

# “La crisis económica ha supuesto un cambio no sólo en las formas sino también en el fondo del consumo de las familias”



**Vuestra organización de consumidores es una privilegiada atalaya para observar el comportamiento del consumo de las familias. ¿Se observan cambios en el patrón de consumo a raíz de la crisis económica?**

Por supuesto, desde la Confederación de Consumidores y Usuarios CECU lo hemos detectado, no sólo desde el punto de vista de recorte general en el gasto y, por lo tanto, freno del consumo, sino de cambios en hábitos de compra y consumo: sustituyendo unos productos por otros con menor precio, no saliendo tanto a cenar fuera y organizando cenas en casa... También se han notado ciertos cambios en las temáticas de las con-



sultas y reclamaciones pues, por ejemplo, el sector de la vivienda ha reducido los problemas debido a la disminución de las compraventas. En definitiva, la crisis económica ha supuesto un cambio no sólo en las formas sino también en el fondo. Nos hemos vuelto algo más críticos con el entorno que nos rodea.

## ¿Está ganando el comercio electrónico peso en las modalidades de consumo?

Desde luego cada año los números siguen creciendo en cuanto al uso del comercio electrónico pero no con la velocidad que puede observarse en otros países de nuestro entorno europeo y de la otra parte del Atlántico. Es difícil cambiar las costumbres de la población y el tocar el producto o la prenda antes de comprarla es un factor psicológico importante a la hora de dar credibilidad y seguridad a esa compra. No obstante, en los últimos años hemos intentando concienciar a la población de que la red tiene unas cotas de seguridad altas y con unos pequeños hábitos de verificación podemos dar una gran seguridad a la compra. Todo ello, unido a la posibilidad de que los pagos se hagan por medios distintos al electrónico, ha posibilitado un mayor crecimiento en cuanto al uso del comercio electrónico.

## Las nuevas fórmulas y patrones de consumo, imagino que darán lugar a nuevas formas de fraude al consumidor.

## ¿Cómo estáis respondiendo a este reto desde las asociaciones de consumidores?

Intentamos estar vigilantes a las nuevas situaciones que se producen pues es razonablemente cierto que en tiempos de crisis el ingenio y la picaresca se agudizan, pero también la de los consumidores. CECU no sólo intenta vigilar y avisar de nuevas situaciones de fraude sino que apostamos por formar a los consumidores para que sean ellos los

que nos alerten de posibles situaciones que puedan incidir negativamente entre los consumidores. Siempre será más fácil que casi 50 millones de consumidores estén vigilantes que no unas pocas Asociaciones de Consumidores. Eso sí, no se puede imaginar de qué manera se siguen incrementando los intentos de engañar, abusar, estafar... a los consumidores y usuarios utilizando desde los sistemas más rudimentarios (timo de la estampita) hasta las más altas tecnologías.

## Vosotros formáis parte del BEUC (Asociación Europea) y de CI (Consumers International), la primera en el ámbito europeo y la segunda mundial. ¿Cuál es la panorámica de las asociaciones españolas dentro del contexto internacional?

Quizás dependerá de si nos comparamos con unas u otras. En comparación con asociaciones de EEUU o del norte de Europa quizás nos falta una mayor implicación de la sociedad en el movimiento de los consumidores; si nos comparamos con América Latina, aunque tenemos más bagaje, ellos, sin duda, han experimentado un crecimiento vertiginoso que les ha puesto en algunos casos a nuestra altura, pero, en líneas generales, las asociaciones de consumidores en nuestro país no han tenido los apoyos institucionales que sí han tenido otros colectivos o sectores. En cualquier caso, en base a lo que ha pasado los últimos años, las expectativas nos hacen ser muy optimistas de cara a la labor y credibilidad que tenemos en la sociedad española. De hecho, según una encuesta que hace cada cuatro años la UE, en los datos de 2008 España es el país donde más ha crecido el apoyo de la sociedad a las asociaciones de consumidores y eso nos hace tener en CECU una clara esperanza de presente y de futuro.



### Fernando Móner Romero

PRESIDENTE DE LA CONFEDERACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (CECU)

Nació en 27 de Abril de 1967. Presidente de la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU). Presidente de la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios (AVACU). Vocal del Consejo de Consumidores y Usuarios del INC. Presidente de la Comisión de Política Comunitaria del CCU. Vocal Consejo Asesor RTVE. Ex Consejero Consumers International. Consejero Mercavalencia. Consejero General Asamblea Bancaja. Diplomado en Ciencias Económicas y Empresariales. Diplomado en Consumo. Técnico experto en Servicios Financieros (Banca y Seguros). Miembro del Observatorio de Comercio del Ayto. de Valencia. Miembro del Consejo de Salud de la Comunidad Valenciana. Comisión Reproducción Humana Asistida. Vocal Observatorio Precios Conselleria Agricultura. Patrono Fundación Comunidad Valenciana-Región Europa. Patrono Fundación Triptolemus. Miembro Comité Ejecutivo Fundación Sabor y Salud. Consejo Administración Marca Calidad AIDICO (Instituto Tecnológico Construcción). Consejo Bienestar Social Comunidad Valenciana. Observatorio del Comercio de la Comunidad Valenciana. Comité Denominación de Origen, y otros Consejos y Comités en el ámbito local, autonómico, nacional y Europeo. Profesor y ponente en cursos básicos de consumo, cursos de especialización en vivienda y en servicios financieros, cursos de formación comercial... Colaborador habitual en programas radiofónicos y de TV en temas de consumo. También colabora con algunos medios escritos con artículos de opinión sobre temas de actualidad y consumo.