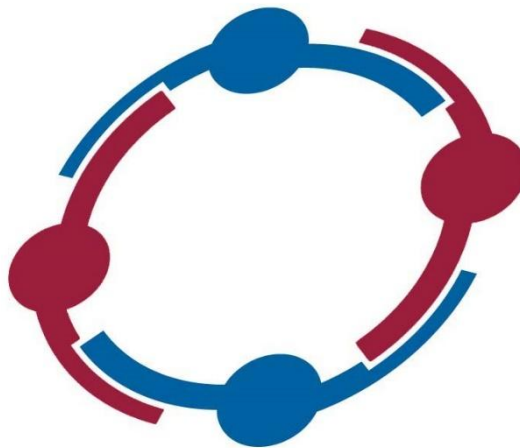




# JAARVERSLAG 2024

[info@fundashonpakonsumido.cw](mailto:info@fundashonpakonsumido.cw) | [www.fundashonpakonsumido.cw](http://www.fundashonpakonsumido.cw)

# JAARVERSLAG 2024



*If your financial intelligence is low, money will run all over you. It will be smarter than you. If money is smarter than you, you will work for it all your life. To be the master of money, you need to be smarter than it.*

# INHOUD

|                                              | <b>pagina</b> |
|----------------------------------------------|---------------|
| <b>1. DIRECTIEVERSLAG</b>                    | <b>04</b>     |
| <b>2. INLEIDING</b>                          | <b>07</b>     |
| <b>3. DE ORGANISATIE</b>                     | <b>09</b>     |
| 3.1 Statutaire doelstelling                  | 10            |
| 3.2 Visie                                    | 10            |
| 3.3 Kerntaken Fundashon pa Konsumidó         | 10            |
| <b>4. ACTIVITEITEN</b>                       | <b>12</b>     |
| 4.1 Algemene Voorlichting                    | 12            |
| 4.2 Wat hield ons bezig 2024                 | 14            |
| 4.3 World Consumer Rights Day 2024           | 23            |
| 4.4 Seminar "AI for Consumers"               | 26            |
| 4.5 Prijs- en warenvergelijkende onderzoeken | 27            |
| 4.6 Tevredenheidsonderzoeken FPK             |               |
| <b>5. KLACHTENBEMIDDELING</b>                | <b>32</b>     |
| <b>6. PERSONEEL &amp; ORGANISATIE</b>        | <b>35</b>     |
| <b>7. CORPORATE GOVERNANCE</b>               | <b>37</b>     |
| <b>8. TOT SLOT</b>                           | <b>39</b>     |

# DIRECTIEVERSLAG

Het jaar 2024 was een jaar van transformatie voor de Fundashon pa Konsumidó, (FPK) met veel nieuwe ontwikkelingen en succesvolle initiatieven. Ondanks de uitdagingen waarmee we geconfronteerd werden, hebben we belangrijke stappen gezet in het versterken van onze positie en het leveren van waarde voor onze gemeenschap. Dit verslag biedt een terugblik op ons jaar en een vooruitblik op wat we in 2025 willen bereiken.

## Hoofdpunten van het jaar

1. **Verandering van Domeinnaam: van .org naar .cw** Dit jaar heeft FPK een belangrijke strategische zet gedaan door onze domeinnaam te veranderen van .org naar .cw. Deze wijziging weerspiegelt onze focus op het versterken van onze lokale aanwezigheid en het verbeteren van onze merkidentiteit. De transitie is soepel verlopen en heeft ons geholpen om beter in contact te komen met ons doelpubliek.
2. **Lancering van de Nieuwe Website** De lancering van onze nieuwe website was een belangrijke mijlpaal in 2024. We hebben een gebruiksvriendelijke en moderne website gecreëerd die beter aansluit bij de behoeften van onze bezoekers en de doelstellingen van de organisatie. De nieuwe site is ontworpen om onze communicatie te verbeteren en onze diensten toegankelijker te maken.
3. **Veranderingen in het Communicatieteam** In 2024 hebben we afscheid genomen van onze communicatiemedewerker. Wij hebben in juni een nieuwe communicatiemedewerker aangenomen en hebben onze communicatie in 2024 kunnen blijven optimaliseren en doorzetten, en we zijn ervan overtuigd dat de nieuwe medewerker zal bijdragen aan het verder verbeteren en vergroten van onze communicatiekanalen in de toekomst.
4. **Onderzoek naar richtlijnen Cadeaubon** Een belangrijk project dat we dit jaar hebben afgerond, is ons onderzoek naar de geldigheidsduur van cadeaubonnen. Het resultaat van dit onderzoek zal in juni 2025 worden ingediend bij het Parlement als onderdeel van een wetsvoorstel. Dit voorstel heeft als doel om de regelgeving rond de geldigheidsduur van cadeaubonnen te verbeteren en consumenten beter te beschermen.
5. **Tevredenheidsonderzoek Community Boxes** We hebben ook een onderzoek afgerond naar de toepassing van "community boxes" in verschillende wijken op het eiland en de bevindingen zullen in 2025 worden ingediend bij het parlement om verdere acties te ondernemen. Het doel van dit onderzoek is om de maatschappelijke impact van "community boxes" te evalueren en voorstellen te doen voor verbetering.

6. **Actieve en Doelgerichte Media Bijdrage** In 2024 hebben we een actieve bijdrage geleverd aan verschillende media-uitingen. De FPK heeft diverse lezingen en presentaties gegeven waarin we belangrijke thema's zoals budgettering, consumentenzaken en de impact van technologie op consumenten hebben besproken.
7. **Cursussen Budgettering** We hebben verschillende cursussen gegeven op het gebied van budgettering, gericht op instanties en scholen. Deze cursussen hebben niet alleen bijgedragen aan het vergroten van de financiële kennis van de deelnemers, maar ook aan het versterken van de rol van onze organisatie.
8. **Hoogtepunt van het Jaar: World Consumer Day** Het hoogtepunt van het jaar was de viering van World Consumer Day. Dit werd gekroond met een succesvol seminar over AI, met professionele sprekers van Curaçao en een spreker uit Nederland. Het evenement was een belangrijk platform voor het delen van kennis over de voor- en nadelen van kunstmatige intelligentie en het vergroten van bewustzijn over dit onderwerp.

### **Verwachtingen voor het jaar 2025**

We kijken uit naar een uitdagend en spannend jaar in 2025. Enkele van onze plannen zijn:

- **Online Tips over Budgettering en AI:** De FPK zal diverse online tips geven over het effectief beheren van budgetten, het gebruik van kunstmatige intelligentie en de voor- en nadelen ervan.
- **Cursussen Budgettering:** De FPK zal doorgaan met het organiseren van cursussen over budgettering voor verschillende doelgroepen, waaronder instellingen, banken en geïnteresseerden.
- **Aanbevelingen aan de Overheid:** De FPK zal aanbevelingen doen aan de overheid met betrekking tot de kosten van levensonderhoud en andere belangrijke consumentenkwesties.
- **Samenwerking Fair Trade Authority Curacao (FTAC):** De samenwerkingsovereenkomst met de FTAC zal in 2025 worden geïntensiveerd. De bedoeling is om tenminste 4 keer per jaar met elkaar aan tafel te zitten om gezamenlijke strategieën te ontwikkelen en te evalueren met betrekking tot consumentenbescherming, eerlijke marktpraktijken en concurrentiebeheer.

Als bestuurders van de Fundashon pa Konsumidó verwachten wij verder dat 2025 een intensief en boeiend jaar zal worden. Het vooruitzicht van toenemende inflatie en stijgende voedselprijzen vormen een grote uitdaging voor consumenten, waardoor onze rol als waakhond en belangenbehartiger belangrijker wordt dan ooit. Wij zullen ons blijven inzetten voor eerlijke prijzen, transparante marktwerking en een sterke consumentenpositie. Daarnaast zullen wij onze inspanningen op het gebied van educatie, bewustwording en beleidsbeïnvloeding verder uitbreiden, zodat consumenten goed geïnformeerd en weerbaar blijven in een veranderende economische realiteit. Met gerichte campagnes, onderzoeken en samenwerkingen zullen wij ons blijven inzetten voor het verbeteren van de consumentenzaken en het versterken van onze rol als een belangrijke speler in het maatschappelijk debat.

**Adria Pieters-Stuart**  
**Voorzitter**

**Erwin de Meza**  
**Penningmeester**

April, 2025

# INLEIDING

De Fundashon pa Konsumidó (FPK) werd in 1975 opgericht door een groep bezorgde burgers die het belang zagen van een onafhankelijke organisatie ter bescherming van consumentenrechten op Curaçao. Dit betekent dat wij in het jaar 2025 ons 50 jaar bestaan zullen vieren.

Ons beleid is erop gericht om consumenten een sterke maatschappelijke, juridische en economische positie te geven binnen de samenleving. Ons visie is voornamelijk gebaseerd op de 8 basis consumentenrechten zoals vastgelegd door de Verenigde Naties in de "Guidelines for Consumer Protection". Deze rechten, welke de basis vormen voor ons werk en onze inspanningen op het gebied van consumentenvoorlichting, -bescherming en -bemiddeling, luiden als volgt.:

- **Recht op toegang tot noodzakelijke producten en diensten.**

Dit basisrecht heeft vooral te maken met goederen die wegens hun belang vaak door de overheid worden gereguleerd zoals elektriciteitsdistributie, waterdistributie, woning en gezondheidszorg. Iedere persoon heeft deze goederen nodig om volwaardig aan de samenleving te kunnen deelnemen.

- **Recht op keuze tussen producten en diensten.**

Het recht op vrije keuze tussen producten en diensten is het machtigste instrument die de consument op een vrije markt bezit. Doordat de consument vrij is om te kiezen, kan hij beter voor zijn eigen belang opkomen en worden ondernemers gestimuleerd om innovatiever en meer klantgericht te zijn.

- **Recht op informatie.**

Iedere consument heeft recht op duidelijke en concrete informatie om aan de hand daarvan een weloverwogen keuze te maken, wanneer hij voor een product of dienst betaalt. Aan de hand van informatie is de consument dan in staat om dat specifiek product met soortgelijke producten te vergelijken.

- **Recht op educatie.**

Consumenten dienen op de hoogte te zijn van hun rechten en plichten. Door gebrek aan kennis bestaan er vaak botsing tussen de consument en de ondernemers of wordt de consument de dupe van zijn onwetendheid. Daarom is educatie van de consument in dit opzicht heel belangrijk!

- **Recht op veilige producten en diensten.**

De consument heeft recht op veilige producten en diensten. Met veiligheid wordt in principe de veiligheid van het lijf en leden bedoeld. Indien blijkt dat een product niet aan redelijke veiligheidseisen heeft voldaan, dient de consument gecompenseerd te worden. Consumenten moeten producten kunnen gebruiken zonder dat ze schade daaraan ondervinden.

- **Recht op klacht- en verhaalsmogelijkheden.**

Consumenten dienen het recht op klacht- en verhaalsmogelijkheden te hebben wanneer ze op grond van valse voorwendselen, zoals bedrog of misleiding, de koop van een product of dienst zijn aangegaan. Op dit manier kan een geschil tussen een consument en een leverancier eerlijk, redelijk en snel worden behandeld.

- **Recht op vertegenwoordiging.**

Consumenten hebben het recht om gehoord te worden, zowel bij individuele klachten als wanneer het gaat om het collectieve consumentenbelang.

- **Recht op duurzame producten en diensten.**

De mens wordt er steeds bewuster dat er maatregelen genomen moeten worden om ervoor te zorgen dat ook toekomstige generaties op onze aarde kunnen wonen en leven. Door duurzame producten en diensten te ontwikkelen, kunnen we de beschikbaarheid van deze belangrijke grondstoffen aan de toekomstige generaties garanderen.

### **Hoe zien we de toekomst toe?**

Consumentbescherming in deze tijden van o.a. digitalisering en AI is belangrijker dan ooit. De snelle ontwikkelingen op het gebied van digitalisering en kunstmatige intelligentie brengen niet alleen voordelen met zich mee, maar ook nieuwe uitdagingen en risico's voor consumenten. Transparantie, eerlijke handelspraktijken en privacybescherming moeten gewaarborgd blijven, zodat consumenten goed geïnformeerd en beschermd zijn tegen misleiding, oneerlijke algoritmes en datamisbruik. Wij zetten ons daarom actief in om consumenten bewust te maken van hun rechten in deze digitale tijdperk.



# DE ORGANISATIE

## **Statutaire doelstelling**

De Fundashon pa Konsumidó is een onafhankelijke organisatie die zich volledig richt op de bescherming en behartiging van consumentenbelangen op Curaçao. Zonder enige politieke of levensbeschouwelijke binding zet de stichting zich in om de rechten van consumenten in alle mogelijke situaties te waarborgen en te versterken.

De FPK heeft als doel de juridische, economische en sociale positie van consumenten te beschermen en te verbeteren, met betrekking tot het totstandkomen, distribueren, consumeren en afdragen van zowel particuliere als collectieve goederen en diensten. Hierbij staat niet alleen de individuele consument centraal, maar wordt ook rekening gehouden met de bredere maatschappelijke impact van consumptie.

## **De Visie**

De visie van de Fundashon pa Konsumidó, welke voortvloeit uit haar statutaire doelstelling, kan als volgt worden geformuleerd:

“Het bereiken van een meer bewuste Curaçaose gemeenschap en dat consumentenrechten en -plichten door een ieder zal worden erkend en gerespecteerd.”

## **Kerntaken Fundashon pa Konsumidó**

De werkzaamheden van de Fundashon pa Konsumidó zijn uitgebreid wegens het omvangrijke karakter van het consumentenrecht. Desondanks kunnen we enkele kerntaken onderscheiden. Deze zijn:

- voorlichting en educatie geven aan de Curaçaose consumenten;
- activiteiten ontplooiën op het gebied van onderzoek, samenwerking met het bedrijfsleven en beïnvloeding van het overheidsbeleid;
- klachtenbehandeling en -bemiddeling;
- prijsvergelijking en onderzoeken van waren en voedsel uitvoeren, als ook de publicatie van deze.

Om haar doelstellingen te verwezenlijken, zet de Fundashon pa Konsumidó (FPK) zich actief en structureel in op meerdere niveaus binnen de samenleving. Wij streven naar de opbouw van een sterke, weerbare en goed geïnformeerde consumentengemeenschap, waarbij educatie, voorlichting en belangenbehartiging centraal staan.

Door het organiseren van lezingen, workshops en bewustwordings-campagnes, geven wij consumenten de kennis en vaardigheden die zij nodig hebben om doordachte keuzes te maken. Daarnaast zorgen wij voor voortdurende informatievoorziening via verschillende mediakanalen, waaronder persberichten, interviews, social media, en ons eigen radioprogramma. Zo houden wij de consument op de hoogte van actuele ontwikkelingen die invloed hebben op hun rechten en plichten.

Met onze prijsvergelijkende onderzoeken, die jaarlijks in verschillende sectoren worden uitgevoerd, zoals super- en minimarkten, apotheken, boekhandels en de bouwsector, proberen wij de vinger aan de pols te houden van de alsmaar stijgende kosten van levensonderhoud. Door deze informatie breed te verspreiden, geven wij consumenten inzicht in prijsontwikkelingen en helpen wij hen weloverwogen keuzes te maken op basis van objectieve gegevens.

De FPK werkt bovendien samen met verschillende maatschappelijke actoren, waaronder overheidsinstanties, onderwijsinstellingen en het bedrijfsleven. Samen streven wij naar een eerlijke, transparante en duurzame markt, waarin consumentenrechten niet alleen wettelijk verankerd zijn, maar ook in de praktijk worden nageleefd en gerespecteerd. Door deze gezamenlijke inzet hopen wij structurele verbeteringen te realiseren in het belang van de consument van vandaag én morgen.



## FUNDASHON PA KONSUMIDÓ DEN 2024

Pa 2024 nos ta kla pa sigui informá i eduká e konsumidó.

Nos publikashonnan di komparashon di preis, komunikado, kolumna informativo huntu ku e programa di radio Konsumidó Konsiente lo kontinuá den 2024 ku e meta pa sigui konsientisá e konsumidó.

Fundashon pa Konsumidó lo bai pone un tiki mas atenshon riba e aspekto di servisio e aña aki. Nos lo hasi esaki den forma di un kampaña di konsientisashon ku e tema **“Ku un mihó servisio, nos tur ta kontentu”**! Keda pendiente pa mas informashon relashoná ku esaki. E aña aki tambe nos ta para ketu riba dia internashonal di konsumidó dia 15 di mart. E tema di e aña aki ta “Un futuro ku AI hustu i responsabel pa e konsumidó”. Manera ta e kustumber nos ta trese konsientisashon tokante e tema global stipulá pa Consumers International. Pa medio di kampañanan nos ta laga e tema di aña biba bou di nos konsumidónan i asina kumpli ku nos tarea di eduká i konsientisá e konsumidó.

Aktivitatnan pa logra esaki :

- Krea konsientisashon i promové kòmbersashonnan relashoná ku e tópiko AI Chatbox pa haña un bista unda nos ta den e desaroyo aki i kon e konsumidó ta eksperenshá esaki.
- Tira lus riba investigashonnan realisá relashoná ku e tema i risikonan ku AI Chatbox por trese ku ne pa e konsumidó. Tambe para ketu riba kiko ta e leinan ku mester introdusí pa redusí e peligernan ku por presentá.
- Esaki ta un bon oportunitat pa lidernan digital i organisashonnan ku ta sali pa e konsumidó organisá dialogo i debatenan ku ta atendé e tema aki di forma transparente ku e meta pa empoderá e konsumidó pa e futuro ku AI.

Keda pendiente pa mas detaye di e aktivitatnan.



*Masha danki pa lesa!*

Like nos pagina di Facebook Fundashon pa Konsumido

# ACTIVITEITEN 2024

## Algemene voorlichting

### Voorlichten, informeren en beïnvloeden

Zoals eerder vermeld onderscheidt de Fundashon pa Konsumidó als haar kerntaken Voorlichting, Onderzoeken, Klachtenbemiddeling en Beleidsbeïnvloeding.

Van deze kerntaken, is voorlichting aan consumenten de voornaamste kernactiviteit van de Fundashon pa Konsumidó, waarbij wij ons grotendeels inzetten om consumenten te informeren en te versterken. **"Konosementu ta poder" – Knowledge is power!**

Een goed geïnformeerde consument is beter in staat om zijn rechten te beschermen en weloverwogen keuzes te maken. Veel consumenten zijn zich er niet van bewust wanneer hun rechten worden geschonden door bedrijven of dienstverleners. Daarom richten wij ons op educatie en bewustwording, zodat consumenten niet alleen hun rechten kennen, maar ook begrijpen hoe zij deze kunnen afdwingen.

Naast onze reguliere werkzaamheden heeft de stichting in 2024 verschillende projecten en acties geïnitieerd en ondersteund op het gebied van consumentenrechten, -educatie en -bewustwording. Met deze inspanningen versterken wij onze rol als belangenbehartiger van de consument en dragen wij bij aan een beter geïnformeerde samenleving.

In 2024 heeft de Fundashon pa Konsumidó bijvoorbeeld een actieve mediabijdrage geleverd aan de bewustwording van onze gemeenschap.

Op uiteenlopende terreinen heeft de stichting consumenten van gerichte en relevante informatie voorzien. In 2024 hebben wij ongeveer 50 interviews gegeven op radio en televisie, waarin diverse consumentgerichte thema's aan bod kwamen.



Naast onze reguliere en veelgevraagde publicaties over prijsopnames, hebben wij tijdens onze media-optredens ook aandacht besteed aan andere actuele en relevante onderwerpen. Zo hebben wij onder meer bericht over de gebrekkige dienstverlening van FLOW, de gevolgen van het faillissement van luchtvaartmaatschappij Jet Air, en de regelgeving met betrekking tot het kopen van cadeaubonnen. Ook gaven wij praktische tips aan consumenten om zich tijdens het orkaanseizoen goed voor te bereiden op mogelijke stormdreiging. Daarnaast hebben wij voorlichting gegeven over de ontwikkelingen op de autobandenmarkt op het eiland.

Verder hebben wij gewerkt aan de re-branding van onze website, die naar verwachting in 2025 zal worden gelanceerd, als ook onze aanwezigheid op sociale media verder uitgebreid. Op Facebook bijvoorbeeld maken wij niet alleen gebruik van ons eigen informatiemateriaal, maar delen wij ook relevante berichten van andere organisaties en instanties om ons bereik en de informatiewaarde voor de consument te vergroten.

De veelzijdigheid van onze informatievoorziening stelt de stichting in staat om in te spelen op actuele ontwikkelingen en behoeften van consumenten, en zo haar rol als betrouwbare en betrokken informatiebron verder te versterken.



## Wat hield ons bezig in het jaar 2024?

### Projecten in samenwerking met de SOAW

Het jaar 2024 begon met ons deelname aan het traject **"Mi Ke, Mi Por"**, een initiatief van het ministerie van SOAW. Dit programma is gericht op het versterken van de zelfredzaamheid van burgers, met name hun cliënten, door hen te voorzien van essentiële kennis en vaardigheden. Binnen dit traject heeft de FPK vier sessies verzorgd voor cliënten van SOAW, waarin wij hen informeerden over diverse consumentenrechten, financiële vaardigheden en verantwoord budgetbeheer.

Daarnaast hebben wij in samenwerking met SOAW ook aandacht besteed aan actuele consumentenzaken, zoals de impact van stijgende kosten van levensonderhoud en de noodzaak om bewuste keuzes te maken bij dagelijkse uitgaven. De sessies waren interactief en gaven de deelnemers praktische handvatten om beter voorbereid deel te nemen aan de economische realiteit van Curaçao.

Gezien het positieve resultaat van deze samenwerking, blijft de FPK zich inzetten om via educatieve programma's consumenten mondiger en bewuster te maken.



Wij kijken met vertrouwen uit naar een voortzetting en uitbreiding van onze samenwerking met de SOAW en andere relevante organisaties, om zo de belangen van de consument op Curaçao nog krachtiger te kunnen behartigen. Een bijzondere dank gaat uit naar dr. Elise Faries voor haar waardevolle medewerking, expertise en betrokkenheid bij de uitvoering van dit project. Haar inzet heeft een belangrijke bijdrage geleverd aan het succes van deze samenwerking.

## Aandacht voor de Horecasector

In de horecasector hebben wij in 2024 aandacht besteed aan twee belangrijke thema's: **service charge** en **gezonde variatie voor mensen met diabetes**. Beide onderwerpen zijn van groot belang voor de bescherming van consumentenrechten en het bevorderen van transparantie en inclusiviteit binnen de horecabranche op Curaçao.

### Service Charge

De service charge in de horeca is een veelbesproken thema binnen de bescherming van consumenten. Sommige horecagelegenheden voegen dit bedrag, dat meestal een vast percentage van de rekening is, automatisch toe aan hun rekening. Hoewel de servicekosten dienen als een compensatie voor de bediening, is er veel onduidelijkheid over de transparantie en de bestemming van deze uitgaven.

Naar aanleiding hiervan heeft de FPK aan tafel gezeten met de Curaçao Restaurant Association (CRA) om van hen te vernemen hoe de situatie op Curaçao is, zodat wij onze consumenten van deugdelijk informatie kunnen voorzien.

#### Is Service charge een verplichting of keuze?

Een belangrijk punt om te begrijpen is het verschil tussen service charge en fooi (tip). De service charge is een vast bedrag dat op de rekening verschijnt. Het vertegenwoordigt niet alleen de bediening, maar omvat o.a. ook de ambiance en de algehele beleving die het etablissement de klant biedt. De service charge varieert meestal tussen de 10% en 15% van het totaalbedrag op de rekening.

Meeste horecagelegenheden die een service charge hanteren, vermelden dit duidelijk op het menu. Dit is een transparante manier om de consument te informeren over eventuele bijkomende kosten bij het plaatsen van een bestelling. Belangrijk is te vermelden dat de klant niet verplicht is om een service charge te betalen als dit niet zichtbaar staat vermeld op het menu of de *tyy Zodra* een horecagelegenheid een service charge ontvangt, beslist deze zelf hoe het bedrag wordt verdeeld. Dat kan op verschillende manieren: sommige zaken verdelen het volledige bedrag onder het personeel, terwijl andere een deel behouden en de rest verdelen onder het personeel. Elke horecazaak bepaalt dit zelf.



Een **fooi (tip)** daarentegen is een extra bedrag dat een klant vrijwillig geeft aan het personeel als blijk van waardering voor goede service. Dit is dus niet verplicht. Tegenwoordig betalen veel klanten via een betaalautomaat. Als de fooi via de automaat wordt toegevoegd en betaald, kan dit gevolgen hebben voor de eigenaar van het etablissement. Indien het systeem van het bedrijf geen aparte registratie voor fooien heeft, wordt het bedrag van de fooi beschouwd als inkomen voor de eigenaar van de zaak, en moet hierover belasting worden betaald. Daarom wordt het aanbevolen om **contant een fooi te geven**, in horecagelegenheden waar dit is toegestaan.

### **Gezondere opties voor diabetes**

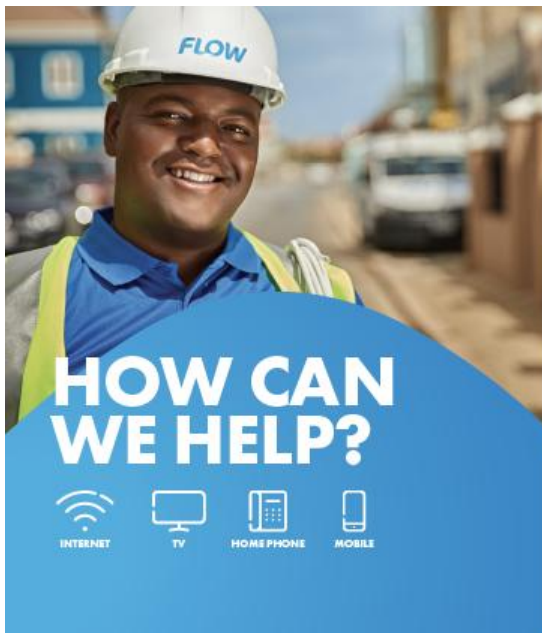
Naast de service charge kosten & tips, heeft de FPK ook stil gestaan en gepleit voor meer aandacht en opties voor personen met diabetes in de uitgaans- en restaurantsector op Curaçao.

Als consumentenbelanghebbende zijn wij van mening dat het belangrijk is voor restaurants en uitgaansgelegenheden om gezondere en geschikte voedingsopties aan te bieden voor consumenten die lijden aan diabetes, zodat zij op een veilige en gezonde manier kunnen genieten van het eten buitenshuis. Diabetes is een veelvoorkomende aandoening die het dagelijks leven van vele mensen beïnvloedt, en het is van groot belang dat er rekening wordt gehouden met de voedingsbehoeften van deze groep.

De FPK benadrukt dat veel restaurants en uitgaansgelegenheden onvoldoende inspelen op de specifieke dieetwensen van mensen met diabetes, zoals minder suiker, vetten en bewerkte producten. Wij hebben daarom een oproep gedaan aan de horeca om gevarieerde en voedzame keuzes aan te bieden, en om ook alternatieven te verstrekken voor populaire gerechten die mogelijk niet geschikt zijn voor mensen met diabetes. Dit zal niet alleen de gezondheid van consumenten ten goede komen, maar ook de klanttevredenheid zal worden verhoogd, wat restaurants kan helpen zich te onderscheiden in een steeds competitievere markt.



## Dienstverlening FLOW



Als belangenbehartiger, fungeert de Fundashon pa Konsumidó ook als waakhond van onze consumenten. Zo hebben wij, naar aanleiding van de vele klachten over de dienstverlening van de FLOW, contact opgenomen met het bedrijf. De klachten betroffen onder andere slechte bereikbaarheid, gebrekkige installatie en onderhoud, en frequente storingen in de internet- en tv-verbinding, hoge en/of onrechtvaardig factuur. Gelet op het voorgaande, heeft de FPK formeel haar zorgen geuit richting de directie van de FLOW, met een verzoek om concrete verbetermaatregelen te treffen. Daarbij werd ook aandacht gevraagd voor de

aangekondigde tariefsverhoging, die volgens consumenten moeilijk te rechtvaardigen is gezien de gebrekkige kwaliteit van de dienstverlening. De FPK riep het bedrijf op tot heroverweging van deze verhoging en tot het waarborgen van de overeengekomen kwaliteitsnormen in hun dienstverlening aan de consument.

Na overleg is afgesproken dat FLOW de klachten van onze klanten op een serieuze en structurele wijze zal aanpakken zodat de consument krijgt waar hij recht op heeft: betrouwbare producten en dienstverlening van kwaliteit.

## Kopen van een Cadeaubon- Waar moet je op letten?

In verband met 'Valentines Day' heeft de FPK een persbericht uitgegeven met belangrijke tips en aandachtspunten voor consumenten bij het kopen van een cadeaubon. In de afgelopen jaren heeft de stichting verschillende klachten ontvangen over onduidelijkheden rondom cadeaubonnen, met name over vervaldatum. Met dit persbericht Hiermee wouden wij onze consumenten bewust maken van hun rechten en hen helpen om weloverwogen keuzes te maken bij de aanschaf van een cadeaubon.

**BELANGRIJK:**

*Let op de vervaldatum* – Cadeaubonnen hebben vaak een vervaldatum die niet altijd duidelijk wordt vermeld. Het is essentieel om de geldigheidsduur van de bon te controleren, zodat degene die het krijgt, niet voor verrassingen komt te staan.



## **Workshop herkenning vervalste flessen alcoholische dranken**

Een ander onderwerp waar wij aandacht aan hebben besteed in 2024, is de gevaren van vervalste flessen van alcoholische dranken, die blijkbaar vaker op de markt worden aangetroffen. In maart was de FPK-gastheer van een informatieve workshop getiteld "Integrity and Labelling". Tijdens dit interessante workshop werd stilgestaan bij verschillende belangrijke en gevoelige aandachtspunten met betrekking tot de codering van producten, in dit geval alcoholische dranken. Vertegenwoordigers van internationale producenten van alcoholische dranken, DIAGEO en MHCS, legden uit dat er meer aandacht en waakzaamheid moet zijn richting de consument met betrekking tot manipulaties die plaatsvinden met de codes van verschillende flessen alcoholische dranken in verkooppunten.

Met manipulatie wordt onder andere bedoeld dat de codes op de flessen worden verwijderd of weggeschraapt. Consumenten die hiervan niet op de hoogte zijn, kopen producten zonder te beseffen wat er met die flessen gebeurd zou kunnen zijn. In deze sessie werden aan de deelnemers uitgelegd hoe je deze onregelmatigheden aan een fles kunt herkennen op het moment dat deze in de schappen ligt.

Daarom is het belangrijk dat wanneer je een fles alcoholische drank gaat kopen, je goed oplet of de fles correct is verzegeld en of de code op de fles duidelijk zichtbaar is aan de achterzijde van de fles. Als dit niet het geval is, of als je merkt dat de code is gekrast of er een tape overheen is geplakt, wordt aangeraden om deze niet te kopen. Dit kan namelijk een signaal zijn dat de fles gemanipuleerd is door een derde partij.



## **Cursussen & trainingen**

In 2024 heeft de Fundashon pa Konsumidó wederom budgetcursussen en trainingen verzorgd voor instellingen die ons hiervoor hebben benaderd. Zo hebben wij onder andere budgetsessies georganiseerd voor de ORV en de Maduro & Curiel's Bank. Daarnaast zijn er gesprekken gevoerd met het Curaçao Medical Center (CMC) en Aqualectra om ook daar financiële educatiecursussen aan te bieden voor hun personeel.

Naast het verzorgen van reguliere budgetcursussen en voorlichtingssessies tracht de FPK om ook zoveel mogelijk op de behoeftes van onze consumenten in te spelen. Zo zijn we thans actief bezig om nieuwe, gerichte educatie voorlichtingsprogramma's voor bedrijven en particulieren te ontwikkelen. Dit traject is niet alleen bedoeld om de financiële bewustwording onder consumenten te vergroten, maar ook met het oog op het werven van aanvullende fondsen voor de stichting.

Een belangrijk onderdeel van deze uitbreiding is het opzetten van trainingen voor mensen die zich voorbereiden op hun pensionering (pre-penshonado's). In dit kader werd onder meer overleg gevoerd met Aqualectra over het aanbieden van een dergelijk traject. Hoewel deze samenwerking niet is doorgegaan, blijft FPK zich inzetten om deze waardevolle trainingen via andere kanalen en organisaties aan te bieden.

Zodra het projectplan is afgerond, zal het worden gepresenteerd aan bedrijven en organisaties die interesse hebben in samenwerking. Met dit initiatief benadrukt de FPK opnieuw haar maatschappelijke rol: het versterken van de consument – in elke levensfase.



## **Prijzen van Makutu Básiko producten**

In 2024 heeft de FPK driemaal een prijsvergelijking van Makutu Básiko-producten uitgevoerd binnen onze bredere prijsanalyse "Algemene Basket". Deze vergelijkingen bieden consumenten waardevolle inzichten in de prijsontwikkelingen van basisproducten. Aangezien wij regelmatig meldingen ontvangen over stijgende kosten van de basismand, blijven wij deze prijsopnames uitvoeren om consumenten te ondersteunen bij het maken van weloverwogen aankoopbeslissingen. Voor meer informatie wordt verwezen naar onze prijsvergelijkingen die beschikbaar zijn op onze website [www.fundashonpakonsumido.cw](http://www.fundashonpakonsumido.cw).

## **POV FPK- Regulering Makutu Básiko**

Alhoewel het concept van de Makutu Básiko een nuttig instrument is om de prijzen van basisproducten te reguleren en binnen redelijke marges te houden, vindt de FPK dat het huidige systeem van maximumwinstmarges dringend herzien moet worden. Wij roepen de overheid en het Ministerie van Economische Ontwikkeling (MEO) op om gaarne een onderzoek te laten doen om te evalueren of dit systeem daadwerkelijk ten voordele van de consument werkt.

De FPK is van mening dat het wellicht tijd is om terug te keren naar het eerdere model waarbij er sprake was van vaste maximumprijzen voor basisproducten. Dit systeem bleek in het verleden effectief te zijn, omdat consumenten precies wisten wat zij konden verwachten qua prijs. Het gaf hun verder een goed instrument om hun "huishoudbudget" te reguleren en voorkwam ook dat zij zelf op zoek moesten naar de goedkoopste aanbieder. Daarnaast vindt de FPK dat terugkeer naar het systeem van vaste maximumprijzen ook de transparantie van prijzen kan verhogen en een extra controle-instrument kan zijn voor de MEO, daar nu ook consumenten in staat zullen zijn om sneller prijsafwijkingen te signaleren en misstanden te melden.

De FPK hoopt van harte dat dit standpunt door onze gezagdragers (serieus) in overweging zal worden genomen, in het voordeel van onze consumenten.



## **Nieuwsbrief FPK**

Sinds 2022 heeft de Fundashon pa Konsumidó haar welbekende tijdschrift vervangen door een digitale nieuwsbrief, waarmee wij consumenten regelmatig en efficiënter van relevante informatie kunnen voorzien. In deze nieuwsbrief delen wij updates over onze lopende en afgeronde projecten, activiteiten, onderzoeken en belangrijke consumentenzaken.

In het voorjaar van 2024 hebben wij de nieuwsbrief van het vierde kwartaal van 2023 gepubliceerd, waarin onder andere verslag werd gedaan van onze prijsvergelijkende onderzoeken, workshops en samenwerkingen met diverse instanties. Vervolgens is in augustus de editie uitgebracht met een overzicht van de ontwikkelingen in het eerste halfjaar van 2024.

## **Wekelijkse column in Extra**

Sinds april 2022 publiceert de FPK wekelijks een informatieve column in de krant Extra. Elke woensdag behandelen wij relevante en actuele consumententhema's, variërend van consumentenrechten en financiële educatie tot prijsontwikkelingen en productveiligheid. In 2024 hebben zeker 40 keer een stuk in de Extra geplaatst en ook op onze FB pagina gedeeld. Met deze wekelijkse bijdragen streven wij ernaar om consumenten op Curaçao beter te informeren, bewust te maken van hun rechten en plichten, en hen praktische tips te bieden voor een verantwoorde en slimme omgang met de markt.

## **Radioprogramma FPK**

Na het succes van een reeks van vier radioprogramma's in november en december 2023 op Radio Hoyer, heeft de Fundashon pa Konsumidó in 2024 besloten haar aanwezigheid op de radio verder uit te breiden. Om consumenten nog beter te informeren en bewustwording te vergroten, heeft de stichting een samenwerking aangegaan met het programma "Bienestar i Salú" op Radio Direct.

Gedurende zes maanden waren wij 1<sup>e</sup> keer per maand gast te horen in dit radioprogramma, waarin wij onze luisteraars voorzagen van waardevolle informatie over consumentenrechten, financiële educatie, marktontwikkelingen en andere relevante consumentenzaken. Door middel van deze radio-uitzendingen kon de FPK een breder publiek bereiken en haar missie om consumenten te informeren en te beschermen verder versterken. De respons en feedback die wij van de luisteraars kregen, waren zeer positief.



## Lezingen & Presentaties

Over het jaar 2024 heeft de Fundashon pa Konsumidó (FPK) weer diverse lezingen en presentaties verzorgd voor verschillende doelgroepen, met als doel consumenten bewust te maken van hun rechten en plichten. Wij waren onder andere te gast bij verzorgingsinstituut Betesda, waar wij de bewoners en medewerkers informeerden over consumentenbescherming en financiële bewustwording. Daarnaast gaven wij presentaties voor de gepensioneerden van Ennia, waarbij onderwerpen zoals financiële planning na pensionering en bescherming tegen misleidende aanbiedingen werden behandeld. Ook verzorgden wij gastcolleges over consumentenrecht voor twee middelbare scholen, waar scholieren inzicht kregen in hun rechten als consument en hoe zij zich kunnen beschermen tegen oneerlijke handelspraktijken. Dit initiatief draagt bij aan de educatie van jongeren en stimuleert hen om kritisch en verantwoord om te gaan met hun consumentengedrag.

Verder namen wij deel aan de opendag van "Club de Legio" in Rooi Santu, waar wij een interactieve sessie organiseerden over duurzame consumptie en financiële verantwoordelijkheid. Op al deze bijeenkomsten werd onze bijdrage zeer gewaardeerd, en de aanwezigen ontvingen nuttige informatie en educatief materiaal, waarmee zij beter voorbereid zijn op hun rol als bewuste consumenten.





## ***World Consumer Rights Day 2024***

Op 15 maart vierten alle consumentenorganisaties rond de hele wereld de “World Consumers Rights Day”. Jaarlijks bepaalt Consumers International, de internationale consumentenorganisatie waarvan de meeste consumentenorganisaties wereldwijd lid van zijn, een op dat moment voor de consumenten belangrijke thema waaraan de consumentenorganisaties op de Werelddag van de Rechten van de Consument aandacht aan dienen te besteden. Dit jaar werd het onderwerp “AI for Consumers” als aandachtspunt gekozen.

In het kader hiervan heeft de FPK op 15 maart 2024 speciale aandacht besteed aan het thema **“Responsible AI for Consumers”**. In samenwerking met de Universiteit van Curaçao (UoC) werd een interactieve **open-mic sessie** georganiseerd, waarin werd stilgestaan bij de snelle opkomst van kunstmatige intelligentie (AI) en de directe en indirecte gevolgen hiervan voor consumentenrechten, privacy en veiligheid.

## Open mic session University of Curacao



Tijdens deze sessie kwamen onze sprekers aan het woord die hun kennis, visie en zorgen deelden over AI. Onze sprekers waren de heer Guido Rojer van de UoC, die inging op de maatschappelijke en economische kansen van AI, en ing. Nelson Mambre, een ervaren IT-specialist met een bijzondere interesse in ethische AI-toepassingen. Hij lichtte toe hoe consumenten op een veilige manier kunnen omgaan met AI-gestuurde systemen, en waarom transparantie, databeheer en menselijke controle essentieel blijven.

Om de sessie toegankelijk te maken voor een breder publiek, werd het evenement live uitgezonden op Radio Hoyer. Op die manier konden ook luisteraars thuis deelnemen en bewust worden van dit actuele en veelbesproken thema.

De bijeenkomst vormde niet alleen een informatieve sessie, maar ook een eerste aanzet tot dialoog tussen burgers, onderwijsinstellingen en beleidsmakers over hoe AI op een eerlijke en verantwoorde manier kan worden geïntegreerd in onze samenleving. Bovendien fungeerde het als voorproefje van het grootschalige seminar dat op 17 oktober 2024 werd gehouden in het Renaissance Hotel, waarbij lokale en internationale experts diepgaander ingingen op AI en consumentenbescherming.

# AI

## Seminar “Fair and responsible AI for consumers”



17 October, 2024



8.30am-12pm



Renaissance Windcreek  
Resort Curaçao

Hosted by Jo-Anne  
Bakhuis - da Costa Gomez



### Expert team



Leonardo de Abreu Ladeira M.S  
representing Regulatory  
Authority of Curaçao



Ing. Nelson Mambre



Entrepreneur Rayni Rijke  
founder of Blue Nubia



Dr. Guido Rojer, Jr.



Mr. Aldebert Rooijer  
Specialized in consumer rights



Mrs. Christine Campagnard  
representing Curaçao Tourist  
Board

## Seminar “Responsible AI for Consumers”

Een van de meest belangrijke momenten van 2024 was het succesvolle seminar "Fair & Responsible AI for Consumers", waar wij diverse experts uit Curaçao en een gastspreker uit Nederland mochten verwelkomen. Dit evenement bracht professionals, beleidsmakers, ondernemers en consumenten samen om te discussiëren over de invloed van kunstmatige intelligentie op consumentenrechten en marktdynamiek. De opkomst en de betrokkenheid van het publiek benadrukten de groeiende interesse in AI en de impact ervan op ons dagelijks leven.

Tijdens het seminar deelden onze deskundige sprekers hun inzichten over cruciale onderwerpen, waaronder:

- **“Strategisch nationale aanpak met betrekking tot AI”** – Hoe Curaçao op nationaal niveau AI integreert in verschillende sectoren en welke beleidsmaatregelen nodig zijn om consumentenbelangen te beschermen.
- **“Wanneer de machine een fout maakt”** – De ethische en juridische uitdagingen van AI-besluitvorming en hoe consumenten worden beschermd tegen fouten in geautomatiseerde systemen.
- **“Verantwoord databeheer bij gebruik van AI”** – Het belang van dataprivacy, cybersecurity en transparantie in AI-gebaseerde toepassingen.
- **“Nieuwe ontwikkelingen in AI”** – De laatste innovaties en trends in AI en hoe deze de toekomst van consumenteninteracties en bedrijfsvoering beïnvloeden.

Naast de inhoudelijke presentaties was er ook ruimte voor discussie en netwerken. Deelnemers kregen de kans om vragen te stellen, ervaringen te delen en dieper in te gaan op de uitdagingen en kansen die AI met zich meebrengt.

Dit seminar was niet alleen een leermoment voor alle aanwezigen, maar ook een belangrijke mijlpaal voor de Fundashon Pa Konsumidó. Het benadrukte onze toewijding aan educatie en bewustwording over technologische ontwikkelingen die consumenten direct raken. Het succes van dit evenement motiveert ons om in de toekomst soortgelijke initiatieven te organiseren, waarin actuele en maatschappelijk relevante thema's centraal staan.



## FOTORAMA SEMINAR ‘AI FOR CONSUMERS’



## Prijs- en warenvergelijkende onderzoeken

Ook in 2024 heeft de Fundashon pa Konsumidó zich actief ingezet om onze consumenten te voorzien van actuele prijsinformatie. Gedurende het jaar zijn er in totaal 14 prijsvergelijkende onderzoeken uitgevoerd in onder andere supermarkten, apotheken boekhandels en winkels, met als doel consumenten te helpen bij het maken van bewuste en voordelige keuzes.

De onderzoeken richtten zich op uiteenlopende productcategorieën, waaronder:

- Meest gevraagde producten in Carnavalsperiode (PV Karnaval)
- Eerste levensbehoeften (3 metingen)
- Groente & fruit (3 metingen)
- Vleeswaren (2 metingen)
- Meest gevraagde producten tijdens Kuaresma (de vastentijd)
- Schoolartikelen ("Back to School")
- Verzorging- & schoonheidsproducten ("Botika")
- Autobanden & bouwmaterialen
- Kerst gerelateerde producten (Kerst)

Dankzij deze vergelijkingen kregen consumenten inzicht in waar zij hun producten het voordeligst konden aanschaffen. Deze transparantie draagt bij aan een eerlijkere marktwerking en versterkt de positie van de consument.



## Uitgevoerde PV's in 2024

| Prijsvergelijking             | Periode   | Aantal producten/<br>Stores | Meeste producten met goedkoopste prijs | Meest gevarieerde zaak              |
|-------------------------------|-----------|-----------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------|
| Vlees, groente & fruit        | Jan.      | 93 prdkt.                   |                                        | Centrum Mahaai                      |
| Karnaval 2024                 | Jan.      | 122 prdkt.                  |                                        | Mangusa Rio                         |
| Kuaresma/Semana Santu 2024    | Mrt.      | 109 prdkt.                  | Mangusa Hypermarket                    | Mangusa Hpermarket                  |
| Opname info autobanden        | Apr.      | 6 stores                    |                                        |                                     |
| 1 <sup>e</sup> levensmiddelen | Mei       | 134 prdkt.                  |                                        | Centrum Mahaai                      |
| Vlees, groente & fruit basket | Juni      | 90 prdkt                    |                                        | Bon Bini Supermarket                |
| Bouwmaterialen                | Juni      | 140 prdkt.                  |                                        |                                     |
| Back to School                | Juli      | 63 stores                   |                                        | Bruna                               |
| Botika Basket                 | September | 97 prdkt.                   |                                        | Botika Cerrito                      |
| 1e Levensmiddelen             | Oktober   | 135 prdkt.                  | Mangusa Hypermarket                    | Mangusa Rio                         |
| Groenten & fruit in toko's    | November  | 98 prdkt                    | Centrum Mahaai<br>Centrum Piscadera    | Centrum Mahaai<br>Centrum Piscadera |
| Kerst                         | December  | 128 prdkt.                  | Bon Bini                               | Centrum Mahaai                      |

Al onze persberichten worden gepubliceerd in lokale dagbladen en zijn tezamen met de prijsvergelijkingstabel ter inzage beschikbaar op de website van de Fundashon pa Konsumidó, [www.Fundashonpakonsumido.cw](http://www.Fundashonpakonsumido.cw)



**KOMPARASHON DI PREIS KUARESMA**

E tòp 3 di supermerkadonan mihó surti na e okashon aki ta:

1. Mangusa Hypermarket ku 84 produkto
2. Centrum Piscadera ku 83 produkto
3. Mangusa Rio ku 80 produkto.

E tòp 3 supermerkadonan ku e mihó preis na e okashon aki ta:

1. Mangusa Hypermarket ku 33 produkto
2. Mangusa Rio ku 28 produkto
3. Centrum Piscadera ku 25 produkto

**30% OFF**

[www.fundashonpakonsumido.org](http://www.fundashonpakonsumido.org)



ANOTASHON DI PREIS DI 87 PRODUKTO DEN KATEGORIA DI FRUTA I BÈRDURA.

**Fruta i Bèrdura**

TOP 3 ESTABLESIMENTU MIHÓ SURTÍ

1. FRUTERIA LOS PRIMOS
2. DAN'S WETO I SCHONEGEVELSTRAAT
3. CITY CENTER MENDEZ

**CHECK NOS LISTA I HASI BO ESKOHO**

## Tevredenheidsonderzoeken FPK

Naast de prijs vergelijkende warenonderzoeken heeft de Fundashon pa Konsumidó in 2024 twee onderzoeken afgerond. Het betreft twee tevredenheidsonderzoeken met belangrijke maatschappelijke relevantie.

Het eerste onderzoek richtte zich op de ervaringen van gebruikers van de zogenoemde **communityboxes** in verschillende wijken. Daarbij werd gekeken naar gebruiksgemak, toegankelijkheid, veiligheid en de algemene tevredenheid onder bewoners.



Het tweede onderzoek had betrekking op de **geldigheidsduur van cadeau- en tegoedbonnen**, een onderwerp dat regelmatig leidt tot klachten en onduidelijkheid onder consumenten. Met dit onderzoek heeft de FPK waardevolle inzichten verkregen die zullen worden benut in haar voorlichtings- en belangenbehartigingswerk.

De bedoeling uiteindelijk om de resultaten van beide onderzoeken aan het Parlement van Curaçao toe te sturen.

Met het onderzoek onder communitybox-gebruikers, wil de FPK hiermee aandacht vragen voor de gesignaleerde knelpunten, zodat er –waar mogelijk– passende verbetermaatregelen genomen kunnen worden.

Met betrekking tot het onderzoek over de geldigheidsduur van cadeau- en tegoedbonnen, streeft de FPK ernaar om een wetsvoorstel in te dienen waarin een minimale

geldigheidsduur wettelijk wordt vastgelegd. Hiermee wil de stichting meer rechtszekerheid en duidelijkheid voor consumenten bereiken.

“Wij zien onze klanten als genodigden op een feestje, en wij zijn de gastheren. Het is elke dag onze taak om elk belangrijk aspect van de klantervaring een beetje beter te maken.”

– *Jeff Bezos,*  
*Executive chairman of Amazon*

# KLACHTENBEMIDDELING



## ***Klachtenbemiddeling: Een Essentiële Dienstverlening van de FPK***

Klachtenbemiddeling vormt een van de belangrijkste pijlers van de dienstverlening van de Fundashon pa Konsumidó. In de meeste gevallen slaagt de stichting erin om met succes te bemiddelen tussen consumenten en ondernemers. Deze bemiddeling gebeurt op individuele basis en vereist een bijdrage van fl. 10,00 per klacht.

Het merendeel van de formeel ingediende klachten betreft ondeugdelijke producten, waarbij consumenten vaak geconfronteerd worden met defecte goederen, ontbrekende garanties of gebrek aan adequate nazorg. In dergelijke situaties treedt de FPK op als neutrale bemiddelaar om binnen redelijke termijn tot een oplossing te komen.

Hoe gaan wij tewerk?

Naast de formele, betaalde bemiddeling, ontvangt de FPK ook dagelijks informele klachten, verzoeken om informatie en adviesvragen. Deze worden in de meeste gevallen telefonisch behandeld. Daarbij wordt altijd uitgegaan van de relevante wet- en regelgeving. Wanneer een telefonische interventie echter geen bevredigend resultaat oplevert of als de tegenpartij niet meewerkt, wordt de consument verzocht een officiële klacht in te dienen. Vanaf dat moment vindt de bemiddeling schriftelijk plaats, met ondersteuning van de juridisch adviseur van de stichting.

Door deze gelaagde aanpak – waarbij eerst laagdrempelige hulp wordt geboden en indien nodig wordt opgeschaald naar juridische interventie – kan de FPK effectief inspelen op uiteenlopende hulpvragen van consumenten. Deze aanpak draagt in belangrijke mate bij aan het bevorderen van consumentenrechten en het waarborgen van een eerlijke behandeling binnen de markt.

Naast onze reguliere klachtenafhandeling is het belangrijk om te vermelden dat consumenten tegenwoordig ook andere mogelijkheden hebben om hun recht te halen.

Zo kunnen zij terecht bij de Small Claims Court, waar klachten behandeld worden met een maximaal geldelijk belang van fl. 10.000,00. Daarnaast heeft de Geschillencommissie Verzekeringen, die sinds 2021 non actief was, inmiddels haar werkzaamheden hervat. Beide instanties dragen bij aan een effectievere bescherming van consumenten en bieden extra waarborgen voor een eerlijke behandeling van geschillen, met name binnen de verzekeringssector.

### ***Klachtenbehandeling en Bemiddeling – Jaaroverzicht 2024***

In het jaar 2024 heeft de FPK in totaal 167 klachtendossiers ontvangen van consumenten op Curaçao. In 150 gevallen was intensieve bemiddeling noodzakelijk om tot een oplossing te komen tussen consument en dienstverlener of verkoper. Dit toont aan dat de rol van de FPK als bemiddelende instantie van groot belang blijft in het waarborgen van consumentenrechten en het bevorderen van eerlijke handelspraktijken.

De aard van de klachten over het jaar 2024 varieerden sterk en omvatte onder meer zaken met betrekking tot:

- Nutsbedrijven (zoals Aquallectra, Flow, Digicel),
- Elektronicazaken en meubelwinkels,
- Autoverkoop en dienstverlening (zowel nieuwe als tweedehands auto's),
- Verzekeringsmaatschappijen en banken,
- Luchtvaartmaatschappijen,
- nagelsalons & spa's,
- Ondeugdelijke producten, pompstations, notarissen en problemen met huur, huisvesting en cadeaubonnen.

Naast reguliere klachtenbehandeling heeft de FPK ook een rol gespeeld in het begeleiden van consumenten richting de Small Claims Court. In 2024 hebben wij zes consumenten bijgestaan bij het opstellen en indienen van een verzoekschrift bij deze rechtbank. Hiervan zijn vijf zaken succesvol afgerond en één zaak is door middel van een schikking gesloten. Deze alternatieve route blijkt effectief te zijn in gevallen waarbij bemiddeling alleen niet afdoende is gebleken.

**Sectoren met de meeste klachten:**

De klachten waren vooral geconcentreerd binnen de volgende sectoren:

- Elektronica- en huishoudapparatuurzaken: vaak over defecte producten of slechte service na verkoop;
- Verzekeringsmaatschappijen: met name over uitblijvende betalingen of onduidelijke polisvoorwaarden;
- Nutsbedrijven zoals Aqualectra, Flow en Digicel: klachten over rekeningen, onregelmatige diensten en klantenservice;
- Auto- en garagesector: klachten over verborgen gebreken bij aankoop, garantiegeschillen en slechte dienstverlening.

**Bedrijven met de meeste klachten:**

- Op basis van de ontvangen meldingen, zijn de volgende vijf bedrijven het meest genoemd in klachten:

**Aqualectra, Flow, Polytronica, OMNI en Ennia**

**Status van de klachten:**

Per 31 december 2024 kende de afhandeling van de klachtendossiers de volgende status:

- In behandeling: 25 gevallen
- Afgehandeld: 118 gevallen
- Gesloten: 24 gevallen (bijvoorbeeld door terugtrekking van de klacht of gebrek aan opvolging)
- Doorverwezen: 6 gevallen, waarbij de FPK de klager heeft geadviseerd een andere route te bewandelen, zoals de Small Claims Court of een beroepsinstantie.

**Contactmomenten en communicatie:**

De meeste klachten bereikten de stichting via e-mail (108 meldingen), gevolgd door baliebezoeken (52 meldingen) en enkele via post of telefonisch contact (2 meldingen). Dit laat zien dat digitale communicatie nog steeds de voorkeur geniet bij de meeste consumenten, maar dat persoonlijke begeleiding aan de balie eveneens een belangrijke rol blijft spelen.

**Conclusie**

Hoewel wij ons dagelijks inspannen om de basiskennis consumentenrechten over te brengen aan de gemeenschap — zodat consumenten in principe zelfstandig hun klachten kunnen aankaarten — blijkt uit de praktijk dat klachtenbemiddeling nog altijd een essentieel onderdeel vormt van de kerntaken van de FPK. De cijfers over 2024 bevestigen de aanhoudende behoefte aan laagdrempelige, toegankelijke en deskundige ondersteuning voor consumenten. Daarom blijven wij ons inzetten om de klachten-procedure verder te verbeteren, de samenwerking met andere relevante instanties te versterken en structurele knelpunten in kaart te brengen.

# PERSONEEL & ORGANISATIE

## *Personeel FPK*

Op 1 januari 2024 bestond het personeelsbestand van de Fundashon pa Konsumidó uit vier vaste medewerkers:

De Beleidsmedewerker Communicatie & Projecten, de Office Manager, de Bureau-medewerkster en een schoonmaakster.

Naast bovengenoemde formatie, ontvangt de stichting verder ondersteuning op 2 gebieden:

Juridische Ondersteuning: Een jurist verleent eenmaal per week gedurende 2 uur bijstand met betrekking tot de verschillende klachten die binnenkomen. Dit helpt de stichting om juridische kwesties rond consumentenklachten effectief aan te pakken.

Externe krachten voor prijsvergelijkende opnames en onderzoeken: Om prijsvergelijkende opnames en onderzoeken uit te voeren, maakt de stichting gebruik van externe krachten. Dit stelt ons in staat om objectieve en nauwkeurige vergelijkingen te maken en onderzoeken uit te voeren, zonder het personeel verder te belasten.

De functie van directeur is sinds augustus 2021 vacant en kan voorlopig niet worden ingevuld vanwege de inkorting van de subsidiegelden die de stichting van de overheid ontvangt. De stichting ontvangt de laatste jaren een subsidiebedrag van f. 300.000,--. Met dit bedrag blijft er weinig ruimte over om met name de vacante functie van directeur te vervullen.

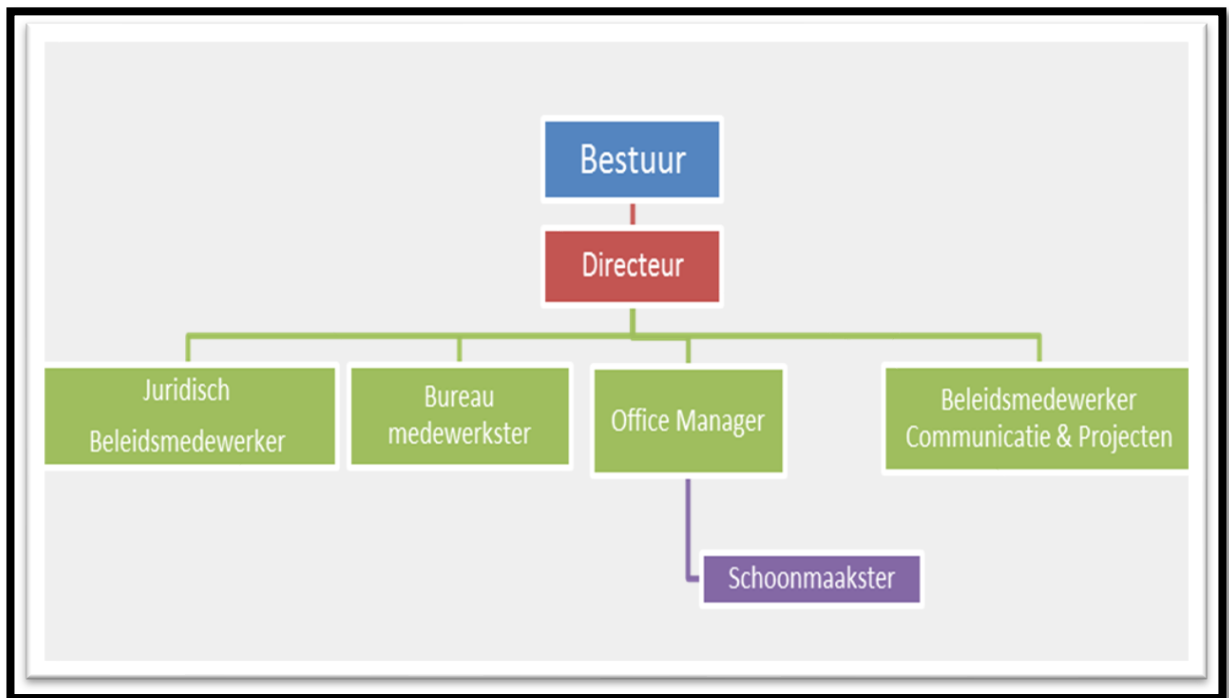
Als gevolg hiervan fungeren twee leden van het bestuur als 4 directieteam om de taken en verantwoordelijkheden van de directeur voorsnog op zich te nemen. Dit betekent dat zij bepaalde strategische beslissingen nemen en de dagelijkse gang van zaken binnen de stichting coördineren.

## *Bestuur Fundashon pa Konsumido 2024*

Het bestuur van de stichting bestaat uit minimaal 3 leden. Het bestuur kiest vanuit zijn midden een voorzitter, secretaris en penningmeester die samen het dagelijks bestuur vormen. Over het jaar 2024 hadden de volgende personen zitting in het bestuur:

|                |                              |
|----------------|------------------------------|
| Voorzitter     | : Mevr. Adria Pieters-Stuart |
| Penningmeester | : Dhr. Erwin de Meza         |
| Secretaris     | : Dhr. Norwin Dalnoot        |

## Organogram Fundashon pa Konsumidó



### *Stagiaires en vrijwilligers*

Met regelmaat ontvangt de stichting verzoeken om stagiaires te plaatsen. In de meeste gevallen worden deze verzoeken met open handen geaccepteerd. Het gebruik maken van stagiaires biedt niet alleen extra mankracht voor specifieke projecten, maar het stelt ook studenten in staat om praktijkervaring op te doen en bij te dragen aan de doelen van de stichting. Door stagiaires ook in te zetten voor reguliere taken, profiteren zowel de stichting als de stagiaires van een win-winsituatie. De stichting krijgt nieuwe ideeën en initiatieven, tegen lage kosten terwijl de stagiaires waardevolle ervaring opdoen en hun vaardigheden ontwikkelen.

### *Inschaling personeel*

Voor wat betreft inschaling en bezoldiging van het personeel, deze geschiedt op basis van opleiding en ervaring conform de bezoldigingsnormen van de Overheid van Curaçao. Het is echter ook belangrijk om op te merken dat het personeel sinds 2013 op hetzelfde salarisoniveau zit. Dit kan uitdagend zijn, maar het is lovenswaardig dat ondanks deze uitdagingen het personeel zich toch met toewijding blijft inzetten om het beste product te leveren voor de stichting.

# CORPORATE GOVERNANCE

## **Fundashon pa Konsumidó en Corporate Governance**

Goed bestuur (Corporate Governance) staat vanouds hoog in het vaandel bij de Fundashon pa Konsumidó. De Fundashon pa Konsumidó is een stichting die statutair gevestigd is in Curaçao. Het hoogste orgaan is het bestuur van de stichting, dat bestaat uit maximaal vijf vrijwillige leden die in hun vrije tijd zich inzetten voor de missie van Fundashon pa Konsumidó.

Het bestuur houdt toezicht op het bureau. Tijdelijk fungeert 2 leden van het bestuur als directieteam. In een optimale bezetting bestaat het bureau uit een directeur, een juridisch beleidsmedewerker, een beleidsmedewerker communicatie & projecten, een bureaumedewerker en een officemanager. In een complete formatie heeft de directeur de dagelijkse leiding over het bureau. Hij is verantwoordelijk voor het besturen van de organisatie. Momenteel wordt de dagelijks leiding van het kantoor vooralsnog waargenomen door de directie.

De medewerkers van het bureau zijn in vaste dienst van de stichting. De regels rond de besturing van de Fundashon pa Konsumidó zijn vastgelegd in de statuten (gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel te Curaçao). Zowel het bestuur als het bureau is zich terdege bewust van de daaruit voortvloeiende verantwoordelijkheden, taken en bevoegdheden, en het belang van een goede verdeling daarvan. Het Eilandsbesluit Code Corporate Governance Curaçao blijft het richtsnoer – transparantie en integriteit vormen de belangrijkste toetsstenen.

### **Integriteit Fundashon pa Konsumidó en medewerkers**

Om zijn onafhankelijkheid te garanderen hanteert de Fundashon pa Konsumidó strikte financieringsregels. Zijn inkomsten mogen nooit in tegenspraak zijn met de kernwaarden. De stichting accepteert geen geld van organisaties waarbij enige vorm van tegenprestatie gewenst wordt of hiervan de perceptie zou kunnen worden gecreëerd.

## **Gedragscode**

Het bestuur van De Fundashon pa Konsumidó heeft in 2011 een Gedragscode ingevoerd waarin onderwerpen als het aannemen van giften, het bekleden van nevenfuncties, geheimhouding en het gebruik van eigendommen van de stichting worden geregeld. De kern van de gedragscode is openheid over handel en wandel, en eigen verantwoordelijkheid.

## **Risicobeheer**

Net als iedere organisatie loopt de Fundashon pa Konsumidó risico's – we hebben te maken met de eigen bedrijfsvoering of met externe factoren. Om de risico's zo goed mogelijk te beheersen gelden er interne processen van Chinese muren voor de scheiding van materiele en fysieke gelden. Dit voor zover de personele bezetting het toelaat. Uitgangspunt daarbij is dat alle risico's binnen de processen in de organisatie geschat en gecategoriseerd worden en dat er borging is van de beheersbaarheid van ieder afzonderlijk risicofactor.

Ten slotte geven voor de financiële besturing en beheersing de jaarlijkse budgetronde, het jaarplan, de kwartaal- en de halfjaarcijfers afdoende managementinformatie en controlemomenten voor het effectief beheersen van financiële en operationele risico's.

# SLOT

Het jaar 2024 was een periode van groei, aanpassingsvermogen en betekenisvolle veranderingen voor de Fundashon Pa Konsumidó (FPK). We hebben belangrijke stappen gezet in zowel onze interne processen als in de manier waarop we communiceren met en opkomen voor consumenten. Onze inspanningen hebben geleid tot concrete verbeteringen en een bredere impact binnen onze gemeenschap. We zijn dan ook trots op wat we samen hebben bereikt.

Met optimisme kijken we vooruit naar 2025, een jaar waarin nieuwe uitdagingen en kansen zich zullen aandienen. De economische vooruitzichten, zoals de stijgende inflatie en de veranderende marktomstandigheden, maken ons werk relevanter dan ooit. We blijven ons inzetten voor het versterken van consumentenrechten, het vergroten van bewustwording en het verbeteren van de markttransparantie. Ons doel blijft om de consument een sterkere positie te geven en hen te voorzien van de juiste informatie en ondersteuning om weloverwogen keuzes te maken.

Onze organisatie is gebouwd op de inzet en toewijding van ons team. Wij willen dan ook onze oprechte waardering uitspreken voor de enorme inzet en toewijding van de drie dames Anne-Mae Josephina, Jessica Job- de Palm en Reshida Akbar over het jaar 2024. Ondanks uitdagende omstandigheden en het feit dat er geen vakantie-uitkering of bonus kon worden verstrekt, hebben zij zich met onverminderd enthousiasme en toewijding ingezet voor onze missie. Hun harde werk, doorzettingsvermogen en betrokkenheid zijn van onschatbare waarde en worden enorm gewaardeerd. Dankzij hun inzet kon FPK blijven groeien en impact maken op het leven van consumenten op Curaçao.

De Fundashon pa Konsumidó staat vandaag sterker dan ooit. Onze erkenning als een betrouwbare en onafhankelijke consumentenorganisatie is een bevestiging van ons bestaansrecht en onze rol binnen de samenleving. Wij danken al onze medewerkers, vrijwilligers, samenwerkingspartners en consumenten voor hun vertrouwen en steun. Samen zetten wij ons in voor een eerlijke, transparante en rechtvaardige markt voor alle consumenten. Met vertrouwen en vastberadenheid kijken we uit naar 2025!