



# Consumers International

LA VOZ GLOBAL PARA LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES

## 2004 INFORME ANUAL





## Consumers International

### Nuestra visión

Consumers International aboga por el derecho de todas las personas a vivir en sociedades justas y equitativas que establezcan y respeten los derechos de los consumidores. Al reconocer las necesidades específicas de los pobres y marginados, buscamos empoderar a los consumidores para:

- Hacer valer estos derechos tanto individual como colectivamente a través de organizaciones de consumidores
- Ejercer su poder en el mercado para frenar los abusos y promover altos niveles de responsabilidad empresarial
- Asegurar que las organizaciones internacionales y regionales rindan cuenta a los consumidores
- Apoyar el consumo y la producción sustentables.

### Nuestras metas

Consumers International realiza campañas para promover los intereses de los consumidores sobre un amplio abanico de temas, entre otros, la inocuidad de alimentos, la seguridad alimentaria, el comercio internacional, normas técnicas, los servicios públicos, el medio ambiente y la salud. Buscamos:

- Apoyar y fortalecer a las organizaciones adscritas y al movimiento de consumidores en general
- Luchar a favor de políticas a nivel internacional que respeten los intereses de los consumidores.

### La filosofía de Consumers International se resume en estos ocho derechos básicos

- la satisfacción de las necesidades básicas
- la seguridad
- la información
- la elección
- la representación
- la reparación
- la educación
- un medio ambiente saludable

*Consumers International es independiente, no tiene fines de lucro, y no adhiere a ni es apoyada por ningún partido político o industria. Su trabajo se financia a través de las cotizaciones de sus miembros y donaciones otorgadas por fundaciones y gobiernos.*



Consumers International Informe Anual 2004



## **Consumers International**

### INFORME ANUAL 2004

2 **Mensaje de la Presidenta**

4 **Informe del Director General**

#### **Campañas en 2004**

6 El agua es un derecho del consumidor

7 Los consumidores dicen NO a los transgénicos

#### **Representación, Promoción y Empoderamiento**

11 Representación Internacional

13 Alimentos y Nutrición

16 Comercio y Economía Internacional

19 Normas Técnicas

20 Responsabilidad Social Empresarial

21 Leyes de Protección al Consumidor

22 Consumo Sustentable

23 Salud de los Consumidores

24 Educación del Consumidor

25 Desarrollo Institucional

26 Comunicaciones

#### **Cooperación internacional**

28 Cooperación Internacional

#### **Estructura de Consumers International**

30 Historia y Oficinas

31 Consejo y Comité Ejecutivo de CI

# Mensaje de la Presidenta

**CUANDO** me refiero al movimiento de consumidores, pocos aprecian su amplitud, diversidad y alcance internacional, al agrupar a activistas de tantos países y sistemas económicos diferentes. Sin embargo, toda persona es un consumidor de bienes y servicios, y compartimos el interés común de asegurar de que a todos se les reconozcan y respeten sus derechos básicos como consumidores.

Consumers International es un símbolo de esta solidaridad, creando una asociación global de organizaciones de 113 países, con el propósito común de empoderar a las personas a ejercer sus derechos y responsabilidades, y de realizar acciones colectivas para proteger sus intereses en la toma de decisiones sobre políticas a nivel internacional.

La necesidad de una respuesta colectiva es aún más urgente hoy que hace 45 años, cuando se fundó CI, y hace 20 años, cuando Naciones Unidas adoptó las Directrices para la Protección del Consumidor. A lo largo de estos años, muchos países se han enriquecido, y sus consumidores ahora gozan de una mayor posibilidad de elección y normas de más alto nivel; sin embargo, otros países se han estancado o se han sumido aún más en la pobreza, con millones de personas apenas sobreviviendo en la vida cotidiana. Es esta división entre naciones y entre consumidores la que define nuestro trabajo.

Los principios fundamentales de este trabajo siguen siendo los derechos básicos de los consumidores, especialmente de los más pobres y excluidos del sistema comercial internacional. El trabajo de CI en 2004 tuvo dos facetas básicas. Una fue el trabajo de siempre, avanzando una amplia gama de programas. Como en años anteriores, nos concentramos principalmente en los temas de comercio y alimentos –áreas que están crecientemente entrelazadas en la medida en que la Organización Mundial de Comercio considera las normas elaboradas por la Organización Internacional de Normalización (ISO) y la Comisión de Codex Alimentarius como parámetros para las disputas comerciales internacionales.

Durante el año, CI continuó apoyando el desarrollo de la experiencia y recursos de sus miembros. Más que nunca, las organizaciones de consumidores necesitan representación en los foros internacionales que determinan las normas de inocuidad de alimentos, los precios de los bienes y los términos de intercambio.

La segunda dimensión del trabajo de CI es nuestra transición desde una organización enfocada en políticas e investigación, a una dedicada a campañas más activas y exitosas. Un excelente ejemplo que abarca la salud y la responsabilidad social empresarial es la campaña por el control del tabaco. Nuestra meta es tornar a CI más efectiva en sus campañas, para lograr muchos más éxitos como éste.

En octubre de 2004, lanzamos la campaña "Los consumidores dicen NO a los transgénicos", fruto de años de trabajo respecto de los potenciales riesgos de la diseminación no regulada de organismos genéticamente modificados, ya sea semillas, plantaciones o alimentos. CI cree que la actual situación – en que los consumidores tal vez no sepan que están comiendo alimentos transgénicos – es una violación al derecho a la información y a la elección, y esto debe ser enfrentado.

El Consejo de CI electo durante el XVII Congreso Mundial en 2003 continúa brindándonos fuerza. Los miembros del Consejo juegan un rol activo en representación de CI, tendiendo puentes con decisores en foros nacionales e internacionales. Lamentamos la ida de Kim Lavelly de *Which?* (antes llamada *Consumers Association*), del Reino Unido, pero damos la bienvenida a Nick Stace en su reemplazo. Todos los demás miembros del Consejo y el Ejecutivo aún integran el directorio, y, en nombre de todos los miembros de CI, les quiero agradecer por su energía en esta etapa de cambios y nuevos desafíos.



Marilena Lazzarini  
Presidenta de CI

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'M. Lazzarini', written in a cursive style.

# Informe del Director General

**COMO FEDERACIÓN INTERNACIONAL** que abarca a 113 países, Consumers International apoya a las organizaciones que lo integran y su desarrollo, y a la vez se alimenta de sus fortalezas para apoyar las acciones colectivas que no podrían realizar de manera individual. El año 2004 trajo una serie de destacados ejemplos de lo que se puede lograr con esta asociación global.

A fines de año, el cuadragésimo país ratificó la Convención Marco para el Control del Tabaco. Esto significa que entró en vigor, y ya no es sólo un acuerdo de principios – un paso vital hacia delante luego de años de trabajo por parte de defensores de la salud y los consumidores. CI y sus miembros han sido un elemento central en las campañas por el control del tabaco, y nos sentimos orgullosos de los avances logrados, frente a los enormes recursos y presiones políticas desplegados por la industria tabacalera.

Luego, en áreas muy distintas:

- la Organización Mundial de la Salud mantuvo fuertes principios en su Estrategia Global sobre Dieta, Actividad Física y Salud, con ayuda de CI y sus miembros.
- UNCTAD XI – la reunión cumbre de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo – fortaleció su programa sobre competencia y políticas de consumo.
- la Organización Mundial de Propiedad Intelectual se comprometió a una agenda de desarrollo en respuesta a las demandas de los consumidores.
- la Organización Internacional de Normalización inició trabajos sobre bienes usados, responsabilidad social corporativa, y la calidad del agua para el sector informal, en respuesta a presiones ejercidos por consumidores.



Julian Edwards  
Director General de CI

Poder influir en la toma de decisiones a nivel internacional es el resultado de cientos de contactos y reuniones individuales a nivel nacional y en organismos internacionales importantes. Y los contactos internacionales también producen resultados nacionales – por ejemplo, al persuadir al gobierno de Chile a que prohíba la exportación de un contenedor de salmón contaminado; o lograr que el gobierno de Noruega retirara del mercado alimentos falsamente etiquetados como orgánicos.

Los derechos de los consumidores se han convertido en un elemento central del marco político en cada vez más países. Alrededor del 60% de nuestros miembros se integró a CI hace más de 10 años y están bien establecidos – y son crecientemente más reconocidos – en sus propias comunidades. En tanto, la agenda de los consumidores se va introduciendo en nuevas áreas, como en los países del Mekong, que durante 2004 redactaron sus primeras leyes con ayuda de CI.

La amplia gama de programas de CI en los últimos años ha sido posible gracias al apoyo financiero de agencias de desarrollo en todo el mundo. Dieciocho donantes (*ver página 28*) invirtieron en nuestro trabajo durante 2004, otorgando unos US\$3 millones entre todos ellos. En nombre de todos los miembros de CI, les agradezco su apoyo.

CI sigue siendo una federación de “auto-ayuda”, con sus propios miembros contribuyendo con el 40% de nuestros ingresos. Sin embargo, nuestro trabajo se vería mucho más limitado sin la participación directa de nuestros socios en llevar a cabo investigaciones, contribuir al debate sobre políticas, entregar tiempo y energía al cabildeo nacional sobre temas internacionales, y enviar delegados a eventos y negociaciones internacionales. El poder de la voz del consumidor proviene de la experiencia a nivel nacional. Vimos nuevamente en 2004 cómo la creciente confianza y fortaleza de cada grupo de consumidores ayuda a aumentar su impacto colectivo.

Extiendo mis agradecimientos personales a los miembros del Consejo de CI, que dedicaron más tiempo de lo normal durante 2004 para debatir y acordar importantes estrategias para el futuro, y también al personal de nuestras oficinas, que, como siempre, ha mostrado un gran compromiso en la realización de las actividades descritas en este Informe Anual.

*Julian Edwards*



Lanzamiento de campaña "No a los OGMs", Tailandia

Marcha por el agua, El Salvador

Actividad pro-agua potable, Fiji

## Campañas en 2004

En 2004, se llevaron a cabo campañas globales por el acceso al agua segura a precios razonables, y por la regulación de alimentos transgénicos. Así, Consumers International respondió al mandato de su XVII Congreso Mundial (Lisboa, 2003), de desarrollar campañas dinámicas y de alto perfil al centro de su trabajo.

# El agua es un derecho del consumidor



**UNO DE CADA SEIS** habitantes en el mundo (1,1 mil millones de personas) carece de una provisión adecuada de agua limpia, mientras otras 2,4 mil millones de personas no tienen acceso a servicios de saneamientos apropiados. La mayoría vive en países en desarrollo, y muchos sufren de enfermedades evitables y muertes prematuras. Aunque el acceso al agua es reconocido como un derecho humano y una de las Metas de Desarrollo del Milenio, en la práctica, los avances en esa dirección han sido lentos.

La campaña de CI, "**El agua es un derecho del consumidor**", se centró en el derecho de todo el mundo a tener acceso a agua limpia y segura, y a servicios de saneamiento adecuados a precios razonables.



La campaña se inició el 15 de marzo, el **Día Mundial de los Derechos del Consumidor**, con el lanzamiento del dossier "*Agua y saneamiento: Guía para el trabajo desde los derechos de los consumidores*". El dossier abarcó los temas de la propiedad, la fijación de precios, los subsidios, la sustentabilidad, las normas, las regulaciones, la representación y la promoción, e incluyó una reseña de las actividades de los miembros de CI en torno al acceso al agua en todo el mundo.



Además del dossier, CI elaboró una Declaración sobre agua y saneamiento. Este documento apuntó al a menudo controvertido rol del sector privado, y promovió diez principios básicos a ser aplicados por todos los operadores de servicios públicos de agua, ya sean públicos o privados.

CI centró gran parte de sus actividades de campaña sobre el agua en África, Asia y América Latina, donde las necesidades son mayores. Las metas de CI incluyen:

- Elevar la capacidad de sus miembros para involucrarse en los procesos de reforma al sector agua y saneamiento, ya sea por parte de los gobiernos o de empresas privadas.
- Apoyar la intervención de los consumidores en el diseño e implementación de marcos y mecanismos de regulación respecto de subsidios, fijación de tarifas y la identificación y uso de tecnologías apropiadas.

Se ha invitado a la oficina regional de CI en África a participar como observador en el Foro Africano de Reguladores de Servicios Públicos. Sus miembros apoyan proyectos pilotos en Kenya y Senegal para llevar agua a zonas de bajos ingresos.

En América Latina, CI y muchos de sus miembros pertenecen a RedVIDA, que monitorea el impacto de la privatización del sector. Grupos de CI en la región también llevan adelante campañas sobre el acceso y la calidad del agua.

## Día Mundial de los Derechos del Consumidor: 15 de marzo

En ocasión del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, celebrado cada año el 15 de marzo, grupos de consumidores en todo el mundo realizaron actividades en torno al agua. Algunas de ellas fueron:

**Argentina:** Seminario sobre el impacto de la privatización, organizado por *Consumidores Argentinos* y la *Unión de Usuarios y Consumidores*.

**Brasil:** Un taller realizado por *IDECA* analizó los problemas en torno a los sistemas de pre-pago por servicios de agua.

**Corea del Sur:** *Consumidores de Corea* (antes llamada CACPK) lanzó su campaña "Monitores del Agua".

**El Salvador:** El *Centro para la Defensa del Consumidor* realizó un foro para llamar la atención sobre el tema del agua, dentro del contexto de las elecciones nacionales.

**Francia:** *CLCV* emitió recomendaciones en relación a lograr una mayor transparencia, democracia y justicia en la toma de decisiones en el sector.

**India:** *FEDCOT* organizó el seminario "Elixir de la Vida" en Tamil Nadu; miembros de CI realizaron otros eventos de alto perfil público en Nueva Delhi y Ahmedabad.

**Kenya:** La *Red de Información al Consumidor* organizó una marcha en Nairobi y una manifestación en Korogocho, donde la oficina regional de CI en África apoya un proyecto comunitario que provee grifos y letrinas a los residentes.

**Panamá:** *FUNDECU*, *IPADECU*, *UNCUREPA* y la oficina de enlace de CI para Centro América organizaron un foro sobre el acceso al agua.

**Portugal:** *DECO* fue anfitrión de un debate con miembros del Parlamento Europeo y periodistas.

**Senegal:** 24 grupos de consumidores de 21 países africanos participaron en una conferencia internacional sobre Reformas al Sector Agua y Saneamiento, organizada por *ADEETÉS*.

**Uruguay:** *CUA* se reunió con autoridades de gobierno para apoyar el referéndum nacional en contra de la privatización del recurso y los servicios públicos.

**Zambia:** *ZACA* organizó un debate televisivo con ministros de gobierno sobre la participación del sector privado en el sector.



Actividad del Día Mundial, Hong Kong

## Promoción, trabajo en redes y representación

En 2004, CI participó en numerosas reuniones internacionales sobre el acceso al agua y saneamiento, como las siguientes:

- Reunión del Banco Mundial sobre las lecciones aprendidas por las organizaciones de consumidores en África que participaron en el Programa de Agua y Saneamiento del organismo

Posteriormente, la Presidenta de CI, Marilena Lazzarini, habló en la sede del Banco Mundial ante especialistas en agua y energía sobre las necesidades de los consumidores (Washington)

- Conferencia Regional sobre Servicios Públicos (Marruecos)
- Apoyo en el proceso de revisión del rol del sector privado en agua y saneamiento a nivel internacional (Berlín)
- Consultas con Water Aid y otras ONGs sobre reformas en el sector público (Londres)
- Consultas con el Banco Mundial sobre la participación ciudadana en agua y saneamiento (Londres)

## Elevar las normas para agua en ISO

La participación de CI en el Grupo de Trabajo del Comité Técnico 224 de ISO sobre Agua y Alcantarillado ha logrado incluir las necesidades de los hogares más marginales del mundo en el documento del comité. Casi todas las enmiendas al borrador presentadas por CI fueron aceptadas. (Ver página 19)

## Mujeres y agua

“Las mujeres, el agua y las organizaciones de consumidores se relacionan naturalmente, y el vínculo más fuerte entre ellos es la pobreza. En Senegal, las mujeres han creado una asociación cooperativa de la comunidad para administrar las bombas de agua locales, bajar las tarifas, ofrecer educación en higiene, y promover los derechos de los consumidores. El proyecto de 18 meses, financiado por la Comisión Europea, permitió la construcción de 52 depósitos reguladores y 600 alcantarillas en suburbios pobres cerca de la capital, Dakar”.

–Inter Press Service, 9 de marzo 2004



Marcha en Nairobi, Día Mundial

## Agua y lágrimas en Indonesia

CI trabajó con Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) en un estudio sobre el impacto de la deuda de compañías sanitarias sobre las tarifas y los niveles de consumo urbano. El 2004, se publicó el informe *Air dan Air Mata (Agua y Lágrimas)*, que detalla cómo la empresa sanitaria de la ciudad de Surabaya destinó el 40% de sus ganancias para cancelar su deuda con el Banco Asiático de Desarrollo. YLKI utilizó esta información para solicitar que se le perdonara la deuda a la compañía. Gracias al informe, el gobierno de Indonesia está negociando con el Banco Asiático de Desarrollo.

## Publicaciones 2004

- *Agua y saneamiento: Guía para el trabajo desde los derechos de los consumidores*
- *CI Policy Statement on Water and Sanitation*
- *Moving from Protest to Proposal: Building the Capacity of Consumer Organisations to Engage in Urban Water Supply and Sanitation Sector Reform in Africa*
- “Water is a Consumer Right”, *African Consumer*, Vol 3, No 3

# Los consumidores dicen NO a los transgénicos



**POR MÁS DE UNA DÉCADA**, Consumers International se ha preocupado de los riesgos a la salud humana y al medio ambiente producidos por la diseminación no regulada de semillas, plantaciones y alimentos transgénicos.

Las encuestas de opinión pública demuestran que los consumidores no quieren alimentos transgénicos y muchos comerciantes se niegan a venderlos. Sin embargo, la industria de la biotecnología continúa ampliando las áreas con plantaciones de transgénicos, y los alimentos con ingredientes transgénicos han inundado el mercado. Se sigue enviando ayuda en alimentos transgénicos a países pobres.

Las pruebas sobre su seguridad siguen siendo inadecuadas. Mientras que en algunas regiones, como en la Unión Europea, se han aprobado leyes de etiquetado obligatorio, en muchos países los consumidores no tienen cómo saber si están ingiriendo alimentos transgénicos.

CI cree que ahora es el momento de restringir la expansión de plantaciones transgénicas y regular los productos transgénicos existentes en el mercado.

La campaña **"Los consumidores dicen NO a los transgénicos"** tiene tres objetivos principales:

- etiquetado obligatorio de todo alimento que contenga o se deriva de ingredientes transgénicos
- pruebas independientes para evaluar la inocuidad de los transgénicos, y la implementación de directrices internacionales de inocuidad
- protección de las plantaciones orgánicas y tradicionales de la contaminación con transgénicos, a través del establecimiento de zonas libres de transgénicos

## Ayuda alimentaria y transgénicos en África

CI formó parte de una coalición de ONGs que organizó la conferencia internacional "Transgénicos y Ayuda Alimentaria: África y el Derecho de los Consumidores a la Elección", que se llevó a cabo en Mozambique en julio. Más de 115 participantes de 20 países se informaron sobre cómo la ayuda de alimentos transgénicos se está utilizando para subsidiar los excedentes de granos de Estados Unidos y penetrar los mercados africanos. Los participantes firmaron una declaración llamando a resistir las plantaciones transgénicas y apoyar el mejoramiento del régimen de bioseguridad en África.



Foto: WFP

Repartiendo ayuda alimentaria, Zambia

## Sesgo por los transgénicos

"La oficina de Consumers International en África ha embestido en contra de la Agencia de Alimentos y Agricultura de la ONU por estar 'descaradamente a favor de los transgénicos'."

—*Afrol News*, 18 de junio

Algunos hechos destacados de 2004 incluyen una gran conferencia sobre ayuda alimentaria y transgénicos en África, y la movilización de miembros de CI para instar al gobierno de Brasil a no firmar un decreto que permitiría a los agricultores sembrar soya transgénica.

Otras actividades fueron:

**Australia:** La revista de Australian Consumers Association, *Choice*, realizó una encuesta en línea sobre el etiquetado de alimentos transgénicos, en apoyo a una presentación ante autoridades de gobierno.



**Brasil:** IDEC hizo una campaña a favor de una legislación nacional que obligaría al etiquetado de alimentos para humanos y animales que contengan más del 1% de ingredientes transgénicos. A partir de abril de 2004, todo envase de productos transgénicos debe contar con una etiqueta con una "T". Los productores que no acaten las nuevas regulaciones se verán enfrentados a cancelar altas multas.

**Croacia:** *Croatian Association for Consumer Protection* exigió al gobierno divulgar públicamente información sobre 20 productos que contienen transgénicos.

**Etiopía:** *Ethiopian Consumer Protection Association* participó en un taller gubernamental sobre la introducción de un nuevo régimen nacional de bioseguridad.

**Japón:** Una coalición de organizaciones de consumidores japonesas juntó fuerzas con *Pesticide Action Network* para Acción de ONGs en el Año Internacional del Arroz, bajo el lema: "No comemos, no vendemos y no cultivamos arroz transgénico".

**Rusia:** En asociación con Greenpeace, *KonfOP* realizó una exitosa campaña a favor de leyes más estrictas para el etiquetado de todo alimento que contenga elementos transgénicos.

**Suiza:** *Stiftung Fuer Konsumentenschutz* apoyó el llamado a un referéndum para una agricultura libre de transgénicos.

En octubre, CI lanzó su campaña "**Los consumidores dicen NO a los transgénicos**" en Bangkok, durante el Segundo Foro Global de Reguladores de la Inocuidad de Alimentos. El evento incluyó una colorida manifestación con lienzos, globos gigantes y muestras de papaya, libre de transgénicos. En el lanzamiento, una alta autoridad de la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró a la prensa que la OMS no sabe con certeza si los alimentos transgénicos son inocuos – la primera vez que esto ha sido reconocido por el organismo internacional de salud.

Durante el segundo semestre de 2004, CI contrató a un encargado para la campaña sobre transgénicos, y creó un grupo asesor para la campaña con miembros de Brasil, India, Tailandia, el Reino Unido y Estados Unidos. Se adoptó el lema "**Los consumidores dicen NO a los transgénicos**" como tema de las actividades en torno al Día Mundial de los Derechos del Consumidor en 2005.

### Promoción, trabajo en redes y representación

Además de reuniones informativas informales con sus miembros, CI participó en grandes reuniones internacionales, incluyendo:

- Foro Global sobre Biotecnología (Concepción, Chile)
- Diálogos Africanos sobre Políticas en Biotecnología (Harare)
- Taller Regional Consultivo sobre Ingeniería Genética (Nairobi)
- Ingeniería Genética: Una Amenaza a la Soberanía Alimentaria (Bonn)
- Segundo Foro Global de Reguladores de la Inocuidad de Alimentos (Bangkok)



Saree Aongsomwang, Foundation For Consumers, Tailandia, en lanzamiento de la campaña

### Publicaciones 2004

- *Fact Sheets on Biotechnology and Biosafety in Africa*



Representación, Promoción y Empoderamiento

# Representación Internacional

**EN EL MERCADO GLOBAL**, cada vez más, las decisiones que afectan a los consumidores son tomadas en instancias internacionales.

Siendo la única federación global de consumidores, Consumers International tiene el rango de observador oficial en organismos internacionales que fijan las directrices para las políticas y acciones nacionales en el mundo: el Consejo Económico y Social de Naciones Unidas (ECOSOC), la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Comisión de Codex Alimentarius de la FAO/OMS, la Comisión de Desarrollo Sustentable de Naciones Unidas, la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), y la Organización Internacional de Normalización (ISO).

Respecto de los organismos que siguen cerrando sus puertas a la participación ciudadana directa, como es el caso de la Organización Mundial del Comercio (OMC), CI exige mayor transparencia y acceso formal a sus procedimientos. El movimiento de consumidores actúa como un necesario contrapeso a los poderosos intereses empresariales que diseñan el mercado global. La experiencia de Consumers International demuestra que donde dominan los intereses de productores y empresarios, los puntos de vista desde el interés público son a menudo olvidados o ignorados.

CI trabaja en asociación con grandes alianzas internacionales de ONGs en pos de reformas comerciales, seguridad alimentaria, control del tabaco, acceso al agua, y otros temas relativos al desarrollo y la justicia social. CI pone mucho énfasis a su rol en la sociedad civil como una poderosa voz ciudadana ante los gobiernos, intereses empresariales y los medios de comunicación. Sus 234 organizaciones miembros reflejan el más amplio espectro de las necesidades de los consumidores – desde la mera sobrevivencia a la protección de la identidad en el ciberespacio. La defensa de los derechos de los consumidores – a la seguridad, la información, la elección, la reparación y el acceso a los medios para satisfacer necesidades básicas- es la plataforma que enmarca su trabajo.

“Probablemente, CI ha participado de manera tan efectiva como los gobiernos más activos, y más efectivamente que muchas delegaciones nacionales, a base de la fortaleza de nuestras habilidades y experiencia, el carácter multinacional de nuestra organización, nuestra credibilidad como una ONG de consumidores, y nuestra sólida preparación para cada reunión”.

– Ned Groth, Consumers Union (EE.UU.), sobre la participación de CI en Codex

## Gobierno global

Los acuerdos comerciales negociados en la OMC definen los regímenes nacionales sobre propiedad intelectual. Las normas para la inocuidad de alimentos determinadas por Codex definen los niveles de riesgo a la salud adoptados nacionalmente. Los paneles de la ISO y la Comisión Internacional Electrotécnica (IEC) determinan cuáles normas de prioridad para los consumidores pueden establecerse.

Sin embargo, el creciente uso de normas voluntarias respecto de la inocuidad de alimentos con el objeto de reducir las barreras no arancelarias al comercio no es parejo con el necesario resguardo de los derechos de los consumidores dentro del sistema internacional de fijación de normas. Las iniciativas locales para elevar las normas nacionales se ven amenazadas por reglas comerciales y pueden hasta llevar a sanciones comerciales por parte de la OMC.

El objetivo del programa de CI “**La toma de decisiones en el mercado global**” es generar una mayor comprensión de cómo se toman decisiones respecto de normas internacionales, y el impacto que éstas tienen sobre los consumidores. Lanzado en 2003, este programa de dos años de duración investiga la interacción entre las actividades de organismos internacionales que determinan normas (Codex, ISO e IEC), y las obligaciones legales establecidas en las reglas de la OMC que pueden repercutir sobre estos organismos, los gobiernos y los consumidores.

El análisis de casos se centra en cómo las políticas de interés para los consumidores se elaboran a nivel nacional y lo que sucede durante las negociaciones en el ámbito internacional. Los estudios registran cómo los organismos internacionales anteponen cada vez más los intereses comerciales a los intereses de los consumidores y el público.

Las actividades en 2004 incluyeron la investigación de consultores expertos y

talleres de Gobernabilidad Global durante la reunión anual del Comité de Políticas del Consumidor de la ISO, y el Comité de Codex sobre Principios Generales. En 2005, se realizará un taller con miembros del Organismo de Apelación de la OMC, y se presentarán los análisis de casos nacionales.



Taller de capacitación, París

## Diálogo Transatlántico de Consumidores

El **Diálogo Transatlántico de Consumidores (TACD)** es una coalición de 45 grupos de consumidores de la Unión Europea y 20 de Estados Unidos, patrocinada por CI. Fundado en 1998, el Diálogo actúa como foro consultivo para la recomendación de políticas sobre temas de interés para sus miembros. Sus grupos de trabajo abarcan temas relativos a los alimentos, el comercio electrónico, la propiedad intelectual y temas comerciales y económicos en general.

El Diálogo inició el año con la divulgación de su encuesta sobre la **desconfianza de los consumidores respecto del spam** (comunicación comercial electrónica no solicitada), y una conferencia sobre las **restricciones a la publicidad de comida "chatarra"** dirigida a niños. En junio, una conferencia de dos días sobre el **futuro de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (WIPO)** buscó conciliar las metas de WIPO de promover los derechos privados de propiedad intelectual con los objetivos de Naciones Unidas en la protección de los derechos humanos, y concluyó con un llamado a rediseñar la misión de la WIPO. (ver página 18)

El Diálogo boicoteó la Cumbre Presidencial de la euro-estadounidense. (ver recuadro), pero posteriormente sostuvo una serie de sesiones altamente productivas con sus autoridades. El Comité Directivo se reunió después en Washington con la nueva directora de la Comisión Federal de Comercio de EE.UU., a petición de ella.

Para mayor información, ver: [www.tacd.org/](http://www.tacd.org/)

## Promoción, trabajo en redes y representación

CI estuvo presente en:

- conversaciones para implementar la nueva Convención Marco para el Control del Tabaco de la **OMS**
- el trabajo de la **UNCTAD** respecto de incluir la protección del consumidor a las políticas de competencia
- el nuevo programa del **Banco Mundial** para consultas ciudadanas sobre temas referidos al agua
- el Comité de Alimentos y Agricultura de la **OCDE**, donde CI dirigió una consulta ciudadana sobre reformas al comercio agrícola y los sistemas de alimentos
- la **Comisión de Naciones Unidas para el Desarrollo Sustentable** y conferencias sobre la Convención de Biodiversidad y el Protocolo de Cartagena
- la **OMC**, donde CI ha sido una de las pocas ONGs que ha organizado reuniones informativas internas y debates para delegados nacionales.



Reunión, Bruselas

## Boicot a la cumbre

Líderes del Diálogo Transatlántico de Consumidores boicotearon la Cumbre Presidencial euro-estadounidense tras saber que los representantes de su contraparte, el Diálogo Transatlántico Empresarial, fueron invitados a presentar sus recomendaciones directamente ante los presidentes de EE.UU., la UE y a la Comisión Europea, después de que al Diálogo se le negara esta misma oportunidad. Los líderes se opusieron a que los consumidores recibieran un trato de segunda clase, y enviaron sus recomendaciones por escrito. El boicot tuvo una amplia cobertura de prensa.

# Alimentos y Nutrición

**LOS ALIMENTOS SON UN GRAN TEMA** en el activismo de los consumidores. El programa de Alimentos y Nutrición de CI, que completó cuatro años en 2004, realiza investigación, promoción y capacitación sobre aspectos claves de la seguridad alimentaria y la inocuidad de alimentos, el consumo y la producción sustentable de alimentos, las normas internacionales de inocuidad de alimentos y la biotecnología. En 2004, el módulo sobre biotecnología se centró en la modificación genética de alimentos, y sus actividades se realizaron dentro de la campaña “Los consumidores dicen NO a los transgénicos”. (Ver página 8)

## Seguridad alimentaria e inocuidad de alimentos

Las actividades de CI fueron diversas:

- Investigación sobre el **precio y los mercados para el arroz** en ocho países asiáticos, como se detalla en “El arroz es la vida”, en *Asia Pacific Consumer*.
- Investigación y monografía sobre la **protección de variedades de plantas**, como parte de la campaña “No a las patentes para formas de vida” de la oficina del Asia Pacífico de CI.
- El monitoreo de grupos de consumidores descubrió **infracciones a las normas de etiquetado de alimentos** en Bangladesh, India, Indonesia, Tailandia y Vietnam, y se informó a los gobiernos sobre estos resultados. En Bangladesh, las recomendaciones fueron incluidas en el borrador para una política nacional de etiquetado.
- La **Conferencia Regional Latinoamericana sobre Alimentos Sanos**, llevada a cabo en Colombia, capacitó y actualizó los conocimientos sobre la inocuidad de alimentos a 17 grupos de consumidores. La reunión prestó especial atención a evaluar la participación de los consumidores en la Comisión Panamericana sobre Inocuidad de Alimentos (COPAIA) y los comités regionales de Codex.
- Una investigación en cuatro países asiáticos y 14 africanos concluyó con recomendaciones para mejorar la **inocuidad de alimentos de venta callejera**, trabajando con autoridades locales, vendedores y con educación para los consumidores. Actualmente se prepara una publicación que reúne estos resultados con conclusiones de similares estudios en América Latina, para recomendar estrategias para una regulación efectiva, sin eliminar esta importante fuente de alimentos y empleo (especialmente para las mujeres) en zonas urbanas.



Campaña para la protección de la diversidad de plantas



Premios, conferencia sobre alimentos sanos, Colombia



Venta callejera de alimentos, Asia



## Consumo y producción sustentable de alimentos

Los consumidores y los gobiernos están crecientemente preocupados sobre la manera en la que se organiza la agricultura, mientras aumenta la demanda por alimentos producidos a través de sistemas “alternativos.”

- Como primer paso para lograr la regulación de atún enlatado etiquetado como **“libre de daño a delfines”**, CI contribuyó con información al World Wildlife Fund y a la Consulta Técnica de la FAO sobre Directrices Internacionales para el Ecoetiquetado de Pescado, e hizo lobby ante la Unión Europea para establecer un sistema de monitoreo y verificación del atún.



- Una veintena de grupos de consumidores de América Latina y el Caribe se reunió con representantes de centros de investigación y agrupaciones de agricultores orgánicos en un taller sobre la producción de alimentos orgánicos. El taller fue organizado por CI y su socio costarricense Ambio-Alerta. En la ocasión, Consumidores Colombia presentó un **nuevo manual sobre inocuidad de alimentos** dirigido a grupos de consumidores en la región.



Manual de seguridad alimentaria

- El informe de CI **Green Food Claims** (“Alimentos Verdes”) – fruto de la investigación colectiva de los miembros de CI en Austria, la República Checa, Dinamarca, Italia, Noruega, Rumania, Eslovenia y Estados Unidos – revisó una serie de alimentos cuyas etiquetas o envases los describían como orgánicos. El estudio reveló que muchas veces, los logos y avisos eran ambiguos, no tenían sentido, y se carecía de normas y verificación por parte de terceros.



## Consumidores noruegos entablan demanda

Los resultados preliminares de un estudio de CI sobre el etiquetado “verde” de alimentos, arrojaron que en Noruega, algunos productos se etiquetaban como orgánicos sin serlo. El Consejo de Consumidores Noruegos informó de estas irregularidades al organismo regulador, que retiró los productos del mercado e inició acciones legales.



## Participación en la Comisión de Codex

La **Comisión Codex Alimentarius** es el organismo de Naciones Unidas encargado de fijar normas internacionales sobre alimentos. Por más de una década, CI ha asumido como uno de sus ejes de trabajo lograr una mayor participación de los consumidores en Codex.

Representantes de CI asisten a todas las reuniones prioritarias en torno a alimentos transgénicos, la higiene de alimentos y la estructura del sistema de Codex. CI fue representada en: el **Taller de la OMS sobre Organismos Expertos**, abogando por una mayor apertura y diversidad en los comités consultores científicos; el **Directorio Ejecutivo de la OMS**, donde planteó sus dudas sobre los esfuerzos de la industria azucarera para contrarrestar las recomendaciones del organismo sobre las dietas; el **Comité de Codex sobre Medicamentos Veterinarios**, que abordó el tema de la resistencia a los antibióticos; el taller del Comité de **Codex sobre Higiene de los Alimentos** en relación a los organismos presentes en alimentos que pueden causar enfermedades; y el **Comité de Principios Generales**, donde CI jugó un destacado papel en el debate sobre temas como el análisis de riesgo, el código ético y la rastreabilidad.

En el **Comité de Codex sobre el Etiquetado de Alimentos**, donde por años no se ha avanzado en las propuestas para el etiquetado obligatorio de alimentos transgénicos, la frustración de CI con el nulo progreso debido a las presiones empresariales fue avalada por el Director, llamando esta situación una "campana de alerta". CI continuará haciendo gestiones a favor del etiquetado de transgénicos durante la reunión de este comité en 2005.

CI también intervino en la discusión sobre las directrices de Codex respecto del **etiquetado de productos orgánicos, las fórmulas lácteas para bebés, afirmaciones comerciales sobre nutrición y salud, el etiquetado sobre país de origen y la rastreabilidad.**

### Encuesta sobre la participación en Codex

La encuesta de CI en 2004 sobre la participación de consumidores en Codex demuestra una mayor participación y éxito que en años anteriores en lograr influir sobre los gobiernos. Sin embargo, los resultados generales arrojan que una mayor injerencia de parte de los consumidores no necesariamente influye sobre las decisiones de Codex.

### La encuesta de CI sobre Codex reveló que...

"El 56% de los consultados cree que su gobierno ha cambiado su posición sobre temas tratados por Codex como resultado de consultas con grupos de consumidores. En 1999, sólo el 11% de los consultados creyó lo mismo."

– Del informe de CI "La participación en Codex no basta"



### Publicaciones 2004:

- *Plant Variety Protection Laws Lessons from Indonesia, Philippines and Thailand*
- "Rice is Life", *Asia Pacific Consumer*, No. 4, Vol. 38
- *Manual de Seguridad Alimentaria para los Consumidores*
- *Green Food Claims: A Comparative Survey*
- *Participation Is Not Enough: Survey of CI Member Participation in Codex*
- *Participación de los consumidores: Estudio en seis países*

# Comercio y Economía Internacional

**EL AÑO 2004** marca la mitad de camino del programa de CI sobre **Derechos de los Consumidores y Eliminación de la Pobreza a través del Comercio Global**, que monitorea el comercio agrícola, el acceso a servicios (servicios públicos, salud y educación) y promueve políticas de competencia que favorecen al consumidor para contrarrestar las prácticas restrictivas de las empresas.

Los miembros de CI están realizando 24 actividades en torno al desarrollo de políticas e investigación en: Bangladesh, Bhutan, Bolivia, Brasil, Camboya, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Fiji, Jordania, Laos, Moldavia, Nepal, Panamá, Perú, República Dominicana, Tayikistán y Vietnam.

## Logros en 2004

El trabajo de CI le ha permitido ganar credibilidad ante importantes instituciones de política económica, como UNCTAD, OCDE, el Banco Mundial y la OMC; en foros como el grupo de Países Menos Desarrollados y entre socios del Acuerdo de Cotonou (entre la UE y 70 países en desarrollo); con los gobiernos que negocian el Acuerdo de Libre Comercio para las Américas (ALCA) y acuerdos subregionales de libre comercio; y ante la Comunidad Económica de Estados de África Occidental, entre otros.

Los esfuerzos de CI han logrado cambios notables, que incluyen:

- Significativos cambios en el enfoque sobre subsidios agrícolas, particularmente en la UE, gracias a la presión de muchos, incluyendo a CI y sus socios
- Un mayor compromiso de parte de la UNCTAD para incorporar la protección del consumidor y la competencia en su programa de trabajo
- Un mayor debate dentro del Banco Mundial y otras partes interesadas sobre reformas en el sector de los servicios públicos y el rol del sector privado

## Leyes de competencia y protección del consumidor

CI trabaja para asegurar la incorporación de medidas de protección del consumidor en regulaciones a la competencia, centrando sus esfuerzos en países que aún no han implementado leyes de competencia. Los hitos de 2004 incluyen:

- La **Declaración de São Paulo de la Conferencia UNCTAD XI** en Brasil se refiere específicamente a la protección del consumidor. El lobby de CI en las reuniones preparatorias resultó en un mayor reconocimiento de la importancia de los consumidores en el proceso de elaboración de los textos
- CI trabajó con los gobiernos de **Laos, Camboya y Bhutan** para la implementación y cumplimiento de leyes de competencia efectivas
- **Taller en París sobre Competencia** para miembros de CI del Líbano, Rusia, Polonia y Macedonia
- **Seminario en Dakar sobre Políticas de Competencia y Protección del Consumidor**, con participantes de la UNCTAD, el Mercado Común para el Sur y Oriente de África, la Unión Económica y Monetaria de África Occidental y 24 organizaciones de consumidores
- El nuevo **Índice de Percepción de Consumidores Africanos sobre Competencia y Regulación** será incluido en el, "*Informe Anual sobre Calidad de Vida y Protección del Consumidor*", de la Oficina Regional de CI para África
  - Nueva **base de datos sobre regímenes de competencia** en Asia.



Protesta sobre subsidios agrícolas

## Trabajo en redes para leyes de competencia

La organización ecuatoriana *Tribuna* continúa sus esfuerzos por lograr la promulgación de leyes nacionales de competencia y llenar el vacío legal dejado por un veto gubernamental en 2002. *Tribuna*, miembro de CI, juega un papel relevante en la Red Inter-institucional para la Competencia (REICO), junto al Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, CARE-Ecuador, el Banco Interamericano de Desarrollo, ministerios gubernamentales y ONGs dedicadas al tema del desarrollo.

## Comercio agrícola y concentración del mercado de alimentos

CI promueve reformas en el comercio agrícola, que incluyen terminar con los subsidios a las exportaciones agrícolas. Los análisis de casos realizados en 2004 revelaron el control empresarial de la cadena alimentaria, una concentración del mercado y *dumping*. Esto se vio reflejado en:

- La concentración del mercado en los **sectores del azúcar y arroz** en Mali y Kenya
- Control empresarial y *dumping* de **azúcar** en Indonesia, y control empresarial del **sector lácteo** en Argentina
- En cuatro países (Perú, Bolivia, Ecuador y Colombia) se estudió la creciente **concentración del mercado en el sector de los supermercados** y su impacto sobre los consumidores.

## Promoción, trabajo en redes y representación

Lo más destacado de 2004 incluye:

- **Comité de la OCDE sobre Alimentos y Agricultura:** CI lideró la discusión sobre las reformas al comercio agrícola y los sistemas de alimentos en consultas con la sociedad civil organizadas por el Comité.
- **Simposio público de la OMC:** CI participó en la plenaria de apertura del Simposio de la Sociedad Civil de la OMC, y fue citada por panelistas durante un evento sobre subsidios organizado por el Instituto de Políticas de Comercio Agrícola (IATP), socio estadounidense de CI.
- **Congreso Mundial de Agricultores:** CI presentó una declaración sobre la concentración del mercado ante el Congreso Mundial de la Federación Internacional de Productores Agrícolas (IFAP), y fue invitada a elaborar una declaración conjunta con IFAP sobre la concentración de mercados de productos agrícolas.
- **Iniciativa para la Responsabilidad de la Industria Agropecuaria (AAI):** CI estrechó vínculos con esta emergente red global que busca políticas de alimentos y agrícolas más equitativas, orientando sus esfuerzos a los problemas de la concentración del mercado y las prácticas anti-competitivas. CI presentó documentos en los eventos de AAI en América Latina, y asistirá a los foros regionales de AAI en Asia y Europa durante 2005.
- **Conferencia Internacional para Sistemas de Agricultura y Alimentos Justos y Sustentables:** Representantes de CI presentaron los puntos de vista de consumidores africanos durante esta conferencia global de organizaciones agrícolas, campesinas, ambientales, laborales, de iglesia, desarrollo, derechos humanos y comercio justo.
- CI asistió a la **Convención sobre Soberanía Alimentaria de los Pueblos del Asia-Pacífico**. Los participantes debatieron sobre el concepto de la soberanía alimentaria y prepararon una declaración para presentar en las próximas reuniones sobre comercio regional y la reunión Ministerial de la OMC.
- CI ayudó a organizar la primera **Conferencia Latinoamericana sobre la Concentración y el Poder Monopólico de las Cadenas Agroalimentarias**, y contribuirá a coordinar una nueva red regional sobre este tema.

## ¿Qué hay detrás del precio de una taza de café?

Un nuevo proyecto de investigación de CI, a iniciarse en 2005, estudiará el precio del café desde la perspectiva de su sustentabilidad y buscará elevar la conciencia de los consumidores respecto del impacto de sus compras de café sobre la agricultura sustentable y el desarrollo rural.



“Ser un consumidor en Nicaragua, donde el 43% de la población económicamente activa vive en la extrema pobreza, es un privilegio.”

– Declaración de LIDECONIC, miembro de CI, en un documento entregado a la Asamblea Nacional de Nicaragua durante el debate en torno a la reforma del sector agua.

## Monitoreo de acuerdos comerciales y la OMC

CI y sus socios monitorean las negociaciones de libre comercio para resguardar la protección de los consumidores. La oficina en África preparó hojas informativas sobre el Área de Libre Comercio que se negocia entre la Unión Aduanera del Sur de África (SACU) y Estados Unidos y evaluar su impacto sobre los consumidores. En las Américas, miembros de CI en el Grupo de Trabajo Hemisférico de Consumidores sobre el ALCA realizaron campañas de alto perfil sobre el ALCA. Los resultados de la investigación de CI sobre el potencial impacto sobre la agricultura y los servicios han sido ampliamente distribuidos a sindicatos, publicaciones de consumidores y los medios de comunicación.

CI se une a sus miembros, aliados de otras ONG y múltiples redes de expertos y activistas de base para monitorear el proceso previo a la Sexta Conferencia Ministerial de la OMC, a realizarse en Hong Kong en 2005.

## Grupos de monitoreo de políticas comerciales y pobreza

Se han creado grupos de monitoreo del comercio para fortalecer el trabajo en redes y de promoción dentro del contexto de los acuerdos bilaterales y de otro tipo que se negocian actualmente en el mundo.

- En **Pakistán**, el Grupo de Monitoreo de la OMC participó en un comité especial del Senado sobre los desafíos de la OMC.
- La Fundación para los Consumidores de **Tailandia** utilizó la red de miembros de CI para distribuir una carta al gobierno de Estados Unidos expresando su oposición al inicio de negociaciones bilaterales de libre comercio.
- La Asociación de Consumidores de **Bangladesh** y el Grupo de Acción de los Consumidores en **India** encabezan grupos de monitoreo.
- **Malawi** y **Togo**, que forman parte de las Estrategias para Reducir la Pobreza apoyadas por el FMI y el Banco Mundial, realizan análisis de casos sobre los vínculos entre políticas comerciales y pobreza.

## Servicios públicos

CI está elaborando una **Carta de los Derechos del Consumidor respecto de los Servicios Públicos** (agua, energía y telecomunicaciones), a base de una serie de principios generales y directrices de las mejores prácticas, orientada a gobiernos, empresarios e instituciones internacionales.

- Miembros de CI realizan análisis de casos en **Perú, Ecuador** y la **República Dominicana** (electricidad); **Brasil** (telecomunicaciones); **Colombia** (agua); y **Argentina** (gas), **Indonesia, Tailandia, Pakistán** y **Bangladesh** (telecomunicaciones); **Jordania** y el **Libano** (telecomunicaciones y agua).
- CI y sus miembros promovieron exitosamente medidas a nivel nacional para reformar los servicios de agua en **Kenia** y **Mali**.

## Propiedad Intelectual

CI monitorea el impacto sobre los consumidores del **Acuerdo de la OMC sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (TRIPS)**, especialmente en cuanto a las restrictivas patentes y altos precios de medicamentos anti-retrovirales utilizados para el tratamiento de VIH/SIDA. Aunque la Declaración de Doha de la OMC permite a los miembros de países en desarrollo adoptar medidas como las importaciones paralelas y las licencias obligatorias de medicamentos esenciales, estos escasamente se ponen en práctica.

CI actúa como consultor ante la revisión de las leyes nacionales de propiedad intelectual en países del **Sudeste Asiático**. En **Chile**, CI lleva a cabo campañas con otras organizaciones de la sociedad civil en torno a las políticas sobre fármacos establecidas en el nuevo Acuerdo de Libre Comercio entre Chile y Estados Unidos.

Durante un taller internacional organizado por el Diálogo Transatlántico de Consumidores, se cuestionó el rol y los valores de la **Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO)**. El evento en septiembre culminó con la Declaración de Ginebra sobre el Futuro de la WIPO, cuyas disposiciones fueron incorporadas a la Agenda de Desarrollo de la OMI.

Derechos de autor demasiado estrictos pueden resultar en textos de estudio excesivamente caros. El nuevo proyecto de CI en Indonesia y Tailandia, titulado "**Acceso al Conocimiento: Derechos de autor como barrera al acceso a libros, revistas y materiales de enseñanza**", elaborará políticas sobre derechos de autor a base de la evidencia recabada.

## Publicaciones 2004

- *Achieving Effective Domestic and Trade Reform: The Consumer View*
- *Concentration in Agrifood Markets and Trade: The Consumer View*

# Normas Técnicas

**LAS NORMAS** conectan al mundo, pero la mayoría de los consumidores no se da cuenta de la importancia de las normas respecto de los bienes y servicios que compran. Las normas cubren las especificaciones de los productos, su rendimiento, seguridad y su impacto ambiental. Están emergiendo nuevas áreas de normalización en el comercio electrónico, los servicios, turismo, instancias alternativas de resolución de conflictos y en el manejo de reclamos, productos usados, y, más recientemente, respecto de la responsabilidad social. Las normas internacionales se han convertido cada vez más en una herramienta de políticas comerciales que amenaza con socavar, en lugar de resguardar, el bienestar de los consumidores.

Uno de los hitos de CI durante 2004 en esta área fue el nuevo programa para capacitar a grupos de consumidores en América Latina para que participen plenamente en los procesos nacionales de normalización. Miembros de CI en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, República Dominicana, Ecuador, Panamá, Perú y Canadá realizarán pruebas de productos con ayuda de expertos de la Organización Internacional para la Normalización (ISO) e importantes laboratorios de pruebas.



## Acción colectiva en pruebas comparativas

Veinticuatro de los 25 asociados de *International Consumer Research and Testing* (ICRT) son miembros de CI. Con sede en 23 países, ICRT lleva a cabo alrededor de mil pruebas comparativas al año, muchas veces trabajando con cinco o más organizaciones. Los resultados de estas pruebas son publicadas en revistas de consumidores.

## CI en la ISO

CI envía expertos a reuniones selectas de la ISO y la Comisión Electrotécnica Internacional (CEI), organismos internacionales de normalización. Ambas son organizaciones no gubernamentales que agrupan a los organismos de normalización nacionales.

### • Productos de segunda mano

Los consumidores que compran productos de segunda mano requieren de aún más protección que aquellos que compran bienes nuevos. Como resultado de los esfuerzos de largo tiempo de CI, el Consejo General de la ISO acordó unánimemente en su reunión de 2004 elaborar normas internacionales para productos usados (como neumáticos, vehículos, vestimenta, zapatos y artefactos domésticos). Estas normas también se aplicarán a productos retirados del mercado local por no cumplir con las normas nacionales y que son exportados desde países desarrollados a países en desarrollo. Las nuevas normas abarcarán consideraciones de salud, seguridad, impacto ambiental e información del producto.

### • Responsabilidad social

Investigaciones de CI han demostrado que los consumidores quieren tener la posibilidad de elegir bienes producidos de manera ética y sustentable. La existencia de directrices internacionales efectivas contribuiría a un sistema más transparente de responsabilidad empresarial, y a la vez aumentaría la información disponible a los consumidores.

En 2004, ISO aprobó comenzar a trabajar sobre Directrices Internacionales de Responsabilidad Social. CI participó como miembro del Grupo Consultor Estratégico que aconsejó a la ISO, y ofreció el discurso principal durante la conferencia del Directorio Técnico de la ISO que aprobó la medida. CI participará en el Grupo de Trabajo para redactar las directrices al año 2007.

### • Servicios de agua y alcantarillado

Las principales preocupaciones de los consumidores ante este comité técnico son el principio de recuperación de costos y la necesidad de proteger a los pobres de las alzas en precios.

“CI no está interesada en elaborar normas (para servicios de agua) que simplemente mejorarían el servicio para las personas acomodadas, sin hacer nada para los más pobres: los que no están conectados al servicio.”

– Delegado de CI ante el Comité Técnico 224 sobre Agua y Alcantarillado

### • COPOLCO

CI asiste a la reunión anual del Comité de Políticas del Consumidor (COPOLCO), y en 2004 realizó un exitoso taller de Gobernabilidad Global sobre cómo impactan las normas sobre el proceso de toma de decisiones internacionales.

### • Otros comités

En 2004, CI también participó en reuniones de la ISO sobre anticonceptivos mecánicos (preservativos y DIU), manejo de reclamos, mecanismos alternativos de resolución de conflictos y códigos de conducta, y la seguridad de vehículos, juguetes y artefactos domésticos eléctricos.

# Responsabilidad Social Empresarial

**UNO DE LOS PRINCIPALES** objetivos de CI es lograr que los consumidores tengan conciencia sobre cuáles son los bienes producidos de una manera social y ambientalmente responsable, y promover las prácticas éticas de las empresas.

CI busca el desarrollo de mecanismos para reportar sobre las conductas empresariales que sirvan como medio efectivo para que los consumidores evalúen esas conductas y actúen en concordancia.

CI pertenece a la Iniciativa Global de Información, un organismo internacional multipartita que ha desarrollado **normas para reportar** sobre el desempeño económico, ambiental y social de empresas internacionales.

La **implementación** de las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales es otro de los objetivos de CI, que se promueve a través del intercambio de información entre sus miembros.

El trabajo de promoción de CI contribuyó a incorporar la **responsabilidad social empresarial** en acuerdos internacionales, incluyendo los documentos finales de la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sustentable en 2002.

CI jugó un papel instrumental en la decisión de la ISO de abarcar el área de la **responsabilidad social** con una nueva **directriz para prácticas empresariales éticas**. (Ver página 19).

CI y sus miembros ODECU (Chile) e IDEC (Brasil) participan activamente en la **Red Puentes**, una red entre seis países latinoamericanos y Holanda cuya meta es promover la responsabilidad social de las empresas desde la perspectiva de los consumidores y ciudadanos. Sus miembros monitorean las prácticas empresariales, especialmente las de las corporaciones multinacionales.

“Si el diseño y la orientación estratégica de las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial (CSR) se mantienen sólo en manos del sector empresarial, CSR no logrará todo su potencial e inhibirá los cambios necesarios en lugar de estimularlos. Las organizaciones de consumidores también deben involucrarse.”

– De la presentación de la Oficina de CI para América Latina y el Caribe

## RSE en CI: Empezando por casa

Como organismo que promueve la responsabilidad social de las empresas, es importante para Consumers International auditar e informar sobre sus actividades internas. Para estos fines, CI revisó los mecanismos de auditoría social dentro de la organización, e inició una evaluación preliminar sobre el impacto ambiental de su trabajo.

CI no explota recursos naturales a través de la producción de bienes, pero no obstante, su trabajo impacta el medio ambiente.

El estudio preliminar para reunir y sistematizar información sobre este impacto – más las prácticas ya adoptadas en las oficinas de CI\* – se centró en las siguientes áreas:

- **Reciclaje:** Todas las oficinas reciclan su papel y cartuchos de tinta. La oficina de Kuala Lumpur tiene un programa de incentivos. En la oficina de Londres, 950 kilos de papel – equivalente a 16 árboles, según el servicio de recolección – fueron reciclados el año pasado. La oficina de Santiago dona papel usado a personas e instituciones caritativas para su reciclaje.

- **Transporte a la oficina:** En Londres, casi todo el personal ocupa el transporte público para llegar al trabajo, cubriendo distancias de hasta 110 km. La oficina también incentiva el uso de la bicicleta a través de facilidades para su compra. En Kuala Lumpur, casi todo el personal viaja en auto a la oficina, recorriendo de 8 a 140 km. En Santiago, un tercio del personal ocupa el transporte público para llegar a la oficina.

- **Uso de energía:** Todas las oficinas ocupan un criterio de costo y eficiencia para el uso de calefacción (y, en el caso de Kuala Lumpur, aire acondicionado). En Santiago, donde la contaminación del aire es crítica, se optó por el gas natural como la opción más saludable.

La actividad de CI que más afecta el medio ambiente son los viajes en avión. Diferentes maneras de minimizar el impacto ambiental – como otras vías de comunicación, canjes de bonos de carbono y otras opciones – serán consideradas en el futuro.

Tomando el año 2004 como referente, CI seguirá el proceso interno de monitoreo, estableciendo metas en estas áreas y abordando estudios en otros aspectos de responsabilidad social.

\* Londres, Kuala Lumpur, Santiago. La oficina de Harare se traslada a Accra, Ghana

## Alerta sobre juguetes hechos en China

Consumidores y tiendas en Holanda fueron alertados sobre las deplorables condiciones laborales en las fábricas de juguetes en China. *Consumentenbond* (CB) y otras organizaciones de consumidores europeas investigaron las condiciones laborales de las fábricas de seis de los juguetes chinos más populares. Aunque las empresas han adoptado códigos de conducta para establecer políticas sobre horarios, sueldos y condiciones de salud y seguridad laborales, CB descubrió que la existencia de estos códigos de conducta no garantiza su cumplimiento. La página web de CB creó tarjetas electrónicas de denuncia para que los consumidores los envíen a las tiendas de juguetes como una manera de presionar a los proveedores chinos a que cumplan estos códigos.

# Leyes de Protección al Consumidor

LA **LEGISLACIÓN** es la base para la defensa de los derechos de los consumidores y calibrar la responsabilidad gubernamental.

Uno de los hechos destacados de CI durante 2004 tuvo lugar en noviembre, cuando la presidenta de CI, Marilena Lazzarini, habló ante un foro internacional en Pekín sobre la protección al consumidor, elevando la conciencia de los consumidores en el país más poblado del mundo. Otras actividades incluyeron:

- **Europa:** Con la incorporación de diez nuevos países (Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Hungría, Latvia, Lituania, Malta, Polonia y República Checa) a la **Unión Europea** en 2004, CI y su socio BEUC (Organización de Consumidores Europeos) difundió información sobre las instituciones de consumidores en la UE.
- **Américas:** En el **Tercer Foro para Organismos Gubernamentales de Protección al Consumidor**, realizado en São Paulo, los gobiernos firmaron un acuerdo sobre los derechos de los turistas como consumidores.
- **África:** Grupos de CI y organismos de gobierno planificaron el **Diálogo Regional sobre la Promoción de Políticas de Protección al Consumidor**, a realizarse en Botswana en 2005.
- **Asia:** La **Conferencia Asiática sobre la Regulación de Créditos de Consumo** ofreció a las organizaciones de consumidores una mayor capacidad para enfrentar el problema del masivo endeudamiento de los consumidores.

El sitio web de la Ley del Consumidor del Asia-Pacífico entregó acceso en línea a la legislación y una actualización de los casos en curso en 21 países. Ver: [www.ciroap.org/apci](http://www.ciroap.org/apci)

- Se promulgaron **nuevas leyes** en **Kiribati, México y Chile** (donde se incorporaron las acciones legales colectivas). En **Mozambique**, la nueva Constitución otorga a organizaciones de consumidores la facultad de representar a los consumidores en tribunales; en **Laos**, entró en vigencia un decreto sobre competencia preparado con información de CI.
- Miembros de CI en **El Salvador, Panamá, Costa Rica, Uganda y Zambia** presentaron **reformas** para mejorar la legislación vigente. En **Zambia**, un miembro de CI integra el comité para redactar las reformas.

## Acción global logra rechazo de salmón contaminado

Miembros y socios de CI en Europa y América Latina enviaron cartas a parlamentarios europeos y a las autoridades de salud pública de Chile pidiendo la destrucción de un cargamento de salmón contaminado devuelto a Chile luego de ser rechazado por las autoridades estadounidenses. La empresa exportadora del salmón contaminado fue obligada a destruir la carga en lugar de re-exportarlo a la Federación Rusa, como era su intención.

## Protección en línea

El ciberespacio es un nuevo ámbito para la protección de los consumidores.

- Una encuesta internacional en línea realizada por CI y el Diálogo Transatlántico de Consumidores demostró que en todo el mundo, la gente ya **no soporta el spam** (comunicación comercial electrónica no solicitada), y que muchos no quieren hacer compras en línea debido a ello. La consulta a más de 21 mil personas en más de 36 países encontró que la gran mayoría dijo que "odiaban" o "están molestos" con el *spam*: 42% dijo que más de la mitad de los correos electrónicos que reciben es *spam* y el 84% afirmó que se debería prohibir todos los e-mails publicitarios no solicitados.
- Una comparación de los **precios de viajes aéreos disponibles en línea** reveló una gran discrepancia de precios en sitios de países de la UE, pero precios más bajos que en los sitios de EE.UU. El estudio, organizado por Informes de Monitoreo de Internet y miembros de CI en seis países europeos, fue el tema de titulares en revistas de viaje.
- La protección al consumidor y la confianza en el **comercio electrónico** es la meta de un nuevo proyecto lanzado en 2004 en Malasia y Tailandia. Actualmente está en curso una encuesta sobre la facilidad de comprar y anular compras en línea. Un taller de capacitación para investigadores asiáticos fue realizado en La Haya con expertos de países de la UE y la OCDE. Se publicarán los resultados de un estudio sobre la credibilidad de los sitios de comercio electrónico y se elaborarán recomendaciones al respecto.
- Participantes de un seminario en Buenos Aires con miembros de CI analizaron las directrices de la OCDE y APEC sobre **privacidad**, y analizaron mecanismos para controlar el *spam*.

"Las leyes de protección al consumidor tienen garras y dientes, pero aún así, no atrapan ni muerden."

– Participante del Tercer Foro para Organismos Gubernamentales de Protección al Consumidor en São Paulo

# Consumo Sustentable

**EL CONSUMO SUSTENTABLE** se refiere a la elección de bienes y servicios para satisfacer necesidades básicas y mejorar la calidad de vida, al tiempo minimizando su impacto negativo sobre los recursos naturales y el medio ambiente.

Las medidas para promover el consumo sustentable se refieren no sólo a los bienes y servicios (alimentos, vivienda, vestimenta, transporte y entretenimiento), sino también a la energía, los materiales que se consumen y los desechos que se generan durante el ciclo de vida de un producto, desde la extracción de la materia prima hasta su eliminación o reutilización.

En 1999, se ampliaron las Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, con la adopción de la Sección G, que cubre el tema del consumo sustentable. Desde entonces, la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sustentable ha aprobado un Marco de Diez Años de Programas sobre Consumo y Producción Sustentables para orientar la acción gubernamental en esta área.



Equipo consumo sustentable, Asia

“Los países en desarrollo tienen la oportunidad de adelantarse a patrones de crecimiento que son buenos para el medio ambiente mientras emergen de la pobreza, sin seguir el camino no sustentable que tomaron los países desarrollados.”

– De la presentación de la oficina de CI para Asia-Pacífico

- En 2004, CI lanzó un proyecto de transferencia de conocimientos y experiencia desde países europeos a asiáticos respecto de la **exitosa implementación de políticas de orientación sustentables**. El nuevo proyecto de **Consumo Sustentable en Asia** revisa las mejores prácticas en Alemania, Dinamarca, España, Francia, Holanda, y Suecia, y comparte estas experiencias con grupos de consumidores en Bangladesh, Camboya, China, Filipinas, India, Indonesia, Laos, Malasia, Nepal, Sri Lanka, Tailandia y Vietnam. Las actividades están siendo compiladas en un manual de capacitación en inglés, mandarín, bahasa, khmer, tailandés y vietnamita.

- En América Latina, el **Programa de Ciudadanía Ambiental** vincula a las redes regionales de grupos de consumidores, municipalidades, iglesias, parlamentarios, educadores y radios comunitarias en una serie de iniciativas de base en siete países sobre temas como la biodiversidad, el cambio climático, el debilitamiento de la capa de ozono y el agua limpia.

- El proyecto **Demandas Emergentes de los Usuarios para Soluciones Sustentables** relaciona a grupos de consumidores en Bélgica, España, Francia, Holanda, Hungría, Italia, Noruega, y el Reino Unido con un consorcio de universidades y centros de investigación europeas para delinear las emergentes demandas de sustentabilidad. El programa destaca la creatividad y la innovación social.

Delegaciones de CI presentaron los puntos de vista de sus miembros sobre organismos transgénicos y consumo sustentable a gobiernos y la prensa durante la Séptima Conferencia de las Partes de la **Convención sobre Diversidad Biológica** y la Primera Reunión de las Partes del **Protocolo de Cartagena sobre Bioseguridad**, realizados en Malasia en febrero, así como durante la reunión anual de la **Comisión de Naciones Unidas sobre Desarrollo Sustentable**, que tuvo lugar en Nueva York en abril.

## Publicaciones 2004:

- *Tracking Progress, Second Edition*

# Salud de los Consumidores

**MEJORAR LA SALUD PÚBLICA** a través de la participación de los consumidores y regulaciones nacionales e internacionales adecuadas es un compromiso de largo plazo de CI.

Uno de los hechos destacados del año fue la promoción por parte de CI de la **Estrategia Global de la OMS sobre Dieta, Actividad Física y Salud**. Un equipo de 20 miembros de CI hizo lobby durante la Asamblea Mundial de la Salud en mayo, contribuyendo a fortalecer la Estrategia Global para limitar las enfermedades no-transmisibles causadas parcialmente por la dieta y el estilo de vida.

Organismos representando a la industria alimentaria y agrícola presionaron vigorosamente para debilitar las secciones relativas a restringir las grasas, azúcar y sal en los alimentos. Un documento previo fue rechazado por el gobierno de Estados Unidos, bajo el argumento que la metodología utilizada en la investigación científica había sido deficiente.

La delegación de CI denunció con éxito las presiones por parte de la industria y abogó por una revisión cada dos años de su implementación. CI fue la única voz global de los consumidores que intervino en esta área. En septiembre, CI presentó una declaración en apoyo de su implementación ante la reunión europea de la OMS en Copenhague.

Otras actividades en 2004 incluyeron:

- Años de campañas por parte de miembros de CI en todo el mundo contribuyeron significativamente a la adopción (a fines de 2003) y ratificación por 40 países (en 2004) de la **Convención Marco para el Control del Tabaco**, que entra en vigencia en 2005. Miembros de CI en varios países latinoamericanos incluyeron el control del tabaco en su trabajo, en pos de leyes nacionales para la prohibición de publicidad y advertencias de salud adecuadas.
- Miembros de CI en Asia investigaron los **productos medicinales tradicionales y complementarios** (incluyendo a los nutraceuticos) y los marcos regulatorios, y se prepararon para la primera Conferencia Asiática sobre Medicina Tradicional y Complementaria, a realizarse en Singapur a comienzos de 2005.
- En dos eventos en 2004 se analizó la necesidad de **regular la publicidad televisiva de alimentos dirigida a niños**. En febrero, la conferencia **Generación Exceso** organizada por el Diálogo Transatlántico de Consumidores reunió a panelistas de la OMS, el Grupo de Trabajo Internacional sobre Obesidad, gobiernos, comunidades académicas y consumidores. En mayo, CI publicó un informe sobre la publicidad de alimentos dirigida a niños en seis países asiáticos, denunciando su impacto negativos sobre la salud y la falta de regulación.

“Las investigaciones demuestran que la mayoría de los niños creen que la publicidad televisiva es informativa, y la mayoría reacciona a ella favorablemente. El 73% de los niños paquistaníes dice que les encanta la publicidad, al igual que el 68% de los niños filipinos.”

– Oficina de CI para Asia-Pacífico

“Grupos de activistas instaron a la OMS a permanecer firme ante los intentos de debilitar la estrategia y la resolución, afirmando que el énfasis sobre la responsabilidad personal no tiene ningún sentido en un contexto en el cual la industria alimentaria gasta miles de millones de dólares en el mercadeo y la publicidad, mucha de ella dirigida a niños. ‘Se ha probado y ha fracasado la política [estadounidense] que enfatiza la responsabilidad personal,’ dijo Consumers International. ‘¿Es correcto exportar esta política fracasada al resto del mundo?’”

– *Financial Times*, 26 de enero



Control de tabaco, Chile



Comida “chatarra”

## Publicaciones 2004

- *The Junk Food Generation: A Multi-Country Survey of the Influence of Television Advertisements on Children*

# Educación del Consumidor

LA EDUCACIÓN es una herramienta vital para elevar la conciencia y empoderar a los consumidores.

Las oficinas de CI están explorando nuevas áreas para la educación del consumidor, incluyendo el análisis de género, la educación de adultos y temas ambientales. Algunos ejemplos de 2004 son:

- “¿Usar, elegir o crear el futuro?” fue la pregunta planteada por la nueva Red de Ciudadanía de Consumidores, una red interdisciplinaria de educadores que comparten el interés de ver cómo los consumidores, individualmente, pueden contribuir al desarrollo sustentable y a la solidaridad. CI participó en el lanzamiento, delineando los desafíos que enfrentan las organizaciones de consumidores en Europa en su búsqueda de patrones de consumo y producción sustentables. La Red reúne a 125 instituciones académicas y organizaciones ambientales, ciudadanas y de consumidores de 29 países.
- Los estudios realizados en decenas de escuelas privadas y públicas en India, Nepal y Pakistán concluyeron que la **educación sobre la alimentación y la nutrición** está prácticamente ausente en ellas. Sus recomendaciones incluyen el establecimiento de consejos de nutrición para trabajar con profesores, y proyectos de almuerzos escolares.
- La **educación del consumidor para adultos** fue destacado en una edición especial de *Decisio*, la revista del Centro de Cooperación Regional para la Educación de Adultos en América Latina y el Caribe. Los contenidos fueron encargados por la oficina de CI en Santiago y los artículos escritos por miembros de la Red Regional para la Educación del Consumidor de América Latina y la Escuela Europea para Consumidores.
- Se realizaron talleres sobre la introducción de la **perspectiva de género a la educación del consumidor** en Argentina, El Salvador y Chile, utilizando el manual elaborado por la oficina de CI para América Latina. También está disponible una versión del manual en inglés.

## Educación en línea

El Internet es un campo cada vez más popular para la educación del consumidor.



En 2004, CI amplió significativamente los recursos disponibles en línea para la educación del consumidor, con una nueva sección de materiales desde América Latina y España, en: [www.consumidoresint.cl](http://www.consumidoresint.cl)

Se han publicado manuales, metodologías, experiencias y contactos para educadores de consumidores en el Asia-Pacífico en: [www.ciroap.org/ce/](http://www.ciroap.org/ce/)



Aprendiendo sobre etiquetas, ASPEC (Peru)



Afiche, oficina de África

## Publicaciones 2004:

- *Género y consumo: Hacia un enfoque de género en la educación para el consumo*

# Desarrollo Institucional

**DESARROLLAR CAPACIDADES EN** las organizaciones de consumidores en países en desarrollo y en transición continúa siendo una de las principales áreas de trabajo de CI. Algunas de las actividades realizadas en 2004 incluyen:

- El **Taller de Capacitación del Pacífico Sur** fue organizado por CI con el Secretariado de la Comunidad del Pacífico y el Consejo del Consumidor de Fiji. Las delegaciones de Fiji, Kiribati, las Islas Cook, Samoa, y Tonga incluyeron a autoridades de gobierno y ONGs de consumidores. El objetivo del taller fue consolidar la cooperación en las áreas de la nutrición y la salud.



Taller de formación de líderes, Pacífico Sur

- La oficina de CI para América Latina y el Caribe realizó un **curso a distancia de tres meses sobre administración y gestión financiera** para sus miembros.
- En África, CI ayudó a sus miembros a realizar **actividades de fortalecimiento institucional**. El grupo ProConsumers de Mozambique elaboró una planificación estratégica para su desarrollo futuro. CAMA, en Malawi, llevó a cabo un ejercicio similar, utilizando herramientas de evaluación que incluían la planificación para el proyecto piloto "Empoderar a los consumidores para tomar decisiones informadas".
- En Barbados se realizó un taller multi-disciplinario de **desarrollo de capacidades** con autoridades gubernamentales encargados de asuntos del consumidor y representantes de ONGs. Se analizaron temas como los alimentos, el comercio y la legislación, dentro del contexto del debate en torno al mercado único del Caribe.



Delegación coreana visita la oficina de CI en Londres

"El Comité Ejecutivo de CI decidió reunirse en Pekín porque estamos enormemente impresionados por los logros alcanzados por la Asociación de Consumidores de China," dijo la presidenta de CI, Marilena Lazzarini. "Queremos demostrar nuestro aprecio hacia ellos, y éste es un buen viaje de aprendizaje."

– *China Daily*, 27 de octubre

## Nuevos miembros en 2004

Los siguientes grupos se incorporaron a CI como miembros afiliados:

**Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios (CONADECUS)**  
Santiago, Chile

**Federación Nacional de Asociaciones de Consumidores y Usuarios (FENASCO)**  
San José, Costa Rica

**Association of Conscious Consumers (ACC)**  
Budapest, Hungría

**Regroupement pour la Défense des Consommateurs du Mali (REDECOMA)**  
Bamako, Mali

**IBON Foundation Inc.**  
Manila, Filipinas

**Federación de Consumidores en Acción (FACUA)**  
Sevilla, España

**Food Animal Concerns Trust (FACT)**  
Chicago, Estados Unidos

**Yemen Society for Consumer Protection (YCSP)**  
Sana'a, Yemen

También, la **Organisation Tunisienne de la Défense du Consommateur** de Tunisia y **Sveriges Konsumentråd** de Suecia, se convirtieron en miembros plenos de CI.

# Comunicaciones

Influyentes medios de prensa solicitaron la opinión de CI durante el año, y esto incluyó entrevistas en **BBC World News**, cartas al director en **importantes diarios internacionales**, reportajes distribuidos a través de la **red de la agencia IPS**, comunicados de prensa publicados en el sitio web de **One World**, y la inclusión de las posiciones de CI en boletines sobre transgénicos, inocuidad de alimentos, comercio y desarrollo.

- Un nuevo **acuerdo** con PANA Press logró la cobertura de las actividades de CI y sus miembros en unos 40 países africanos. Se elaborarán 50 reportajes en inglés y francés, y se subirán las publicaciones de CI al sitio web de PANA. Los artículos desde Argelia, Benin, Burkina Faso, Etiopía y Kenia fueron los primeros en ser publicados.
- CI contribuye regularmente con **columnas** para las páginas sobre derechos del consumidor de los principales **periódicos de Malasia**, y ofreció amplia cobertura durante el año a los problemas del acceso y la calidad del agua.

## Actividades de capacitación

- En Zanzibar se realizó un **taller para capacitar a reporteros televisivos** sobre temas del consumidor.
- La oficina de CI para África otorgó por primera vez el **Premio Kalam de Excelencia en Periodismo del Consumidor**. Se premiaron trabajos sobre medicinas engañosas y fracasados experimentos transgénicos.
- Periodistas latinoamericanos se reunieron en un seminario organizado por la oficina de CI en Santiago para analizar el estado de la cobertura de los **temas del consumidor** en la región.

## Herramientas para las comunicaciones

Intercambiar información y debatir políticas entre la diversidad de los miembros de CI es uno de los desafíos más grandes de la organización.



Consumers International en internet:  
[www.consumersinternational.org](http://www.consumersinternational.org)  
[www.consumidoresint.cl](http://www.consumidoresint.cl)

Los comunicados de prensa, publicaciones informativas y los resultados de proyectos de investigación de CI, así como las campañas de promoción, están disponibles en formato electrónico (en PDF o Word) sin costo en el **sitio global de CI**. Unos 70 comunicados de prensa y decenas de nuevas publicaciones fueron subidos al sitio en 2004.

Decenas de documentos y noticias también aparecen en el **sitio web en español** de la oficina de CI para América Latina y el Caribe: [www.consumidoresint.cl](http://www.consumidoresint.cl).

- Las oficinas de CI distribuyen a sus miembros, socios y la prensa **boletines electrónicos** sobre los temas alimentos, comercio, educación del consumidor y legislación.
- Las **listas de distribución** se han convertido en un gran medio para que los miembros de CI puedan contribuir información, hacer consultas y coordinarse. Los **grupos de discusión** sobre comercio, alimentos, normas, protección del consumidor respecto del comercio electrónico y otros temas facilitan el intercambio de opiniones y el desarrollo de políticas.
- Las **publicaciones** de CI durante 2004 se detallan en las secciones sobre los programas en este Informe Anual. La mayor parte está disponible en formato electrónico y puede bajarse del sitio web de CI, que también incluye un completo listado de todas las publicaciones de CI.
- Los **boletines regionales electrónicos e impresos** mantienen informados a los miembros de CI y otros interesados sobre eventos en su región y de las actividades de CI en el mundo (*Contactarse con las oficinas regionales para información sobre suscripciones*)

*Consumer 21*: Revista trimestral de la Oficina para Economías Desarrolladas y en Transición. Disponible en inglés, francés y ruso. Sólo en formato electrónico.

*Consumidores y Desarrollo*: Boletín de la oficina para América Latina y el Caribe. En español. Formato impreso y electrónico.

*African Consumer / Le Consommateur Africain*: Boletín de la oficina para África. En inglés y francés. Formato impreso y electrónico.

*Asia Pacific Consumer*: Revista trimestral de la oficina para Asia Pacífico. En inglés. Formato impreso y electrónico.



Cooperación Internacional

# Cooperación Internacional

Consumers International agradece a las siguientes organizaciones por el apoyo financiero a su trabajo durante 2004.

**African Capacity Building Foundation**

**Anne Fransen Fund, Consumentenbond, Netherlands**

**Colston Warne Fund (Consumers Union), US**

**Corporate Accountability International, US**

**Department for International Development (DFID), UK**

**Ministry of Foreign Affairs and Development Co-operation (DGIS), Netherlands**

**Church Development Service (EED), Germany**

**European Commission**

**Ford Foundation, US**

**Humanist Institute for Co-operation with Developing Countries (HIVOS), Netherlands**

**International Development Research Centre (IDRC), Canada**

**Japan Foundation**

**Norwegian Agency for Development Co-operation (NORAD)**

**Open Society Institute**

**United Nations Development Programme**

**United Nations Environment Programme**

**United Nations Industrial Development Organization**

**World Bank**



Estructura de Consumers International

## En defensa de del consumidor

### Historia

Consumers International nació en 1960 como la Organización Internacional de Uniones de Consumidores (IOCU). Fue fundada por un pequeño grupo de asociaciones nacionales de consumidores de Europa y Estados Unidos que buscaban llevar la perspectiva de los consumidores al escenario internacional. Fue rápidamente reconocida como la voz del movimiento internacional de consumidores, y hoy, Consumers International sigue dedicada a la protección y promoción de los intereses de los consumidores en todo el mundo a través del fortalecimiento institucional, la educación, la investigación y el cabildeo ante organismos decisores internacionales.

### Estructura

CI es gobernado por un Consejo de 20 miembros y un Comité Ejecutivo compuesto por ocho miembros. El Presidente y el Consejo son elegidos por la Asamblea General de CI durante su Congreso Mundial que se realiza cada tres años. Consumers International tiene su sede legal en el Reino Unido, donde está registrada como una institución sin fines de lucro limitada por garantía.

### Oficinas de Consumers International

Como organización global de miembros con una misión internacional, CI opera a través de oficinas ubicadas en cuatro centros regionales, con un total de 80 funcionarios.

- La **Oficina Central**, con sede en Londres, es responsable de coordinar la representación ante organismos internacionales, en consulta con los miembros de CI en todo el mundo. Apoya los esfuerzos de recaudación de fondos y de desarrollo en todas las regiones, y coordina las comunicaciones globales y el sitio web. En 2004, los programas globales de CI en comercio, alimentos y normas fueron dirigidos por equipos desde la Oficina Central.
- La **Oficina para Economías Desarrolladas y en Transición** (conocida como ODTE) también tiene sede en Londres. Sus 94 miembros provienen de Europa y la ex Unión Soviética, el Medio Oriente y Norte América. Su Directora es Anna Fielder.
- La **Oficina para Asia-Pacífico** fue establecida en 1974 y tiene sede en Kuala Lumpur, Malasia. Es la más antigua de las oficinas regionales de CI, con una membresía de 61 organizaciones en 2004. Su Director es el Dr. S. Sothi Rachagan.
- La **Oficina para América Latina y el Caribe**, ubicada en Santiago, Chile, se abrió en 1986. Misiones de enlace en Centro América (Ciudad de Panamá) y el Caribe (Trinidad) ayudan a coordinar su trabajo con 40 miembros. José Vargas es su Director.
- La **Oficina para África** celebró su décimo aniversario en 2004. Instalada en Harare, Zimbabwe, también cuenta con una pequeña oficina para África Occidental y Central en Dakar, Senegal. A mediados de 2005, se mudarán a una sola oficina regional en Accra, Ghana. En 2004, contaba con 39 miembros. Amadou C. Kanouté es el Director.



Promoting the Consumer Voice in Africa

La oficina para África celebra su décimo aniversario.

# Consejo de CI y Comité Ejecutiva (2003–2006)

## Consejo de CI

Australian Consumers Association, Australia

Association des Consommateurs Verbruikersunie/Test Achats, Bélgica

Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, Brasil

Hong Kong Consumer Council, China

Forbrugerrådet, Dinamarca

Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios, Ecuador

Centro para la Defensa del Consumidor, El Salvador

Voluntary Organisation in the Interest of Consumer Education, India

Consumer Information Network, Kenia

Federation of Malaysian Consumer Associations, Malasia

Association des Consommateurs du Mali, Mali

Consumentenbond, Holanda

Inter-Republican Confederation of Consumer Societies, Rusia

Slovene Consumers' Association, Eslovenia

Consumers Korea (antes Citizens' Alliance for Consumer Protection Korea), Corea del Sur

Confederación de Consumidores y Usuarios, España

Foundation For Consumers, Tailandia

Which? (antes Consumers Association), Reino Unido

Consumers Union, EE. UU.

Consumer Council of Zimbabwe, Zimbabue



ACA



Consumentenbond



CACPK



c.e.c.u.

TESTachats



Consumers Union



## Comité Ejecutivo

### Presidenta

Marilena Lazzarini  
*Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, Brasil*

### Vice Presidente

Felix Cohen  
*Consumentenbond, Holanda*

### Tesorera

Breda Kutin  
*Slovene Consumers' Association*

### Secretario

Samuel Ochieng  
*Consumer Information Network, Kenia*

### Miembros

Pamela Chan  
*Hong Kong Consumer Council*

James Guest  
*Consumers Union, EE. UU.*

Kim Lavelly/Nick Stace  
*Which? Reino Unido*

Indrani Thuraisingham  
*Federation of Malaysian Consumer Associations*



El Comité Ejecutivo de CI se reunió en Pekín. Junto a representantes de la Asociación de Consumidores de China se encuentran (*fila de abajo, de izquierda a derecha*): Kim Lavelly, Pamela Chan, Marilena Lazzarini, Felix Cohen, Breda Kutin y James Guest. Fila de arriba: Indrani Thuraisingham. (*No se encuentra: Samuel Ochieng.*)

Además, se encuentran (*fila de arriba, izquierda a derecha*): Julian Edwards (Director General de CI) y los directores regionales Sothi Rachagan; (Asia Pacífico), José Vargas (América Latina y el Caribe) y Amadou C. Kanouté, África. (*No se encuentra: Anna Fielder, Oficina para Economías Desarrolladas y en Transición.*)



## **Consumers International**

### **Oficina Central**

24 Highbury Crescent  
London N5 1RX, United Kingdom  
Tel: (+44-20) 7226-6663  
Fax: (+44-20) 7354-0607  
E-mail: [consint@consint.org](mailto:consint@consint.org)

### **Oficina para Economías Desarrolladas y en Transición**

24 Highbury Crescent  
London N5 1RX, United Kingdom  
Tel: (+44-20) 7226-6663  
Fax: (+44-20) 7354-0607  
E-mail: [odte@consint.org](mailto:odte@consint.org)

### **Oficina para Asia y el Pacífico**

5-1 Wisma WIM  
7 Jalan Abang Haji Openg  
Taman Tun Dr Ismail  
60000 Kuala Lumpur, Malaysia  
Tel: (+603) 772-61599  
Fax: (+603) 772-68599  
E-mail: [consint@ciroap.org](mailto:consint@ciroap.org)

### **Oficina para América Latina y el Caribe**

Casilla 9635  
Santiago, Chile  
Tel: (+56-2) 436-8070  
Fax: (+56-2) 231-0773  
E-mail: [consint@consint.cl](mailto:consint@consint.cl)

### **Oficina para África**

Private Bag A6215, Avondale  
Harare, Zimbabwe  
Tel: (+263) 4 302 283/ 307 260  
Fax: (+263) 4 303 092  
E-mail: [roaf@harare.iafrica.com](mailto:roaf@harare.iafrica.com)

**[www.consumersinternational.org](http://www.consumersinternational.org)**

**[www.consumidoresint.cl](http://www.consumidoresint.cl)**

---

#### **Fóto de portada**

Mercado de Srimangal, Sylhet Division, Bangladesh  
©2004 Chris Stowers, Panos Pictures

**Diseño:** Andrea Carter

**Traducción:** Pascale Bonnefoy

## Consumers International

Fundada en 1960, **Consumers International** es una federación de organizaciones de consumidores dedicada a la protección y la promoción de los intereses de los consumidores en todo el mundo a través de la creación de instituciones, la educación, la investigación y la representación ante los organismos internacionales. **Consumers International** es una fundación independiente que cuenta con más de 230 agrupaciones miembros en 113 países.

Crée en 1960, **Consumers International** est une fédération d'organisations de consommateurs se consacrant à la protection et à la promotion des intérêts des consommateurs à travers le monde par le développement d'institutions, l'éducation, la recherche et le lobby auprès des organismes internationaux. Fondation indépendante, **Consumers International** appuie et regroupe les activités de plus de 230 organisations membres dans 113 pays.

Founded in 1960, **Consumers International** is a federation of consumer organisations dedicated to the protection and promotion of consumers' interests worldwide through institution-building, education, research and lobbying of international decision-making bodies. An independent foundation, **Consumers International** currently has more than 230 members in 113 countries.

