

# RESPUESTAS DE LOS CONSUMIDORES ANTE LA CRISIS

## Nuevos hábitos de consumo para una economía sostenible



número 80 OTOÑO 2010

Un consumidor exigente y reivindicativo que reclame cambios, que se sienta protagonista y haga progresar sus derechos y, de forma particular, sepa hacer frente a unas reformas sociales injustas que pretenden hacerle pagar la especulación y los abusos bancarios.

**Pág. 2:** El nuevo entorno económico exige un consumidor más responsable y crítico

**Pág. 3:** Para cambiar la economía es necesario un nuevo comportamiento de los consumidores

**Pág. 4:** Frente a un sistema financiero más caro y discriminatorio es necesario reforzar la defensa de la competencia

**Págs. 6:** Respuestas de los consumidores frente a la crisis



**ADICAE**  
Asociación de Usuarios de Bancos,  
Cajas y Seguros de España

# EL NUEVO ENTORNO ECONÓMICO EXIGE UN CONSUMIDOR MÁS RESPONSABLE Y CRÍTICO

Las diversas pautas que evalúan el comportamiento de los consumidores actuales retratan un consumidor más previsor y racional en sus decisiones de compra. Una reacción lógica dadas las actuales circunstancias. Los escenarios futuros previsibles provocarán cambios en los modelos de negocios, de venta y producción que traerán consigo un nuevo consumidor, especialmente en el sector financiero. El objetivo es que el consumidor, frente a estos cambios tras la crisis, conserve estos nuevos hábitos que está aprendiendo a desempeñar a la fuerza. Un consumidor exigente y reivindicativo que reclame cambios, que se sienta protagonista y haga progresar sus derechos y, de forma particular, sepa hacer frente a unas reformas sociales injustas que pretenden hacerle pagar la especulación y los abusos bancarios.

¿Cómo se ha llegado a esta situación en que los ciudadanos y los consumidores van a pagar injustamente una crisis no provocada por ellos? ¿Qué respuestas podemos ofrecer como consumidores? Durante los últimos años, en los países desarrollados, la inversión productiva - en empleo, bienes y servicios útiles- fue perdiendo importancia en favor de una economía financiera que permitía la obtención de beneficios ficticios sin desarrollar la economía real o productiva. ¿Cómo se llegó a esta situación? Ante la competitividad de empresas de países emergentes -con bajos costes- las grandes empresas apostaron por recurrir a extraños productos y servicios financieros como escape para mantener resultados positivos (es lo que se ha denominado “financiarización”): entrada de capital riesgo, fusiones, swaps... A ello contribuyeron otros factores como la desregulación de los mercados, las nuevas tecnologías o la libre circulación de capitales. Todas las posibilidades de la nueva ingeniería financiera ocultaban un serio problema de productividad. Este proceso de ‘financiarización’ de la economía se trasladó a las familias: cada vez más endeudadas mediante una amplia gama de hipotecas, y con los ahorros invertidos en productos complejos y arriesgados ofrecidos con truco.

## ‘SOLUCIONES’ QUE AGRAVARON EL PROBLEMA

Además, estos problemas de productividad se pretendieron solucionar en Estados Unidos y otras áreas económicas como la UE a través de una política económica que alimentó la brecha especulativa (emitiendo deuda pública y tipos de interés bajos). El objetivo era sostener la demanda artificialmente. Donde no llegaban las exigidas economías domésticas con sus ingresos medios, lo haría el crédito, “fácil” y apoyado en un activo que en España se pretendía inagotable en su aumento de valor como fue la vivienda. El recurso a productos financieros complejos y arriesgados como “remedio” y el endeudamiento fueron la respiración asistida a un enfermo que se alimentaba a base de continuas burbujas: de las ‘punto.com’ en 2000 a la del crédito y la vivienda en 2007. Ese recurso al endeudamiento merced a la abundancia de dinero

no implicaba en realidad capital generado por la economía productiva y redistribuido entre las clases populares de manera justa. En la gestación de la crisis asistimos a una gran desigualdad de las rentas. Sólo así puede entenderse que la base sobre la que se sustentaba el “negocio” de las hipotecas subprime fueran familias que no podían comprar una vivienda; o que el nivel de endeudamiento creciera devorando en pocos años la renta de las familias. Los problemas son profundos y arraigados en la cuestión financiera. Por eso, como decíamos en el artículo de portada en este mismo número de USUARIOS, una ley sobre “economía sostenible” que no se atreva a reformar profundamente el sistema financiero y no mejore los derechos de los consumidores resultará insuficiente.

## EL CONSUMIDOR DEBE TOMAR LA PALABRA

Todo ello sirve para tomar conciencia de que no podemos retornar a una economía basada en el consumo y el crédito irresponsable. El pretendido “crecimiento” económico de estos años se ha sostenido en una mentira que ahora quieren que pague el ciudadano y los consumidores vía ajustes sociales además de con un notable encarecimiento de los servicios financieros. Se habla de reformas pero se olvida lo fundamental para los consumidores. Disponer de una cuenta, realizar una transferencia, ahorrar en condiciones dignas o acceder a una vivienda son necesidades de interés público, quizá sea el momento de apostar por un consumo responsable, por un sector financiero alternativo, más justo, que atienda a las necesidades sociales y no a la avaricia especulativa de sus consejos de administración, gran parte de ellos cínicos beneficiarios de dinero público para enmendar sus graves errores. Es hora de que el consumidor sea consciente de su fuerza y no tolere más engaños y manipulaciones. Es tiempo de reivindicaciones. Para ello es necesario que las demandas de los consumidores se analicen y articulen en propuestas concretas, tengan el apoyo de todas las fuerzas ciudadanas posibles y, sobre todo, se emprendan movilizaciones sociales para ponerlas en marcha. Sin ellas no será posible un nuevo consumidor, ni un nuevo ciudadano.



**la economía de los consumidores**

**ADICAE**  
Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros de España

**EDICIÓN ON-LINE**

**¡¡AHORA LA ECONOMÍA DE LOS CONSUMIDORES EN LA WEB!!**

Conéctese a la información más crítica y útil para defender su economía y sus derechos

**LA ECONOMIA DE LOS CONSUMIDORES . ADICAE . NET**

# PARA CAMBIAR LA ECONOMÍA ES NECESARIO UN NUEVO COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES

Apostar por un nuevo rumbo económico significa hacerlo por la conciliación entre “desarrollo económico, social y ambiental”. Es lo que pretende la Ley de Economía Sostenible como hemos analizado en el artículo de portada en este número de la revista USUARIOS. Desde ADICAE abogamos por volver a los criterios de un consumo económico básico, sin lujos excesivos, con un mayor nivel de exigencia en la adquisición de productos y servicios y apostando por la fuerza y la desconfianza como premisas básicas a la hora de tratar con las entidades financieras. Además es preciso que los consumidores se organicen colectivamente si quieren impulsar cambios sustanciales en la economía.

## VUELTA AL CRITERIO “ECONÓMICO” EN EL COMPORTAMIENTO

Una de las primeras consecuencias de la crisis ha sido el deterioro en las vías de generación de recursos de las familias (paro, sobreendeudamiento...) Esto ha motivado que el “consumo ostentoso” (apariciencia frente a los demás a través de las marcas de prestigio) deje paso a un “consumo básico” basado más en las “necesidades” (el concepto de necesidad depende de muchos condicionamientos sociales y económicos). La profunda crisis económica hace que el consumidor se defienda mediante el aumento del ahorro. Al reducirse el consumo éste se centra en lo más básico, desterrando las necesidades superfluas.

## DESCONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES

Además de las razones económicas, la desconfianza de los consumidores es una de las causas por las que se ha frenado el modelo consumo actual. La incertidumbre ante el entorno futuro hace que se pospongan decisiones de compra o inversión. Esta desconfianza tiene otras manifestaciones más intensas como temor e incertidumbre, lo que demuestra que los consumidores no son capaces de comprender los fenómenos que están sucediendo. Ello implica la enorme distancia que existe entre los consumidores, la ciudadanía y el poder político y económico-financiero. Y también puede explicar la mayor demanda de “más Estado” por parte de muchos ciudadanos, según algunas teorías.

## MAYOR NIVEL DE EXIGENCIA

Consecuencia de la vuelta a los criterios económicos y mayor desconfianza, el consumidor se vuelve más exigente a la hora de adquirir productos y servicios, se informa más... El dinero vuelve a “valorarse” después de muchos años en que su precio ha sido muy bajo. Al reducirse el presupuesto, los consumidores valoran más el dinero que tienen para consumir. Asimismo, el consumidor valora más los bienes: se reduce el ritmo al que el consumidor renueva sus bienes (por ejemplo el coche). Una de las manifestaciones de la racionalidad es el recurso a las nuevas tecnologías como canales para descubrir nuevas y mejores ofertas. Internet puede recibir un impulso como canal de distribución.

## NUEVAS ACTITUDES EN EL ÁMBITO FINANCIERO

El nuevo consumidor debe adoptar una postura de fuerza y desconfianza ante los servicios bancarios. En este nuevo paradigma, las asociaciones de consumidores, como ADICAE, deben ser un referente para todos los consumidores. No puede volver a repetirse que durante estos años prácticamente el único canal de información para los consumidores haya sido la propia entidad bancaria. La responsabilidad del consumidor comienza por ser crítico pero debe continuar por una toma de conciencia de su fragilidad como elemento aislado.

**Consecuencia de la vuelta a los criterios económicos y mayor desconfianza, el consumidor se vuelve más exigente a la hora de adquirir productos y servicios, se informa más**

**El nuevo consumidor debe adoptar una postura de fuerza y desconfianza ante los servicios bancarios.**

**Las asociaciones de consumidores, como ADICAE, deben ser un referente para todos los consumidores.**

## UNA NUEVA FORMA DE ORGANIZACIÓN COLECTIVA DE LOS CONSUMIDORES

En el estudio “**Los consumidores y la crisis: efectos de la crisis económica en los comportamientos y actitudes de los consumidor**” elaborado por la Asociación de Estudios Psicológicos y Sociales y que contó entre otros autores con el Profesor Javier Garcés, de la UNED y Alejandro Salcedo, coordinador del Instituto de Consumo de Castilla-La Mancha, la crisis ha mostrado a los consumidores la necesidad de organizarse de forma distinta frente a los poderes y las entidades financieras que actúan buscando sus propios beneficios. Habrá que potenciar un nuevo asociacionismo basado no

solamente en la defensa de los derechos de los consumidores como individuos (quejas o reclamaciones, resolución de problemas, etc.), sino también en la contribución al esfuerzo solidario de la defensa de los intereses colectivos nacionales e internacionales, es decir, en la participación activa de los consumidores como agentes económicos que tienen fuerza para defenderse. Esta conciencia colectiva, al menos en el plano teórico, está muy asumida entre los ciudadanos. El 91% de los consumidores cree que deberían estar unidos y así tendrían una gran fuerza para defenderse y hacer valer sus derechos frente

a las empresas y el 78% estaría a favor de emprender acciones para hacer valer la fuerza de los consumidores. La crisis va a propiciar también el avance hacia estos nuevos modelos de organizaciones de consumidores que, junto a la defensa de los intereses particulares de los asociados, busquen la participación altruista y activa de los ciudadanos, en el cambio hacia un modelo de consumo más ético, solidario y sostenible. El 89,2% de los consumidores afirman que, tras la crisis “estarán más concienciados respecto a la necesidad de que los consumidores nos unamos para defender nuestros intereses”.

# FRENTE A UN SISTEMA FINANCIERO MÁS CARO Y DISCRIMINATORIO ES NECESARIO REFORZAR LA DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Acceder al crédito, disponer de una cuenta corriente, etc., son ya necesidades básicas de los ciudadanos. El nuevo entorno regulatorio va a llevar a bancos y cajas de ahorros a maximizar beneficios y pretenderá cargarlo todo al consumidor que pagará unos servicios bancarios a un mayor coste. Pero muchos servicios financieros básicos -cuentas de ahorro, transferencias, etc...- son imprescindibles y no pueden convertirse en artículos de lujo.

**La nueva regulación llevará a bancos y cajas a maximizar beneficios y a un mayor coste.**

La restricción de crédito obedece a muchos factores: la existencia de activos inmobiliarios que lastran los balances de bancos y cajas, la morosidad al alza, la desconfianza de los mercados para prestar dinero a la Banca española... Todo ello determinan que los tipos de interés y condiciones en productos de endeudamiento se paguen a precio de oro.

## EL EXCESIVO COSTE DEL CRÉDITO

El Banco Central Europeo estima que España es el país de la eurozona donde los tipos de interés de estas operaciones son más elevados. Este coste elevado es especialmente significativo en los créditos al consumo, donde la distancia es aún mayor. Así, por ejemplo, mientras que los hogares españoles tienen que pagar como media un 11,05% por un crédito al consumo con una duración inferior a un año, en la eurozona ese mismo préstamo está gravado con un 6,81%, lo que da idea de la diferencia. Si el plazo se amplía hasta los cinco años, el resultado es igualmente evidente: Un 8,23% en el caso español y un 6,43% en la eurozona.

## LOS PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS MÁS CAROS EN LAS CAJAS DE AHORROS

Lo más llamativo de estos costes es que son las cajas de ahorros, entidades falsamente sociales inmersas en una fuerte crisis, quienes cobran más por prestar dinero para la adquisición de vivienda. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), el tipo de interés medio de sus préstamos hipotecarios fue, en junio, del 4'11% - con un margen de beneficio del 1'76% con respecto a la remuneración de los depósitos- y del 3'77% para los bancos -0'94%-.

## EL RIESGO DE CANALES ALTERNATIVOS DE CRÉDITO

Con la restricción de crédito por bancos y cajas de ahorros, pueden volver a aparecer canales "alternativos" de préstamo privado, verdadero nicho de abusos. ADICAE calificó a este sector de "cloacas de la banca" por sus condiciones gravosas para los consumidores en forma de intereses, gastos, cláusulas abusivas,

etc. Por ello, es necesario reforzar la ley 2/2009, que regula la intermediación y concesión de crédito por negocios que no son bancos o cajas. Esta ley otorga la competencia a las comunidades autónomas, que ni siquiera han emprendido actuaciones de desarrollo necesarias que marca la ley o campañas de inspección.

## LA REORDENACIÓN DEL SECTOR FINANCIERO SE PAGA CON DINERO PÚBLICO

Hay otros condicionantes van a provocar un encarecimiento de los productos y servicios bancario. El primero son las fusiones, que se seguirán produciendo en el marco de la reordenación de un sector financiero que serios apuros fruto de su propio afán especulativo. El FROB es ya un adelanto con dinero público de estos costes, ya que el 75% del capital disponible (9.000 millones de euros) son desembolsados por el Tesoro Público. Es injusto socialmente que, además de refinanciar los

## UN PAPEL RELEVANTE PARA LA DEFENSA DE LA COMPETENCIA

En un contexto de entidades más fuertes merced a las fusiones y con mayores costes, no dudarán en incrementar sus ingresos de manera coordinada, soslayando así el funcionamiento de la "libre competencia" y por tanto un coste razonable en los precios. Por ello es fundamental que los intereses de los consumidores ocupen un lugar cada vez más central en sus estrategias de control empresarial. La realidad nos demuestra que los consumidores no están en condiciones de determinar los precios. El gigantismo cada vez mayor de las entidades financieras y su acreditada potencia en marketing y publicidad crean hábitos sociales e imponen precios y actuaciones que condicionan el coste de los servicios que ofrecen. La defensa de la competencia debe ser una herramienta importante y más cercana a los usuarios. Para ello es fundamental que los organismos que vigilan la competencia cuenten con las organizaciones de consumidores para llevar a cabo su tarea, fomentando vías de cooperación mutua, vigilar y denunciando las concertaciones de precios y costes. Para ello es fundamental hacer partícipe a las asociaciones de consumidores denunciantes de las sanciones cobradas, una tradicional reivindicación de ADICAE que resulta fundamental para potenciar el papel de las asociaciones de consumidores y reforzar los derechos de los consumidores.

**Según el Banco Central Europeo, España es el país de la eurozona donde los tipos de interés de estas operaciones son más elevados.**

**Son las cajas de ahorros, entidades falsamente sociales inmersas en una fuerte crisis, quienes cobran más por prestar dinero para la compra de vivienda.**

**'Empresas' alternativas de crédito, o verdaderos chiringuitos, pueden entrar de nuevo en escena, con créditos abusivos**

errores de la banca con dinero de todos, bancos y cajas quieran encarecer sus servicios. Máxime cuando la devolución del dinero prestado se hace en muchos casos (como Caja Castilla La Mancha) con bienes a precio superdevaluado.

### **BASILEA III, MÁS EXIGENCIA DE CAPITAL PARA LOS BANCOS, MÁS COSTE PARA EL CONSUMIDOR**

Basilea III tiene como objetivo reforzar la solvencia de los bancos, diseñando un marco regulatorio que pretende contrarrestar los efectos adversos de futuras crisis bancarias. Para ello se obliga a las entidades a destinar más capital para solventar las posibles pérdidas generadas por préstamos o inversiones fallidas. Las entidades financieras deberán triplicar sus reservas de capital entre 2013 y 2019. Sin embargo deben hacerlo con “activos de calidad”, es decir, con dinero que sea propiedad exclusiva de las propias entidades financieras, no comprometiendo el de sus clientes. Estas exigencias también contribuirán al alza en los precios de precios en los productos bancarios.

### **TASAS A LA BANCA, SOLUCIÓN JUSTA PERO QUE NO LAS REPERCUTAN AL CLIENTE**

En cuanto a los “impuestos” a la Banca, se trata de una tasa “anticrisis” que se calculará en base al pasivo de cada entidad, excluyendo los fondos que ya se hayan cubierto en el

sistema de garantía de depósitos que tienen varios países. La Unión Europea también quiere que el sector financiero contribuya más y mejor a los presupuestos generales de los Estados. Se han presentado dos opciones a los ministros de Economía: una tasa sobre la cuenta de resultados de cada entidad y otra sobre cada operación financiera. La solución puede pasar por gravar más los beneficios distribuidos entre los accionistas mayoritarios y los bonus de los Consejos de Administración, incrementar el impuesto de sociedades; o su aportación a los respectivos Fondos de Garantía. Eso sí, es fundamental que para evitar que se descarguen al consumidor todos estos costes, se potencie y refuerce la labor de la Defensa de la Competencia.

### **COMISIONES Y GASTOS, PRINCIPAL MEDIO DE EXPOLIO**

Bancos y cajas de ahorros han querido que la crisis la paguemos los consumidores, mentando considerablemente sus comisiones, en una tendencia que se torna escandalosa desde el año 2006. Destaca especialmente la comisión de estudio de crédito hipotecario, que ha aumentado la friolera del 44'68%, o del mantenimiento de las cuentas de ahorro en un 22% o de mantenimiento de tarjeta anual de débito en un 32%.

**Las nuevas exigencias de capital dictadas por los organismos internacionales, denominadas Basilea III y Solvencia II (en seguros) provocarán una alza de precios en los seguros, préstamos, etc.**

**Las entidades financieras quieren que pagemos su crisis y reformas a base de comisiones y gastos más caros e injustos**

**Debe reforzarse el papel de los mecanismos de Defensa de la Competencia y colaborar con las organizaciones de Consumidores.**

## **Las principales comisiones han subido escandalosamente en estos años de crisis financiera BANCOS Y CAJAS GANAN MÁS A BASE DE COMISIONES**

Concepto	Valor medio a 30 de octubre de 2006	Valor medio a 30 de octubre de 2008	Valor medio a 30 de octubre de 2010	Porcentaje de aumento
Cuentas corrientes	18,25	20,05	21,89	19,94%
Cuentas de ahorro	17,41	19,21	21,25	22,05%
Administración o adeudo de recibos: Importe por apunte	0,30	0,32	0,35	16,66%
Reclamación de descubiertos	26,21	28,66	31,01	18,31%
Tarjetas de débito: cuota anual	13,07	14,71	17,3	32,36%
Tarjetas de crédito: cuota anual	26,8	30,66	34,39	28,32%
Efectivo en cajeros de otras redes (Débito)	3,64	3,65	3,88	6'59%
Efectivo en cajeros de otras redes (Crédito)	4,39	4,34	4,52	2'96%
Estudio de crédito hipotecario, sobre importe	0,47%	0,59%	0,68%	44'68%
Apertura de crédito hipotecario, sobre importe	2,45%	2,64%	2,72%	11'02%



# RESPUESTAS DE LOS CONSUMIDORES FRENTE A LA CRISIS

Los consumidores deben ser conscientes de la necesidad de adoptar respuestas concretas para corrijan los desequilibrios que nos han abocado a la situación actual. Pese a ser una fuerza económica importante, la organización es todavía muy incipiente lo que condiciona una respuesta política adecuada. Las propuestas son claras, contrastadas y elaboradas a partir de la experiencia, el reto es la organización colectiva.

**El crédito no debe ser una estrategia masiva para sostener modelos de producción que convierten el endeudamiento en un negocio en sí mismo**

**Hay que exigir garantías adicionales que limiten la venta indiscriminada de determinados productos de ahorro a concretos de consumidores**

**Ante impagos de créditos: establecer un procedimiento por el que Jueces y Tribunales pudieran señalar nuevos plazos o alterar los convenidos, moderar los tipos de interés aplicados, etc**

## ▶ ENDEUDAR A CRÉDITO AL CONSUMIDOR NO PUEDE SER EL "MOTOR" DE LA ECONOMÍA

Para los consumidores no es posible disfrutar de un crédito cuyo pago suponga un esfuerzo superior a determinados porcentajes del nivel mensual de ingresos, la mayoría rentas de trabajo. El crédito no debe ser una estrategia masiva para sostener modelos de producción que hacen del endeudamiento un negocio. Como ya apuntamos en el artículo de portada de esta revista, las entidades deben ser responsables de los créditos que conceden indebidamente. Además apuntamos otras cuestiones: eliminar cláusulas oscuras o métodos de cálculo o de "cobertura" fraudulentos que incrementen costes o cuotas (cláusulas suelos/techo; swaps...); eliminar la vinculación excesiva a productos financieros que no necesita el consumidor o que ya dispone; evaluación de riesgos que no comprometa la viabilidad de la economía familiar, etc. La elaboración de modelos de contratos tipo, el control previo de las condiciones financieras y de contratación de unos organismos reguladores comprometidos y más alternativas públicas de financiación constituyen elementos clave para un crédito sano.

## ▶ MEJORAR EL CONTROL DE VENTA DE PRODUCTOS DE AHORRO

Exigir garantías adicionales que prohíban la venta indiscriminada de determinados productos de ahorro (riesgos de pérdida total, dificultad en su amortización, estructuras complejas, mercados volátiles), a perfiles determinados de consumidores (capacidad de ahorro menor a un 30% de sus ingresos brutos, edad, etc.)

## ▶ OFENSIVA PARA CONTROLAR LA PUBLICIDAD FINANCIERA:

Es preciso una mayor supervisión del contenido de la publicidad y procedimientos de denuncia más ágiles. Erradicar denominaciones engañosas ("depósitos" estructurados; fondos "garantizados", "acciones preferentes"...). Una regulación justa y transparente de las Comisiones financieras en los productos de ahorro.



## ▶ "CONSUMIDOR RESPONSABLE", CONSUMIDOR ORGANIZADO

Hemos de quitar falsos mitos de que con decisiones aisladas de compra el consumidor puede mejorar las ofertas que nos hacen las grandes empresas. Ellas deciden qué y cómo se vende, disponen de las herramientas de marketing, imponen los contratos, disponen de lobbys que manipulan a los estados en su propio interés, etc. Solamente seremos capaces de influir si lo hacemos de manera organizada: enfrentándonos colectivamente, apoyando a nuestras asociaciones y participando activamente en sus reivindicaciones y campañas de protesta.

## ▶ EDUCACIÓN FINANCIERA CON CARÁCTER CRÍTICO

La "Educación financiera" no debe ser sólo "conocer y callar". Hay que incentivar que los consumidores se pregunten por el destino social que va a darse al dinero que depositan en una entidad, o si resulta verdaderamente necesario pedir un crédito. Deben ser educados en la crítica como método, en la desconfianza en sus relaciones con su banco o caja. Aprender a conocer y descifrar los trucos de la publicidad financiera, las vías de reclamación, etc. Y ser conscientes de que la Educación no es la solución exclusiva. En cualquier caso, es fundamental que cualquier diseño curricular de la Educación financiera cuente con las organizaciones de consumidores como ADICAE.

## SOLUCIONES JUSTAS PARA LOS CONSUMIDORES SOBREENDEUDADOS

Un procedimiento para sanear las economías familiares en apuros. En casos de desgracias familiares (paro, accidentes de trabajo, larga enfermedad, divorcios...) que supusiesen una merma de ingresos que comprometiesen el pago de créditos, ADICAE pedía un procedimiento por el que jueces y tribunales pudieran señalar nuevos plazos o alterar los convenidos, moderar los tipos de interés, determinando el recargo en el precio por los aplazamientos de pago. Además hay que complementarlo con medidas preventivas y de mediación, como otorgar facultades al juez para paralizar embargos y reordenar deudas. Cuando la ejecución sea sobre la vivienda habitual el propietario que no disponga de otra vivienda podría pedir al juez que establezca un acuerdo entre acreedor y deudor.

## COMITÉ CONSULTIVO BANCARIO COMO ÓRGANO DE PARTICIPACIÓN

Hay que crearlo. El Banco de España es el único organismo regulador que carece de este canal de comunicación. Y los existentes en la CNMV y Dirección General de Seguros dejan mucho que desear por su eficacia. Se exigía un reforzamiento del papel de las asociaciones allí representada.

## RESPUESTA A LAS SEVERAS POLÍTICAS DE AJUSTE

La administración española requiere reformas en varios frentes: trámites obsoletos, descoordinación, lentitud, trabas, mejora de la eficiencia, etc. Es

importante recordar que quienes encabezan el ruido de una "reforma del sector público" son las grandes empresas. El avance de la democracia se basa en que los derechos se apliquen de verdad, que no sean declaraciones formales sino servicios efectivos. La política social española es una de las más bajas de la Europa de los 15, no corresponde a nuestro nivel económico y no causó la crisis. Son injustos los recortes sociales: empobrecen a las mayoritarias clases populares. Debemos defender un Estado de Bienestar amplio y digno, no caer en la trampa de los grandes lobbies empresariales y sus medios de comunicación. Más recortes sociales supone dejar todo en manos de monopolios que, como el sector financiero, sólo usan al consumidor para explotarlo.

## REFORMAS DE LOS PROCEDIMIENTOS JUDICIALES: MÁS ÁGILES Y GARANTISTAS PARA LAS VÍCTIMAS

Las modificaciones introducidas por las acciones colectivas pueden quedar en nada sin reformas procesales y organizativas adecuadas (tribunales especializados o habilitados para estos casos, agilización en trámites burocráticos...). En los procedimientos penales se ha demostrado que no se recuperan cuantías relevantes, bien por su ocultación por parte de los imputados, testafierros, maniobras dilatorias de la defensa... o porque no hay fondos, lo que contrasta con los largos plazos de duración. Hay soluciones. El sector asegurador, por ejemplo, dispone de un sistema de liquidación de empresas más idóneo que un procedimiento: control administrativo, plazos más breves, porcentajes de recuperación más amplios...

**Más recortes sociales supone dejar todo en manos de monopolios que, como el sector financiero, sólo han utilizado al consumidor para explotarlo.**

**Solamente seremos capaces de influir si lo hacemos de manera organizada**

**La "Educación financiera" no debe ser sólo "conocer y callar"**



Conozca con

**IMPOSITORES**  
**usuarios**  
**DE BANCOS, CAJAS Y SEGUROS**

las claves de la actual crisis, su repercusión en los consumidores, cómo afrontarla y defenderse de sus consecuencias.

**Solicítela  
llamando a ADICAE**

**CONSIGA ESTAS  
INTERESANTES Y AMENAS  
PUBLICACIONES DE ADICAE**

**ADICAE**

C./ Gavín, 12 local. 50001 ZARAGOZA  
Tfno.: 976 390060 ■ Fax: 976 390199

email [aicar.adicae@adicae.net](mailto:aicar.adicae@adicae.net)

# ADICAE ha seguido la crisis aportando medidas y propuestas

**Abril 2008. Número 76:**

**MEDIDAS DESENFOCADAS E INSUFICIENTES** "Las llamadas "medidas de choque" para paliar los efectos de la crisis económica no pueden tener peores augurios: los 400 euros para relanzar el consumo y la gratuidad para la prolongación del plazo de la hipoteca, aunque resuelvan algunos problemas extremos puntuales, sólo permiten aumentar y prolongar el endeudamiento, beneficiando a los grandes usufructuarios: promotores-constructores, entidades financieras, grandes empresas de telecomunicaciones, energía, distribución, etc..."

Por eso, nada serio se dice sobre el consumo crítico y responsable, sobre el maltrato endémico al ahorro, etc."



**Diciembre 2008. Número 78:**

**REACCIÓN FRENTE A LA CORRUPCIÓN Y LA INEFICACIA** "Los ciudadanos, consumidores y trabajadores debemos organizarnos y movilizarnos para defendernos de la crisis, para que no paguemos los de siempre la corrupción e ineficacia de banqueros, políticos, empresarios, ejecutivos y burocracia causantes de la grave situación que atravesamos. Hay que superar el conformismo y el fatalismo a los que la mayoría de los poderes e ideólogos nos han querido someter durante muchos años. Es necesario que apoyemos y empujemos fuertemente el cambio, un cambio radical de todo el sistema".



**Octubre 2008. Número 77:**

**ESTADO BANCARIO** "Nos encontramos ante un "Estado Bancario" donde existe una identificación esencial entre Estado y grandes intereses económicos financieros. Sólo así pueden entenderse las medidas aprobadas tanto en España como en Europa. Por contra, ni se cuestiona ni se hace balance crítico de las terribles disfunciones del mercado financiero y la dejación pública de funciones, ni mucho menos se plantean alternativas".



**Julio 2009. Número 79:**

**BALANCE DE DOS AÑOS DE CRISIS ECONÓMICA EN ESPAÑA** La crisis no se puede solucionar con "parches", costosísimos para todos aunque reactiven los mercados financieros. Sólo se cerraría en falso. La actual crisis global debe resolverse con reformas en profundidad de las "reglas de juego", sobretudo económicamente en lo que afecta a millones de consumidores y ciudadanos en España.



## ADICAE EXIGE SOLUCIONES AL PROBLEMA HIPOTECARIO Y CREDITICIO

**UN PROBLEMA ECONÓMICO QUE EXIGE UNA SOLUCIÓN SOCIAL** Como quedó plasmado en el Boletín de la Plataforma Hipotecaria 2010, ADICAE exige soluciones sociales al problema económico de las hipotecas y del crédito en España. Regular legislativamente la dación en pago, paralizar los embargos por parte de las entidades que han recibido ayudas del Estado, eliminar las cláusulas suelo, promulgar una ley de sobreendeudamiento,... fueron algunas de las propuestas realizadas.



Y también en *La Economía de los Consumidores* las claves de la actual crisis y su repercusión en los consumidores



**CONSIGA TODAS ESTAS INTERESANTES Y AMENAS PUBLICACIONES**

**Llámenos: ADICAE**  
C./ Gavín, 12 local. 50001 ZARAGOZA  
Tfno.: 976 390060 ■ Fax: 976 390199  
email [aicar.adicae@adicae.net](mailto:aicar.adicae@adicae.net)