

ENTREVISTA CON EL DIRECTOR GENERAL DE CONSUMERS INTERNATIONAL¹

“Si pensamos que el mercado va a solucionar la crisis económica, estamos perdidos”

El pasado jueves, Joost Martens, director general de Consumers International (CI), visitó las oficinas de CECU y aprovechó para ofrecer una entrevista en la que habló de la actualidad económica y destacó los puntos clave que preocuparán a los consumidores del siglo XXI.

- **CECU:** CI cumple su 50 aniversario en este 2010 ¿cómo ha cambiado el movimiento de los consumidores en este tiempo?
- **Joost Martens:** Llegó un momento en que los consumidores vieron que era necesaria una organización que pudiera tener contactos y que generara intereses más allá de los ámbitos nacionales, así nació el movimiento de CI. El hecho de que hayamos crecido desde las cinco organizaciones que tomaron la iniciativa para crear CI en 1960 hasta más de 240 entidades en más de 115 países hoy en día es una muestra de la importancia actual del movimiento mundial de consumidores. Yo veo tres grandes grupos de actores en el mundo: los gobiernos que deberían actuar para el bien común pero muchas veces lo hacen para otros intereses; después está la industria que, por un lado, es un motor para el desarrollo, para la creación de empleo y de riqueza, pero, por otro lado, actúa muchas veces sólo desde el punto de vista de sus intereses; y el tercer grupo es la sociedad civil. Las organizaciones de consumidores somos parte de una sociedad civil que está tratando de influir sobre los gobiernos para que las políticas públicas favorezcan a los consumidores y, por otra parte, también está ejerciendo presión y actuando sobre las empresas para asegurar que la actividad empresarial genera servicios y productos de buena calidad y a buen precio en un mercado que funcione. El hecho de que los consumidores estén representados por organizaciones fuertes es clave en este panorama.
- **CECU:** En este sentido, ¿cree que las asociaciones están lo suficientemente valoradas y representadas en los organismos de decisión nacional e internacional?
- **JM:** Yo creo que cada vez más. El hecho de que Naciones Unidas haya pedido a CI que represente al sector de las ONGs en la preparación hacia la cumbre de desarrollo sostenible de Río de Janeiro de 2012 es un buen indicativo de cómo nos estamos desarrollando. También colaboramos con la OMS, con la OCDE... A este nivel, al de las instituciones que toman las decisiones a nivel internacional creo que estamos bien



vinculados. A nivel nacional, hay diferencias entre países: en algunos se da gran importancia a las asociaciones de consumidores y en otros hay organizaciones más pequeñas y débiles, pero creo que el hecho de que todas las personas del mundo seamos consumidores significa que hay intereses muy grandes y si los podemos canalizar se crearía una fuerza que tendría que ser tomada en consideración.

- **CECU:** ¿Cuál va a ser el camino de la actuación de CI en los próximos años?

- **JM:** Parte esto se discutirá en el Congreso Mundial del próximo año en Hong Kong, donde se hablará del consumidor del mañana: el de los países emergentes (China, India, Brasil...), los jóvenes, que son los consumidores del mañana, y, por otra parte, considerar si el comportamiento del consumidor occidental de hoy en día va a ser el mismo que el de mañana, especialmente ante los fenómenos del calentamiento global y del cambio climático.
CI va a trabajar también en la proyección de nuestras campañas, por ejemplo concluyendo la campaña sobre obesidad infantil y publicidad de alimentos poco saludables para niños, sobre la que esperamos que la OMS dé recomendaciones el próximo mayo para limitar la comercialización de estos productos.
En cuanto a nuevos esfuerzos, profundizaremos en el tema de los servicios financieros especialmente en una crisis financiera en la que los consumidores tienen que enfrentarse con bancos, aseguradoras, empresas de financiación... en las que, en ocasiones, existe una importante falta de transparencia sobre las condiciones, las comisiones, falta de acceso a estos servicios... Estamos también con temas de energía vinculados al cambio climático, con temas como la eficiencia energética y el acceso sostenible a fuentes de energía renovable.
Tenemos también un programa mundial de acceso al conocimiento y creo que este es uno de esos temas del consumidor del siglo XXI: el tema de la propiedad intelectual y los derechos de autor. CI está estudiando a los países que interpretan los derechos de autor únicamente a favor de la industria y no tienen en consideración los intereses de los consumidores para tener acceso a la cultura y al conocimiento.

- **CECU:** Para terminar, ha comentado el tema de la crisis económica, una crisis que tiene muchas vertientes, no sólo económicas sino también sociales o medioambientales ¿cuál es el papel que puede llevar a cabo CI dentro de esta crisis? ¿Qué pueden hacer los consumidores para tratar de salir de esta situación?

- **JM:** Pensamos que la crisis económica es, en primer lugar, una crisis de confianza. El consumidor de hoy en día cree menos en las entidades establecidas que antes: por ejemplo, antes los bancos eran entidades respetables y ese ahora no es el caso. Hemos podido ver a través de investigaciones que el ciudadano confía mucho en las asociaciones de consumidores para orientarles sobre cómo salir de la crisis, por encima de los gobiernos, las entidades financieras o la industria y esto supone una



responsabilidad muy fuerte, porque hay que responder a esa confianza. Como asociaciones de consumidores tenemos que pedir el nivel adecuado de regularización de los mercados financieros porque si asumimos que el mercado por sí va a definir la solución y la salida de la crisis creo que estamos perdidos. Si no existen ese tipo de pautas y normas todo va a ser más complicado.

Área de Comunicación
CECU

N
O
T
A

D
E

P
R
E
N
S
A

ⁱ Consumers International (CI) es la única voz global e independiente que hace campañas en favor de los consumidores. Con más de 220 organizaciones miembros en 115 países, construye un poderoso movimiento internacional de consumidores para ayudar a proteger y a fortalecer a los consumidores en cualquier lugar del mundo. Para mayor información visite: www.consumidoresint.org. CECU es Miembro de Pleno Derecho de CI y participó activamente en el Consejo Director de CI desde 2004 hasta 2007, fechas en las que se marcó el actual plan estratégico de CI.

