

"IOCU se convirtió en una respetada voz de los consumidores a nivel global. Una voz que no solo desafiaba a las grandes transnacionales y ganaba, sino que también comprometía al sistema de la ONU de forma inédita para lograr resultados reales para gente real".

Anwar Fazal IOCU, Presidente de Consumers International, 1978 - 1984

- Zveza Potrošnikov Slovenije
- Sveriges Konsumenter
- The Network for Consumer Protection in Pakistan
- Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios
- Verbraucherzentrale Bundesverband
- Voluntary Organisation in Interest of Consumer Education
- Which?
 - Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia
 - CHOICE
 - Jamiat Almuhsalikh-Lubhan
 - Acción del Consumidor
 - Consumers' Federation of Australia
 - Fundación por los Derechos del Consumidor
 - Macao Consumer Council
 - Consumer Focus
 - National Association of Consumers
 - Active Consumers
 - Advisory Council on Consumer Affairs
 - Shogata e Konsumentit Shqiptar
 - Shogata e Konsumentit Shqiptar
 - Consumer Protection Association of Micronesia
 - Associação de Usuário de Bancos, Cajas y Seguros
 - Associação Geral de Consumidores
 - ATLAS-STALS
 - PRO TESTE
 - Consumers Association of Burundi
 - Association for Consumers Action on Safety and Health
 - Association Force Ouvrière Consommateurs
 - Tudatos Vásárlók Egyesülete
 - Associația sprotrebiitel și șich și subțektor Slovenška
 - Stowarzyszenie Konsumentów Polskich
 - Association Topiplate et des Consommateurs
 - Association Topiplate des Consommateurs
 - Association Topiplate pour la Défense du Consommateur
 - Azad Yeshlahaklylar Birligi
 - Belorusskoe Obščestvo Zashchy Potrebitelei
 - Bureau Européen des Unions de Consommateurs
 - Chinese Women's Consumers Association
 - Citizen, Consumer and Civic Action Group
 - Comité para la Defensa del Consumidor Hondureño
 - Consumer Coordination Council
 - Consumer Law News Network
 - Consumer Protection Council
 - Consumer Protection Organization of Nigeria
 - Consumers Association of Ghana
 - Consumers Association of India
 - Consumers Association of Singapore
 - Consumers' Forum
 - Consumers Union of Quebec
 - Consumidores y Usuarios Asociados Uruguay
 - Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile
 - Hrvatska Udruga Za Zastitu Potrošača
 - Education and Research Association for Consumers
 - Estonian Consumers Union
 - European Association for the Co-ordination of Consumer Representation in Standardization
 - Consumidores Independientes en Acción
 - Federación de Usuarios y Consumidores en Acción



- Lithuanian National Consumer Federation
- Vekstat Lietuvos Vartotojų Federacija
- SOS Consummateurs
- Réseau Associatif des Consommateurs de l'Énergie
- Consumer Advocacy Centre
- Tüketici Koruma Derneği
- Association for the Defence of Consumer Rights and Interests
- Fundación Bandera Ecológica
- Unión de Consumidores de España
- Generazione Attiva
- Consumers' Federation of Georgia
- Consumers Union of Russia
- Consumers Empowerment Organisation
- Consumers Awareness Organisation
- Asociacija potrošača Srbije
- Pokret za zaštitu potrošača Beograd
- African Woman and Child Feature Service
- Associação de Defesa do Consumidor
- Tanzania Consumer Advocacy Society
- Zambian Consumer Association
- Institute for Consumer Protection
- Nacionalna Organizacija Potrošača Srbije
- Australian Competition and Consumer Commission
- Autoridad de Protección del Consumidor y Defensa de la Competencia
- Consumer Affairs Authority, Sri Lanka
- Consumer Affairs Victoria
- Office of the Consumer Protection Board of Thailand
- Instituto de Consumo de Castilla La Mancha
- Consumer Rights Protection Centre of Republic of Latvia
- Dirección de Consumo y Seguridad Industrial, España
- Department of Fair Trading and Consumer Affairs, Fiji
- Independent Consumer and Competition Commission, Papua New Guinea
- Direcção-Geral do Consumidor, Portugal
- Ministry of Commerce, Industry and Labour, Samoa
- Ministry of Commerce, Industry and Cooperatives, Kiribati
- Ministry of Trade, Industry and Commerce, Saint Lucia
- Ministry of Consumer Affairs Division, Trinidad and Tobago
- Department of Consumer Affairs, India
- Ministry of Industry, Trade and Labour, Israel
- Ministry of Industry, Trade and International Trade, Zimbabwe
- Ministry of Trade and Foreign Economic Co-operation, Republic of Tatarstan
- Ministry of Trade and Industry, Cooperatives and Marketing, Lesotho
- Department of Trade and Consumer Affairs, Botswana
- National Authority for Consumers Protection, Romaniaa
- Office of Consumer Protection, South Africa
- Office of Consumer Affairs, Industry, Canada
- Office of Consumer Protection, Canada
- Servicio Nacional del Consumidor, Chile
- Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor, Dominican Republic
- UK Office of Fair Trading
- Zambia Competition Commission
- Consumer Protection Council, Nigeria
- Bureau of Trade Regulation and Consumer Protection
- Consumer Affairs Commission, Philippines
- Civil Supplies and Consumer Protection Department, State Government of Tamil Nadu
- The Consumer Protection Agency, Egypt
- Ukrainian State Committee for Technical Regulation and Consumer Policy
- Kultuurieläsimine
- Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor do Estado de São Paulo

CONSUMERS INTERNATIONAL

50 AÑOS DEL MOVIMIENTO GLOBAL DE CONSUMIDORES

5



1960 - 2010

Athrocconsumo
Verein für Konsumenteninformation
Kultitalai-Konsumentienra ry
UF-Que Choisir
American Council on Consumer Interests
Consumer Guidance Society of India
Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios
Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor
Association des Consommateurs du Mali
Test-Achats

Zdrúženje slovenských spotrebiteľov
Association pour la Défense des Consommateurs
Associação Consumatori Urenti

Centro para la Defensa del Consumidor
Comité de Defensa de los Derechos del Consumidor
Confederación de Consumidores y Usuarios
Consummation, logement et Cadre de vie
Consumentenbond
Consumer Association of Malawi
Consumer Council of Zimbabwe
Consumer Council of Fiji

Fohtuuserädet
Consumer Education and Research Society
Consumer Federation of America
Consumer Information Network of Kenya
Consumer Unity and Trust Society
Consumers Union of U.S.

Consumers Association of Bangladesh
Consumers Association of Penang
Służba Ochrony Spożebczyh Ekologicznej Republiki
Consumer NZ
Consumers Korea

Organizacija na potroševce na Makedonija
Consumidores Argentinos
Cyprus Consumers Association
EKTIÖZİD
Federation of Consumer Organisations - Tamil Nadu and Pondichery
Federation of Malaysian Consumers Associations
Foundation for Consumers
Fundashi pa Konsument
Ghaeda Tal-Konsunnari

Guyana Consumers Association
Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
Israel Consumer Council
Interrepublican Confederation of Consumer Societies
Association des Consommateurs de l'île Maurice

Mumbai Granik Parichayal
Országos Fogyasztóvédelmi Egyesület
National Consumers Forum
National Consumers' League
Shodharen
National Society for Consumer Protection
Neytidsamstikin

Organisation de Défense du Consommateur
Organización de Consumidores y Usuarios
China Consumers' Association
Hong Kong Consumer Council
Föderale Konsumentöv

Selangor and Federal Territory Consumers Association

Selangor and Federal Territory Consumers Association



Federation des Associations de Consommateurs de Côte d'Ivoire
Forum Animal Concerns Trust
Forum Nacional das Entidades Cuis de Defesa do Consumidor
Fundación Antonio Núñez Jiménez de la Naturaleza y el Hombre
Fundación del Consumidor y del Usuario
IBON Foundation
Instituto Panameño de Derecho de Consumidores y Usuarios
Kentro Prostatas Karianalaton
Sveriges Konsumenter i Samverkan

Korean National Council of Consumer Organisations
Lembaga Perlindungan Dan Perihalangan Konsumen
Liga por la Defensa del Consumidor de Nicaragua
Liga Uruguaya de Defensa del Consumidor
Ligue pour la Défense du Consommateur au Bénin
MAG Estudios de Consumo
National Federation of Mongolian Consumers' Association
National Consumer Forum
Option Consommateurs
Organización de Consumidores y Usuarios de Chile
Pro-Consumers

National League of Consumers of Kazakhstan
Public Interest Advocate Centre
Regroupement pour la défense des consommateurs du Mali
Asociada pentru Protecția Consumatorilor din Romania
Servicio de Educación y Defensa de los Consumidores
Socio Economic Welfare Action for Women and Children
stiftung Warentest

Suomen Kultitalaitto
Uganda Consumers Protection Association
Unión de Usuarios y Consumidores
Sparovneri Iiruvunperi pashiphanitium
Union National de Consumidores y Usuarios de la República de Panama
Unione Nazionale Consumatori
Hoi Tieu thuan va Bao ve Ngoin tieu dung Viet Nam
Youth Education Network
Youth Society for Consumer Protection

Hankkoke-sodija-yurimang
Knowledge Ecology International
Bulgarian National Consumer Association
Ethiopian Consumer Protection Associatio
Tikiterici Haklary Dernegi
Fundacion AMBIO-ALERTA
Consumers' Union of Tajikistan
Nippon Consumer Voice for Better Standards
Consumers' Association New INCA
Federation of Consumers in Bulgaria
Ornan Association for Consumer Protection
El Poder del Consumidor
Associação para Defesa do Consumidor
Colectivo Ecologista Laioso
Aruba Consumer Solidarity Group
Instituto de Estudios de Derecho del Consumo
Unión de Consumidores de Argentina
Consumer Protection Association of the Gambia
Centra za zastitu potrošaca

Cuddalore District Consumer Protection Organisation
Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetsége
Croatian Union of Consumer Protection Organisations
CONSENT
The Union '21 Century'

CONSUMERS INTERNATIONAL: NUESTRA VISIÓN

«Nuestra visión es la de un mundo en el que la gente tenga acceso a bienes y servicios seguros y sustentables, donde ejerza sus derechos individuales como consumidor y utilice la fuerza de su poder colectivo en beneficio de los consumidores de todo el mundo»

Consumers International

HISTORIA DE UN MOVIMIENTO GENUINAMENTE MUNDIAL



Consumers International (CI), antes conocido como Organización Internacional de Uniones de Consumidores (IOCU, según sus siglas en inglés), se puso en marcha en 1960 con pocos recursos y mucha ilusión por iniciativa de un grupo de cinco organizaciones de consumidores de los Estados Unidos, Europa Occidental y Australia.

Aunque en sus inicios se creó para el intercambio global de información entre el creciente número de asociaciones de consumidores —surgidas en los años posteriores al boom de la posguerra— que realizaban análisis de productos, CI pronto adquirió una excelente reputación como agente de cambio en

los asuntos que afectaban a los consumidores de la época.

En tan solo diez años habíamos atraído a cincuenta organizaciones miembros. Una década más tarde habíamos alcanzado el reconocimiento como Entidad Consultiva de las Naciones Unidas, y habíamos colaborado en la promoción y consecución de importantes campañas contra empresas multinacionales en asuntos relacionados con los alimentos infantiles y los pesticidas.

Nuestra trayectoria nos ha llevado desde los EE.UU. y Europa a Asia y América Latina, pasando por Europa del Este y de un extremo a otro de África. Actualmente tenemos más de 225 organizaciones miembros en 115 países, y no paramos de crecer.

Las prioridades y programas de CI han ido evolucionando para hacerse eco de su mayor implicación en asuntos que van desde los servicios públicos y la seguridad alimentaria y farmacéutica hasta el medio ambiente y las operaciones crediticias, temas que afectan a consumidores de todo el mundo.

Lo que no ha cambiado es el compromiso de CI de edificar un vigoroso movimiento internacional para proteger a todos los consumidores y aumentar su influencia.

En momentos en que se celebra el 50 aniversario de CI, contamos con una organización de la que podemos sentirnos sinceramente orgullosos. Me gustaría invitarlos a compartir con nosotros algunos de nuestros logros pasados y ambiciones de futuro.

Samuel Ochieng, presidente de Consumers International

Historia de Consumers International

LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES TOMAN FUERZA



El mes de marzo de 1960 supuso un hito en el desarrollo del movimiento mundial de consumidores. Reunidos en La Haya, representantes de organizaciones de consumidores de diferentes regiones del mundo crearon la Organización Internacional de Uniones de Consumidores (IOCU), que posteriormente se convertiría en Consumers International (CI).

Las cinco organizaciones no gubernamentales de consumidores que tuvieron la iniciativa, y cuyo apoyo constante sigue siendo fundamental para el éxito actual de CI, fueron: Consumers Union, de los EE.UU.; Consumers' Association (actualmente Which?), del Reino Unido; Nederlandse Consumentenbond, de los Países Bajos; Union Belge des Consommateurs (Tests Achats), de Bélgica; y la australiana Australian Consumers' Association (Choice).

En sus comienzos, la IOCU actuó como nexo de unión de asociaciones de consumidores que deseaban ayudar a la gente corriente a tomar decisiones de

compra bien informadas, a medida que el consumismo cobraba fuerza tras la guerra; pero pronto desarrolló su papel como organización de respaldo internacional, al dotar a los grupos de consumidores de un poder colectivo del que carecían individualmente, sobre todo al enfrentarse a unas leyes fraguadas a favor de la industria.

La intención de la IOCU era aumentar su membresía y ayudar a las organizaciones que habían ido surgiendo en todo el mundo, garantizando al mismo tiempo que sus miembros se mantuvieran independientes de los intereses empresariales. Este principio sigue teniendo hoy plena vigencia: las asociaciones afiliadas deben trabajar exclusivamente en pro de los intereses de los consumidores, y ser independientes de partidos políticos o subvenciones económicas. No deben tener fines de lucro ni intereses comerciales.

La IOCU pronto comenzó a establecer vías de comunicación con sus miembros, como boletines informativos y conferencias bienales, ampliando su ámbito a temas más amplios, como la necesidad de abordar la problemática de la pobreza, el acceso a los bienes y servicios esenciales, y los retos a los que se enfrentan los consumidores de los países en desarrollo.

Si bien el número de miembros continuó creciendo, los recursos seguían siendo muy escasos. Sin embargo, en 1968, la IOCU aprobó unos nuevos estatutos, según los cuales se transferían poderes de las asociaciones fundadoras a los miembros con derecho de voto, a la vez que se incrementaban las cuotas. Como resultado, se dispuso de un mayor presupuesto y se dio la oportunidad de participar a organizaciones que no encajaban con el modelo de las fundadoras, sobre todo a aquellas que habían comenzado a proliferar en los países en desarrollo y cuyos principales objetivos eran la educación del consumidor y el activismo en pro del acceso a productos y servicios esenciales.

1960 | 16 miembros

Se funda la Organización Internacional de Uniones de Consumidores (IOCU) en el hotel Kurhaus de La Haya en marzo de 1960.

Cronología

1962

El Presidente de los EE.UU. John F. Kennedy se dirige al Congreso de su país y defiende los derechos esenciales de los consumidores.



Fazal introdujo un enfoque totalmente novedoso y se centró en lanzar campañas específicas destinadas a las empresas transnacionales, involucrando a organizaciones tanto de países industrializados como en desarrollo. Condujo a la IOCU a nuevas formas de activismo y formulación de campañas, y jugó un papel fundamental en el establecimiento de nuevas redes dedicadas a temas específicos, como la Red Mundial de Grupos Pro Alimentación Infantil (IBFAN), la Red de Acción en Plaguicidas (PAN) y Acción Internacional para la Salud (HAI), en las que colaboran socios externos al movimiento de consumidores.

La oficina de Asia Pacífico también fundó el grupo de los Consumidores en Interpol, foro en el que sus miembros intercambiaban información de productos que, estando prohibidos en un país, se enviaban a los incautos consumidores de otros estados. Este proyecto condujo a presionar a la ONU para que elaborara una lista mundial de productos prohibidos, extremo que se consiguió en 1983, cuando las Naciones Unidas comenzaron a publicar la Lista consolidada de Productos prohibidos, retirados, con restricciones severas o no aprobados por los gobiernos.

«Una nueva institución social, el movimiento de consumidores, irrumpe en la escena internacional. Los consumidores se han organizado y aúnan sus esfuerzos para que el mercado sea más transparente y la economía más equilibrada».

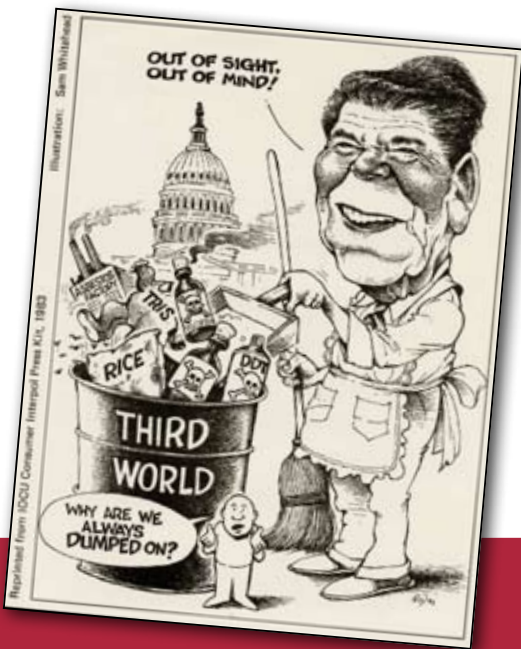
Colston Warne, presidente de IOCU entre 1960 y 1970

A principios de la década de los 70, se abrió una oficina regional en Malasia para dar cobertura a Asia y el Pacífico. Los integrantes de su comité asesor provenían de la India, Singapur, Malasia, las Islas Fiji y Filipinas, un grupo de participantes muy diferente de los propios fundadores de la IOCU. Esta decisión sería de crucial importancia en la historia del movimiento internacional de consumidores.

Un movimiento audaz demuestra sus bondades

El modelo de la nueva oficina de Asia y Pacífico trataba de promover la creación de asociaciones de consumidores, ofreciendo capacitación técnica, formación e información.

Pero el hombre encargado de dirigirla aprovechó las oportunidades del momento para generar algo muy diferente. Anwar Fazal fue un líder energético y persuasivo, rebotante de ideas. Durante la siguiente década convirtió la oficina de Asia Pacífico en el centro de gravedad de la IOCU.



1963

La IOCU adquiere categoría de observador en las Naciones Unidas.



1968 | 37 miembros

Se modifican los estatutos de la IOCU para otorgar capacidad de voto a todos los miembros de pleno derecho e introducir una nueva categoría de afiliación más flexible.

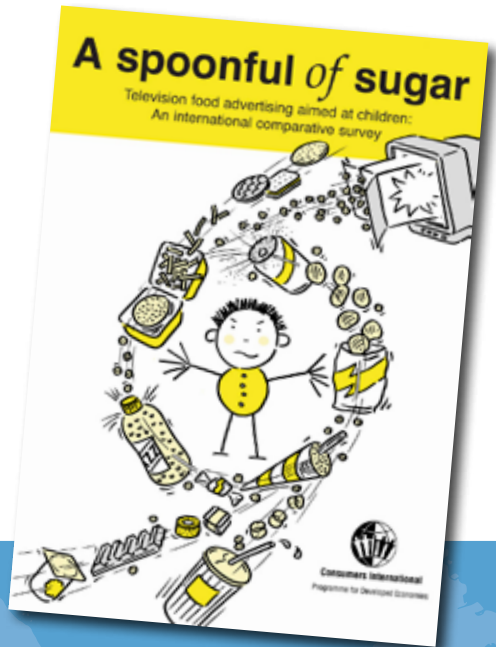
culminó con la inauguración de una oficina regional en Uruguay en 1986.

Paralelamente, la IOCU creó una estructura mundial de gestión en la que la figura poco relevante del secretario/a ejecutivo/a se sustituyó en 1983 por la del director/a general.

Por aquellas fechas, la Unión Soviética se había desmoronado, y la Europa Central y del Este estaba en transición hacia una economía de mercado, lo que daba lugar a una necesidad creciente de contar con organizaciones de consumidores sólidas.

En los 90, la IOCU gestionaba programas extensivos de creación de asociaciones por todo el mundo, impartiendo formación en materias como gestión institucional, investigación y captación de fondos, así como en otras áreas más específicas. Hacia el año 2000 el número de sus afiliados ya superaba los 225 en 115 países diferentes. El movimiento de consumidores se había convertido en un fenómeno de magnitud mundial.

Los asuntos por los que se abogaba comenzaron a centrarse en la negociación comercial internacional, en particular con la recién constituida Organización Mundial de Comercio (OMC).



Entretanto, el movimiento de los consumidores siguió creciendo, y su número de miembros se doblaba para llegar a 150 afiliados en más de 50 países a mediados de los 80.

Y en gran parte se debía a los esfuerzos realizados por la propia IOCU para capacitar nuevas asociaciones, pero también fue el resultado de ciertos avances muy importantes a nivel mundial, como el crecimiento económico de algunos países o las nuevas oportunidades que surgieron en otros para las organizaciones defensoras de los derechos civiles.

Desde sus inicios y hasta finales de los años 90, la IOCU había editado más de 100 publicaciones, entre las que se incluyen *Starting a Consumer Organization: Why? How?* («Manual de creación de una asociación de consumidores», 1964), *Consumer Testing and Research* («Investigación y ensayos de consumo», 1976), *Problem Pesticides, Pesticide Problems* («Plaguicidas problemáticos, plaguicidas peligrosos», 1987) y *A Spoonful of Sugar* («Una cucharada de azúcar», 1996).

La necesidad de una voz mundial en pro del consumidor

Los primeros intentos de trabajo de la IOCU en América Latina y el Caribe se llevaron a cabo a principios de la década de los 80, publicando, a partir de 1981, un boletín informativo sobre América Latina a través de su organización asociada en México, lo que

1972 | 54 miembros

1974 | 66 miembros

Abre la primera oficina regional de la IOCU en Singapur. Al año siguiente se traslada a Penang, Malasia.



Personal de CI en una campaña contra la falta de ética en la promoción de medicamentos en Sidney, Australia

La IOCU también incrementó su actividad ante la Organización Internacional de Normalización (ISO) y la Comisión del Codex Alimentarius (organismo de normas alimentarias) en la medida en que las normas internacionales se convirtieron en un punto de referencia del conflicto sobre las barreras artificiales al comercio.

Estos avances de los organismos internacionales de gobierno dificultaron cada vez más la adopción por parte de los países de normas nacionales diferentes de las consensuadas en el ámbito internacional, lo que provocó una mayor necesidad de que los consumidores hicieran oír su opinión de manera también global.

«Es preciso elaborar un nuevo paradigma de desarrollo y felicidad que pueda dar lugar a una paz tridimensional: paz individual, paz social y paz para la madre tierra. La gente corriente que hace cosas corrientes en lugares corrientes puede cambiar el mundo».

Anwar Fazal, presidente de la IOCU entre 1978 y 1984

Otros asuntos irrumpieron en la agenda del comercio, entre ellos, las consecuencias de la protección de patentes y derechos de autor sobre el acceso de los consumidores a medicamentos contra el SIDA y a otros fármacos esenciales. Entonces se hizo evidente que, más que nunca, era necesario contar con un movimiento internacional de consumidores poderoso, como demostró la IOCU.

La IOCU se convierte en Consumers International

Para finales de la década de los 90, la organización había experimentado una gran transformación, que quedó plasmada en el cambio de nombre que tuvo lugar en 1995, cuando la IOCU pasó a llamarse Consumers International (CI).

La organización de campañas y la captación de nuevos miembros se convirtieron en la principal prioridad en Europa Central y del Este y en África. En estas regiones, CI contribuyó a crear, prácticamente desde cero, una presencia estable de los consumidores en países cuyos esfuerzos se dirigían a conseguir la democracia, a convertirse en economías de mercado y a formular su solicitud de ingreso en la UE. CI tiene en

1975 | 95 miembros

1977

CI obtiene la categoría de Entidad Consultiva de las Naciones Unidas, el nivel más alto de vinculación al que puede aspirar una ONG.

1978 | 105 miembros

1979

La IOCU coordina la creación de la Red Internacional de Grupos pro Alimentación Infantil (IBFAN).



Conforme el trabajo de CI en estas áreas se desarrollaba, ya entrados en la primera década del siglo XXI, el abanico de temas y modalidades de sus campañas también fue evolucionando. Las exigencias a las empresas multinacionales fueron cada vez mayores, al igual que la demanda de una responsabilidad social empresarial. Se emprendieron campañas contra la publicidad engañosa de medicamentos y la promoción de la comida chatarra al público infantil. Para elevar la conciencia pública y el compromiso de sus miembros, se pusieron en uso nuevas técnicas de comunicación, como los grupos de discusión por correo electrónico, páginas web de proyectos concretos y campañas a través de medios audiovisuales.

Hoy día, los principios sobre los que se asentó el movimiento siguen inspirando e impulsando a las personas y a las asociaciones que componen CI. Los objetivos se han ampliado para abordar la reducción de la pobreza, la responsabilidad social empresarial, los servicios, el consumo sustentable y el cambio climático, así como para proporcionar asesoría sobre productos de consumo. Y cuando miramos hacia adelante, a los próximos 50 años, vemos que nuestro compromiso para llevar a cabo campañas, defender derechos y lograr una mayor responsabilidad continuará intensificándose.

la actualidad 32 miembros en países de la Europa del Este y de la antigua Unión Soviética.

El compromiso global de CI se puso de manifiesto de varias maneras a medida que fue creciendo. Numerosas publicaciones (entre ellas, informes anuales) se editaron en tres idiomas: inglés, francés y español. Los congresos mundiales, que en la actualidad tienen lugar cada 3-4 años, se celebraron por primera vez en América Latina (Chile, 1997) y África (Sudáfrica, 2000). Y los presidentes de CI a partir de 1991 procedieron sucesivamente de Indonesia, Hong Kong, Australia, Brasil y Kenia.

La participación de los miembros en el trabajo de CI se incrementó mediante la amplia gama de programas que se ponían en marcha y por el mayor nivel de compromiso en la formulación de políticas.

Otros asuntos relacionados con los consumidores se convirtieron también en prioritarios: por ejemplo, el acceso a servicios básicos y su gestión, la regulación de los organismos modificados genéticamente (transgénicos) y la protección de los derechos de los consumidores y la privacidad en la era digital.



Congreso Mundial de CI 2007

1981

La IOCU coordina la formación de la Red de Acción en Plaguicidas (PAN) » la Organización Mundial de la Salud adopta el Código de Comercialización de Sucedáneos de la Leche materna.

1983

El 15 de marzo se celebra por primera vez el Día Mundial de los Derechos de los Consumidores » la IOCU coordina la creación de la red Acción Internacional para la Salud (HAI) » la ONU publica la primera lista consolidada de productos prohibidos y peligrosos » **Miembros en 50 países.**

Día Mundial de los Derechos de los Consumidores

El Día Mundial de los Derechos de los Consumidores se viene celebrando con carácter anual cada 15 de marzo desde 1983. Se propuso ese día para conmemorar el discurso histórico del antiguo presidente de los EE.UU., John F. Kennedy, ante el Congreso de su país veinte años atrás. El presidente Kennedy fue el primer líder mundial en abordar formalmente el asunto de los derechos de los consumidores, dando un discurso que, aún hoy, sirve de inspiración a CI.



Al Congreso de los Estados Unidos de América:

Consumidores, por definición, lo somos todos. Los consumidores suponen el grupo económico más numeroso, y son a la vez juez y parte de prácticamente todas las decisiones económicas, públicas y privadas. Dos terceras partes del gasto total de una economía tienen detrás a los consumidores. Y sin embargo, constituyen el único grupo de tal importancia sin organización formal, y cuya opinión, en numerosas ocasiones, no se hace oír.

El presidente Kennedy prosiguió para subrayar cuatro derechos de los consumidores:

1 El derecho a la seguridad: a estar protegido frente a productos, procesos productivos y servicios peligrosos para la salud o la vida.

2 El derecho a la información: a recibir la información necesaria para tomar una decisión bien fundada, y a estar protegidos frente a la publicidad y el etiquetado engañoso o fraudulento.

3 El derecho a elegir: a poder seleccionar entre un amplio surtido de productos y servicios, ofertados a precios competitivos y con la garantía de una calidad satisfactoria.

4 El derecho a ser escuchado: a que los intereses de los consumidores estén representados en la elaboración y ejecución de políticas gubernamentales, y en el desarrollo de productos y servicios.

A estos, CI añadió posteriormente otros cuatro derechos:

5 El derecho a satisfacer las necesidades básicas:

a tener acceso a los bienes y servicios básicos y esenciales; a alimentación, vestido, cobijo, atención sanitaria, educación, suministros públicos, agua y servicios sanitarios adecuados.

6 El derecho a la reparación y a la compensación:

a recibir una solución equitativa a las demandas justas, incluida la compensación por falsedad, bienes de mala calidad o servicios poco satisfactorios.

7 El derecho a la educación del consumidor: a adquirir las habilidades y conocimientos necesarios para tomar decisiones informadas y adecuadas sobre bienes y servicios, teniendo a la vez conciencia de los derechos y responsabilidades básicos de los consumidores y de cómo actuar para hacerlos valer.

8 El derecho a un entorno saludable: a vivir y trabajar en un entorno que no constituya una amenaza para el bienestar de las generaciones presentes o futuras.

El conjunto de estos ocho derechos de los consumidores guía los pasos de las campañas y las políticas de trabajo de CI y de las organizaciones de consumidores del mundo entero.

1985 | 135 miembros

Tras 10 años de campañas de la IOCU, se adoptan las Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor, un modelo para las medidas nacionales de protección de los consumidores » La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación adopta el primer código sobre plaguicidas.

1986

Se inaugura en Uruguay la oficina de América Latina de la IOCU, trasladándose a Chile cinco años más tarde.

1987 | 151 miembros

1988

La IOCU publica una ley modelo para la protección de los derechos del consumidor en América Latina y otras leyes de referencia similares en Asia.

1989 | 171 miembros

DE CÓMO CI HA LIDERADO EL MOVIMIENTO DE LOS CONSUMIDORES

1 Campañas

CI ha sido pionera entre las ONG en aplicar nuevas formas de hacer campañas, utilizando técnicas de alto nivel con el fin de movilizar a grupos dispares en torno a un asunto particular y con un fin específico; de este modo, nos hemos dirigido a figuras influyentes de los gobiernos y al corazón del sector empresarial para provocar los tan necesarios cambios. El producto de estas tácticas ha sido el reconocimiento de CI como uno de los principales grupos de la comunidad internacional de ONG en la realización de campañas.

Estos métodos han dado buen resultado. Entre ellos, la adopción por parte de la ONU en 1985 de un documento esencial para el movimiento de los consumidores, las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, tras 10 años de campañas de CI. Este documento confirió una enorme legitimidad a los principios de los derechos del consumidor y se convirtió en un puntal de apoyo para la formulación de legislaciones nacionales de protección del consumidor. Son muchos los países que han adoptado leyes basadas en este modelo.

Las tres redes mundiales IBFAN, HAI y PAN constituyeron las primeras alianzas a largo plazo de CI con grupos externos no afiliados, y son ejemplos primordiales de esta actividad pionera de lanzar campañas defensoras de derechos. Contribuyeron a aunar los conocimientos, experiencia y vitalidad de numerosos grupos en una sola voz, fuerte y reconocida, en pro de la consecución de unas normas mínimas aceptables para la protección de los consumidores de todo el mundo.

IBFAN

«Son los biberones, y no las balas, los que causan cada año la muerte de un millón de bebés».

En 1979, la IOCU y otros grupos ciudadanos crearon la IBFAN (Red Mundial de Grupos Pro Alimentación Infantil) para erradicar la muerte y las enfermedades que afectaban a millones de niños de los países en desarrollo como consecuencia de alimentarse con biberones de leche en polvo para lactantes.

Tras una intensa campaña de la IBFAN, que incluyó la organización de boicots de los consumidores contra empresas como Nestlé, cuya sutil pero eficaz publicidad estaba socavando la lactancia materna, la Asamblea Mundial de la Salud de la Organización Mundial de la Salud adoptó el Código internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche materna, el primero de este tipo, concebido para controlar los abundantes abusos publicitarios de los fabricantes de alimentos infantiles.

1992 | 177 miembros



1993

La sede central de la IOCU se traslada de La Haya a Londres.

1994

La oficina de África de la IOCU se inaugura en Zimbabue.

1995 | 208 miembros

La IOCU cambia de nombre y pasa a llamarse Consumers International
» CI publica la ley modelo para la protección del consumidor en África.

PAN

La extensión y el abuso sin restricciones de plaguicidas mortales condujo a la cofundación por parte de la IOCU de la Red de Acción en Plaguicidas (PAN) en 1982. PAN reunió a más de 300 organizaciones de unos 50 países para hacer campaña contra los plaguicidas tóxicos y la publicidad no ética, a la vez que se promovió el establecimiento de controles eficaces y, allá donde fuera posible, alternativas más seguras.

A pesar de la fuerte oposición de las empresas exportadoras de plaguicidas, PAN consiguió evitar que se exportaran pesticidas prohibidos o de uso restringido sin el conocimiento o consentimiento de los gobiernos de los países importadores.

HAI

En 1981 CI cofundó Acción Internacional para la Salud (HAI). Red informal integrada por 120 organizaciones de consumidores y de interés público, HAI se involucró en campañas en pro del uso seguro, racional y económico de fármacos. En la 41ª Asamblea Mundial de la Salud, en 1987, HAI organizó un importante grupo de presión para exigir unos controles más férreos sobre la publicidad de la industria farmacéutica.

HAI Europa hizo un análisis de las exportaciones de los países miembros de la Comunidad Económica Europea (CEE), ya que se estaban enviando a países en desarrollo muchos medicamentos cuya venta había sido prohibida en Europa. Los participantes en HAI auspiciaron una campaña contra este doble estándar potencialmente peligroso, recibiendo el apoyo de prácticamente todos los principales grupos políticos del Parlamento Europeo.



1997

Tras las acciones de cabildeo de CI, las Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor se amplían para incluir el consumo sustentable » **Miembros en 100 países.**

1998

CI coordina la creación del Diálogo Transatlántico de Consumidores (TACD), foro para aportar ideas a los gobiernos de los EE.UU. y la Unión Europea sobre asuntos relacionados con el comercio, la seguridad de los productos, los servicios financieros, internet y la propiedad intelectual.

2 Representación

Una parte fundamental del trabajo de la IOCU, y posteriormente de CI, ha sido la representación de los intereses de los consumidores en las Naciones Unidas y en otros foros. La representación formal dio a la organización una voz influyente en temas y decisiones de importancia general. Por ejemplo, a comienzos de la década de 2000 se hallaron toxinas no esperadas y alérgenos en algunos alimentos genéticamente modificados, así como diferencias nutricionales con respecto a sus versiones tradicionales. La representación de CI en las reuniones de fijación de normas (de la Comisión del Codex Alimentarius) desembocó en la adopción de una estricta norma mundial para evaluar la seguridad de los alimentos transgénicos, que en la actualidad constituye el criterio de referencia de las agencias nacionales de seguridad alimentaria.

Uno de los objetivos actuales de los representantes de CI es conseguir un código de la OMS sobre la comercialización de comida chatarra para niños/as, para ofrecer un punto de referencia de cara a evaluar la publicidad que hacen los fabricantes de la comida poco saludable para el público infantil.

Y desde 1999 la oficina de CI en Londres ha sido la sede del Diálogo Transatlántico de Consumidores (TACD, según sus siglas en inglés), un foro para que las principales organizaciones de consumidores de la Unión Europea y los Estados Unidos proporcionen asesoría a altos funcionarios de sus gobiernos acerca de normas de seguridad de productos y aspectos de tipo económico, regulatorio, etc. de fundamental importancia para los consumidores.

3 Construcción de un movimiento de los consumidores

Desde sus inicios, CI ha actuado como un sólido cimiento para el movimiento de consumidores, contribuyendo a la creación de organizaciones desde cero y dotándolas de las herramientas necesarias para prosperar sin ayuda.

La contribución de CI es integral: desde acciones de capacitación a actividades de apoyo para influir en los gobiernos, pasando por trabajo en red y formación. Con este fin, una de sus iniciativas distintivas es el Programa de Activismo Rhoda Karpatkin.

El Programa de Activismo Rhoda Karpatkin se creó tras la jubilación de su homónima en 2001, con el objetivo de desarrollar las habilidades y experiencia de la siguiente generación de activistas de las organizaciones miembros de CI en países en desarrollo.

Karpatkin, que trabajó como presidenta de Consumers Union (CU) de 1974 a 2001, y con el mismo cargo en CI de 1984 a 1991, estaba muy comprometida con la creación de asociaciones de consumidores en países en desarrollo y su movilización en la lucha por sus derechos y por la justicia social. El programa, financiado por CU, está concebido para contribuir al objetivo estratégico de CI de fundar en todo el mundo organizaciones de consumidores fuertes que puedan llevar a cabo campañas eficaces en defensa de los consumidores a nivel nacional, y también internacionalmente junto con CI.

«... La colaboración entre Consumers International y la ISO (Organización Internacional de Normalización) se ha ido intensificando para determinar las áreas en que los estándares internacionales pueden ser de utilidad, y para hacer que los intereses de los consumidores estén cada vez más presentes en su desarrollo. La importancia mundial de las normas ISO y su utilidad para los consumidores se beneficia necesariamente de esta colaboración con CI y su red de asociaciones nacionales».

Alan Bryden, secretario general de la ISO entre 2003 y 2008

2000 | 225 miembros

2004

CI consigue tras su campaña que se comience a discutir sobre una norma de responsabilidad social empresarial en la Organización Internacional de Normalización (ISO). CI logra que la ISO acepte por primera vez la participación de los consumidores como grupo destacado en la toma de decisiones de la ISO » **Miembros en 115 países.**

Una relación muy especial con las Naciones Unidas

El 10 de abril de 1963, el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas otorgó categoría de Entidad Consultiva a CI (en aquel entonces, IOCU). En virtud de este nombramiento, CI se convirtió en el principal grupo de representación de los problemas prácticos a los que se enfrentan los consumidores de todo el planeta.

Esta relación también permitió que CI participara en las principales agencias de la ONU encargadas de nuestra salud, de los alimentos que ingerimos y de los derechos humanos y de los trabajadores.

En la asamblea anual de la OMS y en el Codex Alimentarius (agencia de la ONU para normas alimentarias) CI obtuvo el derecho a tener voz en los debates con las naciones miembros, muchas veces como única defensora de los derechos de los consumidores.

La presión de CI en las Naciones Unidas durante la década de los 80 provocó la adopción de un buen número de medidas de gran importancia.

Entre otras, el Código de Conducta internacional sobre Distribución y Uso de Pesticidas (FAO), el Código internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche materna de la OMS/UNICEF, las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, la Lista consolidada de Naciones Unidas de Productos peligrosos o de Uso restringido, y los Criterios Éticos para la Promoción de Medicamentos de la OMS.

En la actualidad, se sigue ejerciendo presión para que la OMS adopte un código internacional sobre la comercialización de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a niños y niñas.



2007

Se publica la Carta de CI sobre el Acceso Sustentable a la Energía.

2009

CI recibe el nombramiento como ONG oficial asociada a la Comisión de la ONU sobre Desarrollo Sostenible (UN CSD).

2008

CI es designada para representar a la comunidad mundial de ONG ante el Consejo Consultor de la ONU sobre Consumo Sostenible » CI publica sus recomendaciones para un código internacional sobre la comercialización de alimentos para niños y niñas.

Líderes

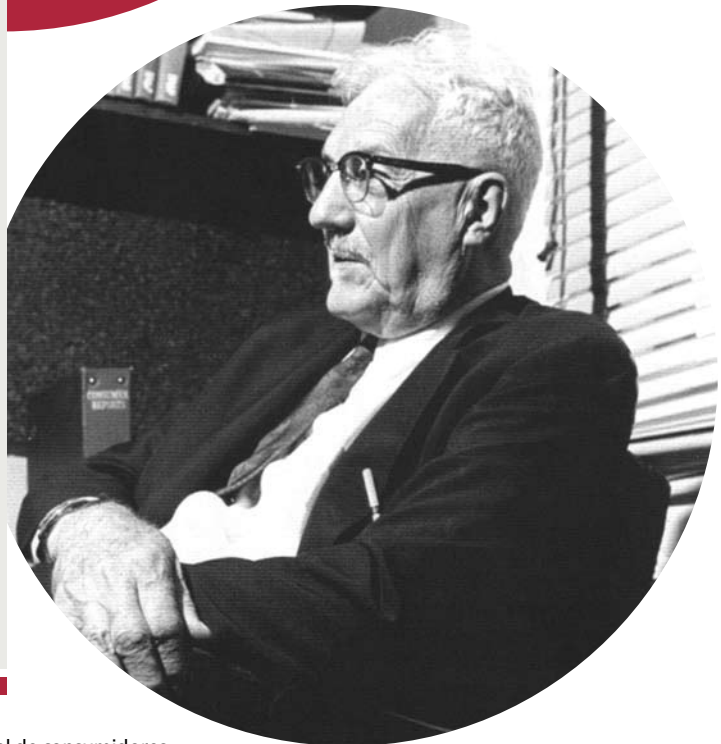
que han construido
Consumers International

Peter Goldman

Director de la británica Consumers' Association (actualmente Which?) desde 1964 hasta 1987. Ejerció un liderazgo fundamental en la IOCU hasta su fallecimiento en 1987. Artífice principal de la transformación de la IOCU de un grupo de editores especializados a una organización de miembros de ámbito internacional, fue elegido presidente de la IOCU en 1970, cargo que ocupó hasta 1975. Durante su mandato se creó la oficina de Asia y Pacífico, que contó con ayuda adicional de Which? (así como de Consumers Union). Tras su retiro de CA en 1987, fue designado director general de la IOCU, pero falleció antes de su toma de posesión del cargo.

Colston Warne

Presente durante gran parte del siglo XX, fue un visionario del movimiento de consumidores por más de 50 años. Profesor de Economía en el Amherst College de los EE.UU., fue uno de los fundadores de Consumer Union (CU) en 1936, y el presidente de su consejo hasta que se retirara en 1980. Ya desde los años cincuenta fue un entusiasta partidario de la creación de asociaciones de consumidores en otros países, así como uno de los signatarios fundadores de la IOCU en 1960 y su presidente durante los diez primeros años. Además de contribuir con su propia visión, energía y entusiasmo, aportó el considerable apoyo financiero y técnico de CU, algo vital para las andanzas iniciales de la IOCU.



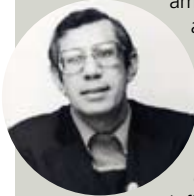
Rhoda Karpatkin

Asumió el cargo de presidenta de Consumers Union en 1974, tras haber sido la asesora legal de dicha organización. Estuvo al frente de la CU hasta su jubilación en 2001. Fue miembro de la ejecutiva de IOCU a lo largo de ese periodo, y presidió la organización entre 1984 y 1991. Apasionada partidaria de la extensión del movimiento de los consumidores en los países en desarrollo, durante su mandato como presidenta de la IOCU se fundó la oficina de la organización en América Latina, se dieron los primeros pasos para crear la oficina de África y se exploraron las posibilidades en Europa Central y del Este. Fue una de las fundadoras del Diálogo Transatlántico de Consumidores, foro en el que aún participa y del que es una convencida defensora. Durante más de tres décadas ha influido enormemente en el mantenimiento de un marco intelectual y en la expansión efectiva del movimiento internacional de los consumidores.



Anwar Fazal

Fue uno de los principales fundadores de Consumers' Association en Penang (Malasia), en 1969, antes de convertirse en 1974 en el director de la primera oficina regional de la IOCU, la de Asia y Pacífico. Fue el creador de programas que abordaron por vez primera problemas de gran relevancia para los países en desarrollo; su profundidad de miras hizo que la IOCU alcanzara con él un perfil más amplio,



ayudado por sus grandes dotes como orador y por su capacidad de influencia

política. Confió a la IOCU un papel prominente en la comunidad internacional de ONG, mediante la creación de redes de trabajo para abordar de forma colectiva campañas específicas. Fue el primero en recaudar fondos para el sostenimiento de estas redes y para la ampliación de los objetivos de la IOCU. Elegido presidente en 1978, ejerció un importante liderazgo en la organización hasta 1984. Posiblemente haya sido la figura más influyente en la historia de la IOCU, al crear una organización muy viva e innovadora para su tiempo, y sentar los cimientos de lo que, ya en la década de los 90, sería una organización con miembros en todo el mundo.



Marilena Lazzarini

La primera presidenta procedente de América Latina en la historia de CI, cargo para el que fue elegida en 2003. Activista incansable en los tribunales brasileños para que se hicieran cumplir las leyes relativas al cultivo y etiquetado de cosechas transgénicas. La campaña que llevó a cabo fue crucial de cara a los esfuerzos posteriores que se hicieron por todo el planeta para permitir que el consumidor pudiera tomar decisiones bien fundadas, y para la gestión segura de la biotecnología. Fue miembro fundadora de la primera asociación importante de consumidores de Brasil, el Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, allá por 1987, y su coordinadora ejecutiva entre 1996 y 2003. De 2003 a 2007 sirvió como presidenta de CI, y durante su mandato lideró la transición hacia una organización más dinámica y con campañas más ambiciosas.

HACIA EL FUTURO

Empeño. Perseverancia. Valentía. Resistencia.

Estos términos, utilizados habitualmente para describir la dedicación de los corredores de maratón, aglutinan tanto la herencia de Consumers International como su compromiso de futuro.

Cualquiera que haya puesto alguna vez empeño en asuntos relacionados con los consumidores, sabe que este trabajo es casi siempre una prueba de resistencia. Las victorias no llegan de la noche a la mañana, ni se ganan en un solo terreno de juego.

Durante 50 años, CI ha hecho campañas en los pasillos de parlamentos y empresas, en los vestíbulos de organismos internacionales y en las calles de nuestras comunidades.

CI ha aportado a estas batallas la fuerza conjunta que le dan sus más de 225 organizaciones en más de 115 países, así como la sabiduría de décadas de experiencia colectiva ejerciendo influencia política, haciendo campañas y movilizándose para el cambio.

El resultado de estos esfuerzos ha sido que CI ha podido reducir la exposición de los consumidores a riesgos como los fármacos peligrosos, los productos poco seguros o no aptos o las prácticas comerciales engañosas, por mencionar solo unos pocos frentes de acción.

¿Qué planes tenemos para los próximos 50 años? Como miembros de CI, estamos dispuestos a luchar con todas nuestras fuerzas y todo el tiempo que sea necesario para garantizar a las personas y a las familias, vivan donde vivan, los derechos básicos de los consumidores.

Nuestro compromiso también se encamina a conseguir que se tenga en cuenta la opinión de los consumidores, y que puedan influir en sus mercados locales y el mercado global.

Sigue habiendo riesgos importantes para la calidad de vida, por la cruda realidad de que hay demasiadas personas en el planeta que carecen de acceso al agua, la electricidad, la atención sanitaria y otras necesidades esenciales. No tienen acceso a una comida en condiciones de seguridad, a servicios financieros básicos ni a un mercado fiable y justo.

En los países en desarrollo, además, hay demasiados consumidores víctimas de los abusos del mercado, la falta de información para tomar decisiones bien fundadas, las restricciones impuestas al ejercicio efectivo de sus derechos como consumidores y la indiferencia —o algo peor— por parte de algunos poderes gubernamentales y empresariales.

Si no logramos alcanzar un consumo sustentable, la salud de nuestro planeta corre un peligro que afecta a las personas del mundo entero. No solo consumimos bienes y servicios, también consumimos recursos muy valiosos. Con derechos y deberes como ciudadanos y como consumidores, reconocemos también el equilibrio fundamental que debe haber entre unos consumidores que reciben un trato justo y el trato justo que debe recibir nuestro planeta.

Por último, millones de consumidores de todo el mundo, en países industrializados y en países en desarrollo, siguen sin tener fuerza para exigir —y recibir— justicia en el mercado. Nuestro apoyo debe ir dirigido a ellos.

Dado que el movimiento internacional de consumidores no cuenta con los mismos medios que los sectores cuyo interés principal es la obtención de beneficios, nosotros compensamos esa carencia con el poder de las personas. Y nuestra fuerza reside en la diversidad de nuestros miembros.

En los años venideros, CI será el catalizador para edificar un movimiento mundial de consumidores aún más poderoso, que aglutine opiniones en ocasiones dispares para conseguir una extraordinaria fuerza para el cambio.

Todos los que formamos parte de CI en la actualidad, y aquellos que vendrán detrás, hemos ayudado a que las organizaciones miembros exijan los derechos —y asuman los deberes— de los consumidores en sus respectivos países y en la escena internacional.

Transportamos hacia el futuro, con una determinación inquebrantable, la antorcha que nos han entregado nuestros antecesores. Con el empeño, la perseverancia y la valentía de hacer lo correcto seguiremos avanzando y resistiremos, por el bien de los consumidores de todo el mundo.

**James Guest, vicepresidente de
Consumers International**



PRESIDENTES DE IOCU/CI

1960 – 1970 **Colston Warne** | Consumers Union, EE.UU

1970 – 1975 **Peter Goldman** | Consumers' Association, Reino Unido

1975 – 1978 **Wily van Rijckeghem** | Association des Consommateurs, Bélgica

1978 – 1984 **Anwar Fazal** | Consumers' Association de Penang, Malasia

1984 – 1991 **Rhoda Karpatkin** | Consumers Union, EE.UU

1991 – 1997 **Erna Witoelar** | Yayasan Lembaga Konsumen, Indonesia

1997 – 2000 **Pamela Chan** | Consumer Council, Hong Kong

2000 – 2003 **Louise Sylvan** | Australian Consumers' Association, Australia

2003 – 2007 **Marilena Lazzarini** | Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, Brasil

2007 – hoy **Samuel Ochieng** | Consumer Information Network, Kenia

Agradecimientos

Junto con las muchas personalidades que se mencionan en este folleto, cientos, o más bien miles de personas han aportado a lo largo de los últimos 50 años su tiempo, su apoyo y su inestimable entusiasmo a Consumers International. Vaya nuestro agradecimiento y gratitud para todos aquellos que, trabajando codo a codo, han contribuido a que hoy podamos celebrar el 50 aniversario de CI.

También damos las gracias a Julian Edwards, anterior director general de CI, por su ayuda a la hora de elaborar este folleto.

Acerca de Consumers International

Consumers International (CI) es la única voz global e independiente que hace campañas en favor de los consumidores. Con más de 225 organizaciones miembros en 115 países, estamos construyendo un poderoso movimiento internacional para ayudar a proteger y fortalecer a los consumidores en cualquier lugar del mundo.

Consumers International es una organización sin fines de lucro limitada por garantía en el Reino Unido (número de sociedad 4337856) y registrada como asociación benéfica (número 1122155).

Si desea más información, visite
www.consumersinternational.org

© Consumers International
24 Highbury Crescent, London N5 1RX, Reino Unido
Correo electrónico: consint@consint.org
www.consumersinternational.org

