

Manifiesto del VII Encuentro Iberoamericano de Asociaciones de Consumidores y Usuarios

Inspirados en las conclusiones alcanzadas en el “VII Encuentro Iberoamericano de Asociaciones de Consumidores y Usuarios”, realizados durante los días 28, 29 y 30 de mayo de 2008 y en el marco de la convocatoria efectuada por la Confederación de Consumidores y Usuarios -CECU- a Organizaciones de Consumidores y Usuarios de España, América Latina y el Caribe; provenientes de Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, El Salvador, Honduras, Guatemala, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela, los representantes firmantes coincidimos en que:

Las empresas tienen una responsabilidad con la sociedad: asegurar que sus actividades respeten y promuevan los derechos humanos y aseguren la conservación de los ecosistemas de los que se nutren.

Los ciudadanos tienen por su parte, derechos y deberes con una sociedad que, simultáneamente debe responder al justo anhelo de mejoras en la calidad de vida de sus integrantes, y a la vez promover un consumo responsable.

Todos nosotros, reconocemos que el cambio climático plantea una amenaza inmediata y a largo plazo para las personas y comunidades alrededor del mundo y presenta riesgos que pueden impedir la plena realización de los Derechos Humanos

En consecuencia, asumir nuestra responsabilidad como asociaciones de consumidores, es una invitación al aprendizaje para encontrar formas de pensar, actuar e interactuar más efectivas, y elegir la respuesta que damos a las situaciones actuales, es descubrir nuestra libertad e independencia tantas veces declamada y reclamada.

La conciencia de los retos que se nos presentan, la voluntad de asumirlos y el compromiso social, aumentan significativamente la probabilidad de lograr los objetivos esperados:

Por ello;

Convencidos de que todas las personas tienen derecho a vivir en una sociedad justa y con igualdad, donde los derechos humanos de los ciudadanos sean establecidos, promovidos y respetados guardando los parámetros de equidad y justicia;

Coincidiendo que disfrutar de un medio ambiente adecuado para el desarrollo de la persona, así como el deber de conservarlo es un derecho y responsabilidad fundamental que involucra a los más variados actores del sector empresarial, gubernamental y social,

MANIFIESTAMOS:

1. La importancia de trabajar de manera internacional como asociaciones y grupos de consumidores concienciados ante la importancia de establecer una cultura de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) frente a la globalización económica del siglo XXI.
2. La necesidad de sensibilizar y promover, a través de las asociaciones de consumidores, acciones entre los consumidores para que sean conscientes de la urgencia de requerir a las empresas una responsabilidad medioambiental centrada, entre otros puntos, en la lucha contra las causas del cambio climático.
3. Que es nuestra misión exigir a los dirigentes regionales, nacionales e internacionales el cumplimiento de los compromisos que han adquirido con respecto al cambio climático y de la integración de estrategias que favorezcan el desarrollo de la RSE en el país de origen y en los países donde operen las diferentes empresas.
4. Que nuestro papel, como asociaciones de consumidores, resulta fundamental para conseguir un desarrollo sostenible internacional contando con el apoyo de otros actores de la sociedad como autoridades locales y estatales, medios de comunicación, sindicatos, partidos políticos y otros.
5. Que resulta imprescindible, por parte de las asociaciones de consumidores, la celebración periódica e intervención en encuentros diversos para fomentar el diálogo y el debate sobre la problemática y soluciones relacionadas con el cambio climático y la RSE con diferentes grupos representantes de la sociedad.
6. Que es nuestra misión divulgar información y promover la puesta en práctica, entre todos los actores sociales, de medidas como son el ahorro energético, la eficiencia energética y el uso de energías renovables.
7. Que debemos dar a conocer a los consumidores de todo el planeta las buenas prácticas de las empresas y de otros actores sociales en relación con la lucha del cambio climático y a favor de la implantación de políticas o estrategias que favorezcan las soluciones en relación con este problema medioambiental.
8. Que defendemos los derechos sociales y medioambientales internacionales por encima de la globalización económica que aumenta progresivamente la brecha entre los países del Norte y los países del Sur y las diferencias entre los grupos representantes de la sociedad.
9. Que mantenemos nuestro compromiso con la sociedad para trabajar tanto local como globalmente a favor de la protección medioambiental y social desde la óptica de los consumidores.

10. Que fortalecemos nuestro vínculo con el planeta Tierra para favorecer la progresiva implantación de un desarrollo sostenible como compromiso con las generaciones futuras.
11. Que impulsamos la necesidad de tomar la RSE como una cultura que avanza y se desarrolla en el tiempo y con las aportaciones de los distintos actores sociales.
12. Que demandamos una revisión del papel de las empresas en la sociedad debido a la creciente exigencia de transparencia y legitimación por parte de los ciudadanos a las primeras.
13. Que consideramos que las empresas, como actor social, pueden realizar su trabajo en un marco de respeto hacia los aspectos sociales y medioambientales.
14. Que las empresas son parte del diálogo en el entramado que conforma la representación de todos los actores sociales y que han de incorporar los intereses de estos a sus estrategias de RSE.
15. La importancia de que los gobiernos se impliquen en la definición de un marco normativo que asegure los derechos de los trabajadores en cada país asegurando un trabajo y salario digno.
16. La unificación de los parámetros y requisitos necesarios, así como los sistemas de control y los sistemas de certificación independientes para avanzar en la implantación de una estrategia para favorecer la RSE.
17. La necesidad de que las empresas se involucren en el tejido social de la comunidad o comunidades donde se encuentren operando, con su participación en diferentes iniciativas vinculadas a su estrategia de RSE.
18. Que reconocemos la responsabilidad de las asociaciones de consumidores para participar en los foros o grupos de expertos sobre la definición, puesta en práctica y evolución de la RSE.
19. Que consideramos necesaria la articulación y puesta en práctica de campañas de sensibilización y formación para dar a conocer la RSE a los ciudadanos de cada país.
20. La necesidad de practicar un consumo consciente y responsable para fomentar el uso de productos que garanticen buenas prácticas sociales y medioambientales.
21. La capacidad de los consumidores informados y responsables como base fundamental para reconocer las empresas que destacan en las mejores prácticas y para denunciar y rechazar las empresas con malas prácticas sociales y medioambientales.

22. La necesidad de que las empresas informen de una manera accesible, fiable y transparente a los consumidores en relación con su responsabilidad social y medioambiental.
23. La importancia de que las Administraciones garanticen el cumplimiento de las estrategias relacionadas con RSE y pongan en práctica Políticas Públicas para promoción de la misma.
24. Las asociaciones de consumidores de Iberoamérica nos comprometemos a colaborar internacionalmente en el combate al cambio climático y a las prácticas corporativas que afectan a los derechos humanos.
25. Que identificamos la necesidad de modificar el modelo de desarrollo basado en hábitos de hiperconsumo y la obsolescencia de los productos por ser una de las causas del derroche de recursos y energía.

Suscribimos en la Comunidad de Madrid a treinta de mayo de 2008:

1. ASOCIACIÓN EL AGUA Y EL HOMBRE - Argentina

Luís Annunziata

2. CONSUMIDORES ARGENTINOS – Argentina

Beatriz M^a García Buitrago

3. INSTITUTO DE ESTUDIOS DE DERECHO DEL CONSUMO – Argentina

Lidia Ester Reynoso

4. AIS-CODECO – Bolivia

Oscar Lanza

5. IDEC – Brasil

Marilena Lazzarini

6. CONSUMIDORES COLOMBIA – Colombia

Sandra Castañeda

7. Fundación AMBIO – Costa Rica

Roxana Salazar

8. ACUM – Chile

Eduardo Sergio Villar

9. ANADEUS – Chile

Jorge Abarca

10. Asociación de Consumidores de Osorno – Chile
Luís Álvarez
11. CONADECUS – Chile
Horacio Soler
12. ODECU – Chile
Stefan Larenas
13. Tribuna Ecuatoriana – Ecuador
M^a José Troya
14. CDC – El Salvador
Armando Flores
15. CODECOH – Honduras
Gloria de Jesús Pérez
16. LIDECÓN – Guatemala
Josefina Palma de Trabanino
17. ALCONSUMIDOR – México
Adriana Labardini
18. El Poder del Consumidor – México
Alejandro Calvillo
19. IPADECU – Panamá
Giovanni Fletcher
20. CEAMSO – Paraguay
M^a Eugenia Rivarola
21. ASPEC – Perú
Jaime Delgado
22. FUNDECÓN – República Dominicana
Altagracia Paulino
23. Liga Uruguaya Defensa Consumidor – Uruguay
Laura Paz Arrate
24. Movimiento Iniciativa Consumidores MNIC – Venezuela
Milagros Villafane
25. Confederación de Consumidores y Usuarios CECU – España
María Rodríguez