

GALICIA

“Volvemos a detectar errores propios de la época de la burbuja”

ENTREVISTA MIGUEL LÓPEZ Secretario de la Unión de Consumidores de Galicia / Constata endeudamiento de las familias sobre unos ingresos y estabilidad laboral menor que en los años previos a la crisis.

Lorena Palleiro. A Coruña
Unión de Consumidores de Galicia (Ucgal) celebra sus 30 años de concienciación, información y compromiso con los intereses de los usuarios y consumidores gallegos. “Para una organización sin ánimo de lucro tiene mérito, ya que no contamos con líneas de ayuda ni apoyo decidido por parte de las Administraciones”, resalta Miguel López (Lugo, 1969), quien ocupa desde hace 13 años el cargo de secretario general de la organización. Su financiación proviene de las aportaciones de sus, actualmente, 4.100 asociados, cifra que se ha incrementado en el último año en una comunidad con bajo espíritu asociativo.

– **Con la crisis se despertó una conciencia y un cambio en las pautas de los consumidores, ante una incipiente recuperación, ¿ese cambio se mantiene o volveremos a las malas prácticas?**

Puedo decir que volvemos a detectar malas costumbres, a detectar roles que caracterizaron la época de las ‘vacas gordas’. Estamos empezando de nuevo a caer en errores derivados de la compra poco planificada, menos responsable, más precipitada y, sobre todo, dejándonos llevar por las buenas cifras que sabemos que no son más que macroeconómicas. Volvemos a echar mucha mano de la financiación para la adquisición de productos, bienes y servicios de consumo; prestamos poca atención a la hora de suscribir contratos. Nos dejamos llevar por ofertas, publicidad y volvemos a cometer errores a través de las compras a distancia. Lo que nos sorprende es que habiendo salido de la crisis prácticamente ayer, parece como si no hubiéramos aprendido lo suficiente.

– **¿En qué tipo de compras se repiten los errores? vuelven a repetirse?**

En la compra de automóviles, en su financiación, o la compra de otros bienes de consumo como equipamiento de hogar y electrónica. En el aumento de las cantidades que tenemos que destinar a la compra de vivienda y al alquiler. Lo palpamos por las consultas que nos hace la ciuda-



Miguel López es secretario general de la Unión de Consumidores de Galicia desde hace trece años.

danía cuando hablamos de préstamos o de suministro eléctrico. En la época de crisis decíamos que la factura estuvo muy cara y con la liberalización la mirábamos con lupa. Es increíble que cuando la luz está más cara, como en este año en el que ha subido de manera importante, el porcentaje de consultas es más bajo de lo que era entonces.

– **¿Qué problemas afectan al consumidor gallego y en cuáles ponen el foco?**

Uno es, por ejemplo, el modelo de estaciones de servicio desatendidas. Llevamos más de dos años en conversaciones con la Administración de Galicia. Todos los que representamos una relación de

“Cuando la luz está más cara, como en este año, el porcentaje de consultas es inferior a los años de la crisis”

“CNMC ha tardado siete años en reconocer lo que decía Ucgal: el precio de la luz es más barato en el mercado regulado”

consumo estamos unidos ante un modelo de negocio que no queremos porque consideramos que no aporta nada. También hay reclamaciones en el sector financiero, casos de formalización de hipotecas multidivisa y accionistas del Banco Pastor Popular. Además, nos preocupa mucho el endeudamiento de las familias. Muchas familias invierten y gastan sobre la base de una supuesta estabilidad laboral e ingresos. Son salarios menores que antes de la crisis y, sin embargo, los productos y servicios se han encarecido de una forma importante.

– **¿Siguen llegando reclamaciones de las ‘teleco’?**

Sobre todo de ofertas y de la

“El consumidor tiene problema para adquirir los servicios de telecomunicaciones que realmente necesita”

contratación de productos combinados, derivado de esa ‘paquetización’ de los servicios. Nos dan un servicio que aumenta de precio cada dos por tres, en algunos casos con hasta cinco o siete subidas en los últimos dos años de más de un 30%. Otro problema es la dificultad para que un consumidor pueda adquirir servicios de telecomunicaciones que realmente necesita. Hay que tener en cuenta que la carta de derechos de los consumidores de ‘teleco’ contempla el derecho de darse de baja sin penalización si las nuevas condiciones no nos satisfacen, pero la realidad es que estamos en una sociedad que nada tiene que ver con la de 2005 –año de esa normativa– y es difícil plantearse vivir sin estar conectado.

– **Las ofertas combinadas llegan al sector energético con la irrupción de Cepsa o Galp, ¿es una buena alternativa para que baje el precio de la energía?**

Tenemos un mercado eléctrico en el que más competencia no supone que baje el precio porque el método para su determinación está sujeto a una norma, no atiende a reglas de un mercado puro. Es curioso cómo hemos tenido que esperar años para que la CNMC reconociera algo que Ucgal en Galicia señala desde hace años, que reconozca que el precio de la electricidad en el mercado regulado es el más competitivo. No hay una opción más económica en el mercado libre y sin embargo estamos asistiendo a una evolución cada vez mayor de clientes que se pasan al mercado libre. De 26 millones de españoles que pueden estar acogidos a la tarifa de último recurso y que tienen menos de 10 kilovatios de potencia contratada, más de la mitad en sólo 8 años se han cambiado al mercado libre para tener menos derechos y pagar la electricidad más cara. La CNMC ha tardado 7 años en darse cuenta.

BFA prevé que sus 22 empresas facturen 18,5 millones

Expansión. Vigo

La 22 empresas que forman parte de la aceleradora de automoción (Business Factory Auto) prevén alcanzar una facturación de 18,5 millones de euros el próximo año. Teniendo en cuenta que son empresas de reciente creación –la aceleradora lleva dos ediciones y tiene abierta una tercera– y que su volumen de negocio actual es de 2,5 millones de euros, supondrá multiplicar por más de siete sus ingresos en dos años.

Ceaga, el clúster de empresas de automoción de Galicia que es uno de los participantes de la aceleradora, destaca que las 22 compañías ya generan 150 empleos, que llegarán a 200 el año que viene. Además, recuerda la implicación de los grandes proveedores auto en el tutelaje de los proyectos que entran en la BFA y que ha ayudado a que casi un tercio de ellos estén exportando. Resalta, por ejemplo el caso de Lightbee Mobility, seleccionada para el Mobile World Congress de Shanghai, o Muutech Monitoring Solutions y Xesol, que participaron en el Cebit de Hannover.

Marfío invierte en nuevo muelle

Expansión. Vigo

La empresa transformadora de productos pesqueros congelados ha invertido 1,4 millones de euros en un nuevo muelle de carga en Marín (Pontevedra), donde tiene su base. La inversión se ha destinado a adaptar su frigorífico y las instalaciones a pie de muelle para la descarga y clasificación de atún a granel.

Marfío espera descargar un mínimo de 17.000 toneladas anuales de atún procedente del océano Índico, Pacífico y Atlántico, y duplicar esta cifra en el plazo de dos años. De hecho, la compañía dirigida por Santiago Montejó avanza según el calendario previsto en la planta de Central Lomera Portuguesa, proyecto participado al 50% por Atunlo. La factoría se dedica al procesamiento de lomos de atún desde la localidad de Vilanova de Cerveira.

Apuesta por la mediación y el arbitraje

El secretario general de la Unión de Consumidores de Galicia considera que es necesario profundizar en el fomento de entidades, como las organizaciones de consumidores, para buscar fórmulas que permitan solucionar los problemas de los usuarios de una manera más ágil a través de la mediación y la negociación. Asegura que la ley gallega de protección de los consumidores ha servido para mejorar las relaciones

de consumo, sobre todo con grandes corporaciones. “La línea en vía sancionadora ha sido importante, tanto a grandes como a pequeños, pero echamos en falta que se trabaje más en fórmulas más basadas en el diálogo”, explica para añadir que “es cierto que ha habido muchas empresas que ese lenguaje no han querido entenderlo”. Afirma que se sigue creyendo en arbitraje de

consumo como una solución que no ha perdido utilidad, carácter vinculante ni su gratuidad, pero sí agilidad. Indica que el problema a nivel de todo el Estado es que el arbitraje de consumo se ha convertido en el servicio de atención al cliente de muchas empresas “a las que les resultaba más económico y cómodo” emplazar a sus clientes a presentar una reclamación por esa vía.