



ASOCIACIÓN PERUANA DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

Fortalecimiento de la Organizaciones

Informe al Congreso de la República



**Jaime
Delgado
Zegarra**

Presidente de la Asociación
Peruana de Consumidores y
Usuarios, ASPEC.



ASOCIACION PERUANA DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

FORTALECIMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES DE
CONSUMIDORES
INFORME AL CONGRESO DE LA REPUBLICA

**ASPEC****ASOCIACION PERUANA DE CONSUMIDORES Y USUARIOS**

Por: JAIME DELGADO ZEGARRA
Presidente de la Asociación
Peruana de Consumidores y
Usuarios, ASPEC.

**FORTALECIMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES DE
CONSUMIDORES**

INFORME AL CONGRESO DE LA REPUBLICA

Sin consumidores no hay mercado, sin organizaciones de consumidores la economía de mercado puede ser simplemente una ficción.

Hoy que el Estado tiende a replegarse a su papel de árbitro, dejando que las propias fuerzas del mercado -consumidores y proveedores- establezcan sus propias relaciones, el ansiado equilibrio, objetivo final del sistema, no puede darse si los protagonistas principales no están lo suficientemente informados, capacitados y organizados. Los proveedores si lo están, pero los consumidores no, entonces, un sistema que debería funcionar sobre un trato equitativo entre las partes, se convierte en uno donde el proveedor impone y los consumidores simplemente aceptan.

Esa deficiencia trae consigo un enorme perjuicio al país, puesto que se vienen consolidando una serie de abusos y situaciones irregulares que afectan los intereses económicos del ciudadano, pero lo peor aún es que en muchas circunstancias se pone en riesgo su salud y seguridad.

Un Estado que ha ingresado en un sistema de libre mercado, con todas las complicaciones que significa esta transición, no puede esperar que éste funcione a partir de un Decreto Supremo, no puede esperar que de la noche a la mañana los ciudadanos tengan la capacidad de asumir el papel que este marco teórico les asigna.

Al Estado, así como le corresponde atender a los sectores más vulnerables de la sociedad, debe tener en cuenta que si quiere que el sistema económico funcione, tiene que generar las bases y las condiciones adecuadas, para que la iniciativa de los grupos organizados de consumidores se fortalezca, contribuyendo así al perfeccionamiento del sistema.

Así lo han entendido muchos países, entre ellos Estados Unidos, Alemania, España, Argentina, etc., donde se ha apostado fuertemente al desarrollo de estas organizaciones de consumidores.

PERFIL DE LAS ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES

El movimiento ciudadano más importante en el mundo para el próximo siglo serán las organizaciones de consumidores y usuarios. Lo que alguna vez significaron como fuerza civil las organizaciones partidarias, los sindicatos y las cooperativas, lo serán ahora las organizaciones que representen a los ciudadanos en su calidad de consumidores de bienes y servicios.

La grandeza de estas organizaciones en el mundo es porque unen a toda la gente por igual, sin discriminación de raza, sexo, religión o convicción política-partidaria; todos para el efecto son consumidores afectados por las mismas circunstancias.

El movimiento de consumidores tiene el gran reto de enfrentar poderosos intereses económicos, de enfrentarse a grupos empresariales muy bien organizados y con los mejores técnicos y asesores que hay en el mercado. Las organizaciones de consumidores, entonces, tienen que ser lo suficientemente grandes y profesionales para estar a la altura y en las condiciones de defender existosamente los intereses de sus representados.

* DEBEN TENER CAPACIDAD PROFESIONAL

Las organizaciones deben tender a profesionalizarse, no pueden ser simplemente grupos de ciudadanos interesados y voluntarios en una causa; una asociación tiene que tener la capacidad de organizarse lo suficientemente para atender la demanda de sus asociados y enfrentar los grandes problemas que hay que afrontar en el mercado.

El voluntarismo es bueno en cualquier organización, pero no es suficiente para estar en capacidad de actuación frente a los difíciles retos de defender los intereses de consumidores y usuarios en contra de grandes intereses que pueden darse.

* INDEPENDENCIA DE LAS ORGANIZACIONES:

Las asociaciones tienen que ser independientes, tanto del gobierno, como de las empresas y grupos partidarios. El día que una organización de consumidores genere compromisos con estos grupos, entonces será el inicio de su fracaso, porque tarde o temprano perderá legitimidad y representación.

Respetando el derecho que cada uno de los integrantes de una organización tenga sobre temas políticos partidarios, religiosos o de otra índole, esto no debe comprometer ni vincular a las organizaciones. Puede en lo futuro, resultar muy tentador para algunos grupos, copar las organizaciones de consumidores o utilizarlas para sus intereses, por eso es necesario que quede muy claramente establecido en sus estatutos y en sus mecanismos de control y participación interna, los instrumentos necesarios para que esto no suceda.

* EL MOVIMIENTO DE CONSUMIDORES NO ESTA EN CONTRA DEL DESARROLLO EMPRESARIAL.

Algunos han tildado a las organizaciones de consumidores de estar siempre en contra de las empresas, pero eso no es así, el movimiento de los consumidores está en favor del desarrollo económico y empresarial, siempre que éste respete de los derechos e intereses de los consumidores.

Las organizaciones no sólo tienen que ser de protesta sino también de propuesta y tienen que estar en capacidad de recoger e interpretar las necesidades y preocupaciones que aquejan a sus representados y a la comunidad de consumidores en general.

- * LAS ORGANIZACIONES DEBEN SER ABIERTAS Y PRACTICAR LA DEMOCRACIA INTERNA.

Nadie puede imponer un modelo de organización de consumidores, ni de cualquier índole a nadie, sin embargo es conveniente tener en cuenta que éstas deben procurar tener sus puertas abiertas a todos los ciudadanos que quieran pertenecer a ellas, pero al mismo tiempo deben practicar la democracia a su interior, para de ese modo tener siempre legitimidad para actuar.

- * ¿ MILES DE ORGANIZACIONES PEQUEÑAS O POCAS PERO GRANDES ?

Respetando el derecho que tienen todos los ciudadanos de organizarse para defender sus derechos e intereses como consumidores, si evaluamos las posibilidades de actuación que tienen unas y otras , llegaremos a la conclusión que es preferible tener pocas organizaciones pero grandes, que miles de ellas pero muy pequeñas e intrascendentes para los fines que se busca.

Pero al mismo tiempo es necesario que estas asociaciones tengan una base o soporte en la comunidad, en las organizaciones vecinales, pueblos, comunidades, etc.

- * LAS ORGANIZACIONES DEBEN SURGIR POR PROPIA DECISION DE LOS CONSUMIDORES, NO POR INICIATIVA DE LAS AUTORIDADES.

Para garantizar su independencia y permanencia en el tiempo, las organizaciones tienen que surgir por la propia iniciativa de los ciudadanos, no por la propuesta ni por la influencia de alguna autoridad y menos que éstas estén sujetas a los mandatos o directivas de ellas. Lamentablemente algunas autoridades locales en el pasado confundían su papel de promoción de las organizaciones de consumidores.

DIFICULTADES DE LAS ORGANIZACIONES

El movimiento de consumidores en nuestro país es relativamente nuevo, la primera organización se creó en Arequipa en 1985 (Asociación de Protección del Consumidor-APROC) y desde entonces han ido apareciendo algunas otras de carácter distrital, provincial y otras de ámbito nacional.

La actuación de éstas ha sido diversa, hay unas que se dedican a dar asistencia a sus asociados y a representar intereses colectivos, otras trabajan sobre aspectos puntuales (agua, luz , teléfono, medio ambiente, educación e información, etc.) algunas cuentan con local y personal que atiende permanentemente, otras simplemente hacen campañas públicas contra irregularidades determinadas. Algunas están constituidas propiamente como asociaciones de consumidores y otras surgieron como frentes o comités para protestar por agresiones puntuales (sustitución de cableados subterráneos por aéreos, etc.)

Las organizaciones de consumidores afrontan numerosos problemas, entre ellos vamos a destacar los siguientes:

* EL FINANCIAMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES

El primero y el más importante problema es el económico. Sin capacidad económica es muy poco lo que pueden hacer las organizaciones. Esto se complica porque para mantener su independencia éstas no deben recibir financiamiento o auspicios de empresas; por su parte el Estado tampoco tiene interés en hacerlo e incluso, si así fuera, un subsidio directo podría ser controvertido si no hay reglas claras.

Lo ideal es que una asociación tenga la capacidad de auto-financiamiento a partir del aporte de sus asociados; así sucede en algunos países y tienen éxito, pero siendo el Perú un país tan empobrecido y poco acostumbrado a participar en movimientos ciudadanos de esta índole, es poco lo que se puede esperar de ellos en el corto plazo.

El Estado puede aquí jugar un papel importante. Existen formas en que se pueda facilitar la actuación de las asociaciones y procurar que ellas tengan los recursos que necesitan para crecer y fortalecerse, veamos algunas alternativas:

ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO

* PORCENTAJE DE LAS MULTAS QUE ELLAS GENEREN

Iniciar un proceso legal para denunciar prácticas ilícitas en el mercado, resulta de hecho sumamente costoso, no sólo por el tiempo, dedicación y profesionalismo con que tienen que enfrentarse para tener éxito, sino por los costos directos e indirectos que hay que asumir. La tasa para plantear una denuncia por "publicidad engañosa" cuesta S/. 240 , una por "abuso de posición de dominio de mercado" nada menos que S/. 720.00 .

Las asociaciones que hemos iniciado acciones de esta naturaleza hemos tenido que hacer esos pagos, pero además, invertir cientos de horas-hombre y lo seguimos haciendo, sólo por la inquietud y el deseo de servir a los intereses de la comunidad.

A raíz de nuestras acciones legales, la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios, ASPEC, ha generado alrededor de 120 mil dólares en multas, que han ido a engrosar la caja del Estado, pero de eso no nos ha correspondido ni un céntimo.

Sería interesante que el Estado, entregue a las organizaciones, a título de costos y costas del proceso, un porcentaje de esas multas (30% ; 40% o 50% finalmente el porcentaje es lo de menos para el Estado) generadas por ellas mismas con denuncias bien fundamentadas y acreditadas.

Algunos dicen que este mecanismo podría degenerar al movimiento de consumidores y tergiversar sus fines, incluso alguna vez se me dijo que ¿porqué habría que premiar a alguien que tiene como obligación el defender al consumidor? ; ésto sin embargo no tiene ningún fundamento, pues el único que tiene la "OBLIGACION" de defender al consumidor es el Estado. Los movimientos ciudadanos nacen como una expresión altruista de su necesidad de participación, pero no como una obligación.

Lo curioso es que en el caso de la SUNAD, a quien delate a un contrabandista se le premia con un porcentaje del monto recaudado, y eso que la información es absolutamente confidencial. En cambio, a las asociaciones de consumidores, que dan la cara y ponen el pecho, exponiéndose a mil riesgos al denunciar a una o varias empresas que cometen infracción y que además aportan la información y las pruebas necesarias para descubrir el abuso, se les castiga con altos costos para formular denuncias y encima, de las multas que impone el Estado para su beneficio, no le toca ni un céntimo.

El Decreto Legislativo 807 ha dado un paso adelante en este tema, pero aún es insuficiente; esta norma establece la posibilidad de imponer el pago de costas del proceso al infractor, pero esto se va a limitar a devolver la tasa del proceso y probablemente una suma por el honorario ha pagar en favor del abogado que se haya hecho cargo de la defensa y punto. Pero la asociación propiamente, que ha tenido que incurrir, además de estos gastos, en una organización con capacidad de identificar, investigar y analizar el hecho, para finalmente afrontarlo legalmente, con todas las consecuencias que esto pueda generar, no obtiene un beneficio ni compensación real.

Existen costos no visibles en los proceso legales y en cualquier campaña que inicien las organizaciones de consumidores (alquiler de local, teléfono, personal, mobiliario, etc) , por eso sería justo que en compensación a su enorme contribución con la sociedad y con el propio Estado, se les reconozca un porcentaje de las multas que generen.

ASPEC, después de dos años de intensa batalla legal, enfrentándose con abogados y Estudios de reconocida trayectoria, logró vencer a CORPAC y LOS PORTALES S.A. en su denuncia por "Abuso de Posición de Dominio de Mercado", por condicionar a todos los usuarios el ingreso al aeropuerto Jorge Chávez a la contratación y pago de dos horas de estacionamiento como mínimo. A raíz de esta denuncia, INDECOPI sancionó a cada una de ellas con 50 UIT por considerar esta práctica como una infracción muy grave. Agotada la vía administrativa, aún está pendiente el fallo de la Corte Suprema.

Con esta acción la comunidad se ha beneficiado, pues va ahorrar miles de millones de soles en lo futuro, el Estado también se benefició económicamente con una multa de 100 UITs; pero en qué se ha beneficiado la organización que llevó adelante este proceso,

sólamente con el reconocimiento público de haber servido a la comunidad, pero para ello ha tenido que invertir sus escasos recursos económicos en llevar adelante este tipo de acciones.

Lo propio podríamos decir con otro tipo de acciones iniciados por nuestra organización y también por otras, pero no es el caso hacerlo en esta oportunidad, pues sólo mencionamos como ejemplo el caso CORPAC-Los Portales.

* FONDO POR ACCIONES DE INTERESES DIFUSOS

Las acciones judiciales por intereses difusos que buscan resarcir el perjuicio ocasionado a los consumidores y usuarios, pueden ser entabladas legalmente por las asociaciones de consumidores, sin embargo estas enfrentan una dificultad relativa a los fondos indemnizatorios que logren obtenerse.

En las acciones por intereses difusos, difícilmente se van a presentar las personas afectadas, ya sea por la dificultad de acreditar fehacientemente el daño sufrido, o por el escaso valor económico sufrido individualmente, motivó por el que probablemente no se conservaran los elementos probatorios del caso, o porque sencillamente los efectos del acto o hecho denunciado no son individualizables. Para estos casos el D.Leg. 807 ha previsto que en caso que INDECOPI inicie una acción por interés difuso y la gane, si los afectados no se acercan a recoger su parte de la indemnización correspondiente, estos dineros pasarán a formar parte de un "Fondo para la Defensa del Consumidor", obviamente manejado con todo derecho por dicha entidad.

Nosotros creemos que cuando las Asociaciones de Consumidores "por decisión propia", y sin la intervención de INDECOPI, ni de ninguna otra entidad, inicien una acción judicial por intereses difusos, si los afectados individualmente no se presentaren en el plazo de un año a reclamar su parte de la indemnización, esos recursos también deben pasar a un fondo para la propia organización de consumidores que inició la acción.

* FONDOS DE LA COOPERACION INTERNACIONAL

El gobierno tiene las posibilidades y los contactos necesarios con los organismos de cooperación internacional, para poner dentro de las prioridades de recursos asignables a la sociedad civil, el tema del fortalecimiento de las organizaciones de consumidores, de tal manera que las propuestas que vienen planteando estas organizaciones tengan un respaldo del Estado peruano y de la comunidad internacional.

El Estado peruano tiene toda la infraestructura para poner a disposición de las organizaciones de consumidores su capacidad de búsqueda de cooperación sobre proyectos específicos y estratégicos para lograr su fortalecimiento.

* OTRAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Muchos países han buscado fórmulas alternativas para apoyar al movimiento de consumidores, mencionamos algunas:

* Asignaciones directas:

España incluye en el presupuesto de la República una partida para las organizaciones de consumidores reconocidas.

Argentina, por mandato de la ley, desde hace algunos años da un apoyo económico a estas asociaciones.

* Financiamiento por el sistema de regulación:

Gran Bretaña, dentro de su esquema de privatización de los servicios públicos, busca que parte del pago que hacen los usuarios por el servicio recibido, se destine a financiar al organismo regulador y a las asociaciones de usuarios, de esta manera buscan que haya una capacidad de hacer equilibrio.

* Fondos especiales de financiamiento:

Estos fondos pueden constituirse a partir de algunas fuentes, como podrían ser los aportes directos del Estado,

multas impuestas a los infractores, asignaciones de la cooperación internacional, parte del impuesto que pagan los consumidores al hacer sus compras (IGV), etc. Son fondos que se entregan a las asociaciones contra la presentación de proyectos concretos.

PROBLEMAS QUE AQUEJAS A LOS USUARIOS EN GENERAL

ACCESO A LA JUSTICIA RECLAMOS POR SERVICIOS PUBLICOS COSTOS DE LA RECLAMACION

Podríamos hacer una enumeración interminable de problemas que aquejan, tanto al consumidor considerado individualmente, como a los intereses comunes, sin embargo queremos referirnos sólo a tres áreas concretas:

ACCESO A LA JUSTICIA:

La estructura legislativa de la defensa del consumidor en nuestro país está basada en la "conciliación de las partes", es decir, que si ellas (consumidor y proveedor) se ponen de acuerdo en el problema que tienen, todo estará solucionado, pero si el proveedor se niega a reconocer el daño y/o a resolver el problema, ahí terminará el intento del usuario o consumidor.

Los sistemas de defensa del consumidor tiene que contar con un conjunto de mecanismos alternativos de resolución de conflictos, el primero obviamente es el que el propio proveedor establezca internamente, luego vienen los mecanismos de conciliación y arbitraje, pero si éstos fracazan o no pueden operar por las circunstancias, no le queda más al consumidor que acudir al Poder Judicial, ya que es el único Poder con capacidad para administrar justicia, pero lamentablemente el Poder Judicial no ha prestado interes en acercarse a la problemática de los consumidores.

Por ejemplo, cuando alguien tiene un problema con una refrigeradora que no funciona como le dijeron y le reclama al proveedor, ésta probablemente le diga que no puede atenderla. Entonces podrá denunciarlo ante INDECOPI, pero tal vez aquí tampoco obtenga una solución al problema, entonces no le quedará más alternativa que acudir al Poder Judicial. Pero cualquier ciudadano antes de entablar una acción legal tendrá que evaluar cual es el costo beneficio de hacerlo, porque posiblemente el costo de iniciar esta acción sea mucho más alto que el daño causado, ya sea por el tiempo empleado, las complicaciones de un proceso, el pago de un abogado, la corrupción, el mayor poder e influencia de la empresa, etc.

El Poder Judicial tiene que acercarse más a los problemas del consumidor, tiene que crearse mecanismos y procedimientos más expeditivos, menos formales, más rápidos y menos costosos para los usuarios. Al mismo tiempo tiene que adaptar sus horarios y los días de atención para que el ciudadano que reclama sus derechos no tenga que dejar de ir a trabajar o abandonar sus actividades y movilizarse largas distancias para acceder a los locales del juzgado.

Pueden crearse juzgados o nombrarse jueces especializados en estas áreas y formularse procedimientos que se adecuen a las características de los reclamos de los usuarios.

*** MUNICIPALIDADES: CENTROS DE CONCILIACION:**

La Defensa del Consumidor tiene que llegar a todos los rincones del país y no sólo a Lima, por ello es indispensable que los gobiernos locales tomen interés en trabajar estos temas, y sin invadir fueros de otras dependencias, se podrían convertir fácil e inmediatamente en "centros de conciliación" para así ayudar a sus pobladores a resolver sus conflictos con los proveedores de bienes y servicios, además por supuesto, de darles información y asesoramiento en estos temas.

RECLAMOS POR SERVICIOS PUBLICOS

Los reclamos por los servicios públicos acaparan la atención de todos los organismos públicos y privados que trabajan en defensa del consumidor, por ello es importante identificar algunas de las principales dificultades aquí identificadas.

* Plazo de 15 días para reclamar es ilegal:

En el caso de agua y teléfono, el plazo establecido por los organismos reguladores, de sólo 15 días para interponer el reclamo de facturación indebida u otros problemas, ante las empresas concesionarias, resulta a todas luces ilegal, especialmente si es por cobros indebidos.

Por ejemplo, Telefónica le cobra a un usuario un monto indebido por equivocación, pero como éste no se da cuenta del detalle, transcurren varios meses hasta que alguien le hace notar el problema, así que el usuario se acerca a Telefónica a reclamar, le piden probablemente disculpas por el cobro indebido, pero le dicen que no le devolverán lo indebidamente cobrando porque ya se venció el plazo de 15 días (de la fecha de pago del recibo) que tenía para reclamar. Entonces, Telefónica reconoce el cobro por error, pero se niega a devolverlo amparado en una norma de los organismos reguladores. Esto es la consolidación de un abuso que no se puede pasar por alto.

El Decreto Legislativo 716 (Normas de protección del Consumidor) establece que el plazo que tienen los usuarios para reclamar lo indebidamente cobrado es de UN AÑO. Esta norma por ser de superior jerarquía que una resolución del órgano regulador debe primar sobre ella, sin embargo esto no sucede, especialmente con los usuarios que no la conocen.

* Plazos e Instancias: largos y complicados

Un reclamo ante Telefónica (que normalmente resuelve en contra del usuario) puede durar más de 6 meses hasta llegar a la resolución final de OSIPTEL; hay mucha gente que desiste en el camino por el tiempo que debe emplear en estas gestiones.

Tiene que simplificarse los procedimientos, acortarse las instancias (dos instancias en vez de tres).

Tiene que uniformizarse los procedimientos, plazos y demás, entre todas las empresas de servicios públicos, porque para el usuario es toda una confusión cuando tiene un problema.

* **Contrastación de medidores : mecanismos más efectivos**

Así como la balanza es un instrumento que se utiliza todos los días para hacer las transacciones económicas, especialmente para los productos de consumo masivo, el medidor de agua y luz deben ser una garantía para los cobros que hacen las respectivas empresas, sin embargo, no existen formas efectivas y prácticas de que la contrastación esté en la actualidad en manos de instituciones especializadas e imparciales, ya que las contrastaciones, hechas en la actualidad por las propias empresas, no son garantía para el usuario.

Debe facilitarse la creación de organismos contrastadores independientes , pero mientras éstos no existan, los organismos públicos con capacidad para hacerlo deben suplir temporalmente esta función.

En el caso de Teléfono, el organismo regulador debe aprobar cuanto antes la instalación de medidores telefónicos domiciliarios a los usuarios que lo soliciten a su costo, pero con las facilidades de pago convenientes que las empresas puedan otorgar. Mientras esto no suceda, todos los reclamos por facturación excesiva terminarán en lo mismo "la palabra del usuario frente a la de Telefónica", y como siempre, ella gana.

COSTOS DE LA RECLAMACION

Reclamar nuestros derechos en el Perú resulta muy caro, vamos a mencionar algunos cobros:

- Toda denuncia formal, que es la única forma de asegurarse que el proceso se inicie y uno forme parte de él, tiene su costo en INDECOPI, así por ejemplo:

Un caso de Defensa del Consumidor: S/. 48 ;
Publicidad Engañosa: S/. 240
Abuso de Posición de Dominio de mercado: S/. 720

- Presentar apelación de la resolución por un reclamo de luz:
Se tiene que pagar S/. 48.00

- Muchas municipalidades exigen a los ciudadanos el pago de S/. 10 ; S/. 15 o más para admitirles sus reclamos o denuncias.

Si se quiere facilitar la actuación de los consumidores para que aprendan a defender sus derechos y a denunciar los abusos de algunas empresas, tiene que revisarse la procedencia de estos cobros.

* SE PERSISTE EN "PAGUE PRIMERO Y RECLAME DESPUES"

Pese a que la ley es clara en reconocer a los usuarios el derecho de reclamar primero y pagar despues que su reclamo esté resuelto en definitiva, hay empresas públicas que desacatando esta obligación "cortan el servicio" al usuario, aún cuando existe un reclamo pendiente de resolución.

Frente a esto , y pese a las gestiones que realizan los usuarios, y a su desesperación por recuperar su servicio, no hay forma efectiva de lograrlo. Ante esto sería conveniente crear un mecanismo que asegure la intervención "INMEDIATA" de la autoridad respectiva para el respeto a este derecho y por ende la reposición inmediata del servicio.

CREACION DE UN SISTEMA DE PROTECCION DEL CONSUMIDOR

La defensa del consumidor no es ni puede ser exclusividad de nadie, pues todos de alguna manera tenemos que ver algo sobre el tema, claro que cada uno desde su propia perspectiva.

INDECOPI, los Organismos Reguladores, los Ministerios y algunos organismos públicos (CONASEV, Superintendencia de Banca y Seguros, etc.), las municipalidades, el Ministerio Público, las asociaciones de consumidores y también el Poder Legislativo, vienen trabajando de alguna manera con el objetivo de defender a los consumidores o crear mejores condiciones para que ello suceda. Sin

embargo, entre estos organismos no existe ninguna vinculación formal, ni una forma regular de coordinar su trabajo, evitando interferencias, duplicidad de trabajo, malos entendidos, etc.

Sería conveniente crear un "Sistema Nacional de Protección del Consumidor" que tienda a coordinar el trabajo de todos los agentes involucrados en este trabajo, públicos y privados". Este sistema permitiría generar mayor efectividad entre los organismos reguladores y demás instituciones de defensa del consumidor públicas y privadas, todo esto en beneficio de los usuarios.

Este sistema permitiría también que las asociaciones de consumidores puedan expresar los problemas de los usuarios de los diferentes servicios y tener un contacto más directo y efectivo frente a las autoridades responsables.

Un sistema de coordinación como el propuesto, que no implique burocracias, ni mucho menos, sino que puede generarse a partir de una secretaría técnica alterna, o una coordinadora que promueva dos o tres reuniones al año con una agenda específica, puede enriquecer el trabajo de todos y permitir el fortalecimiento de los mecanismos para defender al consumidor.

PARTICIPACION DE LOS CONSUMIDORES EN LAS INSTANCIAS DE DECISION:

Los consumidores tenemos derecho a estar representados en las diferentes instancias de los organismos públicos que tengan que ver con los problemas de los consumidores. Esta representación no sólo da legitimidad y sentido de participación a dichas instancias, sino que le permitirán permanentemente recoger de los propios usuarios sus preocupaciones y propuestas para mejorar las condiciones en las que deben brindarse los servicios.

Mientras todo esto suceda, las organizaciones seguiremos consolidándonos y trabajando por lograr mejores condiciones para los consumidores y usuarios de nuestro país.