

Fundashon pa
Konsumidó



JAARVERSLAG 2010



35 jaar tot uw dienst

JAARVERSLAG ***2010***

INLEIDING

De Fundashon pa Konsumidó is in het jaar 1975 opgericht als een particulier initiatief van enkele bezorgde burgers die de noodzaak zagen om met een onafhankelijke consumentenorganisatie te beginnen. De primaire bedoelstelling van de Fundashon pa Konsumidó is dan ook om de belangen van onze consumenten te behartigen in de ruimste zin des woord.

Voor de Fundashon pa Konsumidó staat de consument centraal. In het kader hiervan is de algemene doelstelling van de stichting het streven naar een volwaardige maatschappelijke, juridische en economische positie van de consument, zowel individueel als collectief ten aanzien van de aanbieders.

Alle activiteiten die de stichting onderneemt zijn af te leiden en terug te vinden in haar Beleidsplan die in 1996 is opgesteld en die gebaseerd zijn op de 8 basisrechten van de consument. Volgens de "Guidelines for Consumers Protection" van de Verenigde Naties zijn deze basisrechten, waaraan niet getornd kan worden, als volgt:

- Recht op bevredigende basisbehoeften
- Recht op bescherming van economische belangen
- Recht op bescherming van gezondheid en veiligheid
- Recht op vrije keuze bij aankoop van goederen en diensten
- Recht op voorlichting en vorming (informatie en onderwijs)
- Recht op inspraak en vertegenwoordiging (om gehoord te worden)
- Recht op schadevergoeding (vergoeding van geleden schade)
- Recht op een schoon milieu

Ter verdere verwezenlijking en de realisatie van de doelstellingen van de Fundashon pa Konsumidó, en in het bijzonder de verdere verspreiding van het consumentisme, heeft de stichting de laatste jaren veel tijd geïnvesteerd om de bewustwording van de gemeenschap te verhogen. Dit gebeurde meestal via de media. Met perscommuniqués, radio en Tv-interviews trachten wij zo de belangen van onze consumenten te behartigen. Tevens hebben wij met een kritisch maar eervol en constructief standpunt de misstanden benaderd en aandacht van gezagdragers hiervoor gevraagd.

Maar zoals met alle ontwikkelingsprocessen neemt deze ook zijn tijd. We zien echter wel een vooruitgang. Stap voor stap zien we dat burgers voor hun eigen belangen opkomen, en dat is voor ons een teken dat de boodschap goed ontvangen wordt. Het is daarom voor de Fundashon pa Konsumidó dan ook van eminent belang dat deze ontwikkelingen door gaan en dat de gemeenschap verder versterkt wordt in de uitoefening van hun sociaal-maatschappelijke verantwoordelijkheid en keuzes.

Constante informatievoorziening, meer contacten met de burgers en het indienen van wetsvoorstellen in het belang van de gemeenschap zullen voor komende jaren de speerpunten zijn om onze doelstelling te realiseren: ***"Un komunidat mas konsiente i kritiko."***

DE ORGANISATIE

De Visie

De visie van de Fundashon pa Konsumidó kan simpelweg als volgt worden geformuleerd.

“Het bereiken van een bewustere gemeenschap waarbij iedere burger goed geïnformeerd is over zijn rechten en plichten en dientengevolge op een kritische wijze bewust keuzes kan maken.”

Hoofdtaken Fundashon pa Konsumidó

De Fundashon pa Konsumidó onderscheidt zich voor de navolgende kerntaken:

- Het geven van voorlichting, zowel in eigen beheer als via de massa media
- Activiteiten ontplooiën op het gebied van Onderzoek
- Activiteiten ontplooiën op het gebied van Beleidsbeïnvloeding
- Klachtenbehandeling
- Prijs- en kwaliteitsvergelijking van waren en voedsel

De stichting streeft ernaar haar werk op een aantal strikte uitgangspunten te baseren, nl.:

onafhankelijkheid, kwaliteit en betrouwbaarheid. Verder moet de consumentenbelang zoveel mogelijke gebaseerd zijn op feiten.

Belangrijke hulpmiddelen om het vorenstaande te bereiken zullen ondermeer zijn het bevorderen van de marktdoorzichtigheid en verbetering van het marktaanbod.

PRODUCTIE EN WERKPROCES

A. VOORLICHTING

Goede en uitgebreide voorlichting waarbij een grotere besef van de rechten en de bescherming van de consument wordt benadrukt, is een noodzaak voor Curaçao. Goede voorlichting kan voorts een zeer machtig instrument zijn om veranderingen te bereiken. Een van de belangrijkste taken van de Fundashon pa Konsumidó is daarom ook de consument van de juiste informatie te voorzien waardoor deze in staat wordt gesteld beter en makkelijke keuzes te maken. Voorlichtingscampagnes worden voornamelijk gehouden via de massa media. In deze hebben wij ervaart dat de pers in de meeste gevallen altijd bereid is de informatie aan de gemeenschap over te brengen. De respons van de media ervaart de Stichting als zeer positief. Slechts in die gevallen waarbij leveranciers bij naam worden genoemd, hebben wij gemerkt dat enkele radiostations “voorzichtig” zijn om ons kritiek naar voren te brengen.

In het kader van het beleidsvoornemen om op gefundeerde wijze voorlichting te geven en beïnvloedend te werk te gaan, heeft de Fundashon pa Konsumidó in 2010 verschillende perscommuniqués en interviews gegeven over actuele onderwerpen die van belang waren voor de consument. In totaal zijn er rond de 85 radio- en Tv-interviews geweest. Verder zijn wij ingegaan op alle uitnodigingen die wij hebben ontvangen voor radio en tv-programma's. Zo zijn we ingegaan op een uitnodiging van de Tv-programma Caribbean Kids News om informatie over de werkzaamheden van de Fundashon te geven. Caribbean Kids News is een wekelijkse Tv programma speciaal gericht op de jongeren.

Naast reguliere voorlichting hebben wij in het jaar 2010 ook specifiek aandacht besteed aan die toestanden waarvan wij meenden dat deze een probleem voor onze gemeenschap konden worden.

Enkele hiervan waren o.a.:

De stroomtoestand met Aquallectra.

Zo hebben wij bijvoorbeeld ons kritiek geuit over de situatie met de Aquallectra. Stroom viel constant uit maar het nutsbedrijf had toch de durf om de overheid om tariefverhoging te vragen. Wij hebben hierover fel ons mening geuit en dat het bedrijf eerst intern moet kijken alvorens de gemeenschap met een tariefsverhoging te belasten. Naar aanleiding hiervan heeft de directie van de Aquallectra met het bestuur van de Fundashon vergaderd om hun standpunt uit te leggen.

Illegale Varkenskwekerij.

In augustus 2010 hebben wij ook aandacht van de lokale gezagdragers verzocht over het geval van vermoedelijke illegale varkenskwekerij te Malpais. Dit vooral vanwege het feit dat er vernomen werd dat er ook zieke varkens waren. En gezien het feit dat in ons cultuur mensen vaak vers vlees kopen, zagen wij dit toestand als een gevaar voor volksgezondheid. Wij hebben de gemeenschap dan ook geadviseerd verzocht om tijdelijk vers varkensvlees te vermijden. Later werd vernomen dat een deel van de dieren afgevoerd werd in verband met hun ziekte.

Te zoete honing.

Naar aanleiding van klachten en bezorgdheden van onze consumenten over de kwaliteit van honing op de lokale markt, hebben wij contact op genomen met de directie van de Dienst Gezondheidszorg, de GGD, om meer informatie omtrent hoe de kwaliteit van een product gemeten kan worden. Uit verkregen informatie kan gesteld worden dat het testen van o.a. honing een heel complexe materie is daar er op vele fronten getest kan worden. Bijv.: de kleur, zoetigheid, densiteit van het product. Uit de gesprekken is wel duidelijk naar voren gekomen dat er momenteel geen duidelijke regels zijn voor degenen die honing importeren of zelf produceren. Deze dienen zo snel mogelijk te komen om te garanderen dat op de markt kwaliteit-product aangeboden wordt.

Voor wat betreft contacten en samenwerking hebben wij gedurende het jaar 2010 met diverse instanties aan tafel gezeten om zo de belangen van onze gemeenschap beter te kunnen behartigen.

Zo hebben wij door het constant uitblijven van prijsvergelijkende controles uitgevoerd door de door de Dienst Economische Zaken, een eerste aanzet gedaan om met de vereniging van supermarkten SUVECO afspraken te maken, zodat wij in het vervolg zelf prijsopnames konden uitvoeren. Er werd samen vergaderd en tot duidelijke afspraken gekomen om eventuele misverstanden te vermijden. Er kan gesteld worden dat deze samenwerking tot heden naar tevredenheid geschiedt.

Verder hebben wij ook met mensen van onder andere de Bureau Telecommunicatie & Post vergaderd over een nieuwe in te voeren energiebeleid. In deze hebben ook ons standpunt kenbaar gemaakt en nogmaals ons rapport *“Energiebeleid uit consumentenperspectief”* naar voren gebracht. De plannen voor het liberaliseren van de energiemarkt en het mogelijk maken voor de consument om zelf energie op te wekken zijn aangenomen door de overheid en zullen in nabije toekomst geïmplementeerd worden.

Een kennismaking en oriënterend gesprek met de minister van Economische Ontwikkeling, de heer el Hakim was ook een van de belangrijke hoogtepunten voor onze stichting van het jaar 2010. Tijdens deze gesprekken heeft de Fundashon haar plannen en visie voor komende jaren gepresenteerd en ook werd formeel gesproken over het verhogen van het subsidiebedrag dat de stichting jaarlijks krijgt. O.a. werd naar voren gebracht dat vanwege de schaarse geldmiddelen de FpK de laatste jaren niet altijd al haar plannen uitvoeren, en dat zonder de benodigde investeringen al het goed werk dat de stichting levert, verloren kan gaan. Na veel heen en weer werd het subsidieverzoek gehonoreerd en sinds 2011 ontvangen wij een subsidiebedrag van fl. 450.000,00.

Daarnaast hebben wij ook met de fractie van de politieke partij Pueblo Soberano aan tafel gezeten en gelobbyd om steun voor onze plannen om met een geschillencommissie te komen. Anno 2012, invoering van een Geschillencie. laat nog op zich wachten.

B. ONDERZOEK EN BELEIDSBEÏNVLOEDING

Doelstelling van de prijsvergelijkende (waren)onderzoeken is om de consumenten te informeren waar er voordeligst gekocht kan worden. Resultaten van onze prijsvergelijkende onderzoeken zijn van begin al een van de meest gevraagde producten. Vooral gezien de constante prijsstijgingen, wordt de Fundashon pa Konsumidó constant benaderd om te weten bij welke supermarkten het voordeligst is.

Voor het jaar 2010 werden er in totaal 4 prijsvergelijkende (waren)onderzoeken uitgevoerd te weten voor Carnaval, Vastentijd, met schoolvakantie en met Kerst.

Uit de verschillende prijsvergelijkingen is geconcludeerd dat de prijzen bij de verschillende supermarkten soms niet veel variëren. De laatste jaren schijnt het steeds moeilijker te stellen welke supermarkten het meest voordeliger zijn om inkopen te doen. Al hoewel de prijzen hier en daar variëren kunnen wij niet echt zeggen dat bijv. A supermarkt goedkoper is dan B. De vraag die dan bij ons rijst: is er sprake van prijsafspraken onder de supermarkten?

Bij de botika's is ons wel te duidelijk te merken de botika's Novo, Groot Piscadera en Cerrito meestal als voordeligst uit onze onderzoeken komen.

Verder hebben wij ter compensatie van het uitblijven van de overige prijsvergelijkende onderzoeken, telkens handige tips gegeven waarmee de gemeenschap rekening kan houden als zij inkopen gaan doen.

Bijvoorbeeld in verband met Vastentijd de consument verschillende praktische tips gegeven die in acht moeten worden genomen en bij hun inkopen, vooral bij het kopen van vis.

In verband met Eerste Heilige Communie en Vormsel hebben wij verschillende handige tips en voorbeelden gegeven, hoe men een leuk feest kan organiseren zonder dat deze aanzienlijk duur moet kosten.

In verband met de krantvolle moederdagscampagnes en reclames, de gemeenschap attent gemaakt om op een verantwoordelijke wijze met hun portemonnee om te gaan. De diverse reclamecampagnes lijken op eerste zicht heel aantrekkelijk, maar kunnen aan het eind een hoop geld kosten, vooral als er gebruikt wordt gemaakt van de "bon di 10 luna".

Schooluniform en Schooltransport

Samen met de "Back to School" campagnes hebben wij ook aandacht gevestigd op de problemen die elk jaar opnieuw komen wanneer ouders schooluniformen moeten aanschaffen; geen vrijheid van keuze, ouders kunnen niet bij andere leveranciers hun bestelling plaatsen, uniformen zijn duur, scholen houden zich niet aan de voorschriften van het RK Schoolbestuur e.d. elk jaar komt dit onderwerp weer ter sprake. Maar nog steeds is er geen duidelijk beleid hieromtrent voor wat betreft de overheid.

Voor wat betreft schooltransport, hebben wij een oproep gedaan aan die consumenten die het echt nodig hebben om zich bij de desbetreffende instantie te melden zodat hun kinderen ook van deze voorziening gebruik kunnen maken.

Door onwetendheid is gebleken dat er veel mensen zijn die geen kennis hebben over de mogelijkheid dat de overheid biedt om gratis schoolvervoer te krijgen. Uit gesprekken met functionarissen van de SAE, Servisio Asuntunan Edukashonal, is gebleken dat het soms juist de burgers die over een vervoermiddel beschikken van deze regeling gebruik maken, en niet de burger die het echt nodig heeft. Gelet op het voorgaande heeft de overheid dan ook de voorwaarden verscherpt door o.a. met een maximum salaris aan de voorwaarden toe te voegen.

World Consumers Right Day 2010



**15 March 2010
World Consumer
Rights Day**

Op 15 maart wordt elk jaar opnieuw de Internationale Dag van de Consumentenrechten gevierd. Vanaf 1985 kiest Consumers International een thema uit waarover aangesloten consumentenorganisaties kunnen debatteren en activiteiten hierover kunnen organiseren. Thema voor het jaar 2010 was **“dienstverlening van de financiële sector: toegankelijk voor iedereen?”**

In het kader van deze dag heeft de Fundashon een onderzoek gedaan over tevredenheid van klanten over

de service en dienstverlening van banken. Het onderzoek is verricht naar kennis, ervaring en perceptie van de consument op Curaçao over de bank waar hij of zij bankiert. Naast het onderzoek is er gekozen om een tweede onderzoek te verrichten in de vorm van “mystery shopping” waarbij de informatieverstrekking van de banken vergeleken werd met de uitslagen uit de enquêtes.

Resultaat:

In totaal werden er 800 consumenten benaderd met vragen over het hebben van een (betaal)rekening, over spaargedrag, leenmotieven en over de kennis over de kosten die gemoeid zijn bij het bankieren.

Van alle ondervraagden blijkt 4 op de 5 een bankrekening en een spaarrekening te hebben. Personen met een spaarrekening spaar 2 op de 5 regelmatig door maandelijks een bedrag over te maken naar deze spaarrekening. De helft van de ondervraagden weet hoeveel rente de bank vergoedt.

Bij de vraag naar de motieven om geld te lenen werd er relatie gelegd met de doel van de lening. Hierbij waren de geïnterviewden minder geneigd een lening aan te gaan voor consumptieve uitgaven. Daarentegen stonden ze positiever ten opzichte van duurzamere investeringen zoals een huis of een auto.

Op de kennisvragen met betrekking tot het aangaan van een lening waren de antwoorden divers. 55% van de ondervraagden stelt zich op de hoogte van de leningsvoorwaarden bij een gewone lening bij een bank. Er wordt meer belang gegeven aan de af te lossen maandbedrag. Zaken als rood staan bij de bank en limieten en rentepercentages op 'credit cards' waren bij de meesten niet bekend.

Van de 35% van de ondervraagden die een lening hebben lopen bij een bank stelt echter vrijwel iedereen dat men goed op de hoogte is van de leningvoorwaarden, de rentepercentages. De voorlichting van de bank ervaren zij ook als goed alhoewel de helft van de ondervraagden stelt dat ze een volgende keer geen lening bij dezelfde bank zouden afsluiten.

Onderzoek II: Mystery Shopping

Om de beleving van de consument te toetsen heeft Fundashon Pa Konsumido in aansluiting op de enquêtes ook een aantal bezoeken gedaan aan banken.

Gekeken werd of de dienstverlening, informatieverstrekking en uitleg over de leenvoorwaarden duidelijk en transparant waren naar de consument toe.

Bij de dienstverlening scoren de meeste banken goed: wachttijden waren kort, de bankmedewerkers waren doorgaans vriendelijk, correct, geïnteresseerd en namen voldoende tijd om de vragen van onze mystery-shoppers te beantwoorden. Bij de meeste banken is er genoeg aandacht besteed aan de privacy van de klant voor het voeren van een vertrouwelijk gesprek.

De informatieverstrekking toont per bank grote verschillen. De meeste banken geven hoofdzakelijk mondeling informatie over de lening, de voorwaarden, looptijd en aflossingsbedrag. De berekening van de maximale leenbedrag is overigens wel verschillend. Sommige banken betrekken de huurbedrag in de maandelijkse lasten terwijl anderen de hoogte van het bedrag laat afhangen van het aantal dienstjaren. Doorgaans mag een derde deel van het salaris geleend worden.

De bankmedewerkers noemden in vrijwel alle gevallen het rentepercentage van de lening. Dit percentage betrof in geen van de gevallen de APR (Annual Percentage Rate). Bij navraag hierover bleek dat de meesten de term niet kenden of een incorrect antwoord op de vraag gaven. Vragen over boetes en vervroegd aflossen werden naar behoren geantwoord. Bij geen enkel gesprek zijn de bijkomende kosten van de lening, zoals afsluitprovisie, risicodekking of – verzekering, te betalen omzetbelasting en eventuele zegelkosten, aan de orde gekomen. In de praktijk blijken deze kosten aanzienlijk te zijn, en als deze kosten in de APR verrekend, blijkt het effectieve rentepercentage een aantal procent-punten boven de door de bank gehanteerde APR uit te komen. Indien deze bijkomende kosten in de APR worden opgenomen komen de kosten van een persoonlijke lening uit op een percentage tussen de 16 en de 30%. Voor een

C. KLACHTENAFHANDELING

Klachtenbehandeling bij de Fundashon pa Konsumidó is ook een belangrijk taak. Het personeel krijgt juridische ondersteuning van een jurist die een keer per week gedurende 2 uren op het bureau juridische bijstand verleend bij de afhandeling van de verschillende klachten die bij het bureau binnen komen. Deze deskundige bijstand vindt plaats in het kader van de werkzaamheden die verricht worden in verband met de klachtenafdeling door het bureau.

Centraal is de vraag:

Waarover is de consument niet tevreden? In de meeste gevallen is de consument van mening dat het geleverde afwijkt van hetgeen hij gekozen heeft of het bezit niet die kenmerken die een normaal gebruik ervan garandeert. Het betreft in deze vaak een ondeugdelijk product.

Als consumentenorganisatie ontvangen wij een groot gamma van klachten en verzoeken om informatie. Van ondeugdelijk product tot hypotheek- en incasso vraagstukken. Globaal gezien kunnen de ingediende klachten en infoklachten als volgt verdelen:

- Ondeugdelijke producten
- Garantie incl. reparatiewerkzaamheden (met bijbetaling consument)
- Reis- en verzekeringsaangelegenheden
- Bouwprijzen, klachten over bouw
- Klachten over Nutsbedrijven
- Wanprestatie bij oplevering werk
- Consumentenrechten
- Slechte Dienstverlening van o.a. TDS, Post NV
- Huuraangelegenheden
- Misleidende reclames
- Winkelprijzen, houdbaarheidsdatum
- Maximumprijzen en hoge prijzen

In de meeste gevallen merken wij dat de leverancier, wetende dat hij een ondeugdelijk product of diensverlening heeft gegeven, toch terughoudend en afwijzend handelt als de consument in zijn rechte is om vergoed te worden. Dit wekt op frustratie bij de consument die ons vervolgens benaderd om namens hem/haar te bemiddelen.

Conform procedures dient de consument een afspraak te maken en persoonlijk met alle relevante bescheidens langs te komen. Er wordt een dan intakegesprek gehouden. Betreft het een eenvoudige klacht dan streeft men ernaar om dit telefonisch af te handelen. Wanneer de overgelegde bewijsstukken en/of de gegeven toelichting onvoldoende licht werpen voor een eventuele bemiddeling, wordt de consument verzocht om nadere informatie en/of wordt er een nader onderzoek verricht. De ingewikkelde en complexere klachten worden voorgelegd aan de jurist voor toetsing van de juridische aspecten en voor de nodige advisering. De meeste zaken die bij de jurist in behandeling worden genomen, worden schriftelijk vastgelegd en afgehandeld en op minnelijke basis opgelost.

Indien ter verdere afhandeling van de klacht een deskundige moet worden geraadpleegd of er moet een rapport worden opgemaakt, dan neemt het bureau contact op met de desbetreffende deskundige voor het nodige.

In afwachting van een oplossing, heeft de consument in alle stadia van de behandeling van zijn klacht recht op informatie over de stand van zijn zaak en inzage op de stukken. Hij heeft ook desgevraagd recht op afschriften van alle stukken m.b.t. zijn klacht.

In die gevallen waarbij er toch geen vredige oplossing is gekomen, wordt een rapport opgesteld van de hele bemiddelingsprocedure. Beide partijen ontvangen een kopie van het rapport zodat zij op de hoogte zijn van wat er tijdens de klachtenbehandeling is gebeurd.

Aantal informatie en klachten

2010

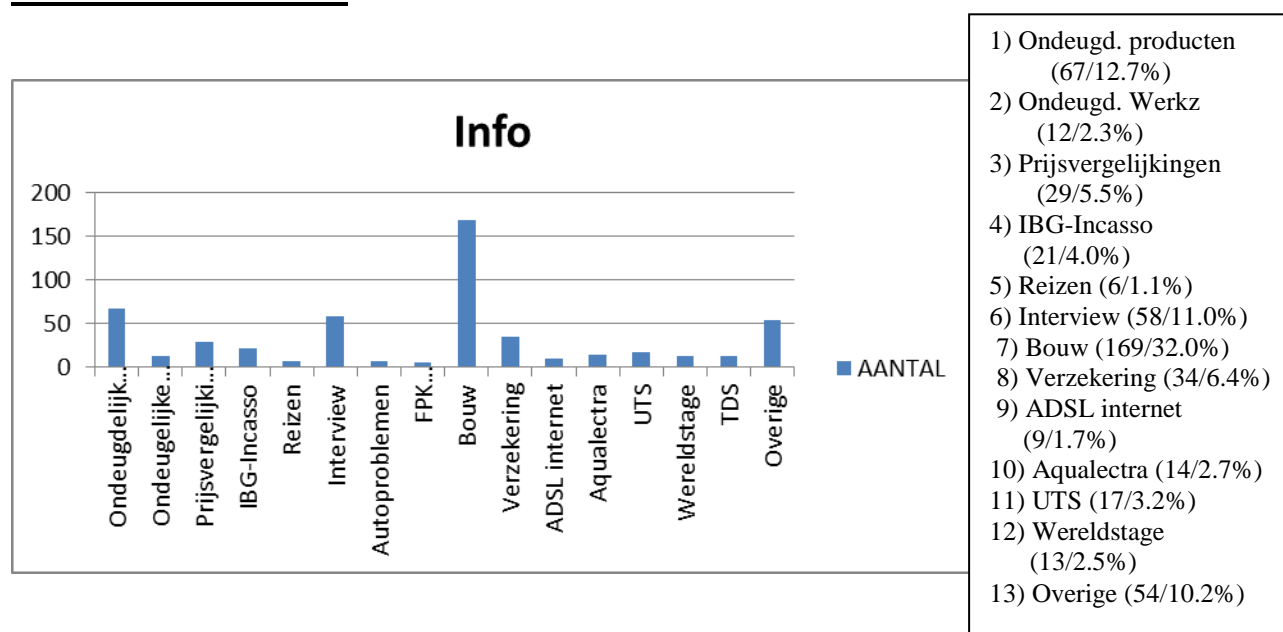
Uit de balieregistratie blijkt dat in het jaar 2010 in totaal 1099 verzoeken voor informatie en bemiddeling zijn binnengekomen. Dit totaal is weer onderverdeeld in:

528 algemene verzoeken die ter advisering en informatie zijn voorgelegd (zie Tabel en Grafiek I).

437 zijn voorts klachten voorgelegd louter bedoeld voor informatie (zie Tabel en Grafiek II).

134 betreft de bemiddelingsklachten, die ingewikkelder van karakter zijn en die als conflict tussen de consument en de producent/leverancier zijn behandeld (zie Tabel en Grafiek III).

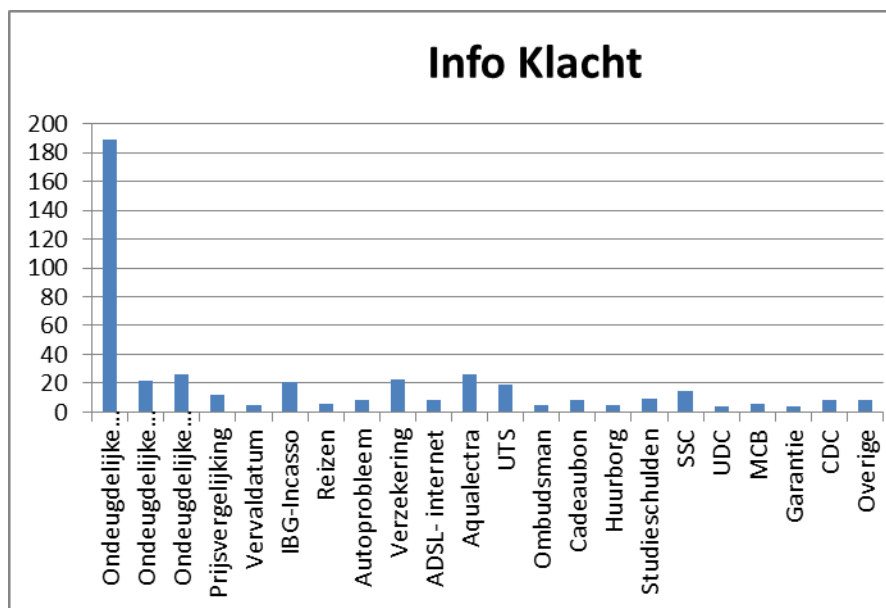
GRAFIEK I: Informatie



Over het jaar 2010 merken wij dat de verzoeken en vraagstukken over bouw(aangelegenheden) nog steeds heel groot is. Dit is ook te merken aan het aantal "Guia di Konstruksjon" dat jaarlijks verkocht worden. Naast bouwvraagstukken krijgt de FpK ook veel vragen over ondeugdelijk product, specifiek hoe men moet handelen, wat men moet doen als de leverancier niet mee wil werken om een geschil op te lossen.

De overige verzoeken betreffen diverse onderwerpen: o.a. garantie; algemene voorwaarden; schadevergoeding; contracten en algemene voorwaarden van UTS en de Aquallectra, dienstverlening; wanprestatie en wanpraktijken; restitutie; maximumprijzen en hoge prijzen; gezondheid; verjaring; letselschade; product recalls; budgettering; schooluniformen e.a. Zoals reeds vermeld krijgen we op alle fronten vragen of verzoeken om informatie.

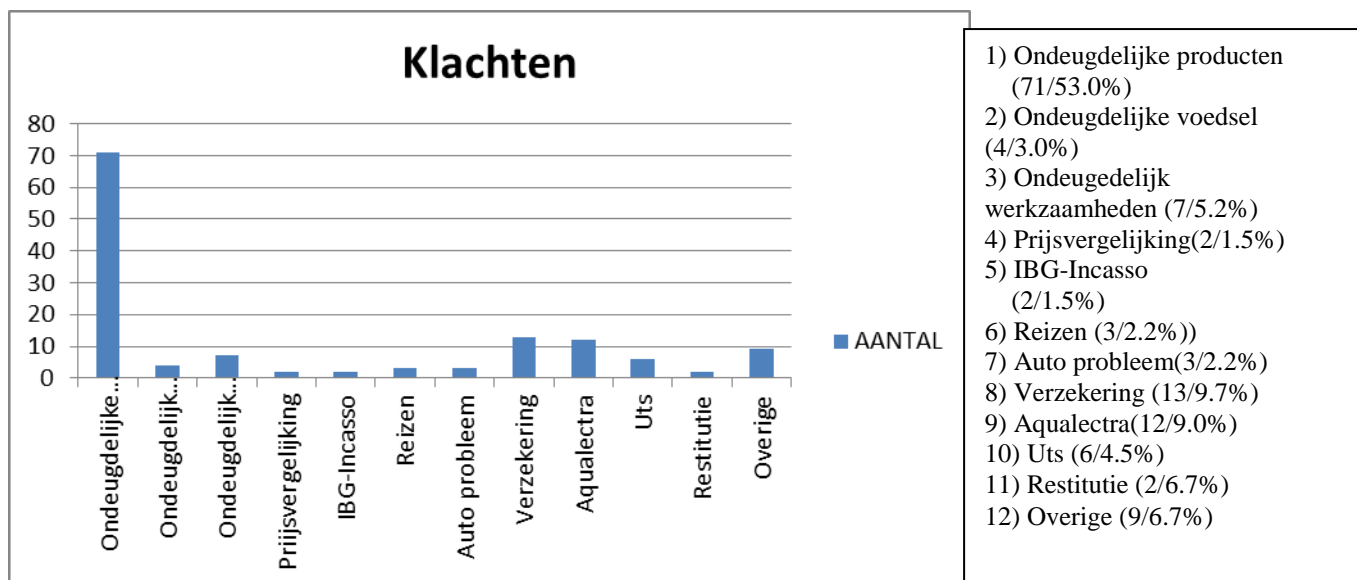
GRAFIEK II: Klachten louter ter informatie



- 1) Ondeugdelijke opproducten (189/43.2%)
- 2) Ondeugdelijke voedsel (22/5.0%)
- 3) Ondeugdelijke werkzaamheden (26/5.9%)
- 4) Prijsvergelijking (12/2.7%)
- 5) Vervaldatum (5/1.1%)
- 6) IBG-Incasso (21/4.8%)
- 7) Reizen (6/1.4%)
- 8) Autoprobleem(8/1.8%)
- 9) Verzekering (23/5.3%)
- 10) ADSL- Internet (8/1.8%)
- 11) Aquallectra (26/5.9%)
- 12) UTS (19/4.3%)
- 13) Ombudsman (5/1.1%)
- 14) Cadeaubon (8/1.8%)
- 15) Huurborg (5/1.1%)
- 16) Studieschulden (9/2.1%)
- 17) SSC (15/3.4%)
- 18) UDC (4/0.9%)
- 19) MCB (6/1.4%)
- 20) Garantie (4/0.9%)
- 21) CDC (8/1.8%)
- 22) Overige 8/1.8%)

Tabel II weergeeft onder Overige al de klachten en toestanden waarmee consumenten te kampen hebben gekregen en hun "afkeur" hierover hebben geuit, dan wel enig advies gevraagd om het probleem zelf aan te pakken. Deze klachten betreffen ondermeer diensverlening, het niet tegemoetkomen van een overeenkomst, incassovraagstukken, garantie, onterecht in rekening gebrachte kosten; garantie problemen, SVB, en al het andere dat de consument als een hindernis ervaart. Nog steeds zien wat dat het probleem van ondeugdelijke producten van grootste ergernis is voor de gemeenschap.

GRAFIEK III: Klachten



Het totaal ingewikkelde bemiddelingsklachten over het jaar 2010 is 134. Het betreft hier zowel betaalde als niet betaalde klachten. Het merendeel hiervan is met ondersteuning van de jurist behandeld.

Uit de klachtenregistratie zien wij hier ook het bewijs dat ondeugdelijke producten by far het grootste problemen van onze gemeenschap is. Vergeleken met het jaar 2009 is dit een stijging van 52%. Deze stijging zien wij vooral in de aantal klachten die betrekking hebben op ondeugdelijke producten. Uit het registratiesysteem blijkt dat de meeste klachten over ondeugdelijk producten witgoed, mobiel telefoon en elektronische artikelen zijn. Wederom is Polytronica de zaak waarvan de meeste klachten over witgoed zijn.

SAMENVATTING EN CONCLUSIE

De Fundashon pa Konsumidó heeft zich tot nu toe hoofdzakelijk geconcentreerd op de activiteiten die meehelpen de bewustwordingsproces van onze consumenten te vergroten. Toch meent de stichting hierdoor toch gefaald aan sommige van de geplande doelen en strategieën de nodige aandacht te geven. Hetzij vanwege mankracht of financiële middelen, de les die de FpK hieruit kan leren is dat er soms gebeurtenissen en omstandigheden zijn die je van je koers afwijken waardoor je soms niet aan je uitgestippelde doelstellingen, beleid en strategieën kan voldoen.

Dankzij de subsidieverhoging voor het jaar 2011 zal e stichting veel beter in staat zijn aan al haar plannen te voldoen. Gedacht wordt aan o.a. het verhogen van de bewustwordingsproces van onze scholieren, in de wijken, herscholing van de aanbodzijde en meer transparantie, meer onderzoeken doen, met meer wetsvoorstellen komen dat in het belang van de gemeenschap zijn, doorgaan met lezingen en workshops, dus continu voorlichting geven.

Er zal meer worden gestreefd om te bereiken de Fundashon pa Konsumidó als een volwaardige partner wordt gezien en erkend. Dit is dezerzijds reeds gelukt maar er is nog zeker meer werk aan de winkel. Partnership sluiten met ander organisaties zoals de UNA, andere consumentenorganisaties in de regio, krachten bundelen in het voordeel van de gemeenschap.

Het belang van de consument moet prevaleren.

PLANNEN VOOR DE PERIODE 2011 - 2013

- A. Invoeren nieuwe organisatiestructuur
- B. Meer doen op het gebied van Onderzoeken en Projecten
- C. Verdere inhoud geven aan lezingen, vooral in buurtcentra
- D. Een pool van vrijwillige professionals creëren die op verschillende gebieden lezingen, workshops en trainingen aan de gemeenschap kan bieden