

Involucrando a los consumidores

Porqué y Cómo



guía práctica para los organismos
que desarrollan normas

ISO en breve

ISO es la Organización Internacional de Normalización. ISO cuenta con una membresía de 163* organismos nacionales de normalización de países grandes y pequeños, industrializados, en desarrollo y en transición, en todas las regiones del mundo. La cartera de ISO de más de 18 500* normas ofrece a las empresas, los gobiernos y la sociedad herramientas prácticas para las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económico, ambiental y social.

Las normas ISO hacen una contribución positiva al mundo en que vivimos, facilitan el comercio, diseminan el conocimiento, difunden los avances innovadores en tecnología y comparten buenas prácticas de gestión y de evaluación de la conformidad.

Las normas ISO proporcionan soluciones y logran beneficios para casi todos los sectores de actividad, incluida la agricultura, construcción, ingeniería mecánica, fabricación, distribución, transporte, dispositivos médicos, tecnologías de información y comunicación, medio ambiente, energía, gestión de calidad, evaluación de la conformidad y servicios.

ISO sólo desarrolla normas cuando existe un requisito indiscutible en el mercado. El trabajo se lleva a cabo por expertos en la materia provenientes directamente de los sectores industriales, técnicos y empresariales que han identificado la necesidad de la norma, y que posteriormente aplicarán la norma. Estos expertos pueden ser acompañados por otros con conocimientos relevantes, tales como representantes de organismos gubernamentales, laboratorios de ensayo, asociaciones de consumidores y sector académico y por organizaciones internacionales gubernamentales y no gubernamentales.

Una norma internacional ISO representa un consenso mundial sobre el estado del arte en el tema de esa norma.

* En marzo 2011

Contenido

ISO en breve	2
Resumen ejecutivo	3
Porqué - y cuándo - involucrar a los consumidores	4
¿Cuáles son los beneficios de involucrar a los consumidores, y dónde pueden hacer una diferencia?..	7
¿Cómo puede ser efectiva la participación de los consumidores organizados?	10
¿Quién es un representante de los consumidores?	17
Interfaz con ISO/COPOLCO	20
Financiamiento de representantes de los consumidores	23
Capacitación de los representantes de los consumidores	26
Recursos ISO	31
Enlaces a organizaciones citadas en este folleto	32



Resumen ejecutivo

Este folleto tiene como objeto proporcionar a los organismos nacionales de normalización (ONN) – tanto para los miembros de la Organización Internacional de Normalización (ISO) como de los comités nacionales de la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC), así como otras organizaciones de desarrollo de normas (ODN), una guía práctica para lograr la participación del consumidor en la normalización. Cubre el por qué y cuándo involucrar a los consumidores en la normalización, el valor que los consumidores aportan a la elaboración de normas, la forma de organizar la participación efectiva de los consumidores y la definición de que se entiende por un representante de los consumidores. El folleto también trata sobre el Comité de ISO sobre Política del Consumidor (COPOLCO), el financiamiento y la capacitación de representantes de los consumidores, y los recursos y enlaces para estudios posteriores. Los estudios de casos muestran cómo todos estos temas han sido abordados, sobre todo en un contexto nacional o regional.



Puntos clave

- Las normas son más relevantes para el mercado si abordan las preocupaciones de los consumidores, y si los consumidores están involucrados en su desarrollo.
- Las preferencias del consumidor, los temas sociales, y los acuerdos comerciales están impulsando la expansión de los programas de trabajo de normalización, lo que hace que la participación de los consumidores sea esencial.
- Hay muchas maneras positivas en las que los consumidores pueden influir en el diálogo de las normas.
- Los ONN y ODN desempeñan un papel fundamental en ayudar a organizar los aportes de los consumidores.
- Los representantes de los consumidores deben ser independientes de los intereses comerciales y capaces de comunicar el punto de vista del consumidor usuario final. También deben ser capaces de retroalimentar sus conocimientos adquiridos de las experiencias de normalización a otros consumidores.
- ISO COPOLCO ofrece un valioso foro para el diálogo entre los representantes de las organizaciones de consumidores, ONN y otros interesados en la participación de los consumidores en la normalización.
- Los consumidores carecen de recursos. Necesitan apoyo financiero y otros para participar en el establecimiento de normas, especialmente en el ámbito internacional.
- Los consumidores deben ser conscientes de la importancia de las normas y la participación en la normalización, y podrían beneficiarse de capacitación en los procedimientos y efectiva participación en la normalización.
- Se ofrece orientación adicional en los recursos que se enumeran al final de este folleto.

¿Por qué - y cuándo - involucrar a los consumidores?



El trabajo de un ONN (o ODN) va más allá de la definición de los parámetros técnicos para aplicaciones industriales o la codificación de métodos de ensayo. También puede implicar el establecimiento de normas de seguridad y el rendimiento de productos de consumo tales como equipamientos de ocio, electrodomésticos, muebles y juguetes para niños, sólo para nombrar algunos ejemplos. La seguridad de los alimentos, bienes y servicios para las personas de la tercera edad y con discapacidad son algunos ejemplos de las áreas más generales, donde se han desarrollado muchas normas de vital importancia para los consumidores. Involucrar los intereses de los consumidores en las actividades de dichas normas es esencial.

Las normas que se basan en el consenso de todas las partes afectadas - incluidos los consumidores usuarios finales - y que satisfacen las necesidades básicas de los consumidores serán más relevantes para el mercado. Esto aumentará la confianza del consumidor en los productos resultantes y permitirá que sean difundidas con mayor facilidad en el mercado.



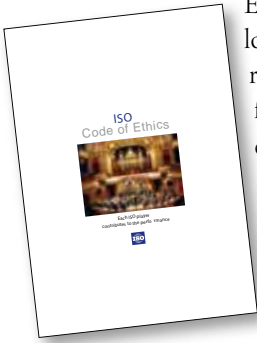
Tanto ISO como IEC han reconocido la importancia de la participación de los consumidores al emitir una *Declaración conjunta ISO/IEC sobre la participación de los consumidores en el trabajo de normalización*.¹⁾ Esta declaración de política hace un llamado a los miembros de ambas organizaciones a fomentar y apoyar la participación de los consumidores en la elaboración de normas de bienes y servicios utilizados por los consumidores o que de otra manera afecten sus intereses. Proporciona una guía sobre cómo involucrar a los consumidores en todas las etapas del trabajo de elaboración de normas. Se observa que el grado de participación de los consumidores debe reflejar la importancia relativa de los intereses de los consumidores en un proyecto de norma en particular. Se cita la necesidad de involucrar a los consumidores en la planificación de los programas de trabajo de normalización, tanto nacional como internacional, y en la política de asuntos relacionados con el consumidor.



Se afirma que los consumidores deben participar en la identificación de áreas prioritarias de trabajo donde la participación de los consumidores se considera esencial, así como las áreas donde la participación del consumidor se considera menos importante. El Comité ISO sobre política de los consumidores (ISO COPOLCO) ha identificado y revisa continuamente las áreas prioritarias desde el punto de vista del consumidor,²⁾ que incluyen algunas actividades tratadas en IEC.

1) www.iso.org/iso/copolcparticipation_2001.pdf

2) www.iso.org/iso/resources/resources_consumers/areas_of_focus_for_consumers_within_standards.htm



El *Código de Ética de ISO* refuerza estos conceptos comprometiéndose a los miembros de ISO a tener en cuenta las opiniones de todos los intereses pertinentes a nivel nacional y tomar las medidas adecuadas para facilitar la participación de los consumidores y otras partes afectadas de la sociedad civil, las PYME y las autoridades públicas.³⁾ Asimismo el *Plan Maestro de IEC 2006* establece que “para asegurar la aceptación más amplia posible del trabajo de IEC y para reflejar la evolución de la sociedad, los Comités Nacionales de IEC fomentarán la participación de los usuarios finales y los consumidores, tanto a nivel nacional como en calidad de miembros de sus delegaciones en IEC.”

En relación a la participación en los comités técnicos (TC) y subcomités, las Directivas ISO/IEC Parte 1 disponen que “los organismos nacionales tienen la responsabilidad de organizar la participación nacional en una forma eficiente y oportuna, teniendo en cuenta todos los intereses pertinentes en su nivel nacional”.

Los procedimientos de debido proceso de algunos ONN y ODN especifican que se deben buscar activamente y considerar plenamente en las actividades de normalización las opiniones que sean representativas de los usuarios. Esto incluye la opinión de los consumidores en el ámbito de la actividad de normalización sobre los efectos de protección al consumidor, salud y seguridad, asuntos ambientales, y temas relacionados. También puede especificar que un comité de desarrollo de una norma, o el desarrollo de las contribuciones nacionales en una norma internacional, tiene un equilibrio razonable de intereses y no estar dominado por ningún interés individual.

Estas son algunas razones por las cuales los ONN y ODN deberían involucrar los intereses de los consumidores en sus programas de trabajo de normalización.

Temas sociales que han influido en las decisiones de compra de los consumidores y en programas de trabajo de normalización

Los consumidores están cada vez más preocupados con la producción sostenible y las prácticas éticas comerciales. Es probable que compren en función de cómo se produce un producto o servicio, además de la ponderación de los factores tradicionales tales como el precio, seguridad y salud, calidad, rendimiento e información del producto. Los consumidores estuvieron entre los primeros en pedir la elaboración de normas para la gestión ambiental y la consiguiente publicación en 1996 de la serie de normas ISO 14000. Los consumidores también estaban a la vanguardia de la decisión de ISO en 2004 de producir una norma internacional sobre la responsabilidad social (ISO 26000) que dio lugar a un esfuerzo sin precedentes para involucrar a los consumidores y otras partes interesadas. Los consumidores también han pedido normas y programas significativos de evaluación de la conformidad relacionados con el etiquetado ecológico y otras etiquetas en productos de “compras éticas”. En la actualidad, se están desarrollando y publicando normas en ámbitos como la contabilidad y verificación de



3) www.iso.org/iso/codeethics_2004.pdf



cuantificación de la huella de carbono, eficiencia energética de los edificios, biotecnología, gestión de los recursos hídricos, y nanotecnologías. Los consumidores tienen un importante interés en la definición de normas y mejores prácticas para todas estas áreas que tienen un impacto directo sobre ellos.

Internet y otros medios de comunicación han incrementado considerablemente la cantidad de información que está disponible para los consumidores y las opciones de productos y servicios disponibles para ellos.

En consecuencia, los defensores del consumidor han solicitado normas de protección al consumidor de productos y servicios que se comercian en el mercado global. Por ejemplo, ante la insistencia de los consumidores, se iniciaron tres proyectos de normas sobre “satisfacción del cliente” que detallan cómo las organizaciones pueden gestionar las relaciones con sus clientes: ISO 10001, *Gestión de la calidad. Satisfacción del cliente. Directrices para los códigos de conducta de las organizaciones*, ISO 10002, *Gestión de la calidad. Satisfacción del cliente. Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones* e ISO 10003, *Gestión de la calidad. Satisfacción del cliente. Directrices para la resolución de conflictos de forma externa a las organi-*

zaciones. Los consumidores también han solicitado normas relativas a las transacciones por comercio electrónico de las empresas a los consumidores, productos retirados del mercado y comercio transfronterizo de bienes de segunda mano, y esas normas se están desarrollando.

Las normas apoyan cada vez más los marcos comerciales y reglamentarios.

Los acuerdos comerciales, como la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y el llamado de la Unión Europea para armonizar los reglamentos nacionales a internacionales y/o regionales en el área de salud y seguridad. Bajo el Acuerdo de la OMC sobre Obstáculos Técnicos al Comercio, sin una justificación suficiente las normas nacionales de un país no pueden exceder los requisitos de cualesquiera normas internacionales vigentes. Las leyes nacionales son también un factor. En los Estados Unidos, por ejemplo, las agencias del gobierno federal están obligadas a basarse en normas voluntarias de consenso a efectos de regulación y adquisición, excepto cuando sean inconsistentes con la ley aplicable o por otra parte poco prácticas. Estos acuerdos ponen de relieve la importancia de la participación de los consumidores en el desarrollo de un amplio consenso sobre las normas para productos y servicios utilizados por los consumidores.



Considerando el amplio alcance de las normas y su impacto y creciente importancia para el comercio internacional, los ONN y ODN tienen la obligación de consultar la perspectiva del consumidor.

Usted se puede preguntar: “Pero ... ¿dónde se puede encontrar esta perspectiva?” Esta viene a menudo a través de un representante de los consumidores, que representa un grupo más amplio, como una organización o asociación de consumidores y que tiene experiencia

en uno o varios temas de consumo. Sin embargo, el número y perfil de las organizaciones de consumidores, y los recursos con los que cuentan para seguir los temas normativos de interés del consumidor, varía mucho de país a país.

¿Cuáles son los beneficios de involucrar a los consumidores, y dónde hicieron una diferencia?

La participación de los representantes de los consumidores añade credibilidad al proceso de desarrollo de normas. Los representantes de los consumidores hacen un aporte valioso a un ONN o ODN, proporcionando retroalimentación desde el punto de vista del usuario final.

Existen varias formas mediante las cuales un representante de los consumidores puede influir en el resultado de las discusiones, produciendo mejores y normas más relevantes, y por lo tanto productos finales más convenientes. Por ejemplo:

- ayudan a asegurar que las normas que se producen son relevantes para el mercado, identificando normas o programas de normalización que son de interés prioritario para los consumidores,
- proporcionan datos sobre los niveles aceptables de riesgos para productos definidos por las normas,
- dan ejemplos de cómo se utilizan realmente los productos y servicios (o su mal uso previsible) en la práctica,
- prestan asesoramiento sobre temas de comunicación, incluyendo el etiquetado, instrucciones del producto y advertencias,
- sugieren cuales son las características que requieren los consumidores con necesidades especiales como niños, personas mayores y personas con discapacidad,
- proponen soluciones para hacer frente a las necesidades de consumo, tales como la seguridad, rendimiento, calidad, interoperabilidad o mejora de la protección del consumidor.

Algunos estudios de casos que ilustran cómo los consumidores han añadido valor se muestran aquí. La siguiente sección proporciona más información sobre cómo hacer contacto y estructurarla inclusión de los puntos de vista de los consumidores.

Estudio de caso – BSI (British Standards Institution)

Una encuesta de 2008 mostró que cuando el servicio al cliente cae por debajo de las expectativas, más del 70 por ciento de los consumidores migran hacia un competidor. La Unidad del Consumidor e Interés Público de BSI jugó un papel decisivo en la publicación de BS 8477, Código de Prácticas para el servicio al cliente, que se desarrolló gracias a la colaboración de los consumidores y representantes de la industria. Identifica las características esenciales que necesitan las organizaciones para enfrentar las expectativas de sus clientes y con ello aumentar la fidelidad y retención de clientes.



Estudio de caso – CSA (Canadian Standards Association)

Un representante de los consumidores en CSA es miembro del comité para la seguridad de las células, tejidos y órganos para el trasplante y la reproducción asistida. El individuo participó activamente en organizaciones voluntarias con un enfoque en la donación de órganos, riñones, en particular. Después

de recibir dos trasplantes de riñón, el representante de los consumidores considera que se debe “dar algo a cambio”. Como representante de los consumidores en este comité, ofrece una perspectiva de consumo de gran valor, que combina un amplio conocimiento en la materia con la experiencia personal única, asegurando que los consumidores estén representados.



Estudio de caso – DIN (Deutsches Institut für Normung)



Los requisitos para el proceso de calidad de la planificación financiera, calificación del personal y ética, que fueron discutidos y acordados dentro de la comunidad de los consumidores alemanes, se proporcionaron como aporte al trabajo de ISO/TC 222, Planificación financiera personal. La mayor parte de los requisitos propuestos han sido tomados en cuenta y ahora están en la norma

certificable ISO 22222, Asesoramiento en gestión del patrimonio personal. Requisitos para los gestores de patrimonios personales. El aporte de los consumidores fue fundamental para el comité y la norma atiende directamente las necesidades de los consumidores.

Estudio de caso – KATS (Korean Agency for Technology and Standards)

La necesidad de un adaptador estándar para las computadoras portátiles ha sido observada en varios países, incluyendo Corea. Los consumidores estaban ansiosos acerca de los beneficios que la normalización traería como la comodidad y ahorro de costos, resultado de la interoperabilidad, reducción de residuos de aparatos electrónicos y protección del medio ambiente. KATS ha llevado

a cabo investigaciones en esta área y ha desarrollado una propuesta de una norma internacional para los adaptadores de computadoras portátiles.



¿Cómo se organiza la participación efectiva de los consumidores?

Muchos países cuentan con una infraestructura bien establecida de organizaciones no gubernamentales que actúan como guardianes de las actividades gubernamentales y empresariales. Estas incluyen organizaciones de consumidores independientes, sin fines de lucro que se ocupan de una amplia gama de temas de protección al consumidor tales como la seguridad de productos de consumo, lesiones y prevención de accidentes, así como prevención de la publicidad engañosa y prácticas comerciales desleales. Los representantes de dichas organizaciones pueden ser los mejor calificados para servir como representantes de los consumidores debido a su experiencia e independencia de intereses comerciales. Los ONN y ODN deben considerar llegar e involucrar a estos grupos de defensa de consumidores.

Algunos países no tienen un movimiento de consumidores reconocido u organizado. El ONN puede entonces ayudar a reunir a los consumidores por personas de ideas afines y grupos para discutir cómo se puede garantizar la participación de los consumidores. Por ejemplo, las personas involucradas en el servicio público, iniciativas de calidad, mundo académico y asociaciones profesionales tienen información sobre cómo se puede desarrollar rápidamente la experiencia de los consumidores. También pueden ser individuos o grupos que se ocupan de asuntos locales que puedan estar interesados en ampliar sus intereses. También es posible formar una organización dentro del ONN centrado directamente en los trabajos de normalización. Por otra parte, los representantes de los consumidores pueden preferir desarrollar sus propias organizaciones independientes para aportar sus puntos de vista en el ONN.

Así mismo hay países con muchas organizaciones de consumidores, pero que no coordinan sus esfuerzos. Esto puede ser un verdadero desafío para el ONN de desarrollar una cooperación y una voz de los consumidores coherente, sobre todo si los grupos de consumidores tienen opiniones opuestas sobre determinadas cuestiones. Sin embargo, los beneficios derivados de proporcionar liderazgo y desarrollo de la cooperación son mayores que los costos del tiempo involucrado.

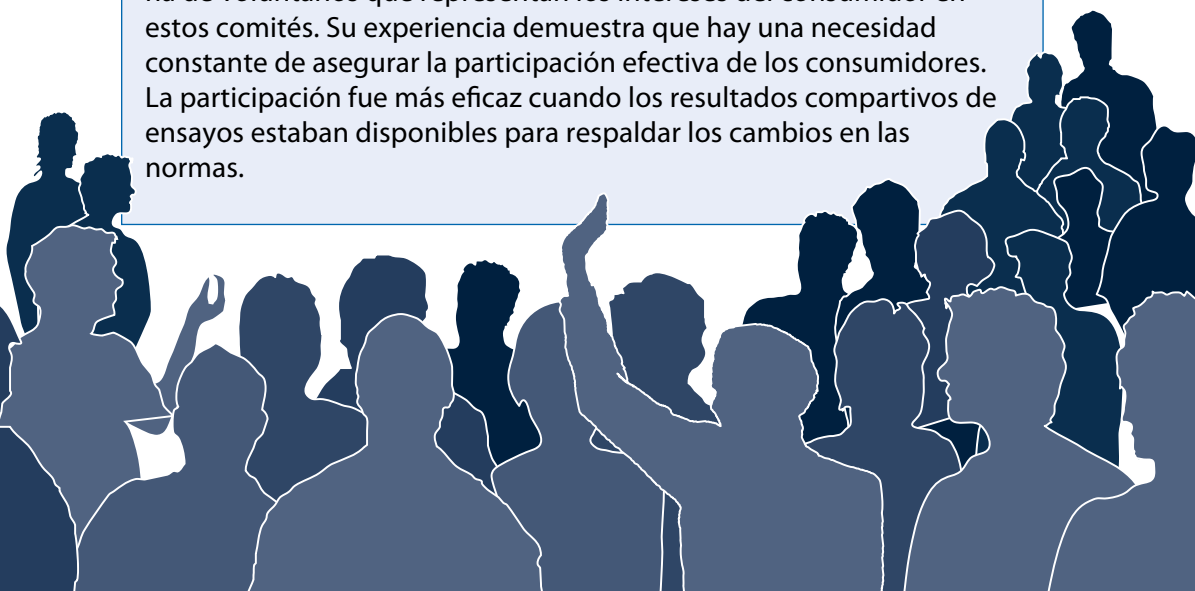


El rol que le corresponde al ONN es el de coordinar la participación del consumidor en los trabajos de normalización en los niveles nacional, regional e internacional. En algunos casos, la coordinación puede implicar tanto a los ONN y en otros a los ODN que desarrollan normas para productos y servicios de consumo. Esto varía dependiendo de cómo se organiza el sistema nacional de normalización. Por ejemplo, algunos ONN elaboran normas (por ejemplo, BSI - Reino Unido, DIN - Alemania), mientras que otros (por ejemplo, ANSI - EE.UU., y SCC - Canadá) no lo hacen. Estos últimos pueden acreditar un ODN para elaborar normas a nivel nacional. También pueden trabajar con ODN y otras partes interesadas para organizar comités espejos nacionales de CT de ISO e IEC.

Una serie de ONN y algunos ODN mantienen un comité, consejo, red o foro de consumidores que sirve como un punto focal para coordinar la participación de los consumidores en la normalización. El establecimiento de tales comités de consumidores está recomendado en la Declaración de ISO/IEC sobre participación de los consumidores en la normalización. Estos grupos a menudo incluyen representantes de los consumidores y organizaciones de interés público, organismos gubernamentales pertinentes, y defensores de consumidores individuales como miembros. También pueden incluir otras partes interesadas, tales como organizaciones de ensayos, universidades, ODN, asociaciones profesionales, minoristas, asociaciones comerciales e industriales y otros. En algunos ONN, este tipo de mecanismo de coordinación es de reciente desarrollo, en otros, ya existe hace muchos años un comité de intereses de los consumidores. Algunos ejemplos de los dos se dan en los próximos estudios de casos.

Estudio de caso – BIS (Bureau of Indian Standards) y Consumer Voice (India)

Consumer Voice ha sido representada en varios de los comités de BIS por más de una década. Consumer Voice tiene alrededor de una docena de voluntarios que representan los intereses del consumidor en estos comités. Su experiencia demuestra que hay una necesidad constante de asegurar la participación efectiva de los consumidores. La participación fue más eficaz cuando los resultados compartivos de ensayos estaban disponibles para respaldar los cambios en las normas.





Estudio de caso – BSI (British Standards Institution) Red de Consumo e Interés Público (CPI)

La red de Consumo e Interés Público de BSI (CPI) incluye organizaciones enfocadas en los consumidores y en los intereses públicos, y alrededor de 50 representantes individuales CPI. Los representantes de CPI en conjunto participan en cientos de comités para una amplia gama de productos y servicios tanto a nivel nacional e internacional pero también contribuyen en muchas otras etapas del proceso de elaboración de normas. Por ejemplo, hay un proceso para desarrollar nuevas ideas de normas dentro de la red (y más allá) y priorizar estas desde el punto de vista del CPI y de la probabilidad de que resulte en una norma que será utilizada por otras partes interesadas. La larga lista de ideas es compartida con otros miembros de BSI y también asiste a la contribución de BSI a COPOLCO. La Red tiene normalmente dos reuniones 'de todos los miembros' por año en las cuales se puede invitar a otras organizaciones para escuchar o discutir sobre temas de normalización de importancia. Otras reuniones pueden centrarse en grupos o temas particulares para informar a las organizaciones de consumidores y los reguladores de la serie de normas para servicios que están disponibles. La Unidad CPI dentro de BSI apoya la red. Existen coordinadores de CPI para cada uno de los sectores en los que BSI desarrolla normas y para fines de enlace con los comités de los consumidores europeos e internacionales como COPOLCO.

Estudio de caso –

Consejo de Consumidores de DIN (Deutsches Institut für Normung)

El Consejo de Consumidores de DIN es un comité del Consejo de DIN. Los cinco miembros del Consejo de Consumidores son miembros honorarios e independientes de los intereses de DIN. Fijan las líneas estratégicas y políticas para su órgano ejecutivo, la oficina del Consejo del Consumidor. La oficina del Consejo del Consumidor de DIN forma parte de la estructura organizativa de DIN. Nueve miembros del personal son empleados por DIN y representan los intereses de los consumidores dentro de DIN y sus CT, así como en los comités europeos e internacionales. El personal permanente del Consejo del Consumidor es apoyado por cerca de 70 representantes voluntarios de los consumidores, que son nombrados por el Consejo del Consumidor para los proyectos de normas específicas.



Estos representantes voluntarios provienen de las organizaciones de consumidores, centros de consumo, instituto de ensayos comparativos, consumidores especiales relacionados con grupos de interés (por ejemplo,



asociaciones de automovilistas, clubes deportivos), asociaciones de protección de menores, institutos de ensayos independientes, universidades, etc. Además de los representantes voluntarios, el personal permanente del Consejo del Consumidor participa activamente en el trabajo de CT y grupos de trabajo nacionales, europeos e internacionales. Ellos también están involucrados con el trabajo de ANEC, que es la voz de los

consumidores europeos en materia de normalización, así como en ISO COPOLCO.

Estudio de caso – ICONTEC (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación)

ICONTEC diseñó la estrategia de integración de los intereses de los consumidores en la elaboración de normas al participar en COPOLCO, contando con un comité espejo nacional, y difundiendo los documentos pertinentes. Se creó un comité con la intención de cumplir con este propósito en 2005. Este comité contribuye a y adopta las guías desarrolladas por ISO/COPOLCO; en particular, trabajó con la guía ISO/IEC 76, Desarrollo de normas para servicios - Recomendaciones para abordar los temas de consumo. Además, si ICONTEC tiene un problema que requiere la opinión de los consumidores, el comité colombiano COPOLCO trabaja en esto. Los miembros de este comité son las asociaciones de consumidores, el gobierno y delegados de diferentes industrias. El comité proporciona un punto focal para aportes de los consumidores que ayuda a fortalecer la voz de los intereses del consumidor en Colombia.

Estudio de caso – IRAM (Instituto Argentino de Normalización y Certificación) Comité de Consumidores (CICON)

Con el apoyo de un proyecto regional de Consumers International para fortalecer la participación de las organizaciones de consumidores en América Latina y el Caribe, se convocó a una reunión de ONNs en IRAM en 2004. Las organizaciones de consumidores también contaron con patrocinio y pudieron así participar en una reunión de ISO COPOLCO en 2005. Los esfuerzos iniciales se centraron en la comprensión de la importancia de las normas y cómo impactan en la vida cotidiana, y sobre los procedimientos de normalización. La experiencia demostró que muchas organizaciones de consumidores no estaban conscientes de las normas y la labor de IRAM. IRAM acordó conformar un comité de consumidores y comenzó a celebrar reuniones periódicas y talleres para discutir las normas relacionadas con los consumidores que se estaban desarrollando. También creó un boletín electrónico mensual para ayudar a introducir a las organizaciones de consumidores en el proceso de normalización. Se ha establecido una base sólida para la participación de los consumidores y el objetivo es aumentar la participación de los consumidores en el futuro.



Estudio de caso – SA (Standards Australia) y CFA (Federación de Consumidores de Australia)

Los representantes de CFA han participado en la elaboración de normas de australianas por más de 20 años. CFA gestiona el Proyecto de Normas de Australia, que apoya a 24 representantes de los consumidores voluntarios en 60 CT de SA, tres Comités de ISO e ISO COPOLCO. Los comités con representación de CFA cubren una amplia gama de normas de productos, procesos y ensayos destinadas a promover la seguridad del producto, niños y seguridad infantil, salud pública, acceso para discapacitados, sostenibilidad ambiental y mejores prácticas de negocio. El CFA colabora regularmente con altos funcionarios de SA y representantes de políticas de los consumidores a través del Foro de Consumo Permanente de SA. En 2008, el Coordinador de Normalización del CFA hizo una breve presentación a los ODN que asistieron a un foro de Oficinas Nacionales de Normalización. Esto proporcionó una buena oportunidad para explicar las expectativas de los representantes de los consumidores, los procesos para involucrarlos y las ventajas de su inclusión en la elaboración de normas.

Estudio de caso – SCC (Standards Council of Canada) y CSA (Canadian Standards Association)

SCC, que es el ONN, mantiene un Comité de Consumidores e Interés Público (CPIC), que analiza cuestiones relacionadas con los consumidores y el interés público, incluyendo elementos tales como la salud, seguridad y medio ambiente. El mandato incluye el suministro de asesoramiento sobre políticas y hacer recomendaciones al Consejo de Administración de SCC y a sus comisiones con el propósito de avanzar sobre los asuntos relacionados con la normalización para los consumidores y los intereses públicos. El CPIC también es responsable de representar los intereses de Canadá en ISO COPOLCO. El comité cuenta con muchos representantes de los consumidores como miembros.

CSA, uno de los cuatro organismos de normalización canadiense acreditado por SCC, tiene cerca de 100 representantes de los consumidores muy activos en más de 274 CT, comités de dirección estratégica y CT internacionales y grupos de asesoramiento estratégico (SAG). El personal y representantes de CSA participan en ISO COPOLCO junto con el personal y representantes de SCC.





¿Quién es un representante de los consumidores?

ISO COPOLCO ha definido el término “consumidor” en el sentido de un miembro individual del público en general, que compra o usa productos, propiedades o servicios, para propósitos privados.⁴⁾ Sin embargo, no existe una definición de “representante de los consumidores” a nivel internacional.

En el caso del grupo de trabajo de ISO sobre responsabilidad social (RS), los grupos de interés se definen debido a los procedimientos únicos aplicados a ese trabajo.⁵⁾ El grupo de trabajo sobre RS define un representante en la categoría de partes interesadas de los consumidores, como representante de una “organización de consumidores”, que es ya sea:

- 1) una organización independiente sin fines de lucro que defiende los intereses de los consumidores ante otras organizaciones o gobiernos, que no participa en la promoción de intereses comerciales (aunque puede participar en las actividades comerciales relacionadas con el suministro de información al consumidor y la promoción de su propio trabajo), y no está afiliada a ningún partido político, o
- 2) una organización o agencia que es activa en los asuntos de los consumidores (por ejemplo, que se especializa en un tema específico de consumidores, como las normas, la ley o la protección del consumidor).

La definición de RS precisó que en términos de participación internacional, se debe dar prioridad a los representantes de las organizaciones de consumidores que cumplen con la definición **1)**. Sin

4) Declaración sobre la participación de los consumidores en el trabajo de Normalización de ISO/IEC www.iso.org/iso/copolcopericipation_2001.pdf y la definición reconfirmada vía Resolución de COPOLCO 3/2009

5) www.iso.org/sites/ConsumersStandards/en/pdf/N048_rev1.pdf

embargo, si no hay una organización que responda a esta definición, o si ninguna de las organizaciones de consumidores decide participar en el proceso, entonces, puede participar un representante de una organización u organismo que cumple con la definición 2). Un ejemplo de esto es un departamento gubernamental o agencia de manejo de asuntos del consumidor y reconocido por el público como tal, o un órgano independiente dentro de una representación de los intereses del consumidor en un ONN.



Las definiciones que pueden servir como representantes de los consumidores varían entre los ONN y ODN. Sin embargo, la definición de RS es un punto de referencia con el potencial para su aplicación en contextos de normalización. Todas las organizaciones de consumidores deben ser notificadas, e invitadas a participar, cuando se lleva a cabo una actividad de normalización relacionada a un producto o servicio de consumo.

Un representante de los consumidores debe estar libre de cualquier interés comercial en la materia en discusión, por ejemplo no debe ser un productor o distribuidor de los productos o servicios a los que se refiere la norma subyacente.

Un perfil técnico relevante es sin duda útil, pero la capacidad de evaluar y articular con claridad las necesidades de los consumidores del usuario final es mucho más importante que la profunda experiencia. Esto es fundamental para la credibilidad ante los ojos de otros miembros del comité de normalización. La capacidad de leer, escribir y hablar inglés es importante a nivel internacional. Los representantes de los consumidores también deben ser capaces de transferir los conocimientos adquiridos en sus experiencias de normalización a otros representantes de consumidores.

Los miembros de la comunidad académica pueden ser buenos representantes de los consumidores, en particular los que participan en asociaciones, y en disciplinas como ingeniería y ciencias de la familia y del consumidor (es decir, economía doméstica) y la economía de consumo en el nivel universitario.

Una característica común entre los ONN y ODN que tienen un programa activo de participación de los consumidores es que están luchando para gestionar su red de representantes de consumidores. Así, por ejemplo, van a trabajar para garantizar que las personas que no están directamente afiliadas a una organización de consumidores sin fines de lucro estén preparadas para hablar como consumidores. Esto puede ocurrir mediante la formación e intercambio de información a través de la vinculación con los representantes y/o investigación de las organizaciones de consumidores.

Estudio de caso – CSA (Canadian Standards Association)

CSA define un representante de los consumidores como un individuo que participa como miembro de un comité de normalización para representar los intereses de los consumidores en la elaboración de normas CSA.

Los representantes de los consumidores no reflejan un interés particular de ningún grupo de partes interesadas. CSA especifica que un comité matriz “comprenderá las categorías de interés apropiadas para el ámbito del comité” y para la mayoría de los comités lo siguiente es apropiado: intereses del productor, autoridad reguladora, interés de los usuarios e interés general. CSA precisa que la categoría de interés de los usuarios incluye “a los que principalmente representan intereses de los consumidores o usuarios finales del (los) producto(s), material(es) o servicio(s) y que no están involucrados de alguna manera en la producción y/o en la distribución del (los) producto(s), material(es) o servicio(s).” También especifica que la categoría de interés general incluye “aquellos que no están asociados con la producción, distribución, uso directo o regulación del (los) producto(s), material(es) o servicio(s), pero que han demostrado conocimientos o credenciales especializadas pertinentes. Esta categoría puede incluir a representantes de interés académico, científico o de los consumidores.

Estudio de caso – UL (Underwriters Laboratories, Inc.)

UL, un ODN acreditado por ANSI, define la categoría de interés de los consumidores para sus paneles técnicos de normalización (STPs) como las organizaciones de consumidores de envergadura, los departamentos de consumidores en las universidades, los departamentos de economía doméstica en las universidades, los consumidores profesionales y particulares que utilizan el producto como parte de su medios de subsistencia y no son elegibles para ser miembro de STP en otra categoría de interés.

Interfaz con ISO/COPOLCO

COPOLCO de ISO fue fundado en 1978, su membresía está integrada por más de 100 ONN de países de todo el mundo. Los delegados incluyen representantes de los ONN, ODN, organizaciones de consumidores y otros grupos en los distintos países. IEC también está representado.

COPOLCO ofrece un foro para el intercambio de información y experiencias sobre temas de normalización y evaluación de la conformidad de interés para los consumidores. En él se identifican las áreas de normalización de interés prioritario para los consumidores y trabaja para promover y coordinar la participación de los consumidores en esas áreas. También influye en el programa de trabajo de ISO, al proponer nuevas áreas para la normalización, donde hay una necesidad percibida de mejorar la protección de los consumidores. Además, COPOLCO convoca talleres y produce guías relacionadas con las normas, declaraciones de políticas y publicaciones de información sobre temas de importancia para consumidores. COPOLCO ha hecho numerosas contribuciones valiosas para el bienestar de los consumidores a nivel internacional a través de diversas iniciativas, incluyendo un amplio programa de formación. Los ONN que no son miembros actualmente son fuertemente alentados a participar. Para obtener más información acerca de COPOLCO, visite el sitio Web de ISO en www.iso.org/consumers



A nivel nacional, un comité de consumidores del ONN (cuando existe) es normalmente la interfaz directa con ISO COPOLCO. Los miembros del comité de los consumidores a menudo participan en las delegaciones en las reuniones anuales de COPOLCO y sus grupos de trabajo. Algunos ONN convocarán una reunión extraordinaria de su comité de los consumidores antes de la reunión de COPOLCO con el fin de revisar y discutir los documentos de trabajo de COPOLCO y para preparar las observaciones de su delegación y las posiciones para la reunión.

Los ONN que trabajan para mejorar la participación de los consumidores, incluso se anima también a aquellos que no tienen un comité de consumidores completamente formado, a participar en COPOLCO. En estos casos, es posible que deseen realizar encuestas para conocer la opinión de los consumidores en su país. También podrían considerar las oportunidades de colaborar con los consumidores y ONN regionales o internacionales a través de otros canales disponibles.

Los mecanismos de coordinación en el rango de nivel regional van desde ANEC, una organización establecida, formalmente estructurada y con el personal necesario, hasta recientes redes estructuradas de manera más informal, como ANCO y CT 153 PAN-COPOLCO.

También existen los mecanismos que se centran en garantizar que las necesidades de los consumidores en los países en desarrollo se reflejen en el trabajo de COPOLCO y en la normalización internacional. Estos incluyen la participación en COPOLCO por la organización paraguas, Consumers In-

ternational, así como un foro en COPOLCO centrado en las necesidades específicas de los consumidores en los países en desarrollo.

El Comité de Política del Consumidor de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) también mantiene relaciones de enlace con COPOLCO. Desde el punto de vista de coordinación, esto puede ser de particular interés para los ONN dentro de las economías de la OCDE.

Estudio de caso –

ANCO (Asian Network for Consumer Participation in Standardization)

ANCO originalmente fue fundada por la Asociación Japonesa de Normalización (JSA) para complementar las actividades de ISO COPOLCO mediante la promoción de la participación de los consumidores asiáticos en actividades de normalización nacionales e internacionales y fortalecer los vínculos regionales entre los países participantes en materia de normalización relacionadas con consumidores. La secretaría de ANCO se basa en Malasia y actualmente es presidida por el Presidente de la Asociación de Malasia de los Usuarios de Normas (Usuarios de Normas). El grupo se reúne junto con la reunión anual de COPOLCO y sostiene talleres sobre temas como la seguridad del producto y el diseño accesible.

Estudio de caso –

ANEC (the European Consumer Voice in Standardization)

ANEC representa los intereses de los consumidores europeos en la creación de normas técnicas, especialmente aquellas desarrolladas para apoyar la aplicación de las leyes europeas y las políticas públicas. ANEC se rige por una Asamblea General que se compone de un individuo de cada uno de los 30 países de la Unión Europea (UE) y la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC). Las decisiones estratégicas de la Asamblea General son ejecutadas por una junta ejecutiva conocida como el Comité Directivo de ANEC. Cada campo de prioridad en que opera ANEC, determinado por la Asamblea General y el Comité de Dirección, tiene un Grupo de Trabajo de enfoque. La Secretaría, encabezada por el Secretario General de ANEC actúa como el centro de la asociación. El financiamiento es provisto por la UE y AELC. ANEC coopera con ISO COPOLCO y proporciona un informe en la reunión anual de COPOLCO.

Estudio de caso – CI (Consumers International)

CI es una federación mundial de organizaciones de consumidores con unas 220 organizaciones miembros en 115 países. El alcance de CI es horizontal y se hace especial hincapié en mejorar el bienestar de los consumidores en los países en desarrollo. CI ha establecido el enlace con COPOLCO y participa activamente en su trabajo y en la normalización internacional. CI convoca reuniones de sus miembros conjuntamente con la reunión plenaria de COPOLCO y proporciona un informe anual a COPOLCO.

Estudio de caso – CT 153 PAN-COPOLCO

CT 153 PAN-COPOLCO se compone de 18 ONN que son miembros de COPANT (Comisión Panamericana de Normas Técnicas) que trabajan cooperativamente para hacer aportes a COPOLCO por esa región y para ayudarse mutuamente a reforzar sus estrategias para la participación de los consumidores.

Estudio de caso – DCCG (Developing Countries COPOLCO Group)

El DCCG es un foro en COPOLCO cuyo objetivo es fomentar una mayor participación de los representantes de consumidores y asociaciones de los países en desarrollo en las actividades de COPOLCO y para garantizar que los asuntos de los países en desarrollo se abordan en COPOLCO. Mientras que la membresía está abierta a cualquier miembro de COPOLCO, el coordinador debe ser de un país en desarrollo. El grupo se reúne conjuntamente con la reunión anual de COPOLCO y mantiene una lista de miembros y lista de correo electrónico para comunicarse entre las reuniones. El DCCG no debe ser confundido con el Comité de ISO sobre Asuntos de los Países en Desarrollo (DEVCO), comité de desarrollo de políticas de ISO que responde a las necesidades y requerimientos de los países en desarrollo en la normalización y actividades conexas.

Financiamiento de representantes de los consumidores



Los limitados recursos humanos y financieros a menudo presentan limitaciones en la capacidad de los representantes de consumidores a participar en el establecimiento de normas voluntarias. Los consumidores a menudo necesitan asistencia financiera para participar, especialmente a nivel internacional. Los ONN y ODN deberían considerar el establecimiento de un mecanismo para ayudar a apoyar financieramente la participación de los consumidores en la elaboración de normas y las actividades políticas. Esta es una forma importante de reconocer el valor de la perspectiva del consumidor.

Algunos ONN y ODN ya tiene modelos funcionando para ofrecer incentivos financieros y otros apoyos para los representantes de los consumidores para que participen en la política normativa y reuniones técnicas. Se puede conceder ayuda para la participación a nivel nacional, regional o internacional. Se puede incluir el reembolso de los viajes, alojamiento y gastos de manutención para los representantes de los consumidores para asistir a reuniones, y en algunos casos un pequeño honorario. Algunos ONN y ODN además han previsto que los representantes de consumidores tengan una computadora portátil, software asociado, acceso a Internet, capacitación y soporte de ayuda de TI, capacidad para teleconferencias, y recuperación de los costos de impresión de documentos. Ver ejemplos en *Directorio de ISO de interés de participación de los consumidores* (www.iso.org/isoconsumerdirectory), bajo cada miembro listado.

Los modelos existentes para financiar la participación de los consumidores en la normalización varían dependiendo de la estructura y la función de un ONN u ODN: ya sea el apoyo gubernamental o del sector privado; y si desarrolla normas, o reconoce y coordina el trabajo de otros ODN. Financiar la participación de los consumidores también depende de la capacidad del ONN u ODN de asegurar los ingresos y comprometer gastos anuales hacia dicho programa. Las contribuciones pueden provenir del gobierno, del mismo ONN u ODN,

otras fuentes privadas, o alguna combinación de éstos. La decisión de invertir en el apoyo a la participación de las partes interesadas de consumidores exigirá un compromiso de la alta dirección del ONN u ODN. Si no hay ningún programa para consumidores en marcha, el financiamiento debe asignarse antes para apoyar al personal de tiempo completo o parcial para asumir la responsabilidad de la gestión del programa de los consumidores. Al establecer un programa de financiamiento para la participación de los consumidores, un ONN u ODN podría invitar a las organizaciones de consumidores para ayudarles a identificar las áreas de mayor prioridad para la participación de los consumidores a nivel nacional o internacional, por ejemplo, sobre la base de las áreas prioritarias identificadas por COPOLCO. Con base en ese análisis, el ONN u ODN podría seleccionar uno o dos (o más) de estas áreas para su programa de financiamiento. Por ejemplo, podrán concederse subvenciones para un representante de los consumidores para asistir y participar en un comité técnico de ISO o IEC (nacional o comité espejo) por un período de uno o dos años. Un segundo representante de los consumidores podría ser financiado para participar en COPOLCO para un período de tiempo similar.

Un ONN u ODN podría establecer criterios para representantes de los consumidores para participar en su red de consumidores, sobre todo con el fin de ser elegibles para recibir financiamiento. Un ejemplo puede ser que el representante de los consumidores:

- es independiente de intereses comerciales;
- se compromete a participar durante un período específico de tiempo;
- pasa por un proceso de solicitud, entrevista y selección, y proporciona referencias;
- participa en programas de formación; y
- requiere fondos para participar (si se busca financiamiento).



Los criterios también pueden estipular que el rendimiento de un representante de los consumidores será evaluado a través del tiempo con el fin de recibir fondos en forma permanente y garantizar la participación efectiva.

Por su parte, COPOLCO está estudiando cómo se puede construir sobre los éxitos del pasado con el fin de seguir adelante. En el caso del grupo de trabajo de ISO RS se creó, un fondo fiduciario con carácter excepcional por el Consejo de ISO y operado bajo la responsabilidad del grupo de trabajo sobre RS hasta la publicación de la norma. Esto fue útil para ayudar a representantes de los consumidores y expertos de otras partes interesadas y regiones sub-representadas para participar en el trabajo. Además, con el apoyo de subvencio-

nes de los donantes y el programa de asistencia técnica de ISO para los países en desarrollo, COPOLCO ha sido capaz de atraer a más representantes de los consumidores de los países en desarrollo en los talleres y reuniones plenarios de COPOLCO mediante la vinculación de las iniciativas de formación con estos eventos.

Estudio de caso – BSI (British Standards Institution)

El costo de apoyo a la Red CPI se comparte más o menos en la proporción de 2:1 entre BSI y el departamento correspondiente del gobierno del Reino Unido. El fondo fue originariamente creado para cubrir los gastos de viaje y dietas de los representantes de los consumidores que asisten a las reuniones nacionales o internacionales, también está disponible para algunos otros costos relacionados de apoyo a los representantes, incluida la formación, algunos de los materiales informáticos, los costos de sede para las reuniones externas y pequeños proyectos de investigación. Las decisiones sobre qué financiar están basadas en si el trabajo está en una de las áreas prioritarias, y luego si se trata de una prioridad dentro de ese sector (la decisión es tomada por los coordinadores de CPI, colectiva e individualmente).



Estudio de caso – DIN (Deutsches Institut für Normung)

El Consejo del Consumidor de DIN es responsable de representar a los consumidores en la normalización. Su trabajo se financia en gran medida (70%) por el Ministerio Federal de Alimentación, Agricultura y Protección del Consumidor. El resto de su presupuesto (alrededor del 30%) es financiado por DIN. Los representantes en el Consejo del Consumidor de DIN participan de forma voluntaria en comités nacionales, europeos o internacionales y se les paga los gastos de viaje, hotel y una dieta diaria. Con el fin de ser aceptado como un representante voluntario de los consumidores, la persona debe en primer lugar, tener la experiencia necesaria en el área. No debe haber ningún interés pecuniario en relación con el proyecto de norma. El voluntario debe tener una comprensión de los intereses y problemas de los consumidores. También debe ser capaz de leer y hablar inglés para seguir el trabajo europeo e internacional. Muchos de los voluntarios del Consejo Consumidores de DIN provienen de organizaciones de consumidores, pero también hay gente de universidades, así como institutos de ensayos. El Consejo del Consumidor de DIN decide caso por caso si acepta a alguien como representante voluntario de los consumidores o no.

Formación de los representantes de los consumidores



El ONN u ODN puede lograr la educación del consumidor sobre la importancia de las normas y participación en la normalización mediante un diálogo proactivo. Los programas de divulgación y sensibilización a menudo son una parte integral de ambos esfuerzos iniciales y en curso para organizar la participación de los consumidores a nivel nacional.

Más allá de sus esfuerzos más generales de difusión, los ONN y ODN pueden también ofrecer una formación formal en ambos procedimientos de normaliza-

ción y participación efectiva, o de formación sobre temas específicos de interés de los consumidores, a través de talleres y seminarios. Además, pueden ofrecer publicaciones impresas o capacitación y recursos educativos con base en la web para orientar a representantes de los consumidores en su trabajo en los comités. Por lo menos un ODN ofrece un programa de tutoría donde un nuevo representante de los consumidores contará con una pre-reunión con el presidente del comité de normalización y un ingeniero u otro experto designado, que será asignado como una "sombra" para responder cualquier pregunta que el representante de los consumidores tenga en su primera reunión de comité.



COPOLCO también mantiene un grupo de formación que ha trabajado en cooperación con DEVCO y la unidad de Desarrollo de Servicios de Capacitación de ISO (ISO/DEVT), mediante subvenciones de donantes, para celebrar varios seminarios de capacitación regionales, ya sea en conjunto o por separado de las reuniones COPOLCO. Esta iniciativa tiene por objeto aumentar la participación del consumidor en el establecimiento de normas y ha incluido el desarrollo de un módulo de aprendizaje a distancia para los representantes de los consumidores en línea y en CD-ROM titulado *Los consumidores y las normas: alianza para un mundo mejor*. Además de apoyar seminarios de capacitación y talleres, este módulo de aprendizaje a distancia también puede ser utilizado como una herramienta de aprendizaje "autónoma". El programa de capacitación también ha evolucionado para incluir eventos de formación de formadores en los que un experto en COPOLCO facilita la instrucción a un pequeño grupo de individuos sobre cómo llevar a cabo sus propios eventos de capacitación en sus países o regiones (ver también los recursos ISO).

Estudio de caso – ANSI (American National Standards Institute)

En los últimos años, los esfuerzos de ANSI de divulgación se han centrado en dialogar en las conferencias anuales de organizaciones de consumidores y asociaciones académicas relacionadas en un esfuerzo por promover la participación de los consumidores en el establecimiento de normas.



Los temas han incluido hogares más seguros a través de la participación del consumidor en la normalización y la incorporación de la normalización en los currículos universitarios. El personal de ANSI se ha asociado con los miembros del Foro de Interés del Consumidor de ANSI y con los colegas COPOLCO para estas presentaciones y para crear conciencia de las iniciativas de COPOLCO. Un formato de taller utilizado fue un ejercicio interactivo sobre cómo evaluar los datos sobre lesiones y elaborar una norma de seguridad para un producto de consumo. Los talleres virtuales llevados a cabo por conferencia telefónica y enlace a Internet también se han llevado a cabo de manera que los consumidores pueden participar en los comités de política de normalización.



Estudio de caso – CSA (Canadian Standards Association)

Los nuevos representantes de los consumidores reciben un "paquete de bienvenida" que incluye el folleto del programa de los consumidores, descripción del puesto, cuaderno de formación del representante del consumidor, materiales relacionados con su comité en particular, como listas de miembros del comité y actas de reuniones anteriores, declaraciones de viajes y guías, formularios de presentación de informes del comité, el directorio más actualizado de representante del consumidor, y la revisión más reciente del programa para consumidores. Todos ellos pretenden dar una visión general de cómo funciona el programa.



Los nuevos representantes de los consumidores también están invitados a asistir a nuevas sesiones de capacitación de los miembros que se celebran en diversos lugares durante todo el año. Además, el Comité y Grupo de Servicios al Consumidor de CSA organiza un seminario cada año de los consumidores y una actividad de capacitación en la reunión general anual de CSA para los representantes de los consu-

midores que asisten a las reuniones de comités, así como invitados especiales. Los representantes de los consumidores también tienen acceso al "Área Sólo para Miembros" donde los miembros pueden comunicarse sobre diversos temas, ver los proyectos de normas, informes de reuniones y artículos de interés. Los representantes de los consumidores son también periódicamente examinados con el fin de obtener información valiosa para varios proyectos de investigación basados en los consumidores.

Estudio de caso – DSM (Department of Standards Malaysia) y Standards Users (Asociación Malasia de usuarios de normas)

DSM, que es el ONN, designó a Standards Users, una ONG, para ayudar con la promoción de normas y actividades de sensibilización para los consumidores. Desde entonces, Standards Users se ha embarcado en una serie de iniciativas dirigidas a estudiantes, maestros y público en general, tanto en zonas rurales y urbanas. Entre las actividades están un ensayo y un concurso de fotografía, programas de divulgación en las escuelas y seminarios públicos. Además, Standards Users ha desarrollado diversos materiales educativos, incluyendo una revista, cuaderno de series de normas y guías de los docentes, documentos de posición, y otras publicaciones.



Standards Users también publica la única revista sobre las actividades de normalización regional titulada Normalización en Asia en 2009. La revista fue lanzada en conjunto con la celebración en Malasia del Día Mundial de la Normalización 2009.

Estudio de caso – JISC (Japanese Industrial Standards Committee)

JISC ofrece tres tipos de cursos de formación y educación para representantes de los consumidores. Un curso elemental para explicar que es la normalización y su papel e importancia para los consumidores, se ofrece en conjunto con eventos organizados por las organizaciones de consumidores. Un curso básico presenta cómo la normalización puede ser una herramienta eficaz para resolver los problemas de los consumidores y permite a los estudiantes proponer un tema para ser normalizado a partir de una perspectiva del consumidor. Para aquellos que pronto participaran o hayan participado en un solo comité para la elaboración de una norma nacional, un curso avanzado introduce la forma efectiva de participación de los representantes de los consumidores en el comité. Además de estos cursos, se ofrece formación en materia de normalización, bajo solicitud, para estudiantes de colegio de primaria y secundaria y de escuelas técnicas.

Estudio de caso –

KATS (Korean Agency for Technology and Standards)

Como parte de sus esfuerzos para mejorar la comprensión del público y enseñar los conocimientos básicos relacionados con las normas, KATS está participando activamente en actividades educativas reflejando el contenido relacionado con normas en los libros de texto de escuelas primarias y secundarias. También está desarrollando programas educativos y materiales didácticos para los estudiantes universitarios para fomentar especialistas en los campos de normalización, incluyendo electricidad y electrónica y tecnologías de la información y comunicación. También está organizando un curso de formación dirigido a un público específico de los institutos de la industria, academia e investigación sobre cómo convertirse en expertos en normas internacionales. KATS también organiza cada año una Olimpiada de Jóvenes Normalizadores, que facilita la comprensión de los adolescentes sobre pesos y unidades de medidas establecidos por ley. KATS organizó un seminario sobre la promoción de la participación de los grupos de consumidores en materia de normalización durante la Semana Mundial de la Normalización para ampliar el conocimiento de las normas y para promover la participación activa de los consumidores. KATS también está desarrollando un curso educativo para ayudar a los grupos de consumidores que aprendan acerca de la normalización.

Recursos de ISO

Una lista completa de recursos de capacitación desarrollados por COPOLCO, muchos de los cuales están dirigidos a orientar a los representantes de los consumidores en las actividades de normalización, está disponible en línea en ISO:

www.iso.org/iso/resources/resources_consumers/publications_produced_by_copolco.htm. Esto incluye el módulo de aprendizaje a distancia de COPOLCO *Consumidores y las normas: Asociación para un mundo mejor* disponible en ISO Online o en un CD-ROM y presentaciones que se utilizan en el curso de COPOLCO de capacitación de los capacitadores.

Para más detalles sobre cómo específicos miembros de ISO involucran los consumidores en sus actividades normativas, consulte *ISO Directory of Consumer Interest Participation*:

www.iso.org/iso/resources/resources_consumers/iso_directory_of_consumer_interest.htm. Este directorio también identifica el personal en el ONN que puede ser un recurso más para obtener información adicional acerca de cómo se organiza la participación de los consumidores.



Enlaces a organizaciones mencionadas en este folleto

ANCO – Asian Network for Consumer Participation in Standardization

www.standardsusers.org

ANEC – The European Consumer Voice in Standardization

www.anec.org

ANSI – American National Standards Institute, Consumer Affairs

www.ansi.org/consumer

BIS – Bureau of Indian Standards

www.bis.org.in

BSI – British Standards Institution, Consumer & Public Interest Unit

www.bsigroup.com/Consumers

CFA – Consumers' Federation of Australia

www.consumersfederation.org.au

CI – Consumers International

www.consumersinternational.org

Consumer Voice

www.consumer-voice.org

CSA – Canadian Standards Association, Consumers

www.csa.ca/cm/ca/en/consumers

DIN – Deutsches Institut für Normung, Consumer Council

www.verbraucherrat.de

DSM – Department of Standards Malaysia

www.standardsmalaysia.gov.my

ICONTEC – Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación

www.icontec.org

IRAM – Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM)

www.iram.org.ar

JISC – Japanese Industrial Standards Committee

www.jisc.go.jp/eng/index.html

KATS – Korean Agency for Technology and Standards

www.kats.go.kr/english

SA – Standards Australia

www.standards.org.au

SCC – Standards Council of Canada, Consumer and Public Interest Committee

www.scc.ca/en/about-scc/governance/advisory-committees-at-scc/cpic

Standards Users – Malaysian Association of Standards Users

www.standardsusers.org

UL – Underwriters Laboratories Inc., Standards Technical Panels – Consumer News

http://ulstandardsinfonet.ul.com/stp/consumer_news.html

Ver también ISO Online (**www.iso.org**) para obtener una lista de estas organizaciones.



Secretaría Central de ISO
1, ch. de la Voie-Creuse
Case postale 56
CH-1211 Ginebra 20
Suiza

Tel. + 41 22 749 01 11
Fax + 41 22 733 34 30
Web www.iso.org

ISBN 978-92-67-10544-4
© ISO, 2011-04/1 500



Traducción realizada por COPANT bajo
su responsabilidad, con la autorización de ISO.