posibilidad es decir: No, un momentito, ese modelo está equivocado. Porque priva de la posibilidad de volar a mucha gente de menores recursos y en nuestro país predomina la gente de menores recursos. Y si pensamos en nuestros consumidores, tenemos que buscar que la gente de menos recursos pueda volar. Y esa es la estrategia de Lan Perú, queremos que cada día más peruanos vuelen.

Lo que ha ocurrido en el mercado es producto de eso, hemos bajado las tarifas, pero al mismo tiempo tenemos que mantener a unas tarifas un poco más caras para aquellos pasajeros que las pueden pagar, como son los pasajeros de negocios.

Yo solo para cerrar y abusando un minuto más de su tiempo, yo creo que efectivamente no estamos en una situación normal en el Perú. Cualquier situación normal sería que los precios suban, esto es anormal porque los precios en el último año y específicamente en los últimos ocho meses, vienen bajando a tasas de entre 25 y 35% dependiendo del mercado. Y eso a pesar de lo que nuestros colegas de la industria han mencionado.

Los altos costos aeroportuarios, la falta de infraestructura adecuada, el alto costo del combustible; pero todo eso, se está haciendo no para nosotros ganar más dinero, sino para trasladarle al consumidor la posibilidad de viajar.

Creo que estamos, señor Presidente, en un momento histórico en la Aviación Comercial Peruana, y ese momento histórico radica en que nunca ha habido tantos peruanos viajando en avión con tan buen nivel de servicio y a estos niveles de precio.

DEL PRESIDENTE.— La Presidenta del Congreso nos ha pedido que para efectos de realizar en el Pleno un tema importante de la delegación de facultades, hay que terminar con la sesión.

Le voy a pedir al doctor Thorne, que nos pueda hacer llegar por escrito sus observaciones respecto a su intervención, quizás exhortar a las líneas aéreas para que puedan atender lo mejor posible los reclamos.

EI CONG. RAFFO ARCE .— Sólo para agradecer la presencia de los invitados y decirles que este Congreso es su casa no solo para venir a hablar de los precios de sus servicios, sino sobre todo para solucionar sus problemas.

Queremos que eso quede bien claro, quedamos a la expectativa también de sus iniciativas, de sus preocupaciones para poder solucionar este tema, para poder fomentar mayor inversión, mayor competencia, que yo creo que es el mejor mecanismo para que esos precios bajen y la gente se siga beneficiando.

DEI PRESIDENTE.— Seguramente que van a venir a la Comisión Proinversión, ahí la Alianza Parlamentaria ha presentado un proyecto de ley para hacer leyes a favor de la inversión.

Así es el mundo, hay blanco, negro, arriba, abajo, cuestiones que van jugando, ¿no es cierto?, para hacer un país mucho más justo. Le agradecemos al doctor Emilio Rodríguez Larraín por su presencia en esta comisión; al doctor Kruger, que lo acompaña. Igualmente, damos las gracias al Presidente del Indecopi, al doctor Thorne; a la doctora Eva Céspedes Correa, que también está presente; al doctor Omar Cruzalegui Flores, Gerente General de Star Perú; y al doctor Javier Guzmán Pardo; y a las doctoras y abogadas de esta línea aérea; al doctor Carlos Palacín Fernández; y el doctor Carlos Floin*, por haber asistido a la reunión de Defensa del Consumidor el día de hoy para ver el tema de las líneas aéreas y de las tarifas.

Levantamos la sesión, siendo las cinco de la tarde con trece minutos.

HERMENEUTICA DEL ACTA: LA TRANSCRIPCIÓN QUE SE ADJUNTA FORMA PARTE INTEGRANTE DE LA PRESENTE ACTA. EN CASO DE DISCREPANCIA ENTRE LA TRANSCRIPCIÓN Y EL ACTA CORRESPONDIENTE PREVALECE EL TEXTO DE LA TRANSCRIPCIÓN.

**ACTA DE LA VIGESIMA OCTAVA SESIÓN
ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEL 25.04.2007**

YONHY LESCANO ANCIETA
Presidente

LUCIANA LEÓN ROMERO
Secretaria