



ACTUALIZACIÓN DE
LA ESTRATEGIA PARA
ORGANIZACIONES MIEMBROS DE

CONSUMERS INTERNATIONAL



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

AUNANDO ESFUERZOS
PARA EL CAMBIO

Revisamos nuestra estrategia con el fin de garantizar que estamos ofreciendo a nuestras organizaciones miembros el máximo valor posible.

Muchos aspectos les resultarán conocidos: el logro de influencia y representación a nivel global, conectarlos con otras organizaciones miembros, y nuestro trabajo en el proyecto de protección de los consumidores.

Además de todo esto, trabajaremos con una red más amplia de participantes con el fin de abordar los desafíos y oportunidades claves que se presentan a los consumidores en materia digital. Los conocimientos, las soluciones y las acciones resultantes garantizarán que podamos desempeñar un papel importante en impulsar un cambio a favor de los consumidores en todo el mundo que a la vez beneficiará a nuestras organizaciones miembros.

Lean a continuación para informarse más, y hágannos saber cuáles son sus prioridades en materia digital.





MARCAR LA DIFERENCIA EN UN MUNDO INTERCONECTADO

Revisamos la estrategia de Consumers International. Para esto escuchamos a nuestras organizaciones miembros y a expertos globales, trabajamos con nuestra Junta y recibimos el asesoramiento de nuestro Consejo. El mundo ha cambiado, volviéndose más digitalizado e interconectado, y avanza a un ritmo cada vez más veloz. Por lo mismo, es necesario que nos adaptemos si queremos seguir siendo relevantes.

Nuestra visión: un mundo en el que todos tengan acceso a bienes y servicios seguros y sustentables, se mantiene invariable. Ahora nuestra estrategia reconocerá la necesidad de nuevos enfoques hacia la protección y el empoderamiento de los consumidores a fin de mantener el ritmo de los cambios.

LOS ASUNTOS DIGITALES, PARA COMENZAR

Deseamos garantizar que los consumidores saquen el máximo partido de la economía y la sociedad digital sin que se vean afectados la calidad, la atención y el trato justo

La digitalización es uno de los mayores problemas que enfrentan los consumidores hoy en día, por lo que en un principio nos centraremos en ella.

¿POR QUÉ ES RELEVANTE PARA LOS CONSUMIDORES EL ENFOQUE EN LO DIGITAL?

El ámbito digital se está convirtiendo rápidamente en la forma de trabajar y de tener acceso a importantes servicios, tales como el transporte, el entretenimiento y la actividad bancaria. Una sociedad digital más robusta puede contribuir al mejoramiento de los servicios públicos, aportar nuevas soluciones a los problemas sociales y mejorar los servicios actuales. El tema de la protección de los datos, la privacidad y la seguridad de dichos servicios resulta esencial para que los consumidores puedan confiar en el mundo digital. Sin esa confianza no podrán aprovechar las ventajas, oportunidades y adelantos económicos que este mundo puede aportar.

La protección y el empoderamiento de los consumidores digitales no es un problema que afecte solamente a los países de altos ingresos. Todavía falta que se conecte la mitad de la población mundial. Pero el porcentaje se reduce rápidamente. No tener conexión, o tener mala conexión, tiene un gran impacto sobre la participación como consumidores y ciudadanos en la sociedad, en particular para las nuevas generaciones. Las innovaciones en materia digital no solo pueden liberar de la pobreza a las personas, además pueden contribuir a un futuro más sustentable y al logro de algunas metas tales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

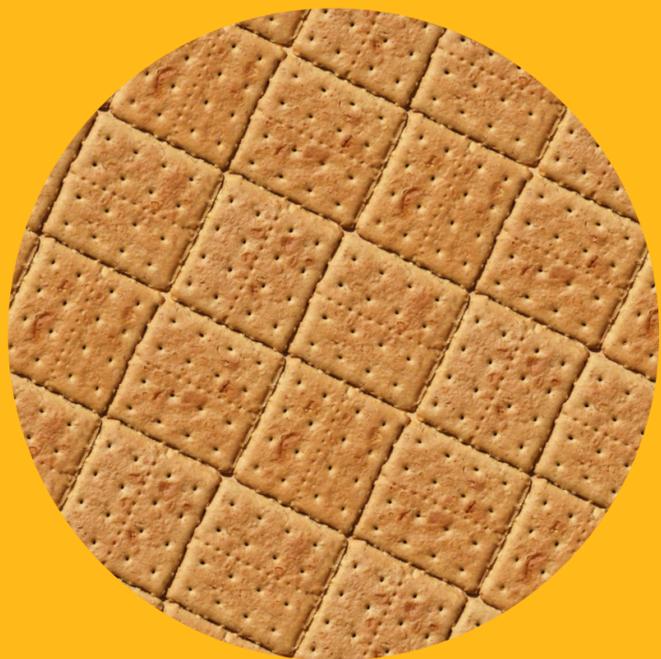
Queremos ayudar a nuestras organizaciones a empoderar a los consumidores a los que apoyan, haciendo constar su opinión en el centro de la evolución digital. Esto hará que las empresas, los gobiernos y la sociedad civil se vuelvan más receptivos con respecto a los desafíos y oportunidades que se presentan a los consumidores.

Esto apoyará a sus organizaciones en cualquier tema relacionado con la protección de los consumidores en el que trabajen.

Averigüen más en el Apéndice 1.



SI BIEN NOS CONCENTRAREMOS EN LOS ASUNTOS DIGITALES, MANTENDREMOS NUESTRA REPRESENTACIÓN E INFLUENCIA, EL APOYO A NUESTRAS ORGANIZACIONES MIEMBROS, Y EL DESARROLLO DE PERICIAS Y CONOCIMIENTOS EN OTROS ÁMBITOS DE LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES, INCLUIDOS LOS ÁMBITOS ALIMENTARIO, DE LA SUSTENTABILIDAD Y EL DE LA SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS, A TRAVÉS DE PROYECTOS FINANCIADOS EXTERNAMENTE.





CÓMO LO LOGRAREMOS



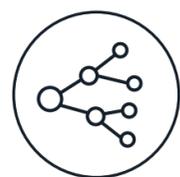
CONTACTO E INTERCAMBIO ENTRE NUESTRAS ORGANIZACIONES MIEMBROS

Seguiremos apoyando a nuestras organizaciones miembros para que se conecten entre sí y aprovechen la experiencia colaborativa de nuestra membresía con el fin de poner en común los conocimientos, la información y la cooperación en un amplio espectro de problemas enfrentados por los consumidores. Juntos podemos impulsar el cambio en el mercado global a escalas que no pueden lograrse actuando solamente a nivel nacional. Allí donde corresponda, apoyaremos a nuestras organizaciones miembros para que se conecten más allá de sus fronteras en aquellas de sus campañas con relevancia internacional que sean de interés para otras organizaciones miembros. Continuaremos coordinando el Día Mundial de los derechos del consumidor.



UNA RED MÁS AMPLIA: CONSTRUYENDO UN FORO

No existe entidad alguna que, por sí sola, pueda enfrentar con éxito el desafío de lograr que nuestro mundo sea digital e interconectado. Crearemos una red más amplia, que incluirá a nuestras organizaciones miembros y a un foro de participantes globales. Los participantes de dicho foro se reunirán para abordar un desafío u oportunidad específico que afecte a los consumidores. La red incluirá a los gobiernos, a la sociedad civil, a empresas y patrocinadores.



CONVOCATORIA, REPRESENTACIÓN E INFLUENCIA

Reuniremos a esta red para abordar los desafíos y oportunidades claves para los consumidores con objeto de aumentar nuestra percepción y permitir el desarrollo de nuevas soluciones a mayor velocidad. Las soluciones que desarrollemos de esta manera se agilizarán a través de nuestras actividades de difusión, liderazgo de opinión e influencia directa al más alto nivel.



NUEVOS PROYECTOS E INNOVACIÓN

Seguiremos llevando a cabo proyectos con financiamiento externo en un abanico de temas de interés para los consumidores, aprovechando y potenciando nuestra influencia, experiencias y conocimientos. Estos temas continuarán incluyendo, además del ámbito digital, a los alimentos, el consumo sustentable y la seguridad de productos.

¿QUÉ HAY DE NUEVO?

Si bien gran parte de nuestra estrategia les resultará conocida, nuestra red más amplia, y la forma en que trabajaremos con ella, representan un nuevo enfoque.

Pensamos que podemos generar el mayor impacto, y llevar a cabo los cambios en forma más rápida, si reunimos a las personas correctas, en el momento justo, y en el tema que corresponde. En otras palabras, la convocatoria.

En el trabajo con nuestras organizaciones miembros contamos ya sesenta años de experiencia en facilitar una exitosa colaboración a escala global. Nuestra voz seguirá influyendo en los foros internacionales tales como la ONU, el G20, la OCDE y la Organización Internacional de Normalización (ISO). Ahora es necesario que lo hagamos a través de una red más amplia y que alcancemos nuevas maneras de participar con diferentes actores a fin de lograr el máximo impacto en la esfera digital. Con ello, encontraremos antes las soluciones.

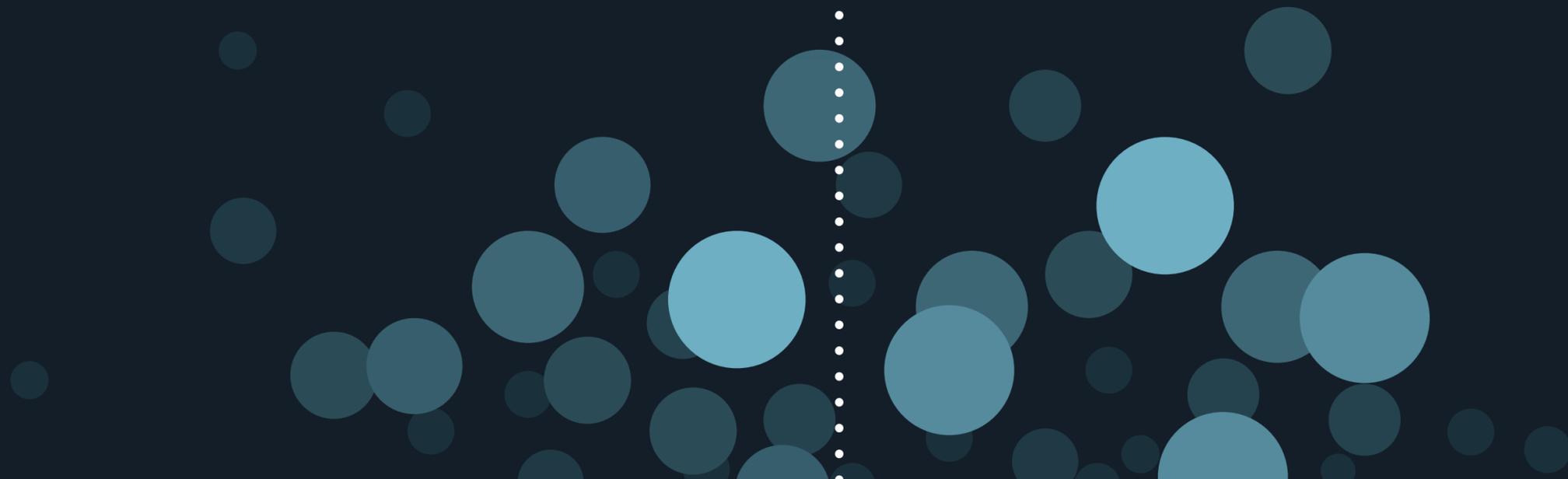
Con la creación de nuestro foro de gobiernos, empresas, la sociedad civil y los patrocinadores, tendremos más oportunidades de influir directamente sobre los participantes más importantes y de aumentar nuestra comprensión colectiva de sus perspectivas. Estaremos en condiciones de utilizar estos conocimientos en las instancias internacionales de formulación de políticas con el fin de fortalecer nuestra voz. Nuestras organizaciones miembros participan cada vez más con un amplio abanico de participantes con el fin de abordar los problemas de los consumidores a nivel nacional. Como organización internacional, pensamos que lo mejor que podemos hacer para apoyar a nuestras organizaciones miembros es hacer lo mismo, pero a escala global.





¿CÓMO FUNCIONARÁ EL FORO?

No existe entidad alguna que, por sí sola, pueda enfrentar con éxito el desafío de lograr que nuestro mundo sea digital e interconectado. Crearemos una red más amplia, que incluirá a nuestras organizaciones miembros y a un foro de participantes globales. Los participantes de dicho foro se reunirán para abordar un desafío u oportunidad específico que afecte a los consumidores, e incluirá a los gobiernos, a la sociedad civil, a empresas y patrocinadores.



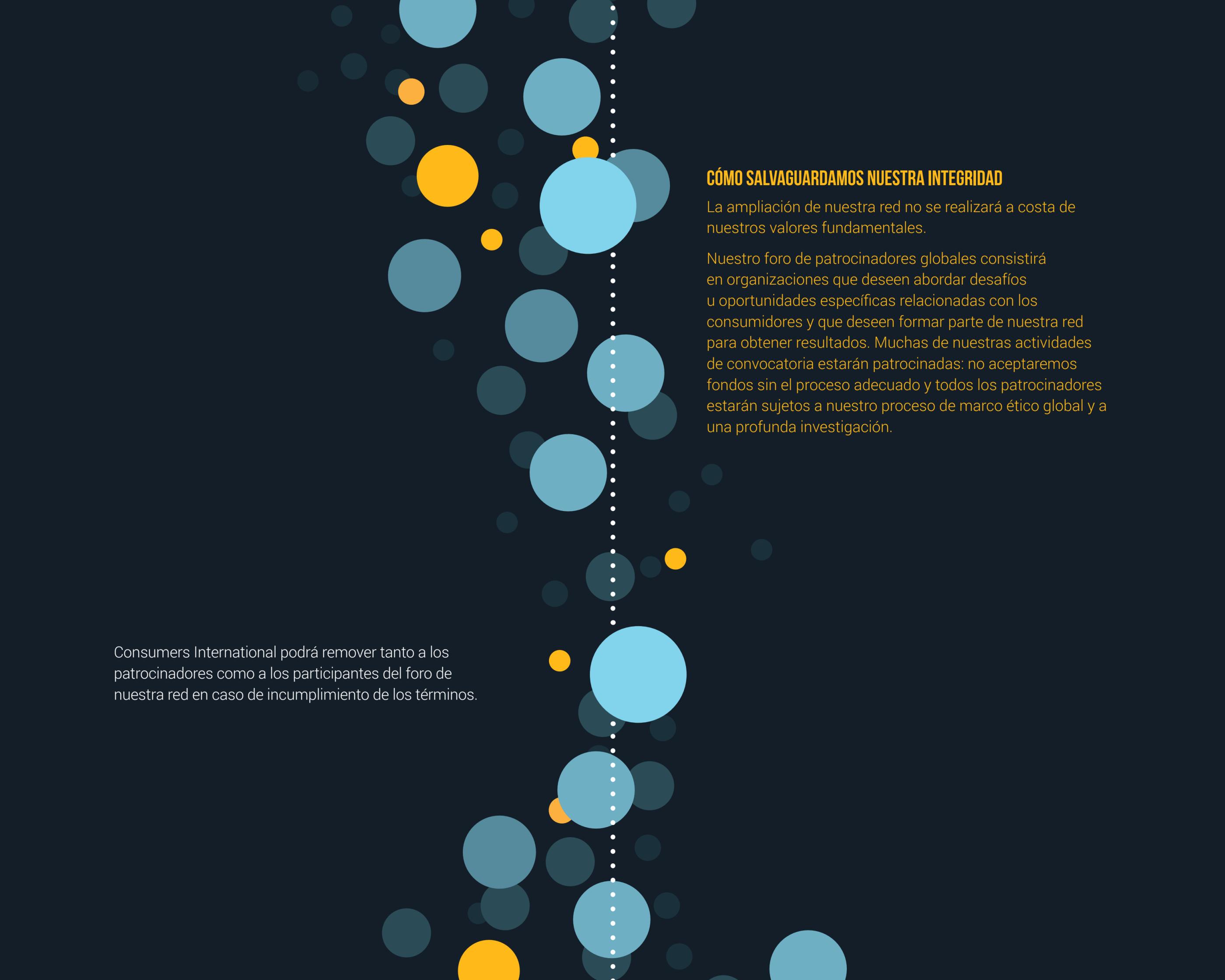


El foro tendrá autonomía con respecto a nuestra membresía, y tendrá sus propias comunicaciones y posibilidades de trabajo en red. Los participantes del foro no serán organizaciones afiliadas a Consumers International, y no tendrán derecho a voto.

Nuestra red y otros, tendrán la oportunidad de patrocinar actividades de convocatoria sobre asuntos digitales.

Los patrocinadores pagarán una tarifa para contribuir a una actividad de convocatoria, o serie de actividades, en asociación con Consumers International.

Tanto los participantes del foro como los patrocinadores deben cumplir con nuestros estrictos principios rectores y criterios éticos. Estos se desarrollaron a partir de las prácticas recomendables de algunas ONG, y se basaron en aportes y asesoramiento entregado por el Consejo y la Junta de Consumers International.



Consumers International podrá remover tanto a los patrocinadores como a los participantes del foro de nuestra red en caso de incumplimiento de los términos.

CÓMO SALVAGUARDAMOS NUESTRA INTEGRIDAD

La ampliación de nuestra red no se realizará a costa de nuestros valores fundamentales.

Nuestro foro de patrocinadores globales consistirá en organizaciones que deseen abordar desafíos u oportunidades específicas relacionadas con los consumidores y que deseen formar parte de nuestra red para obtener resultados. Muchas de nuestras actividades de convocatoria estarán patrocinadas: no aceptaremos fondos sin el proceso adecuado y todos los patrocinadores estarán sujetos a nuestro proceso de marco ético global y a una profunda investigación.

Para reunir a nuestra red, “convocaremos” a los participantes. La convocatoria puede tratarse de un evento único o, con mayor probabilidad, de un abanico de eventos que incluyan reuniones menores y mesas redondas con más participantes en un periodo de entre 6 y 18 meses. Cada uno de estos eventos contaría con el respaldo de investigaciones, pericias y conocimientos relativos a su temática, además de sus correspondientes informes y difusión.

**LAS ORGANIZACIONES
MIEMBROS DE
CONSUMERS
INTERNATIONAL**

**PARTICIPANTES
DEL FORO
SELECCIONADOS**

CONVOCATORIAS:

**PARA ABORDAR UN DESAFÍO ESPECÍFICO
DEL CONSUMIDOR O UNA
OPORTUNIDAD EN DESARROLLO..**



INNOVACIÓN



**VISIÓN DE
FUTURO**



INFLUENCIA

Nuestros eventos basados en la convocatoria serán solo el comienzo de la historia. Existe un enorme potencial para que se produzca un valor constante que seguirá generándose tras el proceso de convocatoria.

Allí donde corresponda, ejerceremos presión para que se adopten por medio de nuestros medios de difusión establecidos, nuestro liderazgo de opinión y nuestros mecanismos de influencia directa.

Llevaremos a cabo la difusión de nuestros conocimientos a través de nuestras plataformas comunicacionales y de los medios sociales, forjando al mismo tiempo una relación

En algunos casos, para catalizar el cambio, bastará con reunir a las organizaciones miembros y a los participantes del foro en el abordaje de un problema que afecte a los consumidores, e intercambiar ideas. Si nuestras organizaciones miembros y los participantes del foro no pueden producir directamente el cambio, podemos valernos de un abanico de herramientas que utilizaremos para intercambiar perspectivas y propuestas.

Mantendremos nuestra relación con organismos claves tales como la ONU, la OCDE, el G20 y la ISO para influir directamente en la formulación de políticas a escala internacional.

Posicionaremos a nuestra organización y a nuestras organizaciones miembros como líderes de opinión y potenciaremos los resultados de nuestra convocatoria a nivel internacional en eventos de consumidores y de la industria digital de alto nivel.

Buscaremos aquellos lugares en los que podamos influir en las decisiones a nivel internacional y en el mercado global. Influiremos, participaremos e inspiraremos para producir un cambio real a favor de los consumidores en todo el mundo.

Si desean plantearnos alguna pregunta acerca de nuestra estrategia revisada, pueden hacerlo enviando un correo electrónico a members@consint.org.

¿CUÁLES SON LOS PRÓXIMOS PASOS?

Confiamos en que esta nueva dirección, que ha sido desarrollada con el apoyo y la contribución de la Junta y Miembros del Consejo, brindará una organización más sostenible e impactante con el potencial de continuar escalando y creciendo.

Aumentará nuestra capacidad para impulsar el cambio en los mercados globales y en los foros de formulación de políticas internacionales. Dará un valor agregado a nuestros miembros y la red, así como crear una organización de vanguardia con la que la gente quiera trabajar. Nos pondrá en la mejor posición para apoyar a nuestros miembros y consumidores en el futuro.

Permitirá a Consumers International tener diversidad en sus fuentes de ingresos, lo que nos permite operar de manera efectiva en los próximos años.

Incluimos [una breve encuesta centrada](#) en preguntas específicas relacionadas con materias digitales que nos ayudarán a comprender los desafíos y oportunidades del ámbito digital en el contexto de sus organizaciones, y a apoyar el futuro enfoque de nuestras actividades.

Estaremos muy agradecidos si responden a esta encuesta antes del 15 marzo 2018.

APÉNDICE 1



SERVICIOS FINANCIEROS

El mundo digital está transformando las actividades bancarias. Las innovaciones tales como los pagos móviles, los préstamos entre particulares, los micropréstamos, el envío sin cargo de remesas y los seguros están ahora al alcance de todos a través de la telefonía celular. Pero para aprovechar las ventajas de esos servicios, todas las personas, más allá de sus ingresos o grupos sociales, no solo necesitan acceso a Internet, necesitan también servicios y productos seguros y privados.

ALIMENTOS

Existen muchas formas en las que el comprender el mundo digital puede ayudarles a luchar por el logro de mejores resultados para los consumidores en el sector alimentario. El marketing de productos poco saludables para los niños es algo que se produce cada vez con mayor frecuencia a través de los medios sociales o por medio de aplicaciones dirigidas basadas en alimentos. Esta publicidad no solo es más persuasiva, sino que utiliza información acerca de los niños de maneras que no se comprenden a cabalidad. Otros problemas incluyen el surgimiento de grandes empresas globales como Amazon y Alibaba, las que adquieren tiendas minoristas de venta directa sin conexión, algo que podría tener un gran impacto sobre las cadenas de suministro y sobre la competencia. También pueden afectar el manejo de datos y la privacidad, puede llevar a una fijación de precios más personalizada y puede tener un efecto sobre la información nutricional que reciben los consumidores y sobre la calidad de la información que se ofrece.



SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS

Los productos conectados pueden imponerse en nuestras vidas de las maneras más invasivas. Esos productos están siempre presentes, siempre están conectados, siempre atentos, y dependen de información sobre los consumidores para funcionar. La función de los consumidores, por lo tanto, estará cada vez más entrelazada con los productos. Es necesario que la seguridad de los productos en la era digital llegue a ámbitos que se encuentran más allá de su naturaleza física, como la protección y la seguridad de los datos y los controles de la privacidad. La seguridad de los productos digitales y conectados afectará también a quienes no cuentan con conexión, ya que sistemas como el del transporte y los suministros eléctrico y de agua potable dependen cada vez más de lo digital para operar. Pero no se trata solo de productos digitales, se trata también de soluciones digitales. Las evaluaciones en línea, las aplicaciones que sirven para evaluar y los sitios que ofrecen la posibilidad de comparar pueden ofrecer más control a los consumidores con respecto a lo que compran.



SUSTENTABILIDAD

Lo digital puede ser un factor clave para crear sociedades más sustentables. Las aplicaciones y plataformas pueden impulsar iniciativas de consumo colaborativo (donde los propietarios dan en arriendo algo que no utilizan, como un auto, una casa o una bicicleta a alguien a quien no conocen). Estas iniciativas contribuyen al ahorro de recursos y reúnen a las personas. Los sitios web y las aplicaciones pueden proporcionar información a los consumidores y entre estos a fin de potenciar y ejercer las opciones relacionadas con productos y estilos de vida sustentables. Los productos conectados del Internet de las Cosas pueden ayudar a generar ahorro energético, como por ejemplo, una aplicación inteligente que apaga la calefacción cuando no se está en casa. Al empoderar a los consumidores con respecto a los asuntos digitales podemos destrabar las ventajas de la sustentabilidad. El abordar los problemas claves que afectan a los consumidores, tales como la obsolescencia programada (cuando los productos digitales son fabricados para fallar en forma precoz) no solo ayudará a los consumidores en lo que respecta a sus finanzas, sino que ayudará también al medioambiente, al utilizar recursos eficientes y reducir la chatarra electrónica.

Consumers International es la organización de membresía para grupos de consumidores en todo el mundo.

Creemos en un mundo donde todos tengan acceso a seguros y bienes y servicios sostenibles. Reunimos más de 200 organizaciones miembros en más de 100 países para empoderar y defender los derechos de los consumidores en todas partes.

Somos su voz en los foros internacionales de formulación de políticas y el mercado global para garantizar que sean tratados de forma segura, justa y honestamente. Somos resueltamente independientes, sin restricciones por empresas o partidos políticos.

Consumers International es una organización de beneficencia (No.1122155) y una entidad sin fines de lucro limitada por garantía (No. 04337865) registrada en Inglaterra y Gales.

consumersinternational.org

[TWITTER@consumers_int](https://twitter.com/consumers_int)

[FACEBOOK/consumersinternational](https://www.facebook.com/consumersinternational)

