



ADICAE-CV

Asociación de Usuarios de
Bancos, Cajas y Seguros

PROLIFERACIÓN DE PRODUCTOS HIPOTECARIOS Y DE ENDEUDAMIENTO

Proyecto subvencionado por



GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA D'ECONOMIA, INDÚSTRIA I COMERÇ

Analizadas las ofertas de las principales entidades que operan en la Comunidad Valenciana, a pesar de estar en un periodo caracterizado por una falta de concesión de crédito por parte de los bancos, se observa cómo, tras asegurarse la devolución de lo prestado con requisitos más estrictos, se usan todo tipo de artimañas para prestar dinero.

Ante el miedo de la no devolución del dinero prestado, los filtros por los que se ha de pasar para poder acceder a un crédito son más restrictivos, en los que la entidad bancaria solicita información tal como los ingresos percibidos tanto actualmente como en los últimos años, el tipo de contrato (el cual es clave a la hora de solicitar sobretodo una hipoteca, ya que si no se es fijo es muy complicado el poder obtenerla), la comprobación de la vida laboral (para asegurarse la continuidad del cliente), la declaración de los bienes (para comprobar si respalda el crédito en el caso de tener que embargar), su ausencia en listas de morosos así como todas sus deudas y últimos recibos para saber si puede soportar una nueva letra mensualmente. Además, tras el estudio de la anterior documentación, si tienen la más mínima duda en cuanto a la devolución del préstamo, los bancos y cajas exigen la presencia de un avalista, el cual en muchas ocasiones, en especial en los préstamos hipotecarios, está obligado a hipotecar su casa para poder cumplir con los requisitos y poder así recibir el dinero solicitado.

Con respecto a los tipos de productos diseñados para prestar dinero, a grandes rasgos se pueden diferenciar varias formas de prestar dinero: diferenciamos entre los préstamos hipotecarios y los créditos personales. Otra forma de obtener créditos es a través de las llamadas reunificaciones.

1- LOS CRÉDITOS PERSONALES

El consumo responsable de crédito puede servir para vivir mejor, pero el abuso del crédito, la falta de un cálculo eficaz del mismo o la ignorancia de los derechos que amparan a los consumidores en estos servicios bancarios y financieros pueden conducir a un endeudamiento pernicioso y hasta conducirnos a una espiral que nos complique la vida hasta extremos insostenibles. Incluso en determinadas situaciones económicas y sociales sobrevenidas, el crédito puede conducirnos a lo que se llama “sobreendeudamiento”, a no poder hacer frente al pago de los créditos y en consecuencia a embargos de nóminas, automóviles, fondos que tengamos previstos para otras cosas, y sobre todo de la vivienda.

No obstante, y como consecuencia de la crisis, el crédito al consumo se ha reducido mucho. En 2009 la caída fue del 25,7% respecto al año anterior, dato que mejoró algo en 2010, con una caída del 1,7% respecto a 2009.

Crédito al consumo

Consiste en prestar dinero a cambio de su devolución mensual más un tipo de interés, por regla general, el tipo de interés es alrededor del 10%, pudiendo encontrar las mejores ofertas en torno al 6,25%. Hoy en día, para hacerlo más atractivo asignan nombres al préstamo indicando que cubren ciertas necesidades para que el cliente entienda que es perfecto para su situación, es decir, crean préstamos dedicados a la compra de muebles, vehículos o estudios, cuando en el fondo son bastante parecidos entre sí.

En ocasiones se intenta vender como préstamos que no tienen comisiones, como es el ejemplo de La Caixa en el verano de 2011 con su promoción de un crédito denominado “Préstamo Estrella”, cuyo reclamo era la ausencia de comisiones. Sin embargo, el tipo de interés de este préstamo era muy superior a la media, ya que era del 14% cuando entidades como Banco de Valencia o Ruralcaja ofrecían 8,5% y 9% respectivamente.

Créditos revolving

Se trata de créditos en los que conforme se amortiza el capital prestado, se puede volver a tomar prestada la parte amortizada, acumulando capital pendiente y generando más intereses. Suele tener el mismo tipo de interés para el capital prestado y la misma comisión de apertura, cuya media se sitúa en el 2%, que un crédito clásico, además de cobrarse un interés por el no dispuesto, el cual no suele superar el 1%.

Este tipo de créditos suelen darse en tarjetas de crédito, pero también, como veremos, en el caso de hipotecas.

Crédito rápido:

Por último, existe el crédito rápido, el cual se devuelve a corto plazo. Se suele usar para necesidades de dinero urgente pero la entidad impone un elevado tipo de interés. Hoy en día se ha reducido mucho la oferta de este tipo de créditos, y las entidades empiezan a elevar los requisitos de acceso, haciendo un estudio al respecto. Hace unos años, con la bonanza económica, se concedían sin justificar ingresos y en 24 horas. En su lugar, las entidades se comprometen a ingresarlo en 24 horas, pero tras la aprobación, que puede demorarse en torno a una semana. Los intereses para este tipo de préstamos están en un 20% de media, llegando algunos casos a rondar el 25%.

Por ejemplo, en esta publicidad web de Cofidis el mensaje es claro: flexibilidad, rapidez y sin dar explicaciones. En ningún momento se indican los costes y comisiones, que es donde el consumidor tiene que poner toda su atención:

The screenshot shows the Cofidis website interface for the 'Crédito Rápido Dinero Ya' service. The browser address bar shows 'http://www.cofidis.es/credito-rapido.php'. The navigation menu includes 'INICIO', 'CRÉDITOS PERSONALES', 'SOBRE COFIDIS', 'ENERGÍA FINANCIERA', 'EMPRESAS PARTNERS', and 'ACCESO CLIENTES' with an 'ENTRAR' button. The main content area features a 'MÁS INFORMACIÓN' sidebar with links to 'TABLA COMPARATIVA', 'SEGURO DE CRÉDITO', 'NECESITO DINERO', and 'CRÉDITO FACIL'. The central banner highlights 'CRÉDITO RÁPIDO DINERO YA' for up to 1,500 €, described as 'El crédito que necesita para afrontar cualquier imprevisto'. Below this, a section asks '¿Necesita una cantidad de dinero rápido y de forma inminente?' and provides a solution for emergencies. A '¿AÓN NO ES CLIENTE?' section displays the phone number '902 30 80 30' and a '¿Ya es usted Cliente?' section with a 'Haga clic aquí' link. The 'PRINCIPALES VENTAJAS DEL CRÉDITO RÁPIDO DINERO YA' are listed as: 'Sin tener que dar explicaciones', 'Con la máxima rapidez', and 'Sin tener que cambiar de banco'. Each advantage is accompanied by a green checkmark and a brief description.

2 - PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS

La comercialización de hipotecas realizada por las entidades bancarias, en su afán por hacer más atractivo o llevadero el préstamo hipotecario, ha generado una amplia variedad de este tipo de préstamos con particularidades que intentan atraer a los clientes, no de una forma sencilla, como sería, por ejemplo, reduciendo el tipo de interés, sino a través de fórmulas complejas o “inventos” poco transparentes para el usuario.

Un elemento común a la mayoría de estos “inventos” o fórmulas en los préstamos hipotecarios es que se mantiene el tipo de interés pero consiguen bajar el importe de la cuota mensual (al menos los primeros años) a costa de ampliar el plazo, los intereses totales, o el importe de las cuotas a pagar al final del préstamo. No hay milagros financieros.

En primer lugar, desde un punto de vista económico o matemático, la forma de evaluar si un préstamo es caro o es barato es la T.A.E., la Tasa Anual Equivalente o sencillamente el interés real de préstamo teniendo en cuenta la influencia de las comisiones (apertura, mantenimiento, etc.). Sin embargo, en la práctica la vida de un préstamo hipotecario es tan larga (30 o 40 años) que durante la misma nos podemos encontrar variaciones de la hipoteca (ampliaciones de capital, ampliación en el plazo, carencias, novaciones, suscripción de seguros, amortizaciones anticipadas, etc.) que afectarán al coste total de la misma.

Este tipo de préstamos los pueden ofrecer con fórmulas diferentes, como las siguientes:

Hipoteca aplazada

Consiste en la posibilidad de aplazar hasta la última cuota del préstamo la devolución de gran parte de la deuda, una opción que significa tener que afrontar en un solo pago una cantidad difícilmente disponible y que generará nuevos aplazamientos y deudas para su cumplimiento.

Hipoteca de cuota fija

Se trata de una hipoteca a tipo variable que permite pagar una cuota constante a lo largo de la vida del préstamo alargando el plazo total de amortización. Consiste pues en una mera ampliación del plazo para pagar cada mes lo mismo, una vía más para cargarnos el aumento de tipos aparejado a dicha ampliación.

Hipoteca inversa

Para mayores de 65 años. Consiste en hipotecar una casa de nuestra propiedad y recibir a cambio una renta mensual; esta opción cuenta con numerosos inconvenientes respecto a la posible recuperación o venta de la vivienda tras el fallecimiento del propietario, así como unos costes mucho mayores (tipos de interés más alto, comisiones, etc).

Hipoteca bonificada

La hipoteca bonificada es la vía por la que las entidades han conseguido obligar al consumidor a contratar varios productos, cuando sólo desea realmente uno. Con este tipo de producto las entidades modifican el diferencial en la hipoteca según se cumplan o no determinadas condiciones entre las que se incluye la contratación de determinados productos.

Estas hipotecas, en ocasiones, sugieren la contratación de productos “habituales” y es ahí donde pueden resultar más ventajosas para el consumidor (domiciliación de nóminas, recibos, seguros

de hogar, tarjeta de crédito o débito). Sin embargo, dependiendo del coste de esos productos puede dejar de resultar interesante. El consumidor debe calcular el coste de los mismos y el ahorro que supone en su préstamo hipotecario.

Por ejemplo, una hipoteca de 120.000 euros a 25 años, a Euríbor+1, nos resultaría una cuota de 573,24 euros. Si contratamos un seguro de vida, que nos dejaría el diferencia en 0,9, la cuota mensual sería de 566,99 euros. El ahorro anual que supone esta bonificación asciende a 75 euros, con lo cual, un seguro que suponga una prima anual superior, ya no resulta rentable contratarlo.

Hipoteca recargable

Permite ampliar la cuantía pendiente de amortizar sin necesidad de constituir una nueva hipoteca; sería como una ampliación de la deuda, con mismos intereses, pero a pagar durante más años, y con nuestra vivienda siempre hipotecada. Se trata de utilizar el préstamo hipotecario para financiar todo tipo de gastos de consumo (viajes, coche, estudios...).

Un producto parecido es la llamada “Hipoteca Abierta” de La Caixa. Se trata de un crédito hipotecario (difícil de subrogar a otra entidad), mediante el cual se puede disponer de nuevo del capital ya amortizado, aumentando el capital a devolver así como los intereses que se pagarán en total.

The screenshot shows a web browser window with the URL http://portal.lacaixa.es/prestamoshipotecas/hipotecaabierta_es.html. The page features the CaixaBank logo and a navigation menu on the left titled "Préstamos e hipotecas" with subcategories like "Estrenar coche", "Comprar una casa", "Préstamos personales", and "Financiar estudios". The main content area is titled "Hipoteca Abierta" and includes a sub-header "Particulares > Préstamos e hipotecas > Hipoteca Abierta". Below this is a large graphic showing hands holding a house icon, with the text "La hipoteca que le ofrece lo más importante: Seguridad". A "SOLICITAR" button is visible. Below the graphic, there is a paragraph of text explaining the benefits of the mortgage and a section titled "Características más relevantes" which lists the main advantages of the product.

Hipoteca de cuota creciente

Esta hipoteca consiste en que cada año se sube el importe de la mensualidad a pagar por el cliente en un determinado porcentaje.

La hipoteca de cuota creciente hace pagar muchos más intereses durante toda la vida del préstamo (alrededor de un 20% más) porque al pagarse al final cuotas mayores que al principio se tarda más de lo normal en amortizar el préstamo, y esto hace que se paguen más intereses ya que estos se calculan sobre el capital pendiente de cada mes.

Productos vinculados

En relación con lo visto anteriormente, merece especial mención la comercialización de productos vinculados a las hipotecas. Las entidades transmiten obligatoriedad de contratarlos, cuando no es así. Si bien, condicionan la concesión del préstamo a la contratación de estos productos vinculados.

ADICAE en su estudio de campo ha constatado que las entidades obligan al consumidor a contratar y correr con los gastos de seguros que suponen una garantía excesiva y no necesaria para el bien. Son seguros que normalmente redundan en beneficio de la entidad, y que suelen ser productos comercializados por empresas del mismo grupo. La normativa sólo obliga a contratar el de incendios y no dice quién tendrá que abonarlo, por lo que se deduce que el consumidor puede negociar ese coste. Además, el consumidor puede contratarlo con la entidad aseguradora que quiera. Prácticamente, el 100% de las entidades, nos obligan a contratar un seguro de incendios, y es práctica habitual exigir siempre la contratación del pack de seguros de incendios más el de hogar.

En los últimos años, ha proliferado la contratación de otros productos, más complejos, conocidos como “clips”, “swaps” o permuta de tipos de interés: productos tóxicos de inversión camuflados como “seguro de hipoteca”, donde se “apuesta”, al alza o a la baja, las futuras oscilaciones de los tipos de interés. Estos productos tienen unos costes de cancelación muy elevados, en torno a 15.000 euros (dependiendo del importe del préstamo hipotecario), lo que está provocando que miles de familias no puedan realizar amortizaciones ni subrogaciones en sus préstamos, sin antes pagar estas altas indemnizaciones.

- **Cláusulas y prácticas abusivas en hipotecas**

La libertad para decidir en qué términos se desea contratar está limitada por el principio de buena fe, que prohíbe la imposición de cláusulas abusivas que provoquen un desequilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes.

El estudio realizado por ADICAE de más de 30 modelos distintos de escrituras públicas que documentan préstamos hipotecarios ha detectado las siguientes cláusulas abusivas que se repiten de forma sistemática:

- **Cláusulas que imponen la contratación de seguros**

1- Vinculación de productos contratados con la misma entidad.

En el caso de que la vinculación de productos tenga una bonificación para el consumidor únicamente puede aconsejarse a éste que compare costes y haga cuentas sobre si le compensa o no. Pero cuando la vinculación de productos es una imposición, y más cuando obliga a contratar con una entidad del mismo grupo, es una cláusula abusiva.

En el estudio hemos detectado una cláusula en los contratos de Ruralcaja, de la cual ha estado haciendo uso durante la crisis, eso sí, a su manera. La cláusula dice: cláusula 4ª. Comisiones.- (...) “4ª.- Comisión por verificación de la adecuación del seguro de daños de la finca hipotecada por el cambio de póliza: cada vez que, a iniciativa del hipotecante, se produzca un cambio de

la póliza que asegure los riesgos previstos en el pacto sexto, aún cuando ello no implique cambio de compañía aseguradora, la Caja percibirá una comisión máxima de 120,20 euros, en contraprestación al servicio de verificación de la adecuación del clausulado de la nueva póliza a las condiciones señaladas en el citado pacto”.

Mediante dicha cláusula, Ruralcaja ha estado obligando a sus clientes a contratar el seguro del hogar con ellos, a cambio, no les cobran dicha comisión. Aún cuando no había modificaciones en el seguro (que es lo que da el “derecho” a la entidad a verificar la póliza y cobrar la comisión) se ha estado llevando a cabo esta práctica. Una cláusula totalmente abusiva que ha llevado a prácticas comerciales abusivas a los consumidores.

2- Reserva del derecho en favor de la entidad de realizar contrataciones por cuenta del cliente.

Se han detectado cláusulas que vinculan un producto determinado al préstamo hipotecario y facultan a la entidad a contratarlo por cuenta del cliente. Ello es una inadmisibles limitación de la esfera de contratación del consumidor aparte de presentar problemas de representación y validez de la firma a la hora de contratar ese segundo producto.

3- Cláusulas que para enmascarar los dos números anteriores le exigen:

- Que contrate con una entidad de reconocida solvencia (y luego no aceptan cualquiera o sólo la suya).

- O le dan un plazo de tiempo tan corto para contratar que el consumidor se ve abocado a contratar con el de la entidad.

- Resolución de contrato de préstamo hipotecario

1- Cláusulas que permiten resolver y exigir todo el préstamo hipotecario por el impago de una cuota.

En este sentido aunque es legal, ADICAE entiende abusivo que por el impago de una cuota (en otros ámbitos se considera retraso) la entidad pueda exigir el total del préstamo y resolver el contrato.

2- Resolución del contrato por menoscabos en el inmueble

En los casos en los que hay un seguro contratado (siempre), resulta abusivo que la entidad pueda aún así rescindir el contrato. En ocasiones la valoración del daño la hace un perito del banco o caja, lo que aún añade más tintes de abusividad a la medida.

3- Resolución del contrato por incumplimiento de obligación accesorias

Resulta desproporcionado que se pueda resolver el contrato ya no por impago de una cuota, sino por no cumplir con obligaciones de realizar segundas copias de escritura, inscripciones registrales, por reducción de solvencia aún no habiendo incumplimiento, etc.

4- Resolución del contrato por cambio de coyuntura económica

Esta circunstancia tan ambigua, que además ya tiene su solución en el ordenamiento jurídico español a través de procedimiento judicial, permitiría la resolución sin que se especifiquen causas, cuantías del cambio de coyuntura...

- Gastos cargados indebidamente al consumidor

1- Relacionados con la escritura de compraventa: la Comunidad, etc.

2- Gastos judiciales y extrajudiciales: Del Banco o Caja, corriendo a cargo el consumidor

3- Impuestos por constitución de aval que las entidades pretenden cargar al consumidor, cuando la obligación de presentar avales es una imposición de la entidad, que es quien se beneficia de tener garantías adicionales.

- Cláusulas abusivas sobre subrogación de hipoteca del vendedor

Cláusulas que fijan plazos cortos para presentar nueva oferta, acuerdos privados para salvar la reciente normativa, imposición de comisiones de formalización, etc.

- Otras cláusulas

Imposición al hipotecado de la obligación de rendir cuentas anuales, aceptación de un foro distinto al domicilio, etc.

Exigencia de garantías adicionales en caso de que la vivienda vea reducida su valoración en un determinado porcentaje, normalmente alrededor del 20%.

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE CLÁUSULAS ABUSIVAS

La primera conclusión que podemos extraer tras el particular análisis de las cláusulas es que existe una amplia proliferación de estas cláusulas en los contrato de préstamo hipotecario.

En segundo lugar, a la vista de las materias y obligaciones que imponen observamos que la discrecionalidad es absoluta y afecta a aspectos muy importantes del contrato de préstamo como la resolución, la imposición de productos vinculados, la obligación inducida de subrogarse en la hipoteca del vendedor, etc. También llama la atención que las cláusulas contravienen incluso normas legales imperativas, como el foro para presentar cualquier demanda, la responsabilidad personal, gastos de escritura, etc.

Consecuencia de lo anterior, y en tercer lugar, muchas de aquéllas cláusulas abusivas en realidad están permitiendo a la entidad obtener un lucro añadido al negocio principal contratado por el consumidor, limitando la capacidad de contratación y la esfera económica de éste.

En este sentido, en cuarto lugar, es de destacar el minúsculo tamaño de la grafía en que se plasman las condiciones generales. En la información que puede obtener el consumidor a través de los clausulados queda expuesto a su ineficacia ya que el formato y diseño de la misma es utilizado de forma tendenciosa por las entidades predisponentes. Además, el lenguaje utilizado no es claro ni comprensible para los consumidores que carecen de conocimientos jurídicos y económicos.

Cabe concluir que el consumidor no negocia las cláusulas del contrato, y que lo que todo consumidor acepta cuando contrata con un empresario es el objeto o servicio que adquiere, su precio, el tipo de contrato y alguna otra cuestión que haya sido específicamente negociada o a la que haya hecho referencia la publicidad del empresario. El hecho de que el contrato se documente en escritura pública y pase por notario y registrador (garantes de la legalidad) nada aporta ni impide que se sigan desarrollando y llegando a ponerse en práctica estas prácticas abusivas.

3 - REUNIFICACIONES DE CRÉDITOS Y PRÉSTAMOS

Disfrutar ahora y pagar más adelante: máxima consumista en nuestra sociedad y que fomentan desde los comercios, grandes centros comerciales y sobre todo, los bancos y cajas de ahorros. Con los problemas consecuencia de la crisis económica, ya hay un buen número de españoles que tienen problemas de endeudamiento. En esta situación muchos buscan desesperadamente en la reunificación de créditos su tabla de salvación. Si bien es un alivio temporal y endeudamiento caro.

La acumulación de créditos, hipoteca, coche, créditos rápidos (muchas veces para caprichos incitados por la publicidad), ha provocado una proliferación de empresas que se dedican a reunificar los créditos. Basta con salir a la calle para encontrar a estas empresas y su variopinta diversidad, ya que inmobiliarias, gestorías y todo tipo de “chiringuitos” ofrecen estos servicios de “reunificación”, además de otros servicios de clara naturaleza financiera (concesión de préstamos, etc).

Desde abril de 2009, este tipo de empresas está sometida a la regulación de la Ley 2/2009 por la que se regula la contratación con los consumidores de préstamos o créditos hipotecarios y de servicios de intermediación para la celebración de contratos de préstamo o crédito, destacando la obligatoriedad de registrar estas empresas y la exigencia de avales o seguro de responsabilidad civil. De cualquier forma, la normativa presenta carencias y lagunas, pretende informar al consumidor sobre la contratación con estas empresas y regularlas, pero se demandan soluciones más amplias e intensas. Las administraciones de consumo carecen de los medios y la formación necesaria para aplicar de forma eficaz esta ley, así como de dar respuesta a los consumidores con dificultades para hacer frente a sus créditos y préstamos.

El consumidor debe ser cauteloso con este tipo de empresas; aprovechan situaciones límite de los usuarios para “colar” cláusulas abusivas en los contratos. Además, debe prestarse especial atención a los costes. Actualmente, del estudio realizado en la Comunidad Valenciana, se desprende que cobran comisiones alrededor del 5%, mientras que la media en las entidades financieras tradicionales está alrededor del 0,87%, siendo la más alta del 1,5%.

Ejemplo de publicidad, de la empresa Serfival, Servicios Financieros e Inmobiliarios: publicita la rebaja de cuota pero no habla de plazos. Además, utilizan la dación en pago como reclamo, un tema tan delicado y de tanta actualidad, aprovechándose de la situación actual de muchas familias, a las que la crisis ha golpeado mermando sus ingresos y generando impagos en sus obligaciones. Apela a situaciones desesperadas, con el gancho de la dación en pago.

¡REUNIFICAMOS TUS PRÉSTAMOS!

¿Quieres pagar menos cada mes?

ANTES	DESPUES
 Hipoteca 475€/mes	Cuota única
 Coche 235 €/mes	445 €/mes
 Tarjetas 160 €/mes	Rebajamos la
Préstamo Personal 220€/mes	Cuota hasta
TOTAL 1.090 €/mes	645 €/mes

¡CON NOSOTROS ES POSIBLE!

¿No puedes pagar tu Hipoteca? ¿Tienes mas Hipoteca de lo que vale tu piso?

¡ENTREGANOS LAS LLAVES DE TU PISO Y NOSOTROS TE CANCELAMOS TU HIPOTECA!

Dación en pago

Las técnicas de marketing que pueden darse en la comercialización de estos productos son variadas, si bien todas encaminadas a vender “las bondades” de los productos:

- Bonificación en el tipo de interés por domiciliar la nómina, contratar tarjetas o seguros... En algunos casos es obligatoria la domiciliación de la nómina y la contratación del seguro de vida o de financiación por el importe del préstamo, para que el banco realice la operación.
- Flexibilización de las cuotas, por ejemplo no pagar un mes y pagar un poco más el resto del año, o aumentar o disminuir las cuotas en función de las posibilidades del cliente. Lo que no dice la publicidad es que cuando se decide pagar menos, lo que no se paga es la amortización del capital, por lo que es una manera de encarecer y alargar la hipoteca.
- Periodos de carencia de capital, es una manera de pagar menos durante un periodo de tiempo pero en el que no se amortiza capital, por lo que es una manera de hacer más caro el crédito.
- No pagar nada los primeros años. Mientras que la carencia de capital es una práctica abusiva más por parte del banco, ésta no perjudica económicamente más de lo contratado al cliente.
- Convenio con otras empresas para poder ofrecer regalos (relojes, televisiones, ordenadores) o descuentos en dichas empresas en el caso de contratar el préstamo.

- Elección por parte del cliente a la hora de elegir entre un tipo de interés fijo o el Euribor más un diferencial. Si bien esto está condicionado a plazos normalmente, pero finalmente imponen el tipo. El tipo de interés fijo por tramos puede ser durante la vida del préstamo o para todo el préstamo, en este caso los diferenciales comercializados son bastante elevados, llegando al 6% para 30 años.

Por último comentar que, por una parte, en la web de los bancos no es usual que se detalle con exactitud el tipo de interés y las comisiones cobradas y, por otra parte, en las oficinas se ha de insistir para que informen de todas las comisiones y gastos derivados del préstamo.

Con respecto a los préstamos hipotecarios, los bancos usan las mismas técnicas de marketing que para los préstamos personales, con alguna variante, pero siempre con el mismo objetivo: ser la entidad financiera, haciendo creer siempre que su producto está diseñado para el perfil del cliente y por lo tanto que es perfectamente pagable; para ello se le asignan nombres a las diferentes hipotecas, pudiendo una misma entidad bancaria ofrecer varios tipos de hipotecas; por ejemplo una cuya ventaja más plausible sea la flexibilización de las cuotas y otra su posibilidad de bonificar las comisiones a base de contratar servicios y/o productos financieros con la entidad; o bien una mezcla de ambas.

Hay bancos en los que en su web se pueden introducir datos básicos tales como el precio de la vivienda, importe del préstamo y poco más, e indica la cuota estimada para los siguientes 40 años. Algo ilógico porque es imposible estimar el Euribor para un periodo de tiempo tan largo.

Hay productos que para dar seguridad al cliente permiten fijar la cuota que se pagará los primeros 3 años o escoger el día que se cargue el recibo para que sea siempre después del cobro del sueldo.

Se ofrecen facilidades para la mejor venta de la antigua vivienda, lo que suelen llamar “hipoteca puente”, y que se da sobre todo en entidades de reunificación. Cuidado, ya que si después del plazo estipulado la vivienda antigua no se ha podido vender, el consumidor se encontrará con una cuota equivalente a 2 hipotecas.

Todo este tipo de productos de crédito, que contribuyen al endeudamiento del consumidor, han disminuido por la crisis, ya que las entidades no disponen de liquidez, con lo que el crédito se ha restringido bastante.

Como se aprecia claramente en el gráfico, el número de hipotecas constituidas, así como su importe de forma más acusada aún, se ha ido reduciendo hasta la actualidad. Sobre todo en 2007, comienzo de la crisis, la caída es muy fuerte. A partir de finales de 2009 se suaviza la tendencia, que dura poco, pues a mediados de 2010 vuelve a caer la actividad hipotecaria.

Durante los años de bonanza económica, las entidades financieras han facilitado el acceso al crédito de forma irresponsable a los consumidores y usuarios, con todo tipo de productos y agresivas campañas publicitarias apelando a hacer del consumismo una necesidad. Cuando ha llegado la crisis la concesión de crédito se ha desplomado, trayendo las consecuencias de los abusos en años anteriores, consecuencias que pagan los consumidores y frente a lo que éstos pueden y deben hacer valer sus derechos.

Este material ha sido subvencionado por la Conselleria de industria, comercio e innovació en el marco de la convocatoria de ayudas para acciones específicas en materia de consumo en 2011, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de la entidad beneficiaria.