



Nota informativa

29 de marzo de 2023

CCU advierte del deterioro de las personas consumidoras en 2022 e incide en la necesidad de adaptarse a los nuevos desafíos tecnológicos y medioambientales

El aumento del coste de la energía, la subida de los tipos de interés, el incremento de la cesta de la compra, el retraso de la puesta en marcha de algunos instrumentos que podrían mejorar sus derechos o el deterioro de la relación de las Administraciones públicas han contribuido a agravar la situación de las personas consumidoras

El Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU) ha presentado su [Memoria Anual 2022](#) en la que hace balance de las dificultades que han afectado a los consumidores el año pasado. Entre ellas, destaca el incremento de los costes de la energía paliados en parte por la “solución ibérica”, la subida de los tipos de interés y su repercusión en los créditos hipotecarios o el incremento continuo de los precios de la cesta de la compra que afecta especialmente a los hogares más vulnerables. Asimismo, pone de manifiesto algunos retrasos que se están produciendo en la puesta en marcha de instrumentos que podrían mejorar los derechos de las personas consumidoras. Tal es el caso de la Ley de los Servicios de Atención al Cliente, la Autoridad Administrativa Independiente de Defensa del Cliente Financiero, así como la transposición de la Directiva de las Acciones de Representación con la que se persigue garantizar un elevado nivel de protección de los consumidores. En cuanto a la relación de la ciudadanía con las Administraciones públicas advierte del deterioro que se ha producido en el último año debido a la modalidad no presencial de los servicios ya que dificulta la tramitación de los procedimientos administrativos y genera una relación impersonal con los administrados, como por ejemplo en la relación de los pacientes con los servicios de salud.

En relación con los retos de futuro a los que las personas consumidoras deben adaptarse, CCU subraya la aparición de nuevos productos y servicios propiciados por los cambios tecnológicos, especialmente en aquellos que utilizan la inteligencia artificial, el internet de las cosas y los algoritmos. Igualmente, será necesario que los consumidores se familiaricen con el desarrollo de nuevas formas de consumo online basado en nuevas tecnologías y un marketing agresivo asentado en atributos tales como el precio, los servicios a domicilio, el ahorro de tiempo, la posibilidad de comprar en cualquier instante, así como la comparación entre productos incluyendo características y precios. El tercer desafío que plantea CCU tiene que ver con una mayor sensibilización social hacia aspectos medioambientales y el incremento de la demanda de productos sostenibles, justos, solidarios y de cercanía.

Por su parte, Carlos Ballugera, presidente de CCU, muestra cierta preocupación sobre las herramientas que disponen los profesionales de consumo que trabajan en la Administración para abordar algunas de las realidades presentes en el mercado como la comercialización de bienes en el metaverso, los bienes y productos conectados, el uso los algoritmos y [patrones oscuros](#), la ausencia de instrumentos para sancionar a operadores de terceros países, la obsolescencia prematura, la desinformación, el consumo low cost, o la excesiva judicialización de las controversias de consumo.

>Fuente de la información: [Memoria Anual 2022](#) Consejo de Consumidores y Usuarios.