

**AUTORIZA PAGO A JOSÉ LUIS LAQUIDARA
POR ELABORACIÓN DE GUÍA PARA EL
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS DE
LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y
DEJA SIN EFECTO RESOLUCIONES EXENTAS
N° 349 y N° 481 AMBAS DE 2015.**

RESOLUCIÓN EXENTA N° 01314

SANTIAGO, 03 SEP 2015

VISTOS:

Lo dispuesto en el Decreto con Fuerza de Ley N° 1/19.653, de 2000, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que Fija el Texto Refundido, Coordinado y Sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; en la Ley N° 19.880 que Establece Bases de los Procedimientos Administrativos que Rigen los Actos de los Órganos de la Administración del Estado; en la Ley N° 20.798 de Presupuestos para el Sector Público correspondiente al año 2015; en la Ley N° 19.886, de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios, en concordancia con el Decreto N° 250 de 2004, del Ministerio de Hacienda, que aprueba el Reglamento de dicha Ley; en el Título VI de la Ley N° 19.496 que Crea el Servicio Nacional del Consumidor y Establece sus Funciones; el Decreto N° 283, de 2014, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que nombra a don Ernesto Muñoz Lamartine como Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor; la Resolución Exenta N° 349, de 2015; la Resolución Exenta N° 481, de 2015, ambas del Servicio Nacional del Consumidor; y la Resolución N° 1.600, de 2008, de la Contraloría General de la República.

CONSIDERANDO:

1. Que, mediante Resolución Exenta N° 349, de 11 de marzo de 2015, el Servicio Nacional del Consumidor aprobó los Términos de Referencia e invitó a participar a don José Luis Laquidara, de nacionalidad argentina, para contratar los servicios especializados de elaboración de guía para el fortalecimiento de competencias de las asociaciones de consumidores, conforme a la regulación del Capítulo XII del Decreto N° 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda, en adelante "Reglamento de Compras".

2. Que, dando cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 107 del Reglamento de Compras, el 17 de marzo de 2015, mediante correo electrónico, se recibió la oferta técnica y económica de don José Luis Laquidara, estimándose que el proveedor resultaba idóneo para prestar el servicio requerido y que su oferta se ajustaba a los Términos de Referencia.

3. Que, como contraprestación a los servicios contratados, el Servicio Nacional del Consumidor pagaría al proveedor la suma bruta única y total de \$12.000.000 (doce millones de pesos), conforme se estableció en el acápite VI de los Términos de Referencia.

4. Que, a su vez, se estableció en el acápite VIII de los Términos de Referencia que el precio sería pagado mensualmente contra la entrega y aprobación de los informes comprometidos, previa presentación de la factura o boleta correspondiente.

5. Que, el proveedor señaló en su oferta que serán de su cargo el pago de los impuestos establecidos en la República Argentina y que *"La oferta no incluye el pago de ningún tributo, arancel, gasto o cargo que deba ser realizado conforme a las leyes de la República de Chile, si procediere"*.

6. Que, habiéndose aceptado la oferta del proveedor, el 31 de marzo de 2015, a través de Resolución Exenta N° 481, del Servicio Nacional del Consumidor, se autorizó contratar directamente los servicios especializados de don José Luis Laquidara, de nacionalidad argentina, DNI N° 10596763, para la elaboración de guía para el fortalecimiento de competencias de las asociaciones de consumidores, sin hacer referencia alguna al pago de impuestos con que están gravadas las remuneraciones pagadas a personas naturales extranjeras.

7. Que, el impuesto adicional se aplica a las rentas de fuente chilena obtenidas por personas naturales o jurídicas que no tienen domicilio ni residencia en Chile, cuando la renta queda a disposición, desde Chile, a la persona residente en el extranjero, cuyo es el caso del señor Laquidara.

8. Que, conforme establece el artículo 59 N° 2 del Decreto Ley N° 824, de 1974, del Ministerio de Hacienda, que aprueba la Ley sobre Impuesto a la Renta, estarán afectas al impuesto adicional, con una tasa de 15%, las remuneraciones pagadas a personas naturales o jurídicas, por trabajos de ingeniería o técnicos y aquellos servicios profesionales o técnicos que una persona o entidad conocedora de una ciencia o técnica presta a través de un consejo, informe o plano, sea que se presten en Chile o en el exterior.

9. Que, dependiendo del tipo de renta de que se trate, el impuesto adicional puede ser de retención o de declaración anual, tratándose en el caso en comento de un impuesto de retención, siendo obligación de este Servicio retener y enterar en arcas fiscales el referido impuesto.

10. Que, advirtiendo que el procedimiento iniciado a través de Resolución Exenta N° 349, de 11 de marzo de 2015, del Servicio Nacional del Consumidor, adolece de vicios, en tanto el Servicio no puede excusarse de retener el impuesto precedentemente señalado, resultando gravoso, además, hacer de cargo del proveedor el pago de un impuesto del que no fue oportunamente informado, parece del todo pertinente dejar sin efecto la resolución antes señalada y la contratación aprobada mediante Resolución Exenta N° 481, de 2015, del Servicio Nacional del Consumidor.

11. Que, el artículo 61 de la Ley N° 19.880, que Establece Bases de los Procedimientos Administrativos que Rigen los Actos de los Órganos de la Administración del Estado, dispone la revisión de oficio por parte de la Administración, permitiendo revocar un acto administrativo en los casos que la propia norma legal lo establece.

12. Que, de acuerdo a lo informado por el Departamento de Participación Ciudadana, el señor Laquidara prestó el servicio contratado de manera satisfactoria y de buena fe, por tanto, en razón del principio retributivo que caracteriza a la función pública, la realización del servicio lleva aparejada una contraprestación a la que tiene derecho quien lo efectúa, la cual, de no enterarse, produciría un enriquecimiento sin causa para aquélla, tal como se ha manifestado en reiterada jurisprudencia de la Contraloría General de la República.

13. Las facultades que la ley confiere al Director Nacional de este Servicio.

RESUELVO:

1°. **DÉJASE** sin efecto las Resoluciones Exentas N° 349 y 481, ambas de 2015, del Servicio Nacional del Consumidor, por las razones que se señalan en las consideraciones precedentes.

2°. **PÁGUESE** al proveedor José Luis Laquidara, de nacionalidad argentina, DNI N° 10596763, la suma única y total de \$13.800.000.- (trece millones ochocientos mil pesos) impuestos incluidos, por la elaboración de "Guía para el fortalecimiento de competencias de asociaciones de consumidores". El pago se realizará a treinta días, posterior a la recepción del comprobante de pago, previa aceptación conforme por parte del Departamento de Participación Ciudadana.

3°. **RETÉNGASE** del monto precedentemente señalado la suma de \$1.800.000.- (un millón ochocientos mil pesos) por concepto de impuesto adicional.

4°. **IMPÚTESE** el gasto que irroque la presente Resolución al Subtítulo 22, Ítem 11, Asignación 999, del Presupuesto vigente para el presente ejercicio fiscal.

ANÓTESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE



PALMIRA
Distribución

- Gabinete
- Departamento de Participación Ciudadana
- División Jurídica
- Departamento de Administración y Finanzas
- Oficina de Partes



ERNESTO MUÑOZ LAMARTINE
Director Nacional
Servicio Nacional del Consumidor



SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
DIRECTOR NACIONAL



**AUTORIZA PAGO A JOSÉ LUIS LAQUIDARA
POR ELABORACIÓN DE GUÍA PARA EL
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS DE
LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y
DEJA SIN EFECTO RESOLUCIONES EXENTAS
N° 349 y N° 481 AMBAS DE 2015.**

RESOLUCIÓN EXENTA N° 01314

SANTIAGO, 03 SEP 2015

VISTOS:

Lo dispuesto en el Decreto con Fuerza de Ley N° 1/19.653, de 2000, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que Fija el Texto Refundido, Coordinado y Sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; en la Ley N° 19.880 que Establece Bases de los Procedimientos Administrativos que Rigen los Actos de los Órganos de la Administración del Estado; en la Ley N° 20.798 de Presupuestos para el Sector Público correspondiente al año 2015; en la Ley N° 19.886, de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios, en concordancia con el Decreto N° 250 de 2004, del Ministerio de Hacienda, que aprueba el Reglamento de dicha Ley; en el Título VI de la Ley N° 19.496 que Crea el Servicio Nacional del Consumidor y Establece sus Funciones; el Decreto N° 283, de 2014, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que nombra a don Ernesto Muñoz Lamartine como Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor; la Resolución Exenta N° 349, de 2015; la Resolución Exenta N° 481, de 2015, ambas del Servicio Nacional del Consumidor; y la Resolución N° 1.600, de 2008, de la Contraloría General de la República.

CONSIDERANDO:

1. Que, mediante Resolución Exenta N° 349, de 11 de marzo de 2015, el Servicio Nacional del Consumidor aprobó los Términos de Referencia e invitó a participar a don José Luis Laquidara, de nacionalidad argentina, para contratar los servicios especializados de elaboración de guía para el fortalecimiento de competencias de las asociaciones de consumidores, conforme a la regulación del Capítulo XII del Decreto N° 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda, en adelante "Reglamento de Compras".

2. Que, dando cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 107 del Reglamento de Compras, el 17 de marzo de 2015, mediante correo electrónico, se recibió la oferta técnica y económica de don José Luis Laquidara, estimándose que el proveedor resultaba idóneo para prestar el servicio requerido y que su oferta se ajustaba a los Términos de Referencia.

3. Que, como contraprestación a los servicios contratados, el Servicio Nacional del Consumidor pagaría al proveedor la suma bruta única y total de \$12.000.000 (doce millones de pesos), conforme se estableció en el acápite VI de los Términos de Referencia.

4. Que, a su vez, se estableció en el acápite VIII de los Términos de Referencia que el precio sería pagado mensualmente contra la entrega y aprobación de los informes comprometidos, previa presentación de la factura o boleta correspondiente.

5. Que, el proveedor señaló en su oferta que serán de su cargo el pago de los impuestos establecidos en la República Argentina y que *"La oferta no incluye el pago de ningún tributo, arancel, gasto o cargo que deba ser realizado conforme a las leyes de la República de Chile, si procediere"*.

6. Que, habiéndose aceptado la oferta del proveedor, el 31 de marzo de 2015, a través de Resolución Exenta N° 481, del Servicio Nacional del Consumidor, se autorizó contratar directamente los servicios especializados de don José Luis Laquidara, de nacionalidad argentina, DNI N° 10596763, para la elaboración de guía para el fortalecimiento de competencias de las asociaciones de consumidores, sin hacer referencia alguna al pago de impuestos con que están gravadas las remuneraciones pagadas a personas naturales extranjeras.

7. Que, el impuesto adicional se aplica a las rentas de fuente chilena obtenidas por personas naturales o jurídicas que no tienen domicilio ni residencia en Chile, cuando la renta queda a disposición, desde Chile, a la persona residente en el extranjero, cuyo es el caso del señor Laquidara.

8. Que, conforme establece el artículo 59 N° 2 del Decreto Ley N° 824, de 1974, del Ministerio de Hacienda, que aprueba la Ley sobre Impuesto a la Renta, estarán afectas al impuesto adicional, con una tasa de 15%, las remuneraciones pagadas a personas naturales o jurídicas, por trabajos de ingeniería o técnicos y aquellos servicios profesionales o técnicos que una persona o entidad conocedora de una ciencia o técnica presta a través de un consejo, informe o plano, sea que se presten en Chile o en el exterior.

9. Que, dependiendo del tipo de renta de que se trate, el impuesto adicional puede ser de retención o de declaración anual, tratándose en el caso en comento de un impuesto de retención, siendo obligación de este Servicio retener y enterar en arcas fiscales el referido impuesto.

10. Que, advirtiendo que el procedimiento iniciado a través de Resolución Exenta N° 349, de 11 de marzo de 2015, del Servicio Nacional del Consumidor, adolece de vicios, en tanto el Servicio no puede excusarse de retener el impuesto precedentemente señalado, resultando gravoso, además, hacer de cargo del proveedor el pago de un impuesto del que no fue oportunamente informado, parece del todo pertinente dejar sin efecto la resolución antes señalada y la contratación aprobada mediante Resolución Exenta N° 481, de 2015, del Servicio Nacional del Consumidor.

11. Que, el artículo 61 de la Ley N° 19.880, que Establece Bases de los Procedimientos Administrativos que Rigen los Actos de los Órganos de la Administración del Estado, dispone la revisión de oficio por parte de la Administración, permitiendo revocar un acto administrativo en los casos que la propia norma legal lo establece.

12. Que, de acuerdo a lo informado por el Departamento de Participación Ciudadana, el señor Laquidara prestó el servicio contratado de manera satisfactoria y de buena fe, por tanto, en razón del principio retributivo que caracteriza a la función pública, la realización del servicio lleva aparejada una contraprestación a la que tiene derecho quien lo efectúa, la cual, de no enterarse, produciría un enriquecimiento sin causa para aquella, tal como se ha manifestado en reiterada jurisprudencia de la Contraloría General de la República.

13. Las facultades que la ley confiere al Director Nacional de este Servicio.

RESUELVO:

1°. **DÉJASE** sin efecto las Resoluciones Exentas N° 349 y 481, ambas de 2015, del Servicio Nacional del Consumidor, por las razones que se señalan en las consideraciones precedentes.

2°. **PÁGUESE** al proveedor José Luis Laquidara, de nacionalidad argentina, DNI N° 10596763, la suma única y total de \$13.800.000.- (trece millones ochocientos mil pesos) impuestos incluidos, por la elaboración de "Guía para el fortalecimiento de competencias de asociaciones de consumidores". El pago se realizará a treinta días, posterior a la recepción del comprobante de pago, previa aceptación conforme por parte del Departamento de Participación Ciudadana.

3°. **RETÉNGASE** del monto precedentemente señalado la suma de \$1.800.000.- (un millón ochocientos mil pesos) por concepto de impuesto adicional.

4°. **IMPÚTESE** el gasto que irrogue la presente Resolución al Subtítulo 22, Ítem 11, Asignación 999, del Presupuesto vigente para el presente ejercicio fiscal.

ANÓTESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE



SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
ERNESTO MUÑOZ LAMARTINE
DIRECTOR NACIONAL
Director Nacional
Servicio Nacional del Consumidor

José Luis Laquidara
ABOGADO
ESPECIALISTA EN DERECHO DE LA EMPRESA
MAT. PROF: T° XXXII - F° 48 - C.A.L.P.
T° 36 - F° 229 - C.P.A.C.F.
Calle 18 N° 1696 - Tel.: (54) 221 451-7644
(1900) La Plata - Pcia. de Bs. As.
RESPONSABLE MONOTRIBUTO

RECIBO
N° 0001-00000004
CUIT: 20-10596763-3
ING. BRUTOS: 20-10596763-3
Inicio Act.: 01/07/2004
FECHA
03 08 15

Señor/es: **SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR (SERNAC)**
Domicilio: **Tratados 50 - Santiago Centro (C.) CUIT: 60702000-0**
IVA: Insc. No Resp. Exento C. Final Resp. Mon.

Recibi(mos) la suma de pesos: **Chilenos Seis millones**
en concepto de: **Elaboración de Guía para el fortalecimiento de Competencias de Asociaciones de Consumidores**
8979
RECIBIDO
25 AGO 2015
SERNAC

Efectivo
Cheque N° _____
Banco _____

Firma
José Luis LAQUIDARA
Aclaración

TOTAL
\$ 6.000.000

ORIENTACIÓN AL CONSUMIDOR PROVINCIA DE BUENOS AIRES 0800-222-9042

DALJ Arte Grafico de Sergio M. Tolosa
17 esq. 63 N°1499 - La Plata
Leg. Munic. 67246-7 CUIT: 23-28052437-9

FECHA DE IMPRESIÓN: Diciembre de 2014
NUMERACIÓN: 0001-00000001 al 0001-000000050
ORIGINAL Papel Blanco - DUPLICADO Papel Color

C.A.I. N° 40493001627393
FECHA VTO: 07/12/2015

José Luis Laquidara
ABOGADO
ESPECIALISTA EN DERECHO DE LA EMPRESA
MAT. PROF.: T° XXXII - F° 48 - C.A.L.P.
T° 36 - F° 229 - C.P.A.C.F.
Calle 18 N° 1696 - Tel.: (54) 221 451-7644
(1900) La Plata - Pcia. de Bs. As.
RESPONSABLE MONOTRIBUTO



RECIBO 5148
N° 0001-00000002
CUIT: 20-10596763-3
ING. BRUTOS: 20-10596763-3
Inicio Act.: 01/07/2004

FECHA
06 05 2015

Señor/es: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR (SERVAC)
Domicilio: Tectivos So. Santiago (CL) CUIT: 60702000-0
IVA: Insc. No Resp. Exento C. Final Resp. Mon.

Recibi(mos) la suma de pesos: Chilenoas Tres millones -

en concepto de: Elaboración de Guio para el fortalecimiento de Competencias de Asociaciones de Consumidores.



Activo
Cheque N° _____
Banco _____

[Signature]
Firma
José Luis Laquidara
Aclaración

TOTAL
\$ 3.000.000,-

ORIENTACIÓN AL CONSUMIDOR PROVINCIA DE BUENOS AIRES 0800-222-9042

DAJ Arte Gráfico de Sergio M. Tolosa
17 esq. 63 N°1499 - La Plata
Leg. Munic. 67246-7 CUIT: 23-28052437-9

FECHA DE IMPRESION: Diciembre de 2014
NUMERACIÓN: 8901-00000001 al 9001-00000050
ORIGINAL Papel Blanco - DUPLICADO Papel Color

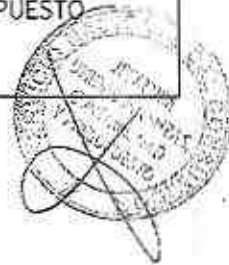
C.A.I. N° 40493091627393
FECHA VTO: 07/12/2015

c/ cheque



CHECK LIST PAGO

<input checked="" type="checkbox"/>	PROVEEDOR JOSE LUIS LAQUIDADA ;	3.000.000
<input checked="" type="checkbox"/>	FACTURA Nro. 1	
<input checked="" type="checkbox"/>	FECHA RECEPCIÓN FACTURAS OF. DE PARTES	27.04.2015
<input checked="" type="checkbox"/>	BIZAGI	3126-2015
<input checked="" type="checkbox"/>	ORDEN DE COMPRA	1611-355-3515
<input checked="" type="checkbox"/>	RESOLUCIÓN DE PAGO	Nº 484
<input checked="" type="checkbox"/>	FECHA DE ENTREGA A CONTABILIDAD	30.04.2015
<input checked="" type="checkbox"/>	Nº COMPROMISO SIGFE	751
<input checked="" type="checkbox"/>	VISTO BUENO	
<input checked="" type="checkbox"/>	DEVENGO	
<input checked="" type="checkbox"/>	FECHA ENTREGA A TESORERIA	12-5
<input checked="" type="checkbox"/>	ASIENTO TESORERIA	
<input checked="" type="checkbox"/>	EGRESO	
<input type="checkbox"/>	OTROS	
<input type="checkbox"/>	NOTA	
VºBº JEFE UNIDAD CONTABILIDAD, FINANZAS Y PRESUPUESTO		





Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción

art. 59 inciso 4to. No 2
inciso 4to. No 2.

Contabilidad

Institución / Área Transaccional	Servicio Nacional del Consumidor - SERNAC Central		
Título	JOSE LUIS LAQUIDARA-Stgo-May. Pago Recibo Nro. 0001-0000001		
Descripción	JOSE LUIS LAQUIDARA-Stgo-May. Pago Recibo Nro. 0001-0000001		
Periodo en Operación	Mayo	Ejercicio Fiscal	2015
Folio	02751	Fecha y Hora de Aprobación	20 Mayo 2015 - 14:27
Tipo de Transacción	Creación	Proceso Fuente	Tesorería
Tipo de Movimiento	Financiero	Identificación de Transferencia de datos	
Origen del Ajuste		Folio Anterior	
Usuario Aprobador	drivera		

Contabilidad

Cuenta Contable	Monto Debe (CLP)	Monto Haber (CLP)
11102 Banco Estado		3.000.000
21522 C x P Bienes y Servicios de Consumo	3.000.000	
Total	3.000.000	3.000.000

drivera

Usuario Generador

drivera

Usuario Aprobado



Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción

Contabilidad

Institución / Área Transaccional	Servicio Nacional del Consumidor - SERNAC Central		
Título	DEV SUBT 22 STGO MAYO JOSE LUIS LAQUIDARA pago recibo 01 elaboración de guía		
Descripción	DEV SUBT 22 STGO MAYO JOSE LUIS LAQUIDARA pago recibo 01 elaboración de guía para el fortalecimiento de competencias de asociaciones de consumidores		
Periodo en Operación	Mayo	Ejercicio Fiscal	2015
Folio	02363	Fecha y Hora de Aprobación	06 Mayo 2015 - 11:23
Tipo de Transacción	Creación	Proceso Fuente	Devengo
Tipo de Movimiento	Financiero	Identificación de Transferencia de datos	
Origen del Ajuste		Folio Anterior	
Usuario Aprobador	sgonzalezh		

Contabilidad

Cuenta Contable	Monto Debe (CLP)	Monto Haber (CLP)
21522 C x P Bienes y Servicios de Consumo		3.000.000
5321104 Otros Servicios Técnicos y Profesionales	3.000.000	
Total	3.000.000	3.000.000

sgonzalezh

Usuario Generador

sgonzalezh

Usuario Aprobado

4299

José Luis Laquidara
 ABOGADO
 ESPECIALISTA EN DERECHO DE LA EMPRESA
 MAT. PROF: T° XXXII - F° 48 - CALP. 27 ABR 2015
 T° 36 - F° 229 - C.P.A.C. F.D.O.
 Calle 18 N° 1696 - Tel. (54) 221 441 7644
 (1900) La Plata - Pcia. de Bs. As.
 RESPONSABLE MONOTRIBUTO

REC. 30
 RECIBIDO
 N° 0001-00000001
 SERNAC
 CUIT: 20-10596763-3
 CUIT BRUTOS: 20-10596763-3
 Inicio Act.: 01/07/2004

FECHA
 24 04 2015

Señor/es: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR (SERVUC)
 Domicilio: Testino 550 - Santiago (CL) CUIT: 60702000-0
 IVA: Insc. No Resp. Exento C. Final Resp. Mon.

Recibí(mos) la suma de pesos: Chilenoas Tres millones - -
 en concepto de: Elaboración de Guías para el fortalecimiento de Competencias de Asociaciones de Consumidores

Efectivo
 Cheque N° _____
 Banco _____

[Firma]
José Luis Laquidara
 Aclaración

TOTAL
 \$ 3.000.000 =

SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR (SERNAC)
Departamento de Participación Ciudadana

ELABORACIÓN DE GUÍA PARA EL FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

Consultor a cargo
JOSÉ LUIS LAQUIDARA

Resoluciones EX N° 0349 del 11 de marzo de 2015
y N° 0481 del 31 de marzo de 2015

INFORME DE ANÁLISIS DE REFERENCIA DE MODELOS E INSTITUCIONES DE ACREDITACIÓN Y FINANCIAMIENTO

Primer documento entregable en el marco de la
Consultoría "Elaboración de Guía para el Fortalecimiento
de Competencias de Asociaciones de Consumidores"

EXPERIENCIAS SOBRE EL FINANCIAMIENTO DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES EN EL MUNDO.

En todos los países y regímenes políticos en el mundo han tenido siempre políticas para brindar apoyo a grupos de la sociedad que se unían para alcanzar un objetivo común. Las democracias liberales basadas en una construcción social y política que refuerza al Estado a asegurar las necesidades consuetudinarias: escuelas, salud, educación, justicia - se dieron cuenta que era necesario apoyar aquellas iniciativas que el *laissez faire* no cubría, y es que el desarrollo de las sociedades modernas muestra que ni el Estado ni el mercado, solos y por sí mismos, podrían cubrir todas las necesidades de la población.

A ello hay que sumarle que la sociedad de democracia como sociedad es la que todos los ciudadanos a través del voto daban a un individuo de personas el deber de representarlo en la toma de decisiones en crisis debido a múltiples factores, entre los que se pueden mencionar la falta de representación, el aumento de las comunicaciones y el acceso de un número cada vez mayor de personas a la educación. Todos ellos, junto con el inicio del inicio de nuevas necesidades, hicieron que fuera necesario establecer regímenes democráticos en los que el pueblo, los ciudadanos, tuviera un mayor protagonismo y voz en esos procesos de toma de decisión.

Es así como después de la Segunda Guerra Mundial, la sociedad organizada - lo que hoy denominamos Sociedad Civil - comenzó a tener un mayor protagonismo dentro de los esquemas de toma de decisiones, presupuesto y consiguiente ejecución para expresar su opinión y formular sus propuestas, que muchas veces no eran escuchadas o tenían menor peso que aquellas que tenían el respaldo popular de gobernar. Se movió todo así hacia democracias más participativas, en las cuales aquellos procesos de toma de decisión se vieron influidos de manera beneficiosa por los aportes de la sociedad civil.

Los gobiernos entendieron que esos aportes eran fundamentales para el desa-

REPUBLICA DE CHILE
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
DIRECCIÓN GENERAL DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES
DIRECCIÓN DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES
DIRECCIÓN DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

modo de políticas que tuviesen amplios consensos sociales y que de esa forma se transformasen en resultados concretos y exitosos que beneficiaran a todos.

Una de las consecuencias de la irrupción activa de la sociedad civil en el establecimiento de políticas de estado fue la necesidad de crear grupos por contar con recursos para llevar adelante su misión. La mayoría de las veces se trataba de un conjunto de personas que, unidas por un fin común, asumían sus esfuerzos para amplificar la voz de sus posturas y sus reclamos. Muchos de estos grupos generaron estructuras organizativas con división de labores, y la mayoría de ellos basaron su trabajo en el voluntariado, entregando principalmente su tiempo para la consecución del fin del grupo, y en muchos casos entregando también recursos económicos.

Si bien en su primer momento las firmas que más conciliaron la atención de la sociedad civil fueron evidentemente políticas - lucha por las libertades civiles, derechos, lucha por el sufragio, por ejemplo - los grupos comenzaron a ser más específicos - aunque también - y comenzaron a formarse para defender causas sociales y culturales. La segunda mitad del siglo XX asistió al nacimiento de grupos con fines más específicos y reunidos en torno a temas que comenzaban a tener mayor reconocimiento como los derechos juveniles, los temas ambientales, la igualdad, la lucha contra la pobreza. Los directivos de los comités de apoyo, por lo tanto, así como tipo de esas formas surgieron, y tuvieron un desarrollo exitoso durante esta época, sobre todo entre los años 70 y 90.

La necesidad de financiar sus actividades llevó a los grupos de la sociedad civil a procurar recursos para su subsistencia. Una de las primeras fuentes que se utilizó con éxito, como se dijo, el apoyo directo de los propios involucrados en los grupos y de aquellas personas que en ser parte de ellos tenían afinidad con el tema por el que trabajaban. Sin embargo, esta fuente de recursos se movió insuficientemente ante el crecimiento de las demandas y las áreas de interés que se abarcaron, es por ello que se comenzó a recurrir a otros canales, como sociedades filantrópicas, fundaciones y el Estado.

REPUBLICA DE CHILE
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
DIRECCIÓN GENERAL DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES
DIRECCIÓN DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES
DIRECCIÓN DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

EL FINANCIAMIENTO DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES. HISTORIA Y PRESENTE.

Las asociaciones de consumidores, tal como las conocemos hoy, nacieron durante el siglo XX y en términos generales, las mismas fueron grupos de voluntarios que se abocaron a un tema específico, generalmente relacionado con algún producto que se vendía en el mercado o con temas relativos a la salud. Luego fueron ampliando su esfera de acción hacia otros temas que surgieron con el crecimiento de la sociedad de consumo, sobre todo con la introducción de aparatos eléctricos en los hogares y el creciente acceso al crédito. En su raíz de voluntariado continuó hasta hoy en muchas organizaciones de consumidores.

A medida que las asociaciones de consumidores comenzaron a adquirir mayor grado de importancia por parte de la sociedad, los representantes a su trabajo crecieron de igual manera, la experiencia y el conocimiento adquirido hicieron que aumentara su especialización. Todas estas causas llevaron a que fuera necesario reunir con personas y/o equipos que pudieran desarrollar su trabajo de una manera más ordenada, aglutinando en otras organizaciones locales y regionales.

Estas nuevas circunstancias generaron en las asociaciones la necesidad de introducir recursos propios para mantener su estructura, vitales desde grupos de voluntariado hacia organizaciones con personal estable. Para ello, las asociaciones de consumidores se enfocaron en la comercialización de servicios al consumidor.

Para ilustrar este cambio, tal vez sea interesante tomar como ejemplo el caso de la Consumers Union, la asociación más importante de Estados Unidos y la más grande del mundo. Consumers Union nació en los años 30, a raíz de la necesidad de brindar a los consumidores el conocimiento que necesitaban para tomar mejores y más informadas decisiones acerca de los productos públicos y privados para obtener productos más seguros y prácticos. Los fines de mercado, su idea principal ha sido por más de 30 años: Financiar el poder de cambiar el mundo de los consumidores.

Formada como una organización independiente, sin fines de lucro en 1936, la

LA ASOCIACIÓN DE
CONSUMIDORES DE
CHILE (ASOCONCHILE)
ES UN INSTITUTO DE
INVESTIGACIÓN, ASISTENCIA
Y EDUCACIÓN PARA
EL PUEBLO CHILENO

actual Consumer Reports provee servicios a consumidores a través de pruebas imparciales sobre productos, la investigación, el periodismo, la educación pública, y la promoción. Foraliza sus actividades firmemente de acuerdo al principio de que los productos y servicios de consumo deben ser seguros, eficaces y fiables, abogando para que los fabricantes, agencias gubernamentales, y otros sean claros y honestos, ejerzan con verdad y transparencia.

Las asociaciones de consumidores presentan un sesgo que ha diferenciado de otros grupos de la sociedad civil: la imposibilidad de recibir dinero de empresas o de partidos políticos. Esta prohibición adquiere sentido para garantizar la independencia de las mismas y de su acción. Sería casi imposible que una asociación de consumidores pueda resaltar creíble y objetiva, si su financiamiento proviene de aquellos a los que debe controlar - empresas - o de aquellos que pueden desviar su trabajo en pro de objetivos de política partidaria.

En la prohibición se encuentra en casi todas las leyes de protección del consumidor que regulan en sus textos el funcionamiento de estas asociaciones. De igual manera, Consumer International establece en sus estatutos que no pueden ser miembros de ellas asociaciones que no cumplan, entre otros, con estos requisitos de independencia.

Una diferencia decisiva frente a otros tipos de organizaciones no gubernamentales, reside en la imposibilidad de recibir donativos, financiamiento u otro tipo de recursos económicos provenientes del sector privado que por impericia o por falta de cualquier funcionamiento institucional que se trate.

En el caso de organizaciones consultadas para el tratamiento e investigación de partes de una importante causa de acciones a la salud de las personas, otras destinadas a la promoción de disciplinas deportivas, de actividades productivas o académicas, que en la gran mayoría de los casos reciben de la industria y el comercio dinero o materiales necesarios para su desarrollo y subsistencia.

Las asociaciones de consumidores tienen vedado, como ha quedado dicho, cualquier acceso a financiamiento que no sea público o de organismos de cooperación internacional, cuya naturaleza se encuentre, independientemente separada de los fines de lucro. Existen organizaciones internacionales que abogan por la defensa de los derechos, entre los cuales se encuentran los de los consumidores y usuarios, que facilitan mediante sistemas de financiamiento las tareas propias de las asoci-

LA ASOCIACIÓN DE
CONSUMIDORES DE
CHILE (ASOCONCHILE)
ES UN INSTITUTO DE
INVESTIGACIÓN, ASISTENCIA
Y EDUCACIÓN PARA
EL PUEBLO CHILENO

LA ASOCIACIÓN DE
CONSUMIDORES DE
CHILE (ASOCONCHILE)
ES UN INSTITUTO DE
INVESTIGACIÓN, ASISTENCIA
Y EDUCACIÓN PARA
EL PUEBLO CHILENO

crines de consumidores en el mundo. Estos canales de obtención de recursos económicos, jurídicos y de know how, siempre van "unidos" a la realización de tareas específicas, investigativas y actividades de difusión y capacitación hacia los consumidores, por parte de las organizaciones desinteresadas de los foros.

Los organismos de consumidores pueden ser públicos o privados, pero entre sus efectos no se cuenta la finalidad de lucro. (Leg. AFCD de España, Agencia Alemana de Cooperación, Consumers International, Fundaciones diversas multinacionales y extranjeras, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo y otras instituciones filiales del Sistema de la Organización de Naciones Unidas entre muchos).

Dos valores esenciales son determinantes para que existan estos consumidores mínimos: la ética y la transparencia, que deben acompañar todas las actividades desarrolladas por las asociaciones de consumidores en todo momento.

Resulta obvio abandonar ambas el participar, pero puede concluir que la actividad independiente de este tipo asociativo, fundado en la actividad desinteresada y voluntaria de sus integrantes, puede convivir con los compromisos que acarrea la dependencia económica y los intereses que representa cada actividad económica o política frente a la sociedad y en particular, los consumidores.

PLANO NACIONAL DE ODA,
SALA DE CONSULTAS Y
ELABORACIÓN DE
ASOCIACIONES DE
CONSUMIDORES
RECONOCIMIENTO
DE INTERÉS PÚBLICO
Y OTRAS ASOCIACIONES
DE ODA, LUSTACONSUM

FORMAS DE FINANCIAMIENTO DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

Por las características que hemos señalado anteriormente, la imposibilidad de las asociaciones de consumidores de recibir financiación directa de empresas y partidos políticos hace que la subsistencia y sustentabilidad de ellas sea difícil. A diferencia de otras organizaciones no gubernamentales de la sociedad civil que pueden aceptar fondos de manera casi ilimitada, las asociaciones de consumidores deben buscar esquemas de financiamiento que les aseguren mantener su independencia e imparcialidad. Esta situación amplía la necesidad de concebir esquemas de financiamiento que se ajusten a esas premisas.

En consecuencia, el financiamiento de las asociaciones de consumidores solo podría darse a través de los siguientes canales:

- A través de la generación de recursos propios
- A través de la recepción de recursos de terceros que no comprometan su independencia e imparcialidad

Desarrollaremos ambos conceptos.

GENERACIÓN DE RECURSOS PROPIOS

La creación y desarrollo de una organización de la sociedad civil surge de la voluntad de un grupo de personas para trabajar en un tema o sector de interés común a quienes la crean. En voluntad debe estar acompañada por recursos humanos y económicos para que dicha organización pueda desarrollar un trabajo.

La mayoría de las organizaciones de la sociedad civil han nacido a partir de grupos propósitos de actividades y voluntar los quienes desisten disponer de su tiempo y en muchos casos de sus recursos económicos para llevar adelante su idea. Como se señaló al comienzo, el voluntariado está en la raíz y el inicio de las actividades de las asociaciones de consumidores y es que ellas se han desarrollado mayormente a partir de un conjunto de personas que decidieron disponer de aquellos recursos para crear una organización que vele por los derechos e intereses de los consumidores.

ELABORACIÓN DE ODA,
SALA DE CONSULTAS Y
ELABORACIÓN DE
ASOCIACIONES DE
CONSUMIDORES
RECONOCIMIENTO
DE INTERÉS PÚBLICO
Y OTRAS ASOCIACIONES
DE ODA, LUSTACONSUM

El voluntariado sigue siendo hasta hoy una de las principales fuerzas detrás de las organizaciones de consumidores y de la sociedad civil en general. En todos los países del mundo surgen continuamente nuevas organizaciones de consumidores, que con diversos esquemas o motivaciones confluyen para llevar adelante el trabajo de defensa de los derechos de los consumidores. Dentro de los ejemplos más destacados figuran América Latina y el Caribe, así como en Asia y África se destacan que la gran mayoría de las asociaciones de consumidores que existen comienzan de esta manera, por no decir que todas ellas.

El voluntariado tiende a ser menospreciado o, por lo menos sentido como un esfuerzo que tiende a minimizar la realidad del uso de recursos que se utilizan para la obtención de resultados o la finalidad planteada por el grupo de voluntarios. La mayoría de las veces, el tiempo de los voluntarios o los gastos en que incurran para cumplir su tarea - aunque sean mínimos - no son tomados en cuenta o no se los contabiliza como recursos concretos.

La principal fortaleza del voluntariado reside en su propia naturaleza: una persona decide ser voluntaria porque se identifica con el tema o la causa que lleva adelante el grupo al que quiere ayudar. Puede afirmarse que el voluntariado es la forma más pura a través de la cual alguien decide trabajar en un área específica. Los requisitos para ser voluntario pueden ser variados y en muchos casos se exige que el voluntario tenga determinado conocimiento o experiencia - como ocurre por ejemplo con los grupos de médicos voluntarios - pero en regla general, lo que más se requiere de los voluntarios es que puedan comprometerse a destinar su tiempo para realizar las acciones y actividades que se le requieren. Si voluntarios, en principio, no reciben ninguna retribución por el trabajo realizado.

VENTA DE SERVICIOS

Otra de las maneras de generar recursos propios por parte de las asociaciones de consumidores es a través de la venta de servicios a los consumidores.

Esta modalidad de venta de servicios ha sido la adoptada por las asociaciones de consumidores modernas, desde el nacimiento de Consumers Union en los Estados Unidos hasta la fecha. Esta forma de financiamiento consiste en la capacidad de la asociación de generar principalmente bifurcaciones valiosas para los consumidores que pueda serles requerida por éstos a cambio de un pago por ella. La

ELABORACION DE GUIA
PARA LA PROMOCION Y
SOSTENIMIENTO DE
ASOCIACIONES DE
CONSUMIDORES
DE PORTE RICO, AGRICULTURA Y
INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO, Y SERVICIOS
DE LA COMUNIDAD

fortaleza de este tipo de información radica en la independencia de la asociación ya que al no recibir apoyo económico financiero de los proveedores de bienes y servicios se entiende que la misma no está guiada por un fin comercial de venta de determinado producto. En tal sentido, lo que el consumidor encuentra es que puede disponer de información independiente y objetiva.

Las grandes asociaciones de consumidores del mundo basaron su crecimiento y fortaleza en esta modalidad de financiamiento, principalmente en la compra-venta de productos y servicios. Es lo que se conoce como los "test comparativos de productos y servicios". A través de ellos, las asociaciones realizan análisis de un producto determinado - por ejemplo, tomates en lata - y verifican si los mismos cumplen con las normas y regulaciones establecidas para ellos. En menor medida, las asociaciones adquieren las dietas propias del producto bajo análisis y realizan las pruebas en laboratorios propios o a través de laboratorios externos en ese último caso, sin olvidar al laboratorio la tarea de que en toda para evitar posibles conflictos de intereses. Con los resultados de los análisis, se establecen comparaciones entre todas las marcas analizadas, las que también se comparan el precio de venta al consumidor.

FINANCIAMIENTO POR PARTE DEL ESTADO

Ante los dificultades que enfrentan las asociaciones de consumidores para poder realizar su trabajo, una de las maneras de poder contribuir a su sostenimiento es a través de la entrega de fondos por parte del estado.

Las razones por las cuales un estado debería sostener a las asociaciones de consumidores pueden ser variadas pero tienen una raíz común: el reconocimiento de la tarea que realizan y el hecho de que es un complemento de la responsabilidad del Estado de velar por los derechos de las personas, en este caso el derecho de los consumidores.

En el supuesto de las asociaciones de consumidores, el financiamiento que tienen de recibir fondos del estado hace que deban ser tratadas por el Estado de manera diferente a otras organizaciones de la sociedad civil. Ello es así porque lo contrario supondría un límite a su libertad de acción de organización y con ello se imposibilita a la sociedad contar con esos grupos ciudadanos que defienden los intereses de los consumidores y que sin apoyos económicos podrían desaparecer.

Esta situación es más visible y posible en países y economías en desarrollo, en las que muchas veces no existe discriminación económica por parte de la población para acceder a las asociaciones de consumidores a través del pago de una membresía o cuota por pertenencia a ellas.

La idea de que el Estado subsidie a los excluidos de consumidores no es nueva y sus orígenes - o por lo menos, su expresión más visible - pueden encontrarse en la Europa de posguerra. Si bien existían en ese continente grupos de consumidores antes de la Guerra Mundial, no es sino después de finalizado este conflicto que comienzan a conformarse asociaciones de defensa del consumidor. El fin de la guerra encontró a Europa devastada y los planes para el resurgimiento económico de la región tenían como uno de sus ejes la recuperación del consumo. En los estratos más bajos de la sociedad se comenzaron a declarar las primeras políticas de protección de los derechos de los consumidores y se comenzó a legislar sobre ellos, a la vez que se establecieron las primeras oficinas u organismos estatales que tenían como su principal tarea la protección del consumidor.

La experiencia de Estados Unidos en relación a la protección del consumidor desde la sociedad civil, en especial el trabajo de Consumers Union, fue el motor para la creación de leyes de defensa de los consumidores. Desde fines de la década de 1940 y principios de los años 50 se empezaron en Europa las primeras leyes o asociaciones de defensa del consumidor (Francia en 1951, Holanda en 1953, Reino Unido en 1956 y Bélgica en 1957), muchos de las cuales estuvieron desde el comienzo subsidiadas en un 100 % por el Estado (Alemania y Noruega en 1953, Suecia en 1957).

En efecto, una de las políticas extendidas en Europa fue la de otorgar a las principales organizaciones de consumidores. El motivo de esta medida estuvo dado porque los países daban una enorme importancia a los temas de consumo y de protección del consumidor y consideraban que la existencia de grupos independientes era fundamental para el crecimiento y la fortaleza del mercado. Tomando en cuenta la difícil situación económica en la que se encontraba la población luego de la guerra, consideraron que las personas no podrían destinar parte de sus ingresos a asociarse a una organización de consumidores, y por ello decidieron financiar sus actividades desde el contenido, confiando que la recuperación económica permitiría llevar a una reducción gradual de estos subsidios.

Por otro lado, los estados europeos subsidiaron a sus asociaciones de consumi-

dores y aunque la evolución del monto de los subsidios fue progresiva, nunca dejaron de hacerlo en su totalidad. Asimismo, la Comunidad Europea y la Unión Europea han destinado y obtienen actualmente fondos para asistir a las asociaciones de consumidores, aunque la prioridad varía desde la asignación directa de fondos como subsidios hasta una asignación de recursos para llevar adelante proyectos.

El "modelo europeo" de desarrollo de asociaciones de consumidores fue copiado en otros países y países que destinaron fondos presupuestarios del Estado para sostener o ayudar a asociaciones de consumidores. Sin embargo, esta práctica no está implementada en todo el mundo y en muchos casos es la causa de que el movimiento de consumidores no haya crecido más o se haya fortalecido.

Existen numerosos ejemplos en América Latina en los que el Estado destina recursos para sostener a las asociaciones de consumidores. También es una práctica arraigada en España y lo ha sido en Portugal. La manera de asignación de esos recursos también es diferente en los distintos países.

MECANISMOS DE FINANCIAMIENTO Y ACREDITACION DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

A. MECANISMOS DE FINANCIAMIENTO

A modo ilustrativo, se reseñará algunos de los mecanismos a través de los cuales los Estados financian las actividades de las asociaciones de consumidores.

ARGENTINA

La Ley de Defensa del Consumidor de Argentina N° 24210, sancionada en 1993, establece en su artículo 67 que el Estado podrá disponer de contribuciones para que las asociaciones de consumidores puedan cumplir con su objetivo. Dice el artículo 67:

ARTICULO 67. - "Contribuciones Estatales. El Estado nacional podrá disponer el otorgamiento de contribuciones financieras con cargo al presupuesto nacional a las asociaciones de consumidores para cumplir con los objetivos mencionados en los artículos anteriores.

En todos los casos estas contribuciones deberán acreditar el reconocimiento certificado por el artículo 55 y 57 de la presente Ley. La autoridad de aplicación seleccionará a las asociaciones en función de su actividad, representatividad, actividad y planes futuros de acción a cumplir.

Posteriormente, la reforma de la Constitución Nacional en 1994 incluyó un artículo, el 42, que consagró los derechos de los consumidores y estableció el derecho de constituir asociaciones de consumidores y usuarios.

Aunque el texto de la Ley contempla el otorgamiento de contribuciones financieras con cargo al presupuesto nacional, señala que el Estado "podrá", para algunos, ello significa que el Estado no está obligado sino que puede hacerlo si quiere que para otros se trata de una obligación del Estado luego de que se sancionara el artículo 42 de la Constitución.

INFORMACION DE GUIA
DE LOS ARTICULOS DE
ASOCIACIONES DE
CONSUMIDORES

ARTICULO 42 DE LA CONSTITUCION
NACIONAL DE ARGENTINA
EN SU VERSION ACTUAL

Más allá de esta discusión, lo cierto es que desde la aprobación de la ley de defensa del consumidor, el Estado ha destinado fondos para otorgar contribuciones financieras a las asociaciones de consumidores. El propio artículo 67 establece criterios para otorgar esas contribuciones:

1. Deben cumplir con lo que establecen los artículos 56 y 57 de la Ley, es decir, artículos que fijan los criterios para solicitar la autorización para funcionar que requiere la ley para reconocer una asociación como de interés público (artículo 56), y los requisitos para obtener el reconocimiento (artículo 57).
2. Deben estar inscritas en el Registro de Asociaciones de Consumidores que crea la ley. Para poder funcionar como tales, las asociaciones de consumidores en Argentina deben solicitar su inscripción ante la Secretaría de Comercio del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas en el registro mencionado. Para ello deben acreditar que cumplen con lo que establece la ley de defensa del consumidor en sus artículos 56 y 57. Sin las asociaciones que se hallan inscritas están en condiciones de recibir las contribuciones financieras por parte del Estado.

La ley nada dispone sobre el mecanismo para entregar esas contribuciones, salvo lo que establece el último párrafo del artículo 67. Allí se establece que: "La autoridad de aplicación seleccionará a las asociaciones en función de su actividad, representatividad, actividad y planes futuros de acción a cumplir por éstas."

De lo anterior por el párrafo se infiere que la autoridad de aplicación de la ley (actualmente la Secretaría de Comercio referido) elegirá a las asociaciones a las que les entregará esas contribuciones financieras evaluando según los criterios establecidos en el párrafo. Se entiende que la ley ha pretendido fijar algún tipo de obligación para el otorgamiento de las contribuciones.

Desde el otorgamiento de estas contribuciones en relación a las asociaciones de consumidores inscritas en el registro que, anualmente, realiza una declaración jurada de sus actividades ante la autoridad de aplicación, a los efectos de informar las actividades que han realizado durante el año, así como presentar los estados contables y balances de la asociación. Este requisito fue establecido por distintas resoluciones emitidas por la autoridad de aplicación, la

INFORMACION DE GUIA
DE LOS ARTICULOS DE
ASOCIACIONES DE
CONSUMIDORES

ARTICULO 42 DE LA CONSTITUCION
NACIONAL DE ARGENTINA
EN SU VERSION ACTUAL

último de las cuales data de junio de 2014 (Resolución N° 7320/14). En ella se precisó más los requisitos exigidos a las asociaciones para el otorgamiento de las contribuciones, siendo de particular importancia el artículo 4°:

ARTICULO 4° Para acceder a las contribuciones financieras, las asociaciones de Consumidores deberán:

- a) Poseer un estatuto o documento que acredite las actividades desarrolladas en el ámbito de la defensa, información y educación del consumidor;
- b) Prestar por escrito sus propios servicios o llevarlos a cabo, que consistan en la finalidad de velar por la defensa, información y/o educación del consumidor;
- c) Prestar o haber atendido en forma efectiva, gratuita o a precios accesibles los servicios en los distintos niveles de atención, información y/o educación para el consumidor; y
- d) Mantener actualizado y en forma constante las publicaciones y/o información para el consumo implementada o implementarse por las mismas.

El artículo exige además que las asociaciones de consumidores que podrán ser beneficiarias de las contribuciones (según lo manifiesta el artículo 2°) estén inscriptas en el Registro por lo menos 4 meses antes, y no hayan sido suspendidas o excluidas del mismo o sujetos de denuncia o investigación por parte de un organismo del Estado.

El objeto principal de la Resolución es fijar criterios objetivos para que las asociaciones accedan a las contribuciones financieras. Como puede observarse, lo que se solicita a las asociaciones es que puedan demostrar que han trabajado durante el año, detallando las actividades que realizaron, entre las que se incluyen especialmente la de atención de reclamos de los consumidores y la difusión e información que se haya implementado, así como los planes de trabajo futuros.

Más allá de todo este andamiaje legal, el otorgamiento de estas contribuciones financieras es discrecional. Tanto la Ley de Defensa del Consumidor como la Resolución de la Secretaría de Comercio no son imperativas sino discrecionales. La ley establece que el Estado "podrá" otorgarlas y la Resolución, en su artículo 2° dispone que las asociaciones de consumidores "podrán" recibirlas. Esto ha llevado a que se asignen estas contribuciones de manera desigual y en muchos casos,

cuando no es para el caso, el otorgamiento de las contribuciones de consumidores.
SECRETARÍA DE ALIMENTOS, DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y ACCIONES DE CONSUMIDORES
REPUBLICA ARGENTINA
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
COMANDO EN JEFE FUERZAS ARMADAS
EN JEFE FUERZAS ARMADAS

siguiendo criterios subjetivos de las autoridades.

Además de las contribuciones nacionales en Argentina, el Gobierno Autónomo de la Ciudad de Buenos Aires ha otorgado subsidios a las asociaciones de consumidores. Desde el año 2000 esta fue una práctica que se llevó adelante hasta que de manera inexplicable, en el año 2013 fue interrumpida.

Sin embargo, la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires aprobó en el año 2006 la Ley N° 2006, que estableció un Concurso Anual de Proyectos de Defensa del Consumidor que nunca fue concretado. La ley establece un mecanismo de otorgamiento de financiamiento de proyectos para asociaciones de consumidores, sobre el que se hará una breve descripción seguidamente.

La ley N° 2006 establece que anualmente se financiarán hasta 5 proyectos y las asociaciones de consumidores podrán presentar sólo un proyecto para ser financiado. A los efectos de seleccionar los proyectos ganadores, se crea una Comisión Asesora de Selección que estará compuesta por 3 representantes de la Dirección de Defensa del Consumidor, 3 representantes de la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires y 1 representante de la Defensoría del Pueblo de la Ciudad. Esta Comisión será la responsable de formular los lineamientos y objetivos generales del concurso, recibir las propuestas de las asociaciones de consumidores y elevar a la autoridad de aplicación de la Ley de Defensa del Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires, "que actuará en la Secretaría de Gestión Económica y Alimentaria Ciudadana, una propuesta de los proyectos a ser financiados, quedando como responsable de la autoridad de aplicación realizar la selección definitiva.

Los proyectos seleccionados recibirán la ayuda financiera del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, que podrá decidir si financiar el 100% del monto o sólo una parte. La ley prevé que se harán dos desembolsos semestrales del monto asignado y que las asociaciones ganadoras deberán realizar informes trimestrales de avance que serán enviados a la autoridad de aplicación, que debe aprobarlos. Su aprobación es requisito para poder realizar el segundo desembolso de fondos.

El fin de la subvención, la naturaleza de los servicios o bienes subvencionados y la asignación de recursos con el fin de respaldar los proyectos ganadores, se fijará en un convenio de colaboración que deberá suscribirse entre la Comisión Asesora de Selección y el ganador del concurso. Este convenio deberá formularse por el ganador de aplicación y el ganador del concurso, antes de la aprobación de los recursos subvencionados, por lo que los recursos subvencionados serán otorgados como un pago de prestación de servicios y/o bienes.

En caso de incumplimiento por parte de la asociación ganadora, puede requerirse el reintegro de los fondos otorgados, quedando excluida para presentar proyectos al subsiguiente. Si el incumplimiento es reiterado, podrá excluirse por 5 años ante el segundo incumplimiento, y por 10 años ante el tercer incumplimiento.

ESPAÑA

En España, el apoyo a las asociaciones de consumidores tiene su origen en la Constitución española de 1978. En el artículo 51 de la norma fundamental se establece que las autoridades públicas, en relación a la protección del consumidor, "mantendrán sus organizaciones y las otras en las cuestiones que puedan afectarles".

Con base en el artículo mencionado, en el año 1984 se dirigió la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios, la que fuera modificada en reformas posteriores (LOE) y el texto refundido mediante el Real Decreto Legislativo 1/2007 que ordena el mismo de acuerdo a las sucesivas modificaciones que sufrió. En dicho texto refundido se establece el Título II, "Derecho de representación, consulta y participación" y régimen jurídico de las asociaciones de consumidores y usuarios, en el que se señalan los derechos de éstas, entre los que se cuenta el pedir ayudas y recibir subvenciones públicas:

Artículo 22. Derechos de las asociaciones de consumidores y usuarios.

Las asociaciones de consumidores y usuarios de ámbito supramunicipal, legislativo, consultivo e inspector en el Registro Estatal de Asociaciones de Consumidores y Usuarios tendrán derecho, en los términos que a continuación se describen, a:

b) Solicitar ayudas y subvenciones públicas.

El sistema de ayudas públicas a las familias españolas comprenda los siguientes puntos de financiación:

2) Realizar las asociaciones de consumidores que funcionan en todo el territorio español (denominadas asociaciones de consumidores de ámbito estatal) puedan recibir ayudas financieras por parte del gobierno central, con ayuda de la que el artículo 37 de la Ley General denuncian "ayudas plurilaterales".

2) Autoridades forales en cuanto al régimen foral español, las autoridades pueden recibir fondos para el ámbito de las asociaciones de consumidores que solicitan dentro del

territorio autonómico.

2) El Ministerio al que se refiera el procedimiento con las autoridades, las municipalidades o autoridades españolas pueden establecer en sus presupuestos fondos para ayudar a las asociaciones de consumidores que desearán subvenciones de los límites municipales.

Es preciso señalar que una organización de consumidores puede recibir apoyo y financiamiento público de las tres fuentes, y que eso no le genera ningún problema.

Para el caso del nivel nacional existe una Orden del Ministerio de Sanidad, Seguridad Social, Políticas Sociales e Igualdad que establece los bases reguladoras para la concesión de subvenciones a las asociaciones de consumidores de ámbito estatal. Se trata de la Orden SSU/94/2013, del 27 de mayo de 2013. El objetivo de esta Orden es definir qué tipo de organización de consumidores puede recibir una subvención, de qué tipo y bajo qué condiciones y reglas.

La Orden señala que la entrega de apoyos financieros a las asociaciones de consumidores tiene una raíz constitucional, que se establece como un derecho de las autoridades y un deber del Estado. Y añade un concepto importante que sienta las bases para el otorgamiento de estas ayudas. En primer lugar se reconoce que este mandato constitucional es amplio, es decir, que no tiene equivalente en otro tipo de asociaciones que funcionan en España y que su objetivo es conseguir los cambios de consumidores que sean fuertes, que están inscritas en la sociedad y que cuentan con personal altamente calificado para cumplir sus funciones en la que se encuentran los consumidores. Para poder cumplir este objetivo, la Orden dice que es suficiente con pensar apoyo económico para la implementación de programas concretos sólo que debe prestarse ayuda económica para que puedan formarse, contar con estructuras consolidadas y personal adiestrado.

El texto de la Orden puntualiza lo siguiente:

Este mandato constitucional obliga al no tener equivalentes un relación con otro tipo de funciones, debe exigirse por la necesidad de que existan en el mercado organizaciones de consumidores fuertes, con amplia representación en él, y con personal altamente cualificado, que les permita realizar la función social que les corresponde, la representación y defensa de los intereses generales de los consumidores y usuarios, y la defensa de sus derechos de libertad de elección de productos.

Elaboración de la Ley de Defensa de Consumidores y Usuarios de 1984, modificada por la Ley de 2007 y el Real Decreto Legislativo 1/2007.

En consecuencia, el **Orden** debe estar organizado en su estructura organizativa de manera que permita el cumplimiento de sus funciones y la realización de sus actividades, así como el ejercicio de sus derechos y deberes. El **Orden** debe tener en cuenta las características de los consumidores y usuarios, así como las necesidades de los consumidores y usuarios, así como las necesidades de los consumidores y usuarios, así como las necesidades de los consumidores y usuarios.

Además, el **Orden** debe tener en cuenta las necesidades de los consumidores y usuarios, así como las necesidades de los consumidores y usuarios, así como las necesidades de los consumidores y usuarios.

De esta manera, el **Orden** debe tener en cuenta las necesidades de los consumidores y usuarios, así como las necesidades de los consumidores y usuarios, así como las necesidades de los consumidores y usuarios.

1. A través de la entrega de apoyo económico general, es decir, para que colaboren los gastos, comisiones de mantenimiento de la vivienda.
2. A través de la entrega de apoyo económico específico para la realización de programas y proyectos concretos.

El **Orden** también establece que los recursos presupuestarios que se asignen para el fomento general de las asociaciones de consumidores no podrán superar el 50% del presupuesto anual asignado para ayudas, mientras que para el apoyo económico para proyectos será como mínimo del 50% del presupuesto, tal como se fija en el artículo 2, apartado 2).

El texto de la Orden establece de manera clara que los recursos pueden ser acreedores de las ayudas financieras. Para el caso del apoyo económico general el criterio es que se apoyará a aquellas asociaciones que sean "más representativas". Dice el texto del artículo 1, apartado 2, o):

2. A las subvenciones tendrán prioridad:

a) el fomento de las asociaciones de consumidores y usuarios de ámbito local que legítimamente tengan la mayoría de sus representantes, con la finalidad de regular el ejercicio de las fun-

CLASIFICACIÓN DE CUAL PARA EL FOMENTO DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE ÁMBITO LOCAL QUE LEGÍTIMAMENTE TENGAN LA MAYORÍA DE SUS REPRESENTANTES, CON LA FINALIDAD DE REGULAR EL EJERCICIO DE LAS FUN-

ciones de representación, negociación y defensa de los intereses económicos de los consumidores y usuarios, mediante la colaboración en su mantenimiento y funcionamiento habitual.

Déjase que el texto de la Orden señala que serán aquellas que "legítimamente tengan la capacidad de representación", lo que implica que la representación está dada por ley. Esa ley es la Ley General, que en su texto establece los criterios para considerar la representación de las asociaciones de consumidores en su artículo 36. Dice el artículo que se tendrá en cuenta para determinar su legitimación el número de socios, la trayectoria en el ámbito de la protección de los consumidores y usuarios, y los programas de actividades desarrollados por las mismas. Debe tenerse en cuenta que un requisito indispensable para poder solicitar ayudas financieras del Estado es que la asociación esté inscrita en el Registro Estatal de Asociaciones de Consumidores y Usuarios que crea la Ley General.

La Orden, en su artículo 3, apartado 2), establece criterios más específicos para determinar la representatividad. Allí se señala que deberán:

- Acreditar un número mínimo de 10.000 socios individuales.
- Tener implantación territorial en al menos cinco Comunidades Autónomas.
- Tener representación en los órganos de consulta y representación institucional de las asociaciones de consumidores y usuarios de ámbito autonómico o estatal.

En consecuencia, los tres requisitos esenciales son: contar con un número mínimo de asociados, desarrollar su trabajo en al menos cinco de las Comunidades Autónomas españolas, y participar de manera activa en los órganos de consulta y representación que la propia Ley General crea y aquellos que se establezcan a nivel autonómico. A nivel estatal, ese órgano de consulta es el Consejo de Consumidores y Usuarios.

El artículo 3, apartado 4), establece que el representante legal de la asociación deberá acreditar, mediante declaración jurada, el número de socios y su trabajo territorial de la asociación, mientras que la representación en los órganos de consulta se acreditará a través de certificaciones emitidas por dichos órganos.

En cuanto a los requisitos a destacar, la Orden regula en el artículo 2, apartado 4),

que el monto de las subvenciones no podrán superar el 30 % del costo del proyecto. Esto quiere decir que las asociaciones de consumidores deben asegurar por sí mismas al menos el 20% de los costos, tanto de aquellos destinados a su mantención como el de los proyectos que deseen implementar y por los que piden apoyo financiero.

La Orden establece en el artículo 2, apartado 3), que si existiera un subvencio- nario designado al financiamiento general de las asociaciones de consumidores, este raramente podrá ser el pasado al monto para el financiamiento de proyectos.

Durante el año 2014, el monto de las subvenciones otorgadas a las asociaciones de consumidores estatales españolas ascendió a la suma de 2.252.641,20 Euros repartida entre 8 asociaciones:

El procedimiento para el otorgamiento de las subvenciones está descrito y explicado en el texto de la Orden. Todos los datos se fijan una fecha límite para presentar los pedidos de apoyo financiero, que deberán hacerse a través de for- mularios y al que se deberá adjuntar toda la documentación requerida. Cada año, al realizar la convocatoria, se establecen también los criterios que se tendrán en cuenta ese año para la asignación de recursos, estos criterios pueden variar año a año y están relacionados con los temas y áreas de interés que el gobierno elige. Las asociaciones de consumidores pueden presentar en su solicitud más de un proyecto a ser financiado.

Se constituye una Comisión de Valoración compuesta por tres personas del Ins- tituto Nacional de Consumo de España que valorará cada propuesta presenta- da, le otorgará un puntaje y producirá un dictamen en el que se establecerán las propuestas aprobadas en orden de prioridad, el monto asignado y los proyectos aprobados. Esta resolución puede solicitar a las asociaciones y estudiantes que realicen adecuaciones o modificaciones a los proyectos.

Para el caso de las ayudas económicas gestionadas, la Orden establece en el artículo 10, apartado 1) los criterios objetivos para la asignación de subvenciones, que in- cluyen el máximo de puntos que es posible obtener en cada uno de ellos. Dispongo del artículo.

Artículo 21. Criterios objetivos para el otorgamiento de las subvenciones:

1. Las solicitudes de subvención a los programas de fomento de las asociaciones de consu- madores y estudiantes prevalecerán en el artículo 2.2.a) de orden de prioridad a las siguientes en orden de prioridad:

a) El primer nivel tendrá prioridad al número de comunidades autónomas en las que se acredite la implementación, hasta un máximo de 20 puntos.

b) El número de organizaciones, porcentajes de las aulas de los centros de las escuelas, líneas integradas en la programación, colegiados o unidades, hasta un máximo de 20 puntos, atribuidos a la mayoría de la organización como Asociación, Federación, Confederación o Órgano.

c) El número de acciones y actividades de la sede social y delegaciones con respecto a atención al público, hasta un máximo de 15 puntos.

d) El número de programas de esta categoría y consulta de los consumidores, de movilidad y autonomía, hasta un máximo de 10 puntos.

e) Participación en el Sistema Estatal de Consumo, hasta un máximo de 10 puntos.

f) Ejecución de acciones conjuntas en defensa de los intereses de los consumidores y estu- diantes en el ejercicio anterior, acompañados del aula de admisión a trámite, hasta un máximo de 10 puntos.

g) Número de comités y actividades de los consumidores que han sido entre las entidades de consumo en el ejercicio precedente, hasta un máximo de 5 puntos.

h) La realización de cursos programados anteriormente a la convocatoria en defensa de los intereses de los consumidores no subvencionados por las Administraciones Públicas o la Unión Europea, hasta un máximo de 10 puntos.

i) La realización de estos programas se tendrá en cuenta, tanto su número como su repercusión social y económica para las comunidades.

Los datos referidos para la resolución de los criterios de valoración serán, además de los aportados por las organizaciones de consumidores, los que figuren en el Registro Estatal de Aso- ciaciones de Consumidores, en la fecha de publicación de la Resolución de la convocatoria en el Boletín Oficial del Estado.

Con respecto a las ayudas económicas para proyectos, el artículo 10, apartado 2), establece los criterios de puntuación:

2. Las solicitudes de subvención a los programas específicos para la atención al consumidor en el ámbito de las organizaciones de consumidores:

El Ayuntamiento de la región va a liderar la financiación del programa para el que se solicita subvención, hasta un máximo de 20 puntos.

El Ayuntamiento de Sevilla, realizará ayudas por medio propios de la organización de las actividades que impliquen formación, hasta un máximo de 20 puntos.

El Ayuntamiento de Sevilla, en el marco del proyecto, realizará actividades, dentro de los subsectores de actividades de relevancia para los consumidores, hasta un máximo de 20 puntos.

El Ayuntamiento de Sevilla, realizará actividades, valoradas las líneas de actuación de la organización de los cursos de formación, caracterizadas por duración de la formación de personal, tanto el personal que se ofrece en el mismo momento, para la ejecución de los diferentes programas, que se puntúan hasta un máximo de 20 puntos.

El Ayuntamiento de Sevilla, realizará actividades, dentro de las organizaciones de consumidores, que se puntúan hasta un máximo de 20 puntos.

El Ayuntamiento de Sevilla, realizará actividades, dentro de las organizaciones de consumidores, que se puntúan hasta un máximo de 20 puntos.

El Ayuntamiento de Sevilla, realizará actividades, dentro de las organizaciones de consumidores, que se puntúan hasta un máximo de 20 puntos.

El Ayuntamiento de Sevilla, realizará actividades, dentro de las organizaciones de consumidores, que se puntúan hasta un máximo de 20 puntos.

El artículo 11 hace una descripción detallada de cuáles son los gastos que pueden solicitarse por medio de las subvenciones, diferenciando si se trata de ayudas personales o para proyectos. En el caso de las ayudas personales, los gastos incluyen: alquiler, mantenimiento, pago de servicios y de personal, minutas que para las ayudas de proyectos, estas pueden incluir el personal contratado para ese fin específico, además de manutención para llevar adelante el proyecto y viajes y viáticos.

Finalmente, el Orden establece la manera en que se transferirán los fondos de las ayudas y la forma en que las asociaciones beneficiarias deberán rendir cuentas.

De manera puntual a lo que se realiza a nivel estatal, las comunidades autónomas y los municipios hacen anualmente un llamado para el financiamiento de las asociaciones de consumidores, con similares características y requisitos que el

El Ayuntamiento de Sevilla, realizará actividades, dentro de las organizaciones de consumidores, que se puntúan hasta un máximo de 20 puntos.

nacional. En estos casos, sólo podrán presentarse si las mismas aquellas asociaciones de consumidores que trabajen de manera efectiva y comprobable en la comunidad autónoma o municipio que reúna el llamado, y en general la entrega de estas subvenciones no es incompatible con otras subvenciones nacionales, autonómicas o municipales que pueda haber recibido la asociación.

UNIÓN EUROPEA

La Unión Europea (UE) tiene una larga tradición de financiamiento de las asociaciones de consumidores que trabajan en el ámbito comunitario. Los criterios para otorgar ayudas financieras han variado a lo largo de los años, y en términos generales coinciden con los objetivos y el plan estratégico que la UE diseña para la protección del consumidor.

Uno de los objetivos principales de la UE en su política de protección de los consumidores es el de apoyar a las asociaciones tanto a nivel comunitario como nacional, para que de esa manera puedan ayudar al efectivo cumplimiento de los objetivos, metas y actividades propiamente por el plan estratégico. En la actualidad, el nuevo plan estratégico para el programa de Protección del Consumidor abarca el periodo 2014-2020, que ha sido aprobado por el Consejo y el Parlamento Europeo.

El Plan incluye dentro de sus objetivos el fortalecimiento de las asociaciones de consumidores y establece temas o áreas de trabajo prioritarias, que son: la seguridad de productos, la información y educación de los consumidores, el fortalecimiento de las organizaciones de consumidores, la efectividad de los derechos y la solución de controversias y reclamos, y la aplicación de la ley (enforcement).

El sistema de financiamiento para las asociaciones de consumidores se basa en dos fases. La primera consiste en que aquellas organizaciones que quieren recibir subsidios o ayuda de la UE deben suscribir un Convenio Marco de Cooperación (Framework Partnership Agreement - FPA) con la UE por un plazo de 4 años como máximo. En ese convenio se establece el marco general de la cooperación, los objetivos que se proponen alcanzar, el tipo de acciones que se pretenden realizar de manera general y los derechos y las obligaciones de ambas partes. Incluye también una estrategia de implementación y un plan de trabajo. Este convenio, por sí mismo no significa la obtención de subsidios, pero sólo las organizaciones que han firmado un convenio de este tipo pueden, en una etapa posterior, solicitarlos.

La siguiente base es la solicitud de subsidios específicos llamados Acuerdos Espaciales. Los subsidios (Specific Grant Agreement - SGA), que pueden ser solicitados anualmente por aquellos que hayan firmado un PPA. Estos subsidios se otorgan para cofinanciar el funcionamiento de la organización y la solicitud debe incluir las actividades y el presupuesto, de acuerdo con lo previamente establecido en el PPA.

Los subsidios pueden ser pedidos por organizaciones nacionales miembros de la UE, por organizaciones que estén en proceso de incorporación a la UE y por organizaciones que trabajen a nivel regional o en varios países de la UE.

Cada solicitante debe acreditar que su organización es su fines de lucro e independiente de ingresos, y que se encuentra legalmente registrada en su país de origen. Deben además proporcionar datos de su estructura jurídica, su directorio y sus estados contables. Deben demostrar, asimismo, la viabilidad en el tiempo de la organización.

Los pedidos deben contener una descripción de las actividades con vistas a realizar que dehen basarse en los temas prioritarios de la UE. Las autoridades realizan un análisis de la propuesta y le otorgan un puntaje que se obtiene del análisis de cuatro (4) aspectos de la misma:

- Calidad del plan anual y de las propuestas de actividades,
- Calidad de la viabilidad y de la estrategia de comunicaciones
- Consistencia entre la propuesta y los objetivos del PPA,
- Consistencia y calidad del presupuesto presentado.

Las propuestas podrán tener un puntaje máximo de 40 puntos, y se necesitan al menos 20 puntos para que una propuesta sea aceptada. Cada uno de los aspectos tiene el mismo peso de ponderación. Si la propuesta es aceptada, se suscribe el acuerdo y se da comienzo a las actividades.

Los subsidios sólo pueden alcanzar el 50 % de los costes de las acciones a llevar a cabo, y puede incluirse en ellos un importe para el financiamiento de gastos corrientes de las organizaciones. Los desembolsos se hacen en dos partes, una al momento de iniciar el trabajo y otra al finalizar el plazo del acuerdo, que es siempre de un año, luego de que la organización libere cuentas.

EL APOYO DE LOS
MAYORES
DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN DE
MEMBROS DE LA ASOCIACIÓN
CON Y SIN DISCAPACIDAD

El monto presupuestado para la emigración de subsidios fue de algo más de 1.400.000 Euros, mientras que el presupuesto global para la protección del consumidor en la Unión Europea para el período 2014-2020 se estimó en 188 millones de Euros.

SUIZA

La Ley Federal Suiza sobre la información a consumidores y consumiciones de 1990 de octubre de 1990 establece en su sección 3ª la conexión entre ayudas financieras a las asociaciones de consumidores. El artículo 5º señala que estas ayudas serán entregadas a las organizaciones que desarrollen un trabajo que sea considerado de importancia nacional y que se dediquen de manera exclusiva a la protección del consumidor. Las ayudas serán otorgadas, señala la ley, a brindar información a los consumidores sobre los productos y servicios que se comercializan en el mercado siempre que ésta sea objetiva y comunicada a través de la prensa o de medios electrónicos. También pueden destinarse a la realización de los comparativos de productos y a la negociación de acuerdos con los proveedores sobre la información que debe proporcionarse.

Estas ayudas financieras sólo pueden cubrir el 50 % del gasto para el cual se destinan las mismas según menciona el artículo. Además, la ley señala que el gobierno puede designar fondos a organizaciones que, sin dedicarse de manera exclusiva a la protección del consumidor, tienen como uno de sus objetivos la información a los consumidores.

Para el año 2014, la ayuda ascendió a un (1) millón de francos suizos. La Oficina Federal del Consumidor (Bundesamt für Verbraucherschutz - BFC) estableció la suma en que dicho monto se repartirá. Dijo que al menos el 90 % de esa suma se entregará a las siguientes organizaciones: *Association consommateurs consommateurs della Svizzera italiana (ACCSI), Federazione nazionale dei consumatori (FNCC), Konsumentenforum (Kf) et Stiftung für Konsumentenschutz (SKS)*. El 10 % restante se destina a otras organizaciones como el Touring Club du Svizo y la Asociación Suiza de Pacientes.

El monto presupuestado de 1 millón de francos suizos no alcanza a cubrir el 50 % de los costos, ese monto se repartirá de la siguiente manera: un cuarto del total correspondiente en un 12 % a ACCSI, un 32% a la FNCC, un 24% a Kf, y un 32 % a SKS.

ELABORACIÓN DE LA
POLÍTICA DE PROTECCIÓN
DE LOS CONSUMIDORES
EN SUÍZA
MÉTODO DE ANÁLISIS DE
LA POLÍTICA DE PROTECCIÓN
DE LOS CONSUMIDORES
EN SUÍZA Y FRANCIA

Esta división se realiza teniendo en cuenta las diferencias de desarrollo de las distintas regiones (ingáit, tsafiki, tsafiki). El resto del monto se entregará a estas organizaciones teniendo en cuenta sus actividades anuales, y en base a indicaciones cualitativas y cuantitativas que establecerá el INFC. Un aspecto que se tenía en cuenta es si las organizaciones han establecido entre ellas convenios de colaboración recíproca.

CHILE

La Ley 19.495 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores del año 1998 fue modificada en 2002 a través de la Ley N° 19.958, añadiéndosele un nuevo artículo, el II bis, que estableció un Fondo Concursable destinado al financiamiento de litigios de los consumidores de consumidores. Dice el artículo:

Artículo 17 bis. Créase un Fondo Concursable, destinado a financiar litigios de los consumidores de consumidores concursables según lo dispuesto en la presente ley, a ser administrado en el cumplimiento de sus objetivos, con exclusión de las actividades a que se refieren las letras a) y b) del artículo 8°.

Dicho fondo será el encargado por los sujetos que en su artículo se establecen en el presupuesto del Servicio Nacional del Consumidor y por los donadores que se indican para dicho objeto, organizaciones sin fines de lucro, sin fines de lucro o intermedias.

De reglamento de la ley que se establezca y composición del Consejo de Administración del Fondo, prevaleciendo la autonomía de la Administración de Consumidores y de la posición del Fisco.

El Decreto N° 27 del 14 de marzo de 2005 aprobó el reglamento del fondo concursable en el que se estableció el objeto del fondo, el monto de asignación de recursos y distintos aspectos de procedimiento para su solicitud y obtención.

El artículo 3° del Decreto señala claramente el objeto:

ARTÍCULO 3. Objeto del Fondo.

Los recursos del Fondo se destinan al financiamiento integral de proyectos referidos a las siguientes actividades de las Asociaciones de Consumidores, en sus modalidades de gestión de gestión:

a) Dinamización del consumidor de los consumidores de la Ley N° 19.495, a sus modificaciones, to-

la administración de los recursos de los consumidores y sus organizaciones, con el fin de mejorar, ampliar y robustecer a los consumidores para el máximo ejercicio de sus derechos y defender los intereses que le competen.

b) Educar y proporcionar servicios de asesoramiento y la protección de los derechos de los consumidores en el momento del consumo;

c) Participar en los procesos de fiscalización de los servicios de los consumidores, con el fin de hacer leyes y reglamentos que los regulen;

En caso alguno, podrán destinarse estos recursos para el financiamiento directo a la difusión de acciones o actividades relacionadas con la representación de sus miembros y el ejercicio de los derechos a que se refiere la Ley N° 19.495, y sus modificaciones, de forma de impulsar las actividades que se establecen en el respectivo artículo. Asimismo, los recursos podrán ser utilizados para el financiamiento de acciones de carácter individual, como el pago de costas que se deriven de los procedimientos que se inicien por los consumidores, tal como se indica en el artículo 17 bis de la Ley N° 19.495, y sus modificaciones, que se refieren a lo subsecuente es ministro.

Como puede apreciarse, el Decreto establece que los fondos pueden destinarse a financiar en todo o en parte proyectos que tengan como finalidad la difusión de la Ley de protección de los derechos del consumidor y las regulaciones complementarias que existan, informar, educar y orientar a los consumidores en el ejercicio de sus derechos; proporcionar medidas que mejoren la protección del consumidor, y realizar investigaciones o estudios y apoyar a la participación de las asociaciones de consumidores en los procesos de fijación de tarifas de los servicios públicos. Como puede apreciarse, el objeto es amplio aunque con algunas exclusiones que se indican en el párrafo siguiente.

En este párrafo se fijan dos exclusiones, una de las cuales es manifiesta y la otra surge de manera implícita del texto. La primera es la imposibilidad de que los fondos obtendidos sean destinados a cubrir gastos relacionados con la representación judicial o administrativa de los consumidores, tanto de manera individual como a través de acciones colectivas (véase de Chile). La segunda surge de la primera frase del párrafo, donde se explica que los recursos no se pueden destinar a financiar de manera directa o indirecta acciones o actividades relacionadas con la representación de los miembros (asociados) de la organización. Esto implica, y así lo interpreta el Servicio Nacional del Consumidor (SENNAC), que los fondos no pue-

la administración de los recursos de los consumidores y sus organizaciones, con el fin de mejorar, ampliar y robustecer a los consumidores para el máximo ejercicio de sus derechos y defender los intereses que le competen.

b) Educar y proporcionar servicios de asesoramiento y la protección de los derechos de los consumidores en el momento del consumo;

c) Participar en los procesos de fiscalización de los servicios de los consumidores, con el fin de hacer leyes y reglamentos que los regulen;

den destinarse al financiamiento de gastos corrientes de las organizaciones).

Los artículos 4° y 5° establecen que podrán postular al fondo las asociaciones de consumidores que se encuentren constituidas como tales de acuerdo a lo que la Ley 10496 establece, y que por lo menos tengan 6 meses de existencia al momento de realizar la postulación. SPINAC podrá hacer llamados para postularse de carácter general nacional y/o regional, y también relacionados con temas específicos que indique. El concurso será público. Desde la implementación del fondo concursable, estos llamados se realizan dos veces al año.

Finalmente, el patrimonio del fondo concursable se integra por los fondos que se le asignan a SEMAC dentro de su partida presupuestaria y las donaciones de organizaciones nacionales e internacionales sin fines de lucro.

El proceso crea, en su Fase Segundo, un Consejo de Administración del Fondo, que estará integrado por representantes de SEMAC, del Ministerio de Economía de la Secretaría General de la Presidencia, más un representante de las organizaciones de la sociedad civil, uno por las asociaciones de consumidores de nivel nacional, otro de las organizaciones de consumidores regionales, un académico y un Secretario Ejecutivo, este último con derecho a voz pero no a voto.

Las funciones del Consejo Aconsejador son:

a) Convocar a las Asociaciones de Consumidores, constituidas con conformidad a lo dispuesto en la ley 10496, y sus modificaciones, a concurso público para la asignación de los recursos del Fondo;

b) Fijar, con arreglo a criterios objetivos, los requisitos, formas y procedimientos a que deberá ajustarse tanto en los concursos públicos que sean convocados y los proyectos que postulen a la asignación de los recursos del Fondo.

El proceso de selección de los proyectos de las organizaciones de consumidores se realiza de acuerdo a lo establecido en la Ley 10496 y sus modificaciones, y se realiza en un proceso de selección pública. El proceso de selección de los proyectos de las organizaciones de consumidores se realiza de acuerdo a lo establecido en la Ley 10496 y sus modificaciones, y se realiza en un proceso de selección pública. El proceso de selección de los proyectos de las organizaciones de consumidores se realiza de acuerdo a lo establecido en la Ley 10496 y sus modificaciones, y se realiza en un proceso de selección pública.

El proceso de selección de los proyectos de las organizaciones de consumidores se realiza de acuerdo a lo establecido en la Ley 10496 y sus modificaciones, y se realiza en un proceso de selección pública. El proceso de selección de los proyectos de las organizaciones de consumidores se realiza de acuerdo a lo establecido en la Ley 10496 y sus modificaciones, y se realiza en un proceso de selección pública.

c) Seleccionar los proyectos que postulen las Asociaciones de Consumidores, en conformidad con las bases del concurso. En el desarrollo de esta función, para las convocatorias de carácter nacional, el Consejo Nacional velará porque exista un adecuado equilibrio entre los proyectos de relevancia nacional y los de carácter regional o local.

d) Declarar desierto todo o parte del concurso que hubiere convocado, por motivos fundados;

e) Supervisar el desarrollo de los proyectos aprobados;

f) Aprobar el presupuesto y balance anual del fondo;

g) Trabaja anualmente una memoria que contenga una relación de las inversiones y gastos efectuados en los diversos proyectos convocados, de los proyectos financiados, y del efectivo cumplimiento de sus objetivos. Copia de dicha memoria se remitirá a ambas Cámaras del Congreso Nacional;

h) Resolver las cuestiones que se susciten por la aplicación del Reglamento esta Decisión por el Distrito;

i) Las demás que expresamente se dispusieron.

j) Convocar a la conformación de los Consejos Regionales, para la ejecución de un concurso público regional.

Los miembros del Consejo son ad honorem y duran dos años en sus cargos. Para la elección del representante de las asociaciones de consumidores se hará una convocatoria para proponer integrantes, y las asociaciones deberán actuar de manera mancomunada.

El Consejo elabora las bases de cada llamamiento para postular a los miembros de los consejos, las que deberán contener las reglas de postulación, los plazos y los requisitos. Estas bases deben ser publicadas en un diario de circulación nacional por lo menos 20 días antes de la fecha de cierre de recepción de las postulaciones. La convocatoria deberá indicar las líneas de postulación, es decir, los temas y/o áreas sobre las cuales se recibirán las propuestas.

Las Asociaciones de Consumidores podrán presentar más de un proyecto y para cada uno de ellos deberán acompañar a la postulación un certificado de vigencia de su personalidad jurídica, con indicación de los miembros de su Dirección,

y adjuntar una declaración jurada de su Director, en que se señale que la Asociación de Consumidores no se encuentra inhabilitada para recibir fondos concursables. Las bases podrán establecer limitaciones a las Asociaciones respecto del número de postulaciones que pueden efectuar en un determinado concurso o línea de postulación.

No podrán presentar proyectos las Asociaciones receptoras de recursos del Fondo que en el momento del acto anterior a la convocatoria, no hubiesen cumplido con el proyecto financiero o que presentaran graves deficiencias en su gestión, según calificación fundada del Consejo de Administración del Fondo, y del mismo modo, estarán inhabilitadas para presentar proyectos a los concursos que las Asociaciones que, al tiempo de la postulación, mantengan pendiente con el Servicio Nacional del Consumidor la ejecución de cualquier proyecto, sus rendiciones de cuentas o informes finales, o que tengan en sus directivos a personas físicas que integren Asociaciones de Consumidores que se encuentran en esa situación.

Las bases también establecerán los criterios de evaluación y selección de los proyectos con los cuales se regirá el Consejo Asesor. En términos generales, la evaluación toma en cuenta la justificación del mismo, las actividades y acciones de desarrollo, la ejecución presupuestaria propuesta, los antecedentes y experiencia del postulante, y la relevancia de los proyectos que el mismo pueda tener. Cada uno de estos puntos tiene una ponderación específica que puede ser diferente uno de otro (por ejemplo, la experiencia generalmente tiene mayor ponderación que los antecedentes) las que sumadas dan el puntaje final. Se establece un puntaje ideal de 100 puntos, y los proyectos deberán tener como mínimo 60 puntos para ser considerados como ganadores.

El Consejo establece entonces una lista de proyector por puntaje, y se considerará el fondo concursable a aquellos que tengan mayor puntaje hasta el límite del monto con que el fondo cuenta para ese año. Las asociaciones de consumidores podrán recibir fondos por más de un proyecto presentado si éstos fueren aprobados. También podrá abarcarse una Lista de Espera para el caso de que alguna de las asociaciones presentadas desista del fondo. Las asociaciones que lo comunique y sea aceptado podrán participar el concurso o la adjudicación de un fondo.

Quiénes resulten ganadores deben suscribir con SENADIC un convenio en el que se establecen las condiciones y puntas para la ejecución del fondo, y será el Com-

ELABORACIÓN DE GUÍA
NACIONAL DE DESARROLLO
DE PROYECTOS DE
ASOCIACIONES DE
CONSUMIDORES
PARTE I DE LA GUÍA DE
PROYECTOS DE ASOCIACIONES
DE CONSUMIDORES
DEL SENADIC
DEL JOSÉ LUIS LAPOEREA

sejo Asesor junto con el Director del SENADIC los que velarán en forma y seguimiento de los proyectos en ejecución. Será el Director el encargado de emitir un Certificado de Ejecución una vez que el proyecto haya finalizado y se haya realizado la rendición final de cuentas y el informe de ejecución.

Ya se ha mencionado que actualmente se encuentra en trámite parlamentario (en la Cámara de Diputados), un proyecto de Ley que incluye reformas a la Ley 19496, y sus modificaciones, que por sus características representará cambios sustanciales en materia de financiamiento de las asociaciones de consumidores. Las reformas proyectadas de las Artículos 87, 116, 104, 90B, 90C, 90F, 90G, 90H, 90I, 90J, 90K, 90L y 90M, otorgarán una mayor labor proactiva a las asociaciones de consumidores, que por su razón necesitarán administrar sus recursos y funcionalidades. Lo que es preventivo para ello, una mayor disponibilidad de recursos económicos y humanos para llevar a cabo esas tareas.

PERÚ

El caso de Perú es un tanto diferente a los experimentos y regímenes que se han descrito hasta ahora, en los cuales el Estado define un monto determinado para financiar las asociaciones de consumidores, proveniente de presupuestos o fondos específicos.

El Código de Protección y Defensa del Consumidor peruano sancionado el 1 de septiembre de 2010 (Ley 29571), establece en su artículo 156 que el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), autoridad que tiene a su cargo la protección del consumidor, podrá establecer con las asociaciones de consumidores que se encuentren inscritas en el Registro creado por el Código, convenios de cooperación institucional. Estos convenios se realizarán con el fin de que las asociaciones de consumidores puedan recibir un porcentaje de las multas que aplique INDECOPI en aquellos procesos iniciados por las propias asociaciones. Dice el artículo:

Artículo 156.- Convenios de cooperación institucional

156.- El INDECOPI y las organizaciones reguladoras de servicios públicos pueden celebrar convenios de cooperación institucional con asociaciones de consumidores reconocidas y debidamente inscritas en el registro especial. La firma del convenio de cooperación institucional

deberá la posibilidad de que el INDECOP y las organizaciones representadas de los usuarios y los prestadores puedan elaborar que un porcentaje de los fondos administrados depositados en los fondos de pensiones por estas asociaciones de consumidores sea entregado. En cada caso, dicho porcentaje no puede superar el cinco por ciento (5%) de la multa impuesta y con destino a fondos públicos.

156.2 Las sanciones entregadas a las asociaciones de consumidores deben ser suficientes y deben de implementarse de manera efectiva a los proveedores y difieren de los intereses de los consumidores y un máximo mayor del cinco por ciento (5%) del porcentaje que se les entrega puede ser utilizado para el financiamiento a efectos del desarrollo de su finalidad en las condiciones que establece el reglamento.

156.3 Corresponde a la Comisión Central de la República Superior que las asociaciones de consumidores soliciten su multa o reembolso por concepto de multa para los fondos de pensiones en el pago 156.3. En cumplimiento de dicha finalidad, conviene a resolver al Consejo de Cooperación Transaccional a nivel de las acciones administrativas y sanciones que corresponden.

156.4 Las empresas para la celebración de las acciones y para la entrega de los fondos cumplir con la finalidad según sea establecido por el INDECOP y las organizaciones reguladoras, respectivamente, mediante resolución de Consejo Directivo.

De esta manera, y de acuerdo a lo que dice el punto 1 del artículo 156, las acciones de los fondos de pensiones se reducen hasta el 50% del monto de la multa impuesta. El punto 2 del artículo 156 señala que estos fondos podrán ser utilizados para realizar reclamos específicos de protección y defensa de los intereses de los consumidores, y que solo el 5% de esos fondos podrán ser destinados a gastos generales de funcionamiento de la asociación. Como se observa, el Código permite permitir financiar tanto actividades y proyectos de las asociaciones como aquellos gastos de mantención de ellas.

El Decreto Supremo 032.2011-PUM, del 13 de abril de 2011, es el Reglamento que reglamenta el punto 2 de ese 5% destinado al financiamiento de las asociaciones. En el Decreto Supremo señala las condiciones de uso de ese monto, que podrán ser destinadas a lo siguiente:

- Solventar los gastos relativos a las acciones propias de información y presentación de los consumidores y usuarios.
- Solventar gastos corrientes, no pudiendo utilizarse más del treinta por ciento (30%) de la suma permitida al pago de sueldos y salarios.

REPUBLICA DE CHILE
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
CORPORACIÓN DE FONDOS DE PENSIONES
ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES
REGLAMENTO DE FONDOS DE PENSIONES
ARTICULO 156.3 DEL D.S. Nº 1.000/2011
CON FUNDAMENTO

También señala que el convenio de cooperación institucional que deben firmar las asociaciones de consumidores que quieren recibir el porcentaje de las multas deberá establecer con precisión el uso que la asociación de consumidores hará al monto no mayor del cinco (5%) porcentaje que se acuerde entregarle, y que deberán rendir cuentas del uso de esos fondos, acreditando que no se han destinado a fines distintos.

El artículo 156.1 del Código de Procedimiento Civil indica que el porcentaje a entregar no podrá ser superior al 50% y respecto al INDECOP como los organismos reguladores de los servicios públicos que también pueden acceder la entrega de un porcentaje de las multas a las asociaciones de consumidores serán los responsables de establecer qué porcentaje se entregará. El artículo 157 del Código fija los criterios para acreditar ese porcentaje.

- Artículo 157.- Criterios para la graduación del porcentaje entregable de la multa impuesta.
- A fin de determinar el porcentaje de las multas administrativas entregables a las asociaciones de consumidores en los procedimientos administrativos en materia de servicios públicos, como máximo, los siguientes criterios:
- a. Labor de investigación desarrollada por la asociación de consumidores de forma previa a la presentación de la demanda.
 - b. Participación de la asociación de consumidores durante el procedimiento iniciado.
 - c. Transparencia en el manejo de la gestión conductiva y/o sancionatoria, imparte el conocimiento de la misma y posibilidad de acceder en forma previa o por medio de sus abogados a la forma protocolar de las comunicaciones con relación a la misma.
 - d. Otras que se determinen en el ámbito respectivo de cada procedimiento.

El artículo es claro en el sentido de que la evaluación que se hará se basa en la participación real y activa que la asociación de consumidores haya tenido en la presentación y sustentación del reclamo, y en el seguimiento del proceso, junto con el tipo de reclamo presentado y su importancia e impacto económico, y los perjuicios que se hubieran causado o se pudieran causar a los consumidores.

REPUBLICA DE CHILE
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
CORPORACIÓN DE FONDOS DE PENSIONES
ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES
REGLAMENTO DE FONDOS DE PENSIONES
ARTICULO 156.3 DEL D.S. Nº 1.000/2011
CON FUNDAMENTO

PANAMÁ

En el caso de Panamá, la Ley 45 del 31 de octubre de 2007 que establece normas para la protección de consumidores contempla de manera específica la entrega a las asociaciones de consumidores del material inscripto ante la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) de los fondos para la divulgación de información. Estos fondos provienen del presupuesto de ACODECO destinado a divulgación y publicidad, y será de hasta el 10% de dicho presupuesto. Dice el artículo 109, en su parte pertinente:

Divulgación de gastos.

Para cumplir con el objetivo en el párrafo anterior, el presupuesto anual de la Autoridad Administrativa de los Consumidores se desglosará en los rubros de los conceptos de divulgación en favor de los consumidores, incluida, en calidad de transferencia a las asociaciones de consumidores debidamente constituidas y reconocidas por las entidades correspondientes, una suma total que en ningún caso excederá el diez por ciento (10%) de su presupuesto de divulgación y publicidad.

El procedimiento que utiliza ACODECO es el siguiente; una vez establecido anual mente el monto presupuestario destinado a publicidad y divulgación, se establece el 10 % del mismo y se hace un llamado a las asociaciones de consumidores para que presenten un proyecto a través del cual utilizarán los fondos que en los pliegos, ACODECO analiza, los mismos y dicta una Resolución aprobando o rechazando. En el caso de que el monto a repartir sea mayor al total de los montos solicitados por cada asociación, ACODECO redistribuye ese monto entre las asociaciones que presentaron proyectos. Éstos deben presentar un proyecto adicional o ampliatorio al judicialmente presentado.

ACODECO hace entregas trimestrales de los fondos, y la coplicita para realizar la siguiente entrega es la rendición de gastos trimestrales de los mismos. Al final del año, las asociaciones deben realizar un informe anual que debe ser aprobado para poder ejecutar proyectos al año siguiente.

Los proyectos deben tener como objetivo la información y la educación del consumidor y los fondos entregados se pueden ser destinados al financiamiento de las asociaciones, es decir, a cubrir sus gastos corrientes.

Elaboración de guía
para el cumplimiento
de las obligaciones de
las asociaciones de
consumidores

Elaboración de guía
para el cumplimiento
de las obligaciones de
las asociaciones de
consumidores

REPÚBLICA DOMINICANA

La Ley General de los Derechos del Consumidor o Usualero N° 258-05, en el Capítulo VIII, dedicado a los derechos de regresión, acción y asociación, establece las pautas de funcionamiento de las asociaciones de consumidores:

Su Artículo 56 dispone:

Las asociaciones de consumidores, fundaciones o similares a partir de los siguientes medios:

a) Aportes del Estado, transferidos al Congreso Nacional a través de los Diputados y de miembros por la Oficina Nacional del Presupuesto;

b) Contribuciones formadas a raíz de su actividad y de sus acciones y de sus actividades y prestaciones o informaciones al Poder Judicial;

c) Ventas de publicaciones y servicios no gubernamentales al público en general;

Parágrafo.- La Junta y los miembros de los poderes públicos y las asociaciones de consumidores serán fiscalizados por la Comisión General de la República.

El Reglamento para la Regulación de las Organizaciones para la Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usualeros establecido por PROCONSUMIDOR con fecha 16 de septiembre de 2010, prevé en el artículo 14 la necesidad de que las Asociaciones de Consumidores lleven una contabilidad organizada de los fondos que administran y cumplir con las disposiciones de la normativa específica respecto a los fondos públicos que reciben.

OTROS EJEMPLOS EN LATINOAMÉRICA.

También pueden citarse las consideraciones legales hechas a las asociaciones de consumidores en otras legislaciones latinoamericanas, como las existentes en La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento de Ecuador (N° 2000-03), establece en el Artículo 61: "Asociación de Consumidores.- Se entenderá por Asociación de Consumidores, toda organización constituida por personas naturales o jurídicas, independientes de todo interés económico, comercial, religioso o político, cuyo objeto sea garantizar y procurar la protección y la defensa de los derechos e intereses de los consumidores; así como, promover la información, educación, representación y el respeto de los mismos", pero no surge de la

Elaboración de guía
para el cumplimiento
de las obligaciones de
las asociaciones de
consumidores

Elaboración de guía
para el cumplimiento
de las obligaciones de
las asociaciones de
consumidores

legislación específica ninguna previsión autorizada a solventar con bandos, polítics
cos los contra operativos en estas entidades.

La ley 1324/98 de Paraguay, prevé en su Capítulo IX, la existencia de organizaciones
desarrolladas a garantizar los derechos de los consumidores y usuarios, artículos 141
145 al 174, pero no se han sufrido cambios durante los últimos diez lustros en
las políticas públicas desiniciada a la colaboración con fondos del Estado en las activi-
dades que desarrollen las organizaciones que se constituyen para la defensa de
los derechos de los consumidores y usuarios en el país.

B. MECANISMOS DE ACREDITACIÓN

Al revisar los mecanismos de financiamiento también hemos hecho referencia
a los mecanismos de acreditación de las asociaciones de consumidores, enten-
diéndose esto como aquellos requisitos formales y no formales para reconocer a
una asociación como de consumidores.

Hemos mencionado también en este documento que las asociaciones de consu-
midores presentan una característica que las diferencia de otras organizaciones
sociales y de la sociedad civil: se trata de la imposibilidad de recibir fondos de em-
presas y de partidos políticos. En razón de ello, se hace evidente que cualquier no
cumplimiento de la calidad de tal para una asociación de consumidores debe tener
en cuenta esta característica y establecer también algún tipo de sistema para con-
trolar su cumplimiento, al igual que de los otros requisitos que pudiese análoga se.

En términos técnicos, la acreditación de una institución supone la comprobación
fácil por diversos medios de que tal institución está en condiciones de desem-
peñarse en ese carácter o brindar los servicios que dice brindar. En palabras más
cillas, la acreditación de una institución significa que un tercero independiente la
evalúa para comprobar si la misma se ajusta a estándares o requisitos que dicho
cumplir para poder ser utilizada como tal. La acreditación en una profesión ha-
bitual en el campo conocido como normalización de productos y servicios, ya que
aquellas empresas, cuya función es certificar a los productos o servicios cum-
plir con normas técnicas, deben en contraste acreditarse como tal. Lo que se
realiza a través de otra empresa que a su vez se encuentra habilitada para ello.

ELABORACIÓN DECADA
PARA EL FORTALECIMIENTO
DE
NORMAS TÉCNICAS DE
CONSUMIDORES

MINISTERIO DE ANÁLISIS DE
POLÍTICAS Y FORTALECIMIENTO
DE LA INSTITUCIÓN DE
ESTADÍSTICA Y MANEJO DE
DATOS

1997-1998

En cuanto a la acreditación de instituciones como asociaciones de consumi-
dores, no existen ejemplos en el mundo en los cuales una asociación de este tipo
deba acreditarse siguiendo patrones o estándares técnicos establecidos de una
manera técnica propiamente dicha. Tampoco existe ningún documento voluntario o
mandatorio a nivel internacional que lleve criterios o requisitos de acreditación
para asociaciones de consumidores, los únicos parámetros existentes que se han
desarrollado en un conjunto de requisitos de acreditación son los que impone *Consumers
International - CI* - a aquellas organizaciones de consumidores que aplican sus
miembros de ella. Dentro de su Constitución, CI establece de manera clara cuáles
son esos requisitos en el artículo 37:

Miembros

3.1. Diferencias de consumidores nacional o regional es apto para convertirse en una o que
asociación con miembros países de CI lo cumple con los siguientes requisitos:

(a) Si actividad se realiza exclusivamente en nombre de los miembros de los consumidores.
(b) No está involucrada en el comercio de bienes o servicios, de esta puede participar en
actividades comerciales relacionadas con la entrega de información de consumo y
con la prestación de servicios de apoyo a los consumidores.

(c) Su subyacente (a) al día siguiente, el siguiente del Consejo, en su territorio y en
la que, la Junta de apoyo a los consumidores por la recepción de bienes beneficiarios.
Instituciones de apoyo de la siguiente forma de tal de apoyo a los miembros:

(a) No tiene fines de lucro.

(b) Se constituir en un grupo de apoyo.

(c) No se trata de recibir fondos de los miembros, empujados, miembros sobre fondos de un
miembro, grupo o un grupo, en un problema de los consumidores en conjunto de
sus fondos, que están dirigidos a los consumidores o a los países, que es el caso del CI
solo pueden afectar su funcionamiento.

(d) Todas las actividades que se realizan para servir la región (o) internacional de la
asociación y recomendaciones que viene a las organizaciones.

(e) Para los países de CI según sus establecimientos oportunos.

(f) Cumple con los demás requisitos que se establezcan oportunamente por el Consejo.

3.2. Una institución de consumidores en la forma de CI de los miembros debeable la siguientes
asociación a las actividades regulares, demostrar a la Junta, que sigue corresponden con los
requisitos de la siguiente manera:

ARTICULO 57.- Requisitos para obtener el Reconocimiento. Para ser reconocidas como organizaciones de consumidores, las asociaciones deben cumplir, además de los requisitos generales, los siguientes condiciones específicas:

- a) No podrán participar en actividades públicas partidarias;
- b) Deben ser independientes de toda forma de actividad profesional, comercial y/o industrial;
- c) No podrán recibir donaciones, préstamos o cobros/revisiones de ningún comercio, industria o proveedor de servicios, privados o estatales, nacionales o extranjeros;
- d) No podrán tener ni poder de emitir ni otros privilegios.

Cuando puede ratarse, el artículo 57 establece lo que llama "condiciones específicas" que se requiere a las asociaciones de consumidores y que se relacionan con respecto a su independencia: allí se establece la prohibición para la asociación de participar en política partidaria, ser independientes de actividades comerciales y recibir fondos de empresas. Estos requisitos para obtener el reconocimiento siguen la línea de los que establece el para sus miembros, aunque en el caso de Argentina son menores y menos taxativos.

En cuanto al artículo 56, se trata de un conjunto de acciones o actividades que una organización de la sociedad civil deberá cumplir u observar para ser considerada como una organización de consumidores, entre ellos se destacan los de promover peticiones públicas, hacer peticiones y sugerencias a los organismos públicos, recibir y tramitar reclamos de los consumidores, brindarles asesoramiento sobre sus derechos y representarlos en juicio. Esta enumeración no es taxativa y tampoco se requiere que la asociación cumpla con todos y cada uno de ellos para ser reconocida como de consumidores.

La reglamentación de la Ley 24240, el decreto 1790/84 estableció que para poder funcionar como tales, las asociaciones deben inscribirse en un Registro Nacional de Asociaciones de Consumidores, que lleva la autoridad de aplicación de la ley y que ese decreto crea en su artículo 51.

ELABORACIÓN DE GABA
PARA EL COMERCIO EXTERNO
DE LOS PRODUCTOS DE
LA INDUSTRIA Y DE
LA AGRICULTURA
Y DEL ANÁLISIS DE
LOS REQUISITOS PARA
EL REGISTRO NACIONAL
DE ASOCIACIONES DE
CONSUMIDORES

Por medio de diversas Resoluciones ministeriales a lo largo del tiempo se han establecido los requisitos exigidos a las asociaciones para poder inscribirse en el Registro. Estos requisitos tienden a comprobar que la asociación está debidamente constituida, que cumple con la legislación vigente en cuanto a su inscripción

como asociación civil de acuerdo a lo que manda el Código Civil, que respeta las normas legales en cuanto a la existencia de estatutos, presentación de balances y estados contables y realización de asambleas de asociados, que sus publicaciones no estén anónimas o corresponsales. Además, se les exige que anualmente presenten una Declaración en la que deberán exponer sus actividades, los recursos recibidos y los gastos realizados y suministrar cualquier cambio en los estatutos, comisión directiva u otros que se estimen relevantes.

Comprobado el cumplimiento de estos requisitos, la autoridad de aplicación de la ley procede a inscribir a la asociación en el Registro, y le otorga un número de inscripción. A partir de ese momento, la asociación será considerada como una asociación de consumidores recibiendo los beneficios y derechos que le otorga la ley, entre las que se destacan la legitimación activa para entrar en juicio proconsumerista, acciones colectivas y de clase, y la recepción de subsidios.

La autoridad de aplicación puede dar de baja en cualquier momento a una asociación del Registro, lo que debe realizarse a través de un sumario administrativo.

ESPAÑA

Al igual que Argentina, España también establece requisitos para las asociaciones de consumidores. Aunque su ley es más extensiva en cuanto a requisitos. La ley dedica el Título II completo a esta temática, dedicando 14 artículos a las condiciones, requisitos y obligaciones que deben observar las organizaciones que quiza en ser consideradas como asociaciones de consumidores.

El Capítulo I del Título define los requisitos básicos para que una organización sea considerada como de consumidores (artículo 23). La ley permite de manera explícita que las cooperativas puedan ser consideradas como tales (23.2), y también la posibilidad de que un grupo de asociaciones se reúnan en uniones, federaciones o confederaciones. El artículo 23 establece dos criterios básicos: el primero es que estas organizaciones sin ánimo de lucro cuya finalidad sea la defensa de los intereses legítimos de los consumidores (entonces no se trata que deba ser la única), el segundo es que actúen con independencia.

ELABORACIÓN DE GABA
PARA EL COMERCIO EXTERNO
DE LOS PRODUCTOS DE
LA INDUSTRIA Y DE
LA AGRICULTURA
Y DEL ANÁLISIS DE
LOS REQUISITOS PARA
EL REGISTRO NACIONAL
DE ASOCIACIONES DE
CONSUMIDORES

CAPÍTULO I

Módulo Jurídico. Módulo de los derechos de consumidores y usuarios

Artículo 21. Derecho a prior

1. Son asociaciones de consumidores y usuarios las organizaciones jurídicas que reúnan los requisitos contemplados en el artículo 20 de la Ley. En estas asociaciones y en sus órganos regulados por esta Ley se aplican los principios de igualdad de trato y de trato equitativo, en la medida en que sea compatible con la naturaleza jurídica de las asociaciones, y los principios de igualdad de trato y de trato equitativo de los consumidores. Asimismo, se aplican los principios de igualdad de trato y de trato equitativo de los consumidores.

2. Las asociaciones de consumidores y usuarios pueden solicitar la inscripción en el Registro de Asociaciones de consumidores y usuarios, que incluye los requisitos establecidos en el artículo 20 de la Ley, y en el Registro de Asociaciones de consumidores y usuarios, que incluye los requisitos establecidos en el artículo 20 de la Ley, y en el Registro de Asociaciones de consumidores y usuarios, que incluye los requisitos establecidos en el artículo 20 de la Ley.

3. Las asociaciones de consumidores y usuarios pueden solicitar la inscripción en el Registro de Asociaciones de consumidores y usuarios, que incluye los requisitos establecidos en el artículo 20 de la Ley, y en el Registro de Asociaciones de consumidores y usuarios, que incluye los requisitos establecidos en el artículo 20 de la Ley.

4. Las asociaciones de consumidores y usuarios pueden solicitar la inscripción en el Registro de Asociaciones de consumidores y usuarios, que incluye los requisitos establecidos en el artículo 20 de la Ley, y en el Registro de Asociaciones de consumidores y usuarios, que incluye los requisitos establecidos en el artículo 20 de la Ley.

Por su parte, el artículo 25 prohíbe la utilización de los términos o su significado, en sus o sus derivados de consumidores a aquellas organizaciones que no cumplan con los requisitos exigidos por la Ley, en tanto que el artículo 26 establece la prohibición de asociación de consumidores a aquellas que dejen de cumplir con los requisitos o incumplan alguna de las prohibiciones prescritas por la Ley, estableciendo un período de 5 años de inhabilitación para volver a solicitar la calificación tal.

Artículo 26. Inhabilitación de la inscripción de asociaciones de consumidores y usuarios.

Se prohíbe utilizar los términos consumidores o usuarios, la denominación de asociación de consumidores y usuarios o cualquier otra expresión similar que induzca a error o confusión sobre la naturaleza jurídica de la entidad o la de los miembros de la entidad, o cualquier otra expresión similar, a aquellas organizaciones que no reúnan los requisitos exigidos por la Ley o en la legislación autonómica que derivate de la Ley.

ELABORADO EN COLABORACIÓN CON EL INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE VALENCIA. INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE VALENCIA.

Artículo 26. Inhabilitación de la inscripción de asociaciones de consumidores y usuarios.

Las asociaciones de consumidores y usuarios que utilicen en alguna de las prohibiciones previstas en esta Ley o en sus derivados expresiones que induzcan a error o confusión sobre la naturaleza jurídica de la entidad o la de los miembros de la entidad, o cualquier otra expresión similar, serán inhabilitados para solicitar la inscripción en el Registro de Asociaciones de consumidores y usuarios.

El Capítulo II del Título I de la Ley sobre las condiciones de independencia y transparencia que deben observar las asociaciones de consumidores. En cuanto a la independencia, las prescripciones incluyen la imposibilidad de estar como socios o personas jurídicas, realizar comunicaciones comerciales de bienes y servicios, dedicarse a actividades distintas a la protección del consumidor, actuar con finalidad o finalidad y permitir el uso comercial del nombre o signos de la asociación.

En este además la prohibición de recibir ayudas económicas de empresas pero la Ley española establece una excepción que es la de las ayudas. Y es que la Ley permite a las asociaciones de consumidores suscribir convenios de colaboración con empresas, siempre que tales convenios reúnan una serie de condiciones que la Ley misma establece. En ese sentido, el artículo 27, inciso b) prohíbe la prohibición de inscripción de ayuntamientos o instituciones por parte de empresas salvo aquellas que se realicen bajo las condiciones de transparencia que la Ley establece y que aseguren la independencia de la organización, y se realicen con bajo convenio de colaboración regulado por la Ley.

Vistos que dicen los artículos pertinentes.

CAPÍTULO II

Influencia y transparencia de las asociaciones de consumidores y usuarios

Artículo 27. Requisitos de independencia

En cumplimiento del deber de independencia, en particular, las asociaciones de consumidores y usuarios no podrán:

- a) **Recibir ayudas económicas o prestaciones jurídicas con ánimo de lucro.**
- b) **Realizar comunicaciones comerciales o financieras de las empresas o de sus productos o servicios, salvo aquellas que se realicen bajo las condiciones de transparencia o transparencia.**
- c) **No impedir la configuración de ayudas económicas a los consumidores que se realicen con los cometidos de transparencia, estabilidad económica y transparencia.**

ELABORADO EN COLABORACIÓN CON EL INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE VALENCIA. INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE VALENCIA.

estados, no obstante la independencia de la actividad de formar su propia ley, con respecto a cualquier actividad económica en el territorio.

- a) Realizar comunicaciones comerciales de bienes y servicios.
A estos efectos se entiende por comunicaciones comerciales todo acto, consulta o negociación, incluida la publicidad, no meramente informativa, que se realice o relacione con la promoción o venta de bienes y servicios.
- b) Anunciar el uso de la denominación, imagen o cualquier otro signo distintivo en la publicidad o en el registro por los operadores del mercado, o por cualquier otra actividad relacionada a través de cualquier medio, a partir del momento en que se haya completado de esta conducta.

A estos efectos no se considerará operadores de mercado las sociedades mercantiles en las que participen las instituciones de consumidores de los territorios señalados en el artículo siguiente.

- a) Ejercer o administrar un negocio de la forma de los artículos de los consumidores y asociados, salvo lo previsto en el artículo 27, párrafo segundo.
- b) Incumplir las obligaciones de transparencia previstas en los artículos 29 a 31, inclusive.
- c) Activar la inscripción o sus representaciones legales con finalidad económica, jurídica o profesional.
- d) Incumplir cualquier otra obligación impuesta a las asociaciones de consumidores y asociados, según lo regulado en la ley.

Artículo 28. Dignificación del consumidor y de los operadores del mercado.
1) Es totalmente o por acciones adopcadas en asamblea general, las disposiciones de condiciones y acciones de venta, con respecto a la actividad económica, en el marco legal de su actividad, con las que se relaciona el mercado de consumo, en el ámbito de las obligaciones de los operadores de los consumidores y la competencia, así como las acciones que proceden de los consumidores o asociados de cualquier territorio, en el ámbito y modo de desarrollo.

2) Los contratos o acuerdos de actividad general en los que se establezca el precio de venta, en relación con los operadores del mercado, de los asociados de cualquier territorio, se aplicarán en el territorio nacional del consumidor y en el del territorio del operador de consumo y comercio.

REPUBLICA DE GUAYMAL
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
SECRETARÍA DE ECONOMÍA
SECRETARÍA DE COMERCIO EXTERNO
SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
SECRETARÍA DE ECONOMÍA Y FINANZAS

Artículo 29. Convenios de actividad de colaboración.

Los convenios o acuerdos de colaboración, de duración temporal o indefinida, de las asociaciones de consumidores y asociados con empresas, organizaciones o asociaciones de empresas, instituciones o cualquier organización sin ánimo de lucro, deberán cumplir los siguientes requisitos:

- a) Tener como finalidad exclusiva el desarrollo de proyectos y/o actividades de colaboración, formación y defensa de los consumidores y asociados, mejorando su posición en el mercado.
- b) Resolver los conflictos de jurisdicción y competencia.
- c) Consistir en la realización de actividades, trabajos, estudios o publicaciones de información general para los consumidores y asociados.
- d) Ser depositados, en copia, en el Registro de Consumidores y Asociados, en el Instituto Nacional del Consumidor y en la Secretaría de Comercio Exterior y Finanzas.

Como puede apreciarse, se exige que se establezca un marco referencial de colaboración con las empresas que sea aprobado por medio de una asamblea general de la asociación y otros requisitos establecidos de depósito ante el Instituto Nacional de Consumo (artículo 29). Luego, cualquier acuerdo o convenio que se alcance con una empresa debe cumplir con los requisitos que establece el artículo 30, y este también debe ser depositado en el Instituto Nacional de Consumo.

Otra particularidad que presenta la ley específica es que permite a las instituciones de consumidores, bajo ciertas condiciones, participar en sus actividades económicas (artículo 28). Todas estas condiciones son que el objeto social exclusivo de la asociación sea el desarrollo de actividades que sirvan a los fines de la información, formación y defensa de los consumidores y que el capital social de ellas correspondiera en su totalidad a asociaciones de consumidores.

Artículo 30. Participación en actividades económicas.

Las instituciones de consumidores podrán participar en actividades económicas siempre que estas realicen los siguientes requisitos:

- a) Tengan como objeto social exclusivo el desarrollo de actividades económicas con el fin de proporcionar información que sirva a los fines de información, formación y defensa de los consumidores y asociados.
- b) Su capital social, correspondiente a las asociaciones de consumidores que se

REPUBLICA DE GUAYMAL
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
SECRETARÍA DE ECONOMÍA
SECRETARÍA DE COMERCIO EXTERNO
SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
SECRETARÍA DE ECONOMÍA Y FINANZAS

REPUBLICA DE GUAYMAL
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
SECRETARÍA DE ECONOMÍA
SECRETARÍA DE COMERCIO EXTERNO
SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
SECRETARÍA DE ECONOMÍA Y FINANZAS

En los registros expone por la ley de los que le permite de aplicación y casos de aplicación de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

En las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

2. Der cumplimiento por parte de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

Finalmente, la ley española obliga a las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

El artículo 11 se desbaja a establecer las normas de funcionamiento del registro nacional de asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

CAPÍTULO II

Registro Estatal de Asociaciones de Consumidores y Usuarios

Artículo 31. Registro Estatal de Asociaciones de Consumidores y Usuarios

1. Las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

2. El cumplimiento de las obligaciones de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

El artículo 31 se desbaja a establecer las normas de funcionamiento del registro nacional de asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

Finalmente, la ley española obliga a las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

Artículo 32. Calidad de los servicios que presta la ley española

El Instituto Nacional del Consumo podrá pedir a las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

Además, podrá pedir a las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

Artículo 33. Exención del Registro Estatal de Asociaciones de Consumidores y Usuarios

1. La inscripción por las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

2. La inscripción por las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

Artículo 34. Disposición final de la ley española

1. La inscripción por las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

2. La inscripción por las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

Como última consideración se señala que la ley española establece, en su artículo 34, que las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional, en el momento de la inscripción de las asociaciones de consumidores y usuarios en el registro nacional.

cumplir con lo prescrito por la ley sin lo que constituirá la legitimación activa para representar los intereses generales de los consumidores en juicio, y que aquellas que no los cumplan sólo podrán representar los intereses de sus asociados o de su asociación pero no los colectivos o difusos.

Artículo 24. Legitimación de los representantes de consumidores y usuarios.

1) Las asociaciones de consumidores y usuarios constituidas conforme a lo previsto en el artículo 17 de la normativa reguladora que ha resultado de aplicación, son las únicas facultadas para actuar en nombre y representación de los intereses generales de los consumidores y usuarios.

Las asociaciones o entidades que no reúnan las requisitos exigidos en este artículo en la normativa autonómica que ha resultado de aplicación, no podrán representar los intereses de sus asociados o de la asociación, pero sí los intereses generales colectivos o difusos de los consumidores.

2) A efectos de lo previsto en el artículo 17 de la Ley de Defensorado Civil, en relación con información legal de asociaciones de consumidores y usuarios representativas las que forman parte del Consejo de Consumidores y Usuarios, salvo que el ámbito territorial del conflicto que han de intervenir en una comunidad autónoma, en su caso, se refiera a su representación específica.

PERU

El Código de Defensa del Consumidor de Perú contiene un Capítulo, el tercero, de su Título VII, en el que establece las condiciones y requisitos para las asociaciones de consumidores.

El artículo 154 enumera las prohibiciones para una asociación de consumidores, que son similares a las que se refieren para Argentina y España: ser una asociación sin fines de lucro, no recibir financiamiento de empresas, dedicarse a actividades distintas a la protección de consumidores, arribar con intención o incumplir las normas legales. Además, incluye un inciso que permite utilizar los fondos de frentes en concepto de multas para un fin distinto al asignado.

EL MINISTERIO DE JUSTICIA Y DEPARTAMENTO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

SECRETARÍA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

DEPARTAMENTO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Por su parte, el artículo 155 señala que deben estar inscritas en un registro especial que está a cargo de INDECOPI, además de estar constituidas legalmente de acuerdo a los requisitos pertinentes.

Capítulo III

Actos de cumplimiento

Artículo 159. Prohibiciones para las asociaciones de consumidores

Para efectos de la inscripción y funcionamiento de las asociaciones de consumidores, están prohibidos:

- a) Inscribir como asociación a personas jurídicas con fines de lucro.
- b) Prestar financiamiento de sus operaciones que consistan en producción y venta de bienes.
- c) Dedicarse a actividades distintas a su finalidad e incompatibles con ella.
- d) Destinar los fondos públicos entregados por concepto de multas para otra finalidad distinta a la asignada.
- e) Actuar con intención de lucro. La recepción de donaciones o bienes de carácter administrativo o judicial.
- f) Incumplir las obligaciones establecidas por el presente Código o las multas impuestas por el Consejo Directivo del Indecopi sobre la entidad.

El incumplimiento de cualquiera de estas disposiciones es sancionado por el Indecopi con la suspensión o la cancelación del registro respectivo por un período de tres (3) años, previa procedencia, fundada en materia de gravedad o el retardo incumplimiento de las disposiciones indicadas en el presente artículo.

Artículo 159. Inscripción y registro de las asociaciones de consumidores

Para el funcionamiento de las asociaciones de consumidores, deben cumplir las condiciones siguientes respecto a cargo del Indecopi y cumplir algunas de las siguientes:

- a) Estructuras basadas en los registros públicos.
- b) Tener las finalidades señaladas en el artículo 157, de un carácter general, para en relación con producción o servicios determinados.

EL MINISTERIO DE JUSTICIA Y DEPARTAMENTO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

SECRETARÍA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

DEPARTAMENTO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

El Tribunal de Cuentas para la actividad, los Artículos 163 y 164 institución.

Art. 163. Para ser miembro, las instituciones solicitadas deberán presentar prueba de su calidad de persona jurídica y contar entre sus fines con la protección de los derechos de los consumidores, debe ser un fin de interés general o en relación con prácticas o servicios de utilidad.

Figuras para ser acreditadas:

Art. 164. Para poder actuar en la promoción y defensa de los derechos de los consumidores, como parte del Consejo Consultivo, las asociaciones de consumidores deberán cumplir con las siguientes requisitos:

a) Estar completamente inscritas en la promoción de las causas relacionadas a problemas;

b) No tener fines de lucro;

c) No aceptar aportes de carácter económico en sus publicaciones;

d) No permitir que cualquier actividad comercial, profesional o institucional incompleta en los consejos que ofenda al consumidor;

e) No recibir financiamiento, equivoques o contribuciones de personas jurídicas de empresas comerciales, industriales y comerciales de servicio, privadas o estatales, nacionales o extranjeras;

f) No utilizar nombres o acciones injuriosas u ofensivas, que digne o atente contra la imagen de los promotores.

Los anteriores requisitos serán válidos para el Presidente de la Dependencia y el Secretario, en el supuesto de que uno o varios de ellos se encuentren en la periferia de la misma, de acuerdo al procedimiento establecido en el reglamento de esta ley.

Debe señalar que el Decreto Ejecutivo N° 52 de fecha 12 de mayo de 2006 de la Presidencia de la República, al tratar en su Capítulo octavo a las Asociaciones de Consumidores, añade dice sobre las fuentes de financiamiento con que cuentan para su operatividad institucional:

El financiamiento para las actividades de las asociaciones de consumidores será proveniente de:

- 1. Los recursos propios de las asociaciones de consumidores.
- 2. Los recursos de las personas físicas y jurídicas que se vinculen con ellas.

c) Crear un ente o institución que establezca el fideicomiso sobre el patrimonio o en coordinación con las organizaciones reguladoras de los servicios públicos.

El fideicomiso establecido mediante resolución de Consejo Directivo de un organismo para la inspección de las actividades de consumidores en el régimen especial.

El artículo 183 las facultades están en juicio con respecto a representación de los consumidores.

Artículo 187. - Del de las asociaciones de consumidores.

187.1 Las inspecciones de consumidores con carácter técnico que se realicen en el cumplimiento de sus deberes y en los recursos económicos para el ejercicio de la función de supervisión de la actividad, de la información al consumidor y a los consumidores y usuarios.

187.2 Las asociaciones de consumidores reconocidas por el fideicomiso están legitimadas para interponer recursos y acciones ante la Comisión de Defensa al Consumidor y los demás órganos jurisdiccionales competentes del fideicomiso a nivel de sus áreas de trabajo y de las personas que en cualquier momento poseer para tales efectos, un número de identificación de los interesados referidos a ellos de los consumidores.

187.3 En la vía judicial tendrán prioridad procesal las demandas de los consumidores que se refieran a los consumidores, referidas a lo previsto en los artículos 185 y 187.

187.4 La legitimidad de las asociaciones de consumidores se entenderá también para actuar a favor de los consumidores y de las personas que los hayan obligado, cuando ante los organismos reguladores de los servicios públicos en los procesos en materia de protección al consumidor, así como en el ámbito de las instancias administrativas de los consumidores.

187.5 Mediante resolución de Consejo Directivo el fideicomiso establece los órganos jurisdiccionales competentes a que se refieren el artículo 187.

EL SALVADOR

EL ESTADO DE SALVADOR
EN EL EJERCICIO DE SU
Poderes de Jefe de Estado
REPRESENTADO POR
EL SEÑOR JEFES DE ESTADO
EN EL EJERCICIO DE SU
Poderes de Jefe de Estado

La Ley de Protección al Consumidor de el Salvador (Decreto 776), reformada en febrero de 2013, establece en su Artículo 161, que para poder gozar de sus beneficios que les otorgan la ley y disposiciones reglamentarias aplicables, los consumidores de consumidores deberán ser acreditados por la Dependencia y figurar en un libro que al efecto se llevará.

CHILE

La ley N° 19.495, modificada por su artículo N° 19.955, en su Artículo 5°, al referirse a las organizaciones para la defensa de los derechos de los consumidores, establece:

"Se entiende por Asociar de Consumidores la organización constituida por personas naturales o jurídicas, independientes de todo interés económico, comercial o político, cuyo objetivo sea promover, defender y educar a los consumidores y asegurar la representación y defensa de los derechos de sus afiliados y de los consumidores que en lo sucesivo, todo ello con independencia de cualquier contribución."

El Artículo 6° del mismo texto legal prescribe:

"Las asociaciones de consumidores se regirán por disposiciones en esta ley, y en lo no previsto en esta por el Decreto Ley 21.272, de 1978, del Ministerio del Trabajo."

Este Decreto Ley, en su Artículo 3° señala en cuanto a los requisitos para la constitución de una asociación establecida a la de consumidores, que:

Las asociaciones pueden ser constituidas por la reunión de no menos de 25 personas naturales o jurídicas o de cuatro personas jurídicas, que así lo acuerden, en la reunión convocada ante notario público o mediante la ley de la ciudad de Santiago a fin de promover la defensa de los intereses de los consumidores y de la ciudadanía. El Registro Civil podrá no ser requerido de fe en los casos que no son objeto de inscripción. En el acta constitutivo deberá constar la aprobación de los estatutos y la elección de la mesa directiva, así como la inscripción de los que concuerdan a la constitución."

Por su parte el Artículo 11° del mismo Decreto Ley dispone:

"El patrimonio de la asociación estará compuesto por los cuotas e aportes ordinarios y extraordinarios que los miembros impongan a sus asociados, por herencia o por otorgamiento, por las donaciones que ellos o sus familiares por causa de muerte que se le hicieron, por el producto de sus bienes o servicios, por la venta de sus activos, y por las multas cobradas a los asociados de conformidad a los estatutos."

Los restos, utilidades, beneficios o excedentes de la asociación pertenecerán a ella y no podrán distribuirse a sus afiliados ni en caso de disolución.

Las asociaciones podrán adquirir, conservar y disponer bienes de todo clase, a fin de poder cumplir sus fines."

EL MINISTERIO DE LA
JUSTICIA Y SEGURIDAD
PÚBLICA
INFORMACIÓN
Y COMUNICACIONES
COMERCIALES
SECRETARÍA DE ASISTENCIA
Y SERVICIOS
CALLE SERRAVALLO
10110000
TEL. 22111111
CORREO ELECTRÓNICO
SECRETARIA@MINSER
GOV.CL

OPCIONES DE FINANCIAMIENTO Y CERTIFICACIÓN DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

De los textos transcritos precedentes puede verse que además de sus competencias por la masa de trabajo voluntaria de las personas, con claros objetivos de protección para los consumidores, estas organizaciones civiles no gubernamentales deberán cumplir con los requisitos de independencia de cualquier otro interés, de sustentación económica, prescindiendo de aportes empresariales y de trabajo con y hacia la sociedad de la que forman parte.

En este sentido, es oportuno puntualizar que para cumplir adecuadamente con esos objetivos, será necesario considerar dos aspectos fundamentales: el primero, relativo a la de las asociaciones de consumidores y la pertinencia de sus competencias. Asociaciones al primer tipo, el financiamiento de asociaciones de consumidores, debe presentarse en forma clara y precisa que permitan asegurar la transparencia en el otorgamiento de fondos. Esta transparencia está ligada a la existencia de protocolos, normas de procedimiento, condiciones de admisibilidad y control. En tal sentido, cualquier sistema de financiamiento que se establezca debe tener en cuenta que se trata del manejo de fondos públicos, con lo que el escrutinio no sólo su concepción y control debe ser riguroso.

Se sugiere en este aspecto, que las entregas de fondos destinados a las asociaciones de consumidores deberían ser efectuadas por el programa SERVICIO, o el Organismo que en su oportunidad se determine, pero siempre en el ámbito oficial. En opinión del consultor que de conformidad a las prescripciones de la Ley 19.955, en especial sus artículos 1° y 16°, los desembolsos de fondos públicos que se canalizan por el SERVICIO, quedan sometidos a la fiscalización de la Contraloría General de la República, por lo que su canalización por este medio aseguraría un control sobre los recursos que recibiría en favor de la necesaria transparencia.

Como sustento de esta posición, pueden citarse los ejemplos de Argentina, España, Panamá y Perú, que otorgan fondos públicos a las asociaciones de consumidores, gestionados por organismos públicos de defensa del consumidor. Cabe destacar que en opinión de este consultor, la entrega de fondos a asociaciones

tes de consumidores debe realizarse siempre a través de mecanismos que aseguren la imparcialidad y la transparencia de su desenvolvimiento.

En lo que respecta a los criterios privados que puedan hacer entrega de fondos preventivos de sus propios ámbitos o de la cooperación internacional, no se advierten obstáculos para su existencia, en tanto no se comprometan intereses públicos. En este caso, es importante que exista un control por parte del SERNAC sobre el origen de esos fondos para que no contravengan lo establecido por la Ley 19.496 de Defensa del Consumidor en cuanto a la transparencia de las asociaciones de consumidores de fecha de inscripción o registros que puedan comprometer su imparcialidad.

En lo que atañe a la certificación de competencias de las asociaciones de consumidores, se destaca que actualmente no existen instituciones en el ámbito privado que se dediquen a esas tareas.

Existen formas por acreditación de competencias al proceso o procedimiento para comprobar el cumplimiento de requisitos formales o informales que permitan asegurar que una organización determinada es apta para desarrollar una tarea específica. En este sentido, la certificación de competencias de asociaciones de consumidores es realizada por las autoridades públicas competentes, tanto en el ámbito general (por ejemplo, para inscribir una organización como asociación civil) como en el particular (para acreditar que una organización es competente como anfitrión de consumidores) y en el mundo tal acreditación es, en el caso particular, llevada adelante por las autoridades de defensa del consumidor. Como se ha dicho, no existen ejemplos a nivel mundial de organismos o instituciones privadas que acrediten competencias de asociaciones de consumidores.

Entendiendo que la certificación de competencias no las asociaciones apuntará a mejorar su calidad organizacional y por ende la de sus servicios y la correspondiente medición de sus servicios para ser beneficiados con acciones concretas y financiamiento estatal, pueden proponerse tres modelos organizacionales para llevar a cabo las tareas de certificación de competencias:

1) Modelo Público de entidad certificadora: En esta modalidad se encargaría el SERNAC, que como autoridad de aplicación de las leyes específicas, actualmente desarrolla actividades similares (Véase análisis de los programas presentados por las asociaciones de consumidores a ser financiados con fondos concursables). En este supuesto, podría constituirse un Consejo, integrado por representantes de otros organismos públicos con la finalidad de evaluar las competencias de las

asociaciones de consumidores y proceder a las correspondientes certificaciones.

2) Modelo Mixto: A los mismos fines, podría constituirse un Consejo Integrado por representantes del sector público (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, SERNAC, entre otros) y representantes privados (reconocido prestigio social (Universidades, Fundaciones), que en base a pruebas de análisis diseñadas por SERNAC ejecuten las tareas de evaluación y certificación de las competencias de las asociaciones de consumidores.

3) Modelo Privado de entidad certificadora: Si se resolviera atribuir las funciones de certificación de competencias a instituciones privadas, se pone de resalto que sus tareas deben llevarse a cabo con la supervisión puramente de SERNAC, como así también de las juntas de análisis con qué llevar a cabo las certificaciones. Estas instituciones del ámbito privado que pueden cumplir adecuadamente con esas tareas (Comités especializados en evaluación de rectores, Organizaciones sociales, Fundación CIVILE, Universidades, etc.), que dolosamente asistidas por el Estado podrían cumplir con esas funciones.

Cualquiera de los tres modelos propuestos, como ha quedado dicho, deberá diferenciar de los otros aspectos del financiamiento, que quedará en todos los casos, bajo el rubro del ámbito específico de las autoridades estatales.

A MODO DE CONCLUSIÓN

La comparación de los regímenes legales y reglamentarios existentes en los países de Latinoamérica muestra una amplia variedad de situaciones frente a la regulación, acreditación y autorización de fondos públicos hacia las asociaciones de consumidores, tanto como descriptores común denominador de la prohibición de ser recepciones de donativos y fondos provenientes del sector empresarial.

La atención sustantiva de las asociaciones en algunos casos (España, Unión Europea, Suiza), en menor escala Argentina, Chile, Panamá, Perú), e inexistente (Colombia, Paraguay), demuestra por igual las claras necesidades de ayuda económica y técnica que padecen las asociaciones de consumidores, como activas participantes no gubernamentales en la defensa de los derechos y protección concreta de los consumidores y usuarios en la región y el mundo.

Por ello es preciso que los gobiernos incluyan en sus agendas públicas la atención real de esas necesidades, legislando, reglamentando y controlando adecuadamente la actividad de estos actores sociales que en muchos casos, sustituyen la función estatal estallado cerca de los vulnerables: del mercado, asistidos o intervenido en forma permanente equilibrar las asimetrías existentes entre las partes de la relación de consumo.

Santiago, 6 de abril de 2015.

MEMORIA DE LA
UNIDAD FUNDACION
DE CONSUMIDORES
ASOCIACIONES
CONSUMIDORA

SECCION DE ASISTENCIA
AL CONSUMIDOR Y
PROTECCION DE LOS
DERECHOS DEL CONSUMIDOR
LAV. 2007. 4485. 10. 2015. 10. 2015.

Detalle solicitud de compra

Identificación solicitante

Nombre solicitante:	Tania Ruiz
Cargo solicitante:	Otro
Area solicitante:	DeducConsu

Productos o servicios solicitados

Nombre	Cantidad	Valor neto estimado
Consultora guía de Fortalecimiento de Adc	1	\$ 1,00

Datos adicionales de la solicitud

Número de solicitud:	3126-2015
Fecha creación solicitud:	Jueves, 19 de febrero de 2015
Cotización solicitante:	<input checked="" type="checkbox"/> TDR Guía para el Fortalecimiento Adc.doc
?Autorización de gabinete?:	No
Centro de costo:	Depto Participación Ciudadana
Observaciones:	Se solicita iniciar proceso de contratación directa de consultora " guía de fortalecimiento de competencias de Asociaciones de Consumidores" se adjunta temino de referencia para la misma.

Resumen evaluación

Tramos UTM:	Entre 100,01 y 1000 UTM
Monto neto estimado:	\$ 15,000,000,00
?Requiere evaluación de jeratur?:	SI
?Requiere evaluación de director?:	No
?Es servicio general?:	No
Observaciones:	

Validación y rerendación presupuestaria

Centro de costo:	Depto Participación Ciudadana
Cuenta contable:	22
Número compromiso SIGFE:	2015
?Existe presupuesto?:	SI
Observaciones:	DPC => PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO ADC

Evaluación de Gastos



REF: AUTORIZA TRATO DIRECTO (1611-356-
SE15) POR SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE
ELABORACIÓN DE GUIA PARA EL
FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS DE
LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES CON
DON JOSÉ LUIS LAQUIDARA.

RESOLUCIÓN EXENTA N° 0481

SANTIAGO, 31 MAR 2015

VISTOS:

Lo dispuesto en los artículos 57 y siguientes de la Ley N° 19.496, que establece Normas Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores; el artículo 8 letra g) de la Ley N° 19.886, de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios, en concordancia con el artículo 10 N° 7 letra m), y el inciso segundo del artículo 107 del Decreto N° 250 de 2004, del Ministerio de Hacienda, que aprobó el reglamento de la Ley N° 20.798 de Presupuestos para el Sector Público del año 2015; la Resolución Exenta N° 1079 de 2013, que delega facultades en la Jefatura del Departamento de Administración y Finanzas; y la Resolución N° 1.600 de 2008, de la Contraloría General de la República.

CONSIDERANDO:

1. Que por Resolución Exenta N° 0349, de fecha 11 de Marzo de 2015, se aprobaron los Términos de Referencia para contratar los servicios especializados de "Elaboración de Guía para el Fortalecimiento de competencias de las asociaciones de consumidores", y se invitó a participar a don José Luis Laquidara de nacionalidad argentina, DNI10596763.

2. Que don José Luis Laquidara presentó sus antecedentes y su oferta Técnica y Económica el 17 de Marzo de 2015, mediante correo electrónico enviado a la Unidad de Compras de SERNAC, aceptando los términos de referencia.

3. Que, de acuerdo al acta de la Comisión Evaluadora, de fecha 26 de Marzo de 2015, José Luis Laquidara resultó idóneo para la prestación de los servicios y su propuesta se ajusta a los términos de referencia, por lo que es posible su contratación.

4. Que existe disponibilidad presupuestaria para proceder a esta contratación.

5. Las facultades delegadas en la Jefatura del Departamento de Administración y Finanzas.

RESUELVO:

1. AUTORIZASE trato directo para la contratación del Servicio Especializado de "Elaboración de Guía para el fortalecimiento de competencias de las asociaciones de consumidores" con don JOSÉ LUIS LAQUIDARA, de nacionalidad Argentina, DNI N°10596763, en virtud de lo dispuesto en el artículo 8 letra g) de la Ley N°