



× × × ×
× × × ×
× × × ×
× × × ×

MEMORIA DE LABORES 2022

× × × ×
× × × ×
× × × ×
× × × ×



DESARROLLO INSTITUCIONAL

ORIGEN

La Fundación Ciudadana por un Consumo Responsable (FCCR) se fundó en Santiago de Chile el 15 de mayo del 2019, donde ha establecido su sede principal. La región de América Latina y el Caribe es el ámbito de actuación de la FCCR.

VISION

Expertos en América Latina y El Caribe en la generación de pensamiento sobre políticas y prácticas en el ámbito del consumo responsable, desde una perspectiva ciudadana.

MISION

Somos una institución ciudadana que, con una mirada latinoamericana y caribeña, se dedica a analizar, impulsar y proponer políticas y prácticas sobre consumo responsable, que pueden ser adoptadas por organismos públicos, asociaciones de consumidores y el mundo empresarial.

OBJETIVOS

1. Desarrollar y difundir investigaciones sobre bienes y servicios, y políticas públicas en materia de consumo responsable.
2. Contribuir a la información, sensibilización y la educación de las personas consumidoras.
3. Promover la implementación de buenas prácticas por parte de los proveedores de bienes y servicios.
4. Promover e implementar programas y proyectos en el ámbito de consumo responsable, generando vínculos con las organizaciones de la sociedad civil, sector privado, y las entidades estatales competentes.
5. Desarrollar asesorías a organizaciones de la sociedad civil, empresas y fundaciones privadas e instituciones públicas, nacionales e internacionales.
6. Impulsar acuerdos o alianzas con instituciones y organizaciones que a nivel nacional o internacional desarrollen actuaciones sinérgicas con las de nuestra Fundación.

ESTRATEGIA

Mediante investigaciones y estudios, foros, conversaciones temáticas, acciones formativas y publicaciones, la FCCR:

- Genera conocimiento, analiza y difunde temas innovadores relacionados con el consumo y el pleno ejercicio de una ciudadanía democrática.
- Impulsa y acompaña la formulación de políticas públicas que eleven la eficacia de la protección de los derechos de las personas consumidoras.
- Contribuye al intercambio de conocimientos y buenas prácticas entre las organizaciones que trabajan en temas de consumo y derechos ciudadanos.
- Apoya la creación de plataformas ciudadanas para una participación eficaz de estas organizaciones en las agendas públicas nacionales y globales.
- Estimula iniciativas de diálogo y cooperación entre organizaciones de consumidores/as, entidades públicas, academia y empresas.

VALORES

- Responsabilidad
- Honestidad
- Transparencia
- Trabajo en equipo
- Respeto a la diversidad
- Compromiso con el ambiente

PRINCIPIOS

- Es una organización ciudadana, sin fines de lucro, independiente política y económicamente.
- Es una organización que busca un cambio en los modelos de consumo, para satisfacer plenamente las necesidades humanas y las del planeta de manera ecológicamente sustentable.
- Es un espacio abierto para pensar las relaciones entre el consumo y el pleno ejercicio de los derechos de ciudadanía, articulando experiencias y proyectos con ideas innovadoras.
- Nuestro trabajo es principalmente voluntario, contando hasta la fecha con aportes de nuestro equipo y de la Fundación FACUA de España.
- Programamos nuestro trabajo de manera colaborativa, manteniendo relaciones horizontales y fomentando la creatividad en el equipo.

NUESTRO EQUIPO

DIRECTORIO

Juan Trímboli
Presidente

Jorge Osorio
Secretario

Ricardo Iturra
Tesorero

EQUIPO DE ASESORÍA

Nery Suarez, Cuba

Bethy Cruzado, Panamá

José Luis Laquidara, Argentina

Marcos Diegues, Brasil

Ronald Wilson, Chile

Francisco Sánchez, España

Armando Flores, El Salvador

Fernando Barreiro, Uruguay



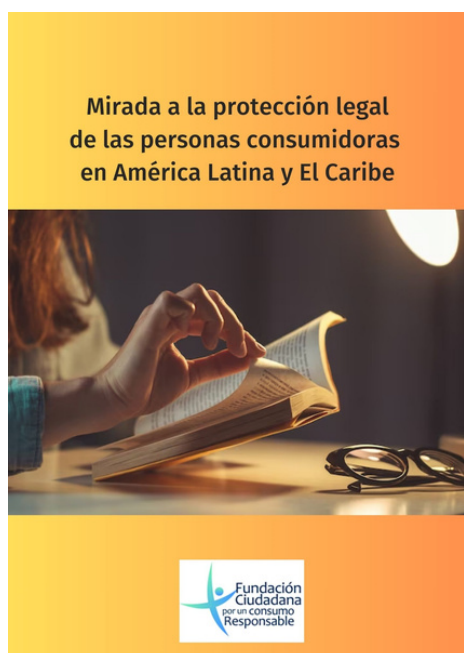
PRINCIPALES ACCIONES ESTRATÉGICAS EJECUTADAS EN EL PERIODO

NUEVOS ESTUDIOS E INVESTIGACIONES

La FCCR continuó desarrollando estudios e investigaciones que aportan al análisis regional sobre temáticas relevantes para el interés de las personas consumidoras. Los principales esfuerzos desplegados son los siguientes:

Estudio Legal: “Mirada a la protección legal de las personas consumidoras en América Latina y El Caribe”

A través de dicho estudio se documenta y sistematiza, en 14 países de América Latina y El Caribe, el estado actual de la legislación nacional vigente en materia de protección de los derechos del consumidor y normas sectoriales y conexas aprobadas con la misma finalidad.



El trabajo realizado permite identificar o no en cada país el reconocimiento a nivel constitucional de los derechos del consumidor, la legislación específica en la materia, sus reglamentos de aplicación, la entidad o autoridad competente, complementando con la identificación de las leyes principales vinculadas con el tema de consumo.

Para desarrollar este análisis, se consultó y sistematizó el contenido normativo de más de 200 normas jurídicas existentes en los 14 países, desde las constituciones nacionales hasta los reglamentos de aplicación.

Aunque se trata de un esfuerzo inicial, la FCCR confía que este esfuerzo sirva como material de estudio y trabajo para activistas sociales, Asociaciones de Consumidores, profesionales e investigadores, así como para organismos públicos y entidades del sector privado, todos interesados en conocer el estado de la protección legal de los consumidores en América Latina y El Caribe.

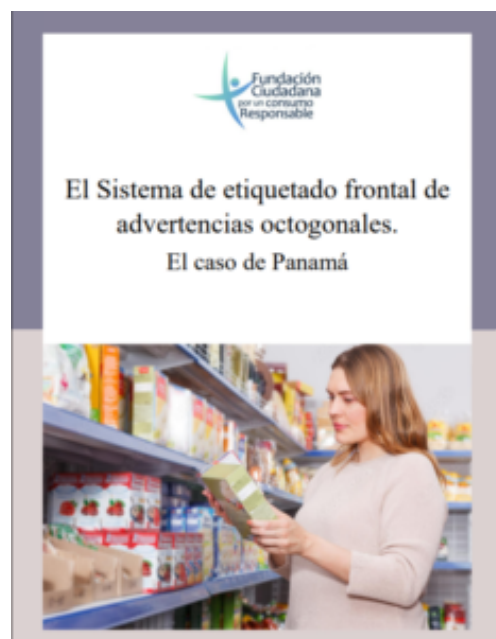
La publicación del estudio se puede leer y descargar desde nuestro sitio web:

<https://bit.ly/ProteccionLegalConsumidoresALyC>

Estudio: El Sistema del etiquetado frontal de advertencias octogonales. El caso de Panamá

Se trata de un resumen sobre un estudio aleatorizado para identificar el mejor sistema de etiquetado en la parte frontal del envase en Panamá, que fue realizado entre el Movimiento de Alimentación Saludable de Panamá, la Organización para la Alimentación y la Agricultura y la Organización Panamericana de la Salud.

En este documento se evidencia información relacionada con las Enfermedad No Transmisibles (ENT) y el sobrepeso en las Américas y Panamá. Así también, se explica el procedimiento que se utilizó para realizar el estudio y sus principales resultados. Lo destacable es que permite concluir que el sistema de etiquetado frontal de advertencias octogonales, incluido en algunas propuestas de legislación panameña y centroamericana, es el más efectivo y constituye la mejor opción para la población en Panamá.



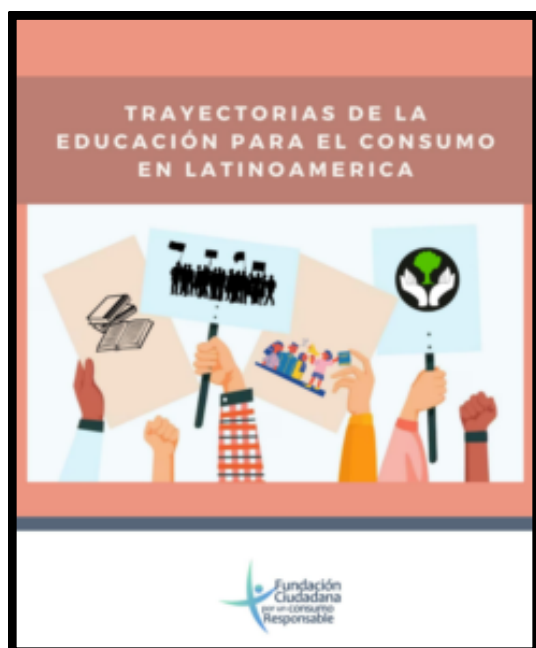
El estudio realizado toma relevancia en un momento en que la salud pública de los consumidores panameños presenta altos niveles de sobrepeso y obesidad. La información consultada permite develar que, en el 2017, la prevalencia de sobrepeso en escolares era del 29.9%, en los adolescentes un 29.7% y en adultos un 70.6%. La diabetes es una de las ENT más comunes en Panamá. Afecta a una gran parte de la población. En el 2015 se registraron 1,169 decesos a causa de esta enfermedad y en el 2016, 1,217 decesos. Al año se detectan alrededor de unos 2,500 casos nuevos de diabetes, de estos el 50% de las personas no sabían que la padecían.

Este trabajo se puede leer y descargar desde este vínculo de nuestra web:

<https://bit.ly/EstudioEtiquetadoFrontalPanama>

Estudio “Trayectorias de la educación para el consumo en Latinoamérica”

Este esfuerzo es producto de un exhaustivo trabajo de recopilación de información proveniente de diversas fuentes, particularmente la académica. A esto se sumó la revisión de numerosas experiencias regionales.



Este primer documento entrega una visión general de las principales trayectorias que ha tenido la educación para el consumo en el continente en relación a: su inclusión en las reformas educativas y curriculares de los sistemas nacionales de educación desde los pasados años 90, las modalidades que tuvo esta inclusión, las metodologías que se usaron, los recursos pedagógicos disponibles; a su incorporación como campo de trabajo en las organizaciones de defensa de los derechos de las personas consumidoras y de las entidades estatales creadas para tales fines específicos; a su desarrollo a través de la educación popular, comunitaria y de personas adultas lideradas

por organizaciones no gubernamentales y movimientos sociales.

El estudio procura además estimular un necesario intercambio de opiniones, que lo podrán perfeccionar y a la vez volver a instalar, en sociedades más complejas, a la educación para el consumo como uno de los ejes necesarios que permitirán a las personas asumir con mayor solidez sus derechos y responsabilidades.

Este trabajo se puede leer y descargar desde este vínculo de nuestra web:

<https://bit.ly/EstudioTrayectoriasEducacionConsumidorAL>

Estudio “Observatorio sobre Reclamos de los Consumidores en América Latina y El Caribe 2020-2022”

Esta es la tercera ocasión en que la FCCR desarrolla tan interesante iniciativa. Las ediciones previas pueden leerse en estos vínculos:

<https://bit.ly/ReclamosConsumidoresALyC2017-2018>

<https://bit.ly/ReclamosConsumidoresALyC2018-2020>

El presente estudio analiza y compara los reclamos totales en cada agencia gubernamental de protección al consumidor entre 2020 y 2022, y considerando la relevancia y masividad de los servicios de telecomunicaciones y servicios financieros, se realiza una revisión específica de tales sectores, para lo cual, junto a los datos generados por las agencias de protección al consumi-

dor de los 14 países que cubre el estudio, se incorporó información de los entes reguladores sectoriales, según aplique.

La selección de los países ha sido por la factibilidad de obtener y/o encontrar información sobre reclamos de los consumidores en forma confiable y comparable en el tiempo. Esta nueva edición del Observatorio mantiene un enfoque de análisis cualitativo, que lleva a revisar la forma en que los reclamos fueron resueltos por las agencias públicas, proceso que siempre está muy condicionado por la mayor o menor disponibilidad de información publicada y/o proporcionada por las instituciones gubernamentales de cada país.



El seguimiento a las denuncias y reclamos en los organismos públicos, se debe a que estas instancias son las legalmente exigidas a atender dichas reclamaciones, lo que no resta importancia a la función que en esa materia realizan las asociaciones de consumidores, por lo que la FCCR confía que este trabajo ofrezca insumos para fortalecer las políticas públicas en la materia y para fortalecer la importante incidencia que se hace desde las organizaciones sociales.

Este trabajo se puede leer y descargar desde este vínculo de nuestra web:

<https://bit.ly/ObservatorioReclamosALyC2020-2022>

Economía y Sociedad: Indicadores Claves

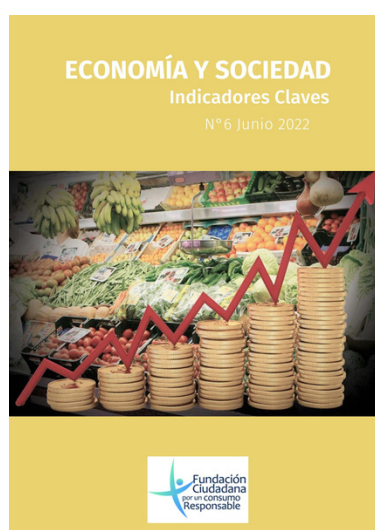


En el 2022 la FCCR continuó desarrollando el estudio que produce un informe ejecutivo denominado “Economía y Sociedad: Indicadores Claves”; una iniciativa que busca identificar, procesar, analizar y divulgar información regional en temas relevantes. A continuación, se comparte un resumen de las publicaciones realizadas en 2022 e inicios de 2023.

“Economía y Sociedad. Indicadores Claves” N° 4, de febrero de 2022, documento en el que se hace una mirada regional a temas de mucha actualidad en

en América Latina y El Caribe, como son: el encarecimiento del precio de los combustibles, mostrando los países con precios más altos y más bajos en la gasolina regular, gasolina superior y el diésel; se reflexiona sobre la disparidad en los impuestos aplicados a los combustibles; y se presentan las medidas de emergencia implementadas en algunos países. También se da seguimiento al tema de la inflación.

“Economía y Sociedad. Indicadores Claves” N° 5, de abril 2022; material en el que se analiza la situación actual del salario mínimo en 16 países de la región; de los cuales, 8 países disponen de un marco legal que ampara la existencia de un Salario Mínimo General y los otros 8 países tienen Salarios Mínimos Sectoriales, destacando una importante disparidad entre los salarios vigentes. En este estudio también se analiza la desigualdad en el ingreso en la región, señalándose que en lo que va del siglo veintiuno, de acuerdo al Coeficiente de Concentración de Gini, los tres países que más puntos han avanzado en la disminución de la desigualdad son el Estado Plurinacional de Bolivia, Paraguay y República Dominicana y el seguimiento al precio de los combustibles



“Economía y Sociedad. Indicadores Claves” N° 6, de junio de 2022, que ofrece una mirada sobre tópicos de actualidad, comparando el precio de un grupo de 12 alimentos básicos en 14 países de América Latina y El Caribe mas España y Portugal; se analiza el porcentaje de personas que tienen y no tienen acceso a internet en sus hogares en 16 países de la región, así como la calidad de ese servicio; finalmente, se muestra una comparación del precio promedio del kilovatio hora a nivel residencial en 21 países de Iberoamérica, con diferencia de precio de hasta 1000%.

“Economía y Sociedad. Indicadores Claves” N° 7, de agosto de 2022, se retoma el tema de la inflación en 19 países de América Latina y El Caribe, detectándose que 5 países tienen inflación mensual cerca de cero o menos de cero (Panamá, Brasil, Honduras, Ecuador y el Estado Plurinacional de Bolivia) y en el otro extremo están Argentina y la República Bolivariana de Venezuela que tienen la tasa de inflación más alta de la región; también se da seguimiento a la estadística de



inflación en el rubro de alimentos. En esta publicación también destaca que la población en situación de hambre ha aumentado 9 de 26 Estados Iberoamericanos y que la obesidad continúa subiendo en Iberoamérica.



“Economía y Sociedad. Indicadores Claves” N° 8, de octubre de 2022, se explora el comportamiento mostrado por la Canasta Básica Alimentaria (CBA) en lo que va del año, estableciéndose que 10 de los 11 países que abarca el estudio presentan alzas de dos dígitos en la CBA. La revisión del precio de los principales combustibles, muestra que los precios empiezan a ceder en algunos países, pero siguen altos en la mayor parte de Estados. Este estudio se complementa con información sobre la percepción que tiene la población latinoamericana sobre sus ingresos.

“Economía y Sociedad. Indicadores Claves” N° 9, de enero de 2023, se mantiene el monitoreo sobre la inflación en la región, mostrando que, en 10 de los 18 países analizados, la inflación es muy alta (superior al 8%), siendo extremo el caso de Argentina, que reporta un acelerado ritmo de crecimiento de los precios. Por primera vez en Economía y Sociedad se realiza un análisis cruzado sobre el comportamiento que en el último año han mostrado la Canasta Básica Alimentaria y el salario mínimo, ejercicio que en alguna medida viene a poner números a la preocupación de la ciudadana en torno a la situación económica imperante en la región.



“Economía y Sociedad. Indicadores Claves” N° 10, de febrero de 2023, se analiza en forma especial el tema de la cobertura, precios y consumo per cápita de la electricidad en las últimas dos décadas, destacando que en la región ha aumentado el acceso a electricidad en un 12% en ese período; el precio de la electricidad residencial de El Salvador, Guyana y Jamaica es entre 6 y 7 veces más cara que en Ecuador; y en la mitad de los países, la electricidad residencial es más cara que la electricidad industrial y comercial. El reporte se complementa con un análisis del comportamiento de los precios de los combustibles en el último año.

“Economía y Sociedad. Indicadores Claves” N° 11, de mayo de 2023, que analiza dos temas muy entrelazados, como son la situación de pobreza y la disponibilidad de los servicios de agua y saneamiento. El reporte señala que, entre 2020 y 2021, de un total de 13 países de la región, la pobreza aumentó en República Dominicana y Brasil y retrocedió un poco en varios Estados, pero la brecha de género sigue mostrando que la pobreza afecta más a las mujeres. En cuanto a la disponibilidad de los servicios de agua y saneamiento, entre esos 13 países, se confirma que Bolivia, Perú y El Salvador son los que tienen menor avance en esta materia.



Estos documentos pueden leerse y descargarse desde la sección “Biblioteca” de nuestro sitio web <https://fundacionccr.org/biblioteca/documentos/>

A la FCCR le satisface saber que estos insumos contribuyen al análisis y acción de diversos actores sociales y en particular en las asociaciones de consumidores de América Latina y El Caribe.

DOCUMENTOS PARA EL DIÁLOGO Y LA ACCIÓN

Estos documentos enlazan aportes desde la sociedad civil y el ámbito académico y entregan contenidos sobre temas y tendencias relevantes en el ámbito de un consumo responsable y sostenible.



Nuestro propósito es brindar a las organizaciones de consumidores, entidades de la sociedad civil, instituciones públicas y académicas, contenidos sobre temas y tendencias que emergen en la actualidad en el ámbito del consumo responsable y sustentable.

En este período se elaboró el documento elaborado por Joost Martens, que trata sobre **Desarrollo demográfico, cambio climático y consumo**, en el que se destaca que, de acuerdo a la CEPAL, en América Latina y el Caribe en 2022 había 88,6 millones de personas de 60 años y más,

lo que representa el 13,4% de la población regional. Para 2030, se espera que este grupo de población crezca al 16,5%, y en 2060 a casi el 30%. Es decir que el envejecimiento de la población constituye una tendencia irreversible en América Latina y el Caribe.

Pero según este documento publicado por la FCCR, el envejecimiento demográfico debe verse como un logro deseable, ya que es el resultado natural del logro de los objetivos fundamentales de la sociedad, y no debe ser visto como un problema, como lo hacen muchos formuladores de políticas obsesionados con maximizar el crecimiento económico.

Dicho envejecimiento (y la disminución de la población a nivel de países y globalmente) nos permitirá enfrentar dos retos al mismo tiempo: la crisis climática, vivir en equilibrio con el medio ambiente y asumir los cambios en la sociedad para el desarrollo demográfico hacia una población adulta mayor.

Para eso será necesario que las personas adultas mayores se desenvuelvan como verdaderas protagonistas, como ciudadanos conscientes en sus acciones individuales, pero más que nada como actores políticos para exigir cambios en los gobiernos y en el sector corporativo.

En el siguiente vínculo puede leerse este planteamiento

<https://bit.ly/DesarrDemografCambioClimaticoYconsumo>

ALIANZA Y COOPERACIÓN ESTRATÉGICA

La FCCR y la Fundación FACUA para la Cooperación Internacional y el Consumo Sostenible, mantienen una alianza estratégica formalizada por un Convenio de Cooperación, cuyo objetivo principal es implementar proyectos conjuntos destinados a colaborar con el fortalecimiento de las organizaciones de consumidores de América Latina y el Caribe.

En el marco de esta alianza y cooperación estratégica se implementan 3 iniciativas que se exponen a continuación.

Programa de transmisión de experiencias para el fortalecimiento social y financiero de las organizaciones de consumidores

Se trata de un esfuerzo que busca transmitir experiencias para el fortalecimiento social y financiero de las organizaciones de consumidores de América Latina y El Caribe.

El Programa comenzó a implementarse en el año 2017. A requerimiento de la Fundación FACUA, la FCCR colabora con la entrega de insumos y elementos de análisis sobre las potencialidades que se advierten en las organizaciones de consumidores de la región que podrían participar en este interesante proceso.

Actualmente se desarrolla una tercera fase con la participación del Comité para la Defensa del Consumidor Hondureño (CODECOH); la Fundación AMBIO de Costa Rica; la Liga de Defensa del Consumidor de Nicaragua (LIDECONIC) y la Asociación de Consumidores de Honduras (ACONSUMEH).

Blog Consumo y Ciudadanía

El Blog <https://consumoyciudadania.org/> creado inicialmente por la FCCR en el 2016, en el marco del Convenio entre la Fundación FACUA y la FCCR, fue fortalecido y relanzado en el año 2018, con publicaciones periódicas cada 15 días, alternando artículos elaborados por dirigentes y colaboradores de FACUA y la Fundación FACUA y artículos escritos por especialistas en distintas materias desde América Latina y El Caribe. Su objetivo es promover y facilitar la reflexión y el intercambio de ideas entre España y nuestra región.



A la FCCR le corresponde identificar potenciales autores de artículos en la región, coordinar y gestionar con ellos el proceso de redacción y corrección de estilo; posteriormente coordinar con la Fundación FCUA para programar y realizar la publicación del mismo.

En el período de enero a diciembre de 2022 se publicaron 24 artículos escritos por dirigentes de organizaciones de consumidores y de especialistas de diversas disciplinas, originarios de España y de otros 9 países (Argentina, Brasil, Chile, Cuba, El Salvador, México, Países Bajos, Perú y República Dominicana). También se agregaron 7 nuevos documentos que contienen estudios e investigaciones y pronunciamientos y 1 entrevista.

Todos los artículos publicados en este período en el Blog pueden leerse en el siguiente vínculo: <https://consumoyciudadania.org/articulos/>

Foros Virtuales por la Justicia y la Sostenibilidad

Se trata de conversaciones organizadas en conjunto entre la Fundación FACUA para la cooperación internacional y el consumo sostenible y la Fundación Ciudadana por un Consumo Responsable. Se busca reunir a un grupo amplio de actores, para abordar temas de interés relacionados con el consumo y el pleno ejercicio de la ciudadanía.



Estos espacios permiten compartir y confrontar opiniones plurales, que aporten al fortalecimiento del movimiento social e incidan en la definición de políticas públicas en el ámbito del consumo.

El 1 de diciembre de 2022 se desarrolló el VI Foro Virtual: Desperdicio Alimentario, que contó con las exposiciones de Jordi Castilla López, Secretario General de FACUA Andalucía (España) y Jaime Delgado Zagarra, Director del Instituto de Consumo de la Universidad de San Martín de Porres (Perú).

En este evento se reflexionó sobre cómo el desperdicio alimentario se ha convertido en una preocupación a nivel mundial; problema generado en distintas

etapas a lo largo de toda la cadena alimentaria, desde la producción primaria hasta el consumo. Por lo tanto, abordar y debatir el problema requiere actuar en todas esas etapas, tanto en la prevención como en reutilización de los que se generan de forma inevitable.

En estas actividades, la FCCR asume la responsabilidad de identificar y coordinar la participación de ponentes de América Latina y El Caribe, promover la asistencia de personas interesadas y se alterna con la Fundación FACUA la responsabilidad de moderar los foros.

VISIBILIZANDO NUESTRO TRABAJO

Creación de sitio Web

En octubre de 2022 la FCCR lanzó su página Web <https://fundacionccr.org/>, plataforma que ha permitido publicar estudios, investigaciones, documentos,

artículos y memorias de labores, que sin duda dan muestra del fortalecimiento del trabajo de la Fundación.

Dentro de las publicaciones de los últimos meses destacan los informes de “Econo-

mía y Sociedad, Indicadores clave”, que abordan temas como la inflación en el rubro de alimentos, la situación del hambre y la obesidad en la región, el comportamiento mostrado por la Canasta Básica Alimentaria, así como el precio de los principales combustibles y la percepción que tiene la población latinoamericana sobre sus ingresos l y a cobertura, precios y consumo per cápita de la electricidad en las últimas dos décadas.



Pronunciamientos

En este período, la FCCR elaboró y difundió un pronunciamiento público en el marco del Día Mundial de los Derechos del Consumidor 2023, en el que se reflexiona sobre el momento crítico que vive el mundo en materia sanitaria, alimentación, transición a energías renovables, etc., por lo que es necesario plantearse cómo podemos aportar para superar esta crisis multidimensional y que se garanticen derechos fundamentales para la vida, desde un Estado social, solidario y democrático. Dicho pronunciamiento puede leerse en este vínculo:

<https://twitter.com/FundaConsumoR/status/1635800629778980864?s=20>

Presencia en la red social Twitter

La cuenta de Twitter de la FCCR -[@FundaConsumoR](https://twitter.com/FundaConsumoR)- cuenta con 521 seguidores, todos adheridos de manera orgánica, sin utilizar promoción o publicidad pagada para ningún tweet. Generalmente la cuenta se apoya de información generada por las diferentes asociaciones de consumidores de América Latina y del Caribe, personalidades reconocidas en el ámbito de la protección de los derechos del consumidor y medios de comunicación que informan sobre economía, hábitos de consumo, canasta básica alimentaria o servicios básicos.

En promedio, la cuenta en Twitter es visitada por unas 500 personas, provocando un promedio de 2 mil impresiones en algunos contenidos destacados.

Comunicación por WhatsApp y correo electrónico

Una herramienta efectiva de comunicación directa ha sido el correo electrónico y la red de mensajería instantánea WhatsApp, que han permitido hacer llegar nuestro contenido de manera y certera eficaz.

Nuestro trabajo empieza a publicarse en la prensa

Sin perjuicio de que haya otras notas periodísticas en la región que generan eco sobre el trabajo de la FCCR, entusiasmo ver que dos periódico digitales:

<https://dinero.com.sv/es/> y

<https://www.uypress.net/categoria/Consumidores-122>, de El Salvador y Uruguay, respectivamente han empezado a publicar notas que difunden algunos de los trabajos de la FCCR.

Estas son algunas de notas publicadas en este período:

En julio de 2022, a partir del estudio **Economía y Sociedad N° 6** se publicó:

<https://dinero.com.sv/es/empresarial/item/4392-america-latina-y-el-caribe-prevalecen-limitaciones-en-el-acceso-y-calidad-de-internet.html>

En febrero de 2023, a partir del estudio **Economía y Sociedad N° 9** se publicó:

<https://twitter.com/dinerocomsv/status/1625915659916804096?t=OhUdzcVhWF2HuCwLzTZcLg&s=08>

En marzo de 2023, fue publicado el **pronunciamiento por el Día Mundial del Consumidor**:

<https://www.uypress.net/Secciones/15-de-marzo-Dia-Mundial-de-los-Derechos-de-las-Personas-Consumidoras-uc127756>

En marzo de 2023, a partir del **estudio sobre Etiquetado Frontal** se publicó:

<https://www.uypress.net/Secciones/El-Sistema-de-etiquetado-frontal-de-advertencias-octogonales-El-caso-de-Panama-uc128101>

Nuestra Red de vínculos

La FCCR tiene entre sus objetivos establecer vínculos, generar diálogos y convergencias con instituciones que trabajen en diversos campos, para fortalecer y perfeccionar la democracia participativa y republicana, ampliar y profundizar los derechos ciudadanos, proteger el medio ambiente, acoger la diversidad y promover la justicia social.

En este marco, la Fundación mantiene vínculos con:

- Fundación FACUA para la Cooperación Internacional y el Consumo Sostenible (España)

- Consejo Latinoamericano y del Caribe de Organizaciones de Consumidores (OCLAC)
- Internacional de Servicios Públicos (ISP)
- Instituto de Investigaciones y Estudios de la Sociedad y el Consumo -IPS Consumo- (Brasil)
- Fundación Centro de Recursos Educativos para el Consumo Responsable - CRECORE- (Chile)
- Red Iberoamericana de Marketing en Salud (RIMS)
- Instituto de Consumo de la Universidad de San Martín de Porres (Perú)
- Fundación de Estudios para la Aplicación del Derecho -FESPAD- (El Salvador)
- Fundación Acción para la Comunidad y Centro de Estudios de Servicios Públicos (Argentina)
- Colectivo ambientalista Minga por la Causa (Chile)
- Consumers International
- Observatorio Nacional para la Protección del Consumidor -ONPECO- (República Dominicana)
- Fundación Movimiento de Alimentación Saludable (Panamá)
- CONSUMARE Asociación de Consumidores de Lengua Portuguesa

Fundación Ciudadana por un Consumo Responsable



@FundaConsumoR



<https://consumoyciudadania.org/>



<https://fundacionccr.org/>

