




La actualidad en breve del consumo financiero

ADICAE denuncia graves defectos informativos en la comercialización de hipotecas



ADICAE ha realizado un primer estudio en relación a la contratación hipotecaria, para lo cual se han visitado un total de 222 sucursales de importantes entidades en 9 ciudades españolas (Madrid, Zaragoza, Valladolid, Mérida, Cáceres, Valencia, Sevilla, A Coruña y

Málaga). El estudio se realizó mediante visitas presenciales a las sucursales para solicitar un préstamo hipotecario de cuantía inferior a 150.000 euros (a los que resulta de aplicación la actual normativa).

A pesar de que la Orden Ministerial de 1994 sobre transparencia en los préstamos hipotecarios establece la obligación para bancos y cajas de facilitar un folleto informativo con la información financiera del préstamo, el estudio realizado por ADICAE revela que el 67% de las sucursales visitadas de distintas entidades no facilitan dicho folleto, sustituyéndolo por mera publicidad, explicaciones verbales o un simple papel "en sucio". Entre las


incumplidoras destacan BBVA, Banesto, La Caixa, Cajamadrid, Banco Popular o CAI, que superan ampliamente ese porcentaje de incumplimiento.

Además, las sucursales visitadas fueron preguntadas acerca de si una vez realizada la tasación de la vivienda se entregaría oferta vinculante.

Un 67% de bancos y cajas no facilitan folleto informativo, sustituyéndolo por publicidad, explicaciones verbales o un papel borrador

Un 72% de las sucursales visitadas de distintas entidades respondieron que no entregaban oferta vinculante, a pesar de ser exigida por la normativa sobre transparencia.

Destacan entidades que superan notablemente esta media de incumplimiento Santander, Banesto, BBVA, Popular y Bancaja. La oferta vinculante contiene las cláusulas financieras del préstamo (tipo de interés, comisiones, etc...) además de informar al usuario de su derecho a examinar el proyecto de escritura del préstamo en el notario con al menos tres días de antelación a su firma. A la vista de estos y otros datos que arroja el estudio, es de esperar alguna reacción por parte del Banco de España.



Aumentan los préstamos renegociados: un negocio seguro para bancos y reunificadoras

Según los datos que hizo públicos el Instituto Nacional de Estadística (INE) en octubre de 2007 el número total de hipotecas que cambiaron sus condiciones contractuales ascendió a 26.304 en agosto, lo que supone un crecimiento interanual del 47%. Según el estudio, lo más habitual es acudir a la entidad financiera que concede el préstamo a renegociar unos tipos más favorables o una ampliación del plazo de devolución, lo que ocurrió en 20.152 hipotecas.

Uno de los principales motivos para renegociar las condiciones de la hipoteca es modificar los tipos de interés (en el 53% de los casos). Estas cifras no son sino la constatación de la difícil situación que están viviendo muchas familias en España con el pago de su hipoteca que, como consecuencia de la subida constante del principal índice de referencia (Euribor), cada vez son más las que no pueden hacer frente al pago de las cuotas mensuales.

Quejas en continuo ascenso por depósitos bancarios

Las reclamaciones presentadas al Banco de España en materia de productos de ahorro llegan a un 22,3% (cuentas, depósitos...) casi se han situado a la altura de las de los productos de endeudamiento (22,6% del total de las presentadas). Cada vez son más las ofertas de depósitos que prometen altas rentabilidades en su publicidad, pero debemos prestar especial atención a la letra

pequeña si queremos evitar sorpresas. El agresivo marketing de las entidades engaña al consumidor: las altas rentabilidades a corto plazo son la principal oferta pero, a su vez, la principal trampa que tienden al pequeño ahorrador; ya que el interés real que obtendrá no va a coincidir con la "TAE publicitada" cuya estimación anual deja en cifras ridículas la rentabilidad mensual del depósito...



Demanda colectiva contra el banco Santander en Chile



ODECU, una Asociación de Consumidores Chilena ha interpuesto recientemente en Chile una demanda colectiva contra el banco Santander, en nombre de unos 90.000 afectados, contratantes con el SCH de préstamos hipotecarios. El Santander pedía a estos unas cantidades como provisión de fondos que posteriormente, como ha podido descubrir ODECU, no suponían en absoluto las cantidades que se pedían por la entidad financiera, sin que esta haya nunca devuelto dinero. Esto demuestra que las Asociaciones de Consumidores saben hacer frente a los abusos de las grandes multinacionales financieras que repiten sus incorrectas actuaciones especialmente en los países de Latinoamérica. El Santander es el banco con mayor número de préstamos hipotecarios en Chile.



El negocio bancario de conocer los datos personales

La aplicación de los nuevos avances técnicos a los cajeros y tarjetas se puede estar convirtiendo en un nuevo filón para bancos y cajas. Bajo el pretexto de la seguridad, los nuevos sistemas están convirtiendo al banco en un "supermercado" donde todo se vende, a la vez que permiten conocer cada vez más aspectos del cliente, es decir más posibilidades de negocio... Sacar dinero se está convirtiendo sólo en una prestación más de las que nos ofrecen los cajeros. Comprar bonos de transporte, entradas para conciertos, teatros, reservar una habitación de hotel, enviar currículums a empresas, consultas de expedientes universitarios,



pagos de impuestos... El número de cajeros en España, el segundo país del mundo tras Japón, nos puede dar una idea de las posibilidades de negocio del nuevo "bazar bancario". Además, el desarrollo de nuevas tecnologías a partir de datos físicos son una fuente de información valiosa. La Caixa está invirtiendo en un sistema para identificar a las personas a través de las venas situadas por debajo de la epidermis.... Los avances en las tarjetas de crédito no se quedan atrás, a mediados de octubre se presentó un nuevo proyecto, que contará con una primera emisión de 10.000 unidades de tarjetas de crédito, tarjetas que incluirán los datos médicos de su titular y permitirán acceder al historial médico de este. Con estos datos, es fácil para bancos y cajas comerciar o trasladarlos a sus compañías de seguros sanitarios, etc. Mayor control social... y mayor negocio.

Solbes reconoce abusos "puntuales" en la banca



Las continuas reclamaciones y quejas en el ámbito financiero son vistas por Solbes como "hechos aislados"

El ministro de Economía y Hacienda, reconoció en el Pleno del Senado el pasado 21 de noviembre la existencia de "algunos casos" de comportamientos abusivos de ciertas entidades financieras; no obstante, matizó que son casos puntuales y que deben ser denunciados por sus afectados. A pesar del reconocimiento público de estos abusos siguen sin existir soluciones eficaces que acaben con años de abusos. Eso sí, Solbes no dudó de alardear posteriormente de la "fortaleza de nuestro sistema financiero" en su comparecencia ante la Comisión de Economía del Congreso el 10 de enero.

El Banco de España, año tras año, sigue publicando en sus Memorias las mismas infracciones. Va siendo hora de cambiar de una vez por todas la regulación y control de estas prácticas, de tal forma que no se abandone al consumidor en sus reclamaciones individuales. No es suficiente con reconocerlo como hace el Ministro Solbes, y mucho menos decir "algunos casos". Se ha quedado muy corto.



El gran "bluff" del compromiso Bancaja

Las contestaciones que da el Banco de España a las controversias que se plantean contra bancos y cajas no son de obligado cumplimiento para estos. Por eso, aunque sean favorables al cliente, muchas entidades no las cumplen. El propio Banco de España reconoce "el descenso generalizado en el grado de cumplimiento voluntario por parte de todas las entidades del contenido de los informes favorables al reclamante emitidos por el Servicio de Reclamaciones". Lo más preocupante es que este descenso se acusa principalmente en las cajas de ahorros. Y entre ellas, Bancaja, que hace un tiempo venía pregonando aquello de "Compromiso Bancaja, si no es bueno para tí, no es bueno para nosotros...". El caso es que Bancaja es una de las entidades de crédito, la tercera en toda España, que menos acata las decisiones del Banco de España favorables al cliente: nada menos que en un 92% de las reclamaciones favorables al cliente, Bancaja no quiere saber nada...



La CNMV ignora a los consumidores

El Plan de Actuación de la CNMV es un mero calendario de actuaciones que plantea reivindicaciones salariales de los funcionarios y olvida la participación de los consumidores

El Plan de Actividades presentado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores para el período 2007 tiene como finalidad presentar los objetivos que se han fijado, establecer un calendario de desarrollos legales, líneas estratégicas de supervisión y criterios para la aplicación de normas.

Loable resulta la pretensión de transparencia, pero no creemos mucho en su eficacia. El texto ya reconoce que **"una parte sustancial del trabajo de la CNMV no se vea reflejado en este Plan"**, por lo que este Plan no es sino un mero calendario de mínimos sin contenidos de mejora. Ello contrasta con la nueva realidad de los mercados financieros que ha provocado que "las responsabilidades supervisoras de la CNMV se han incrementado de forma notable". No parece que ante tamaña exigencia este calendario de buenas intenciones sea suficiente.

Para lo que sí parece que **sirve es para manifestar mejoras laborales del personal de la CNMV**. Este Plan parece ser más bien un memorandum de reivindicaciones, entre otras, de condiciones salariales: se dice que **"los salarios y las condiciones de la carrera profesional deben ser atractivos"**. Sin embargo utilizar este Plan de Actividades como plataforma de reivindi-

cación profesional no es el lugar adecuado. No cabe duda de la necesidad de dotar de los mejores instrumentos a la función de supervisión y control de los mercados de valores pero este reforzamiento no es el único camino ni debe caer en el riesgo de la burocratización. Hay otras cuestiones pendientes mucho más graves que deben planetarse en un Plan como este y que no han sido recogidas.

Este **tono corporativista de la CNMV** al elaborar su Plan contrasta con el olvido de otras reivindicaciones por parte de quienes formamos el mercado: los consumidores. La CNMV se complace en "resaltar el esfuerzo que se va a dedicar a la formación a los inversores" pero que se traducen en más de lo mismo: página web, publicaciones, reclamaciones, difusión de los criterios de resolución, etc. **Nada nuevo que plante cara al "gran reto" de los mercados financieros**. La única "novedad" es la colaboración de la CNMV con el Banco de España (Dios los cría...) para crear un **"Plan de Formación de los Usuarios de Servicios Financieros"**. Pero que se **está elaborando sin contar con las asociaciones de consumidores**. ¿Hasta cuando este despotismo con los consumidores?



El ahorro de los hogares: un bien escaso codiciado por las entidades financieras

En los últimos diez años los “buenos resultados” de bancos y cajas de ahorros (con incrementos de beneficios anuales de porcentajes que rondan de media el 20%) se ha sostenido en el aumento del endeudamiento por la contratación de hipotecas. Mientras la tasa de ahorro familiar ha caído al 9,9% anual de la renta bruta disponible. Ahora que el negocio hipotecari flaquea para bancos y cajas, y han dejado agotadas a las familias, aquellos se lanzan a por el

escaso ahorro de los consumidores, pero las ofertas que lanzan las entidades cada vez son complejas y confusas, lo que se traduce en riesgos. ¿Ayudarán las medidas que se implantarán en España con la Directiva MIFID a que el consumidor no se vea engañado, como ocurrió con los “depósitos estructurados” de Ruralcaja y otras entidades? Mucho nos tememos que la letra pequeña seguirá deparando sorpresas.

Fraude por internet: Bancos y Cajas siguen sin afrontar su responsabilidad

El Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO) hizo públicos a finales del 2007 los resultados de su “Estudio sobre usuarios y entidades públicas y privadas afectadas por la práctica fraudulenta conocida como phishing”. Este estudio analizó el fenómeno del fraude online que se basa en datos obtenidos a partir de las opiniones y percepciones de los usuarios españoles en internet. Las estafas tradicionales se han trasladado a la red y los delincuentes operan con acciones como el phishing o fraude online, técnica en la que se pide al usuario una serie de datos personales (número de cuenta y, sobre todo, la clave de esa

cuenta) alegando algún motivo de seguridad o fallo. En España, el 30% de los usuarios de internet reconoce haber sido objeto de algún intento de fraude a través de la Red, aunque sólo un 2,1% declara haber sufrido pérdidas económicas. Aunque seguro que hay muchas más...

Hoy en día los bancos dejan la responsabilidad de combatir el phishing enteramente a los usuarios. ¿A qué se debe esto? Los bancos no reconocerán nunca que su sistema de banca online no es suficientemente seguro puesto que les supondría desprestigio y les obligaría a seguir invirtiendo en mejorar su sistema. Esto significa que antes de aceptar sus errores prefieren repercutir la responsabilidad en la custodia de claves y fondos a sus clientes. Los Bancos alegan que lo más probable es que el cliente haya sido negligente o engañado. Pero es lamentable que lo sea usando sistemas contruados por el propio banco, que es el vulnerable. Pero el banco es quien debe guardar los fondos de sus clientes y por tanto quien debe responder de ellos ya sea estafada directamente la entidad o su cliente.

COMISIONES BANCARIAS

Aumento en beneficio de la banca

Las comisiones bancarias, según los últimos datos aportados por el Banco de España, continúan aumentando. Paralelamente a las subidas de los bienes de primera necesidad las comisiones por la contratación de productos bancarios, algo necesario para el conjunto de los consumidores, no se han quedado atrás. Si bien la subida de los costes en los productos bancarios habituales como son las cuentas y tarjetas ha sido en conjunto de un 3,6 %, por debajo del aumento experimentado en anteriores años, esto no ha supuesto un verdadero beneficio para el consumidor ya que hay que tener en cuenta las subidas acumuladas en los últimos cinco años y que, tan sólo, estamos ante una estrategia de la banca para mantener su política de cargar a los consumidores de productos con sus costes correspondientes (aumentando su negocio a través de la oferta de productos como depósitos o hipotecas vinculadas).

Las entidades financieras han intentado de esta manera, más que beneficiar el bolsillo de los consumidores, captar nuevos clientes, mantener los que ya tenían e imponerles nuevos productos. No todos los servicios bancarios han experimentado esta aparente desaceleración en el pasado año, continuando con un aumento similar al acostumbrado las comisiones por transferencias (las comisiones realizadas en la propia plaza aumentaron un 13,09 %), las de estudio para la concesión de créditos y préstamos o las comisiones por el uso de la tarjeta en el cajero.

Las comisiones deben responder a la prestación de un servicio efectivo, esto es, un servicio que realmente ha sido prestado por la entidad. Dicho servicio debe ser solicitado por el cliente previamente. La



cuantía de la comisión debe ser proporcionada al servicio efectivamente prestado por la entidad, debe existir un equilibrio entre la cuantía de la comisión aplicada y el volumen de la operación que se realiza.

ADICAE recomienda negociar las comisiones que nos aplican las entidades para intentar reducirlas o eliminarlas.