

# Estudio “Percepciones de los consumidores extremeños respecto al sector financiero”

ADICAE Extremadura ha analizado, a través de una encuesta realizada entre un total de 547 consumidores de la Comunidad Autónoma de Extremadura, cuál es la percepción de los consumidores en relación a la publicidad y la transparencia en el ámbito de la contratación de productos y servicios financieros, así como en relación a la problemática de las comisiones bancarias abusivas.

## Resumen ejecutivo

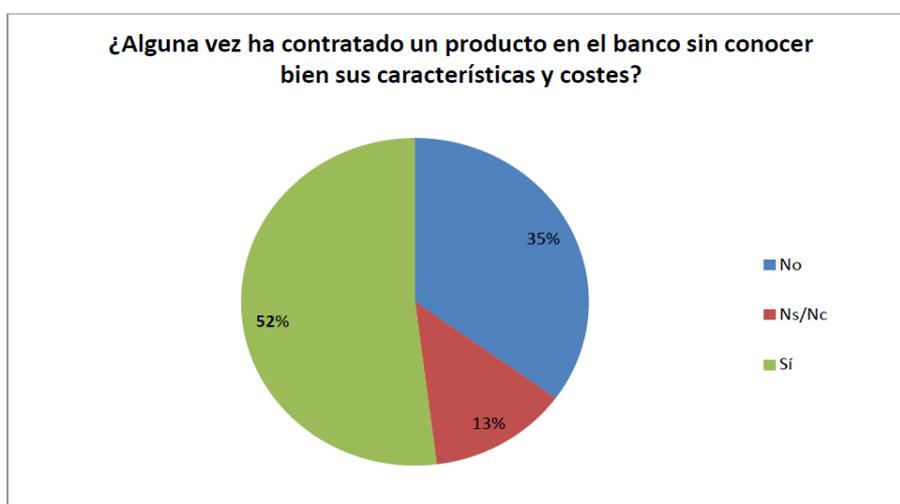
Se ofrece a continuación un resumen de las cuestiones más destacadas que se han obtenido del estudio para a continuación entran en detalles de las repuestas ofrecidas por los ciudadanos extremeños que han participado en la encuesta.

### **El Sector financiero, una de las principales fuentes de abusos y problemas de consumo para los extremeños**

*Un 88% de los consumidores considera que los servicios Bancarios presentan un grado de conflictividad o abuso similar a los de sectores clave como la energía o las telecomunicaciones. Además señalaron en un 65% a los seguros de igual forma.*

Consultados por su opinión acerca de sus experiencias relacionadas con su relación con las entidades bancarias los extremeños destacan un elevado grado de conflictividad. La banca está bajo sospecha para los consumidores.

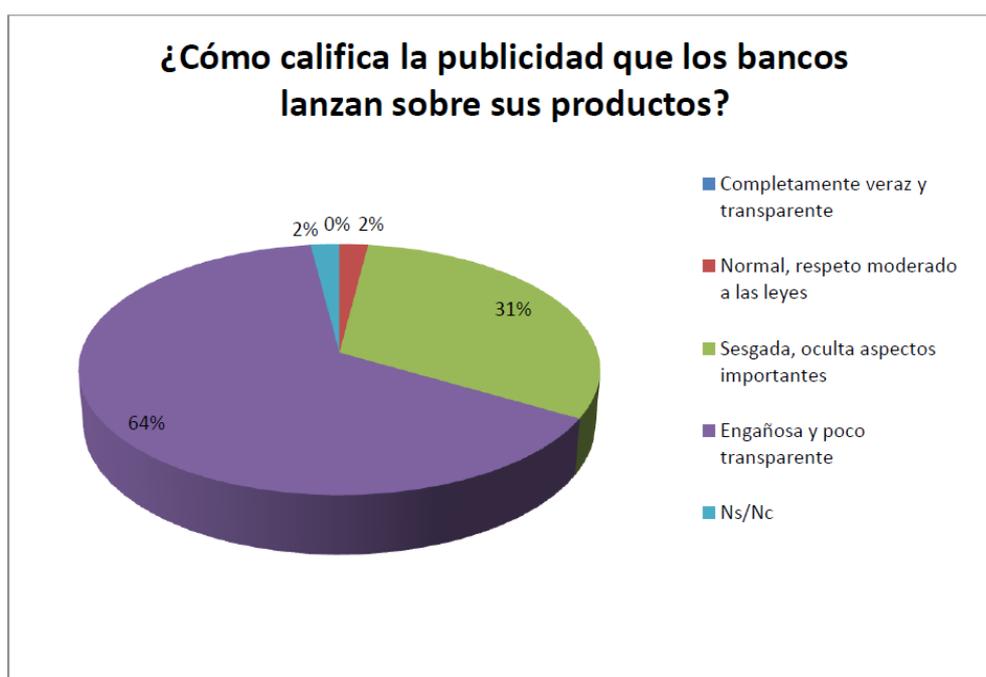
### **Más de la mitad de los consumidores extremeños admite haber contratado un producto sin conocer bien las características del mismo.**



*Desde la casilla de salida prácticamente, la relación entre consumidor y entidad bancaria parte viciada: Un 52% de los encuestados confiesa que en alguna ocasión ha contratado un producto en el banco sin conocer bien sus características y costes.*

### **Los extremeños perciben la publicidad e información que facilitan los bancos como fuente de engaños**

*Los encuestados consideran de manera abrumadora (un 95% de las respuestas) que la publicidad de las entidades financieras es engañosa y poco transparente (64%) o sesgada y que oculta aspectos importantes (31%).*



Lo primero que está en cuestión en materia financiera es el contenido de la publicidad que los bancos lanzan sobre sus productos. Un porcentaje ampliamente mayoritario denuncia su falta de transparencia: un 64% de los encuestados la consideran engañosa, y otro 31% la tildan de sesgada; mientras, ninguno de los encuestados la califica como completamente veraz y transparente.

**Para 9 de cada 10 consultados el banco prima sus propios intereses frente a los del cliente a la hora de contratar productos y servicios**

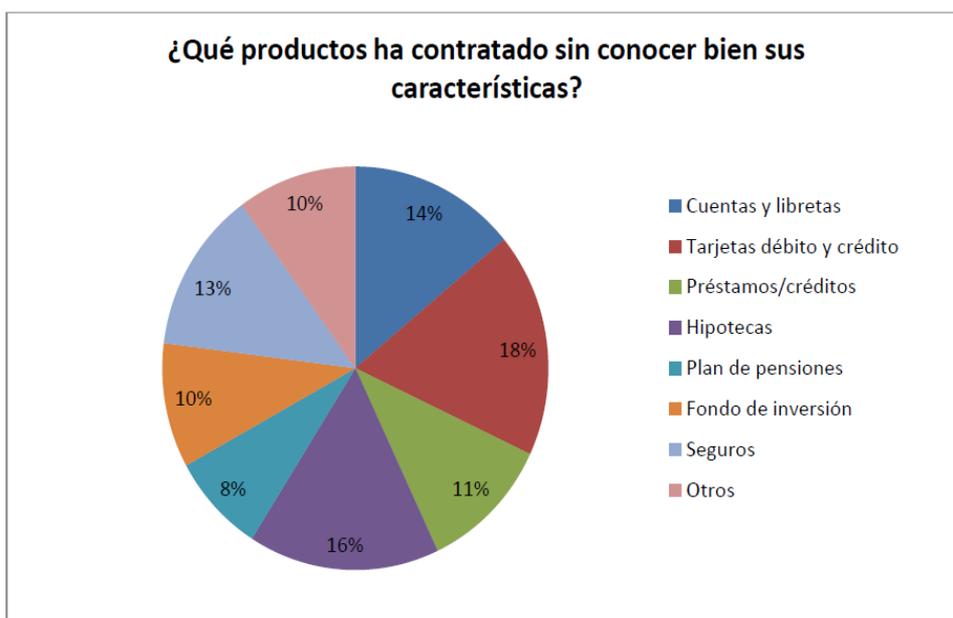
*Se confirma el desequilibrio de fuerzas entre entidad bancaria y consumidor a la hora de enfrentar una contratación de cualquier producto o servicio bancario.*

Un 89% de los encuestados afirman que a la hora de contratar un producto o servicio bancario, el banco hace prevalecer sus intereses sobre los del consumidor. Sólo un 2% señala que sus intereses prevalecen frente a los del banco.

**El 65% de los encuestados afirma que no es fácil obtener información detallada de un producto antes de contratarlo.**

En cuanto al detalle de cuáles han sido los productos contratados sin conocer bien sus características el reparto está muy igualado, lo que indica una falta endémica de información por parte de las entidades bancarias. Predomina quizá algo lo relacionado con medios de pago y créditos; así, el 18% de los contratos firmados y no bien conocidos se refiere a tarjetas, de crédito y débito, y el 16% corresponde a hipotecas.

Cuentas y libretas, 14%, y seguros, 13%, siguen en el ranking. Planes de pensiones, fondos de inversión y otros productos de ahorro son mencionados en última instancia, algo que bien pudiera achacarse a que se trata de productos menos generalizados o “básicos”.

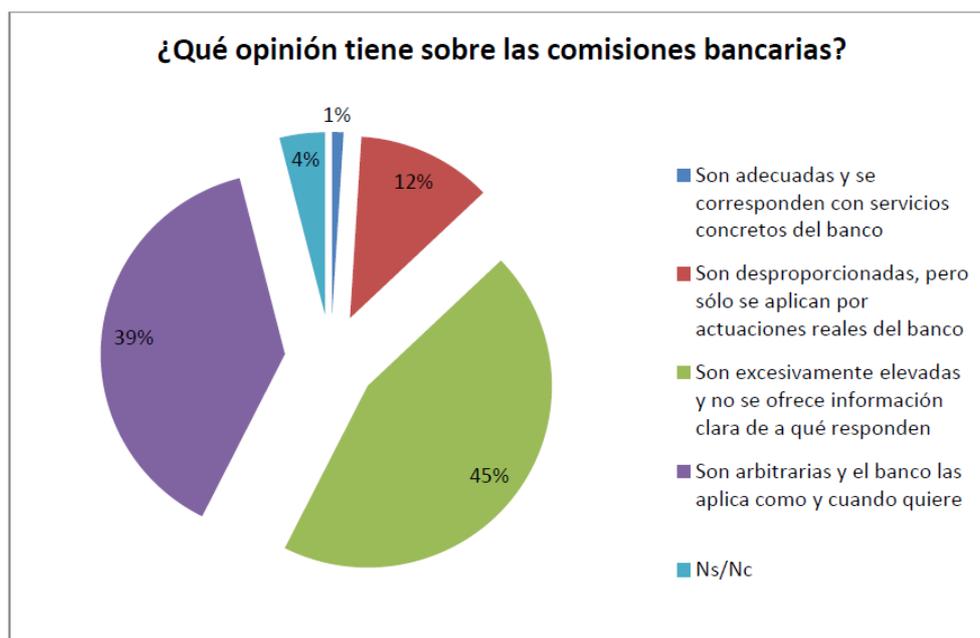


**Los consumidores abogan por una regulación clara, que evite arbitrariedades y abusos en las comisiones bancarias.**

*Para el 45% de los encuestados las comisiones son excesivamente elevadas y el 39% las considera arbitrarias e impuestas de manera discrecional.*

En el siguiente grupo de preguntas, la encuesta propone a los consumidores extremeños que analicen y expongan su punto de vista sobre las comisiones bancarias. La primera opinión de los encuestados no puede ser más ilustrativa: **para un 84% de los consumidores encuestados** son excesivamente elevadas y oscuras (45%) o arbitrarias y

aplicadas de manera arbitraria y discrecional por el banco (39%). Sólo un 1% de la muestra las creen adecuadas.



### **Un 82% considera que la actual regulación sobre comisiones bancarias es deficiente y genera abusos.**

Un 82% de los encuestados las considera deficientemente reguladas, lo que genera abusos, y apenas un 6% afirma que están bien reguladas. Ante este diagnóstico, los consumidores han entrado de manera casi unánime a **proponer una nueva regulación que las limite o las controle**.

De entre las opciones ofrecidas, **un 54% plantea reformas legislativas**: “*cambiar la legislación estableciendo topes máximos en determinados productos básicos*” es la opción elegida por el 37%, mientras un 17% aboga por mejorar la regulación clarificando cuándo y cómo se puede aplicar cada comisión.

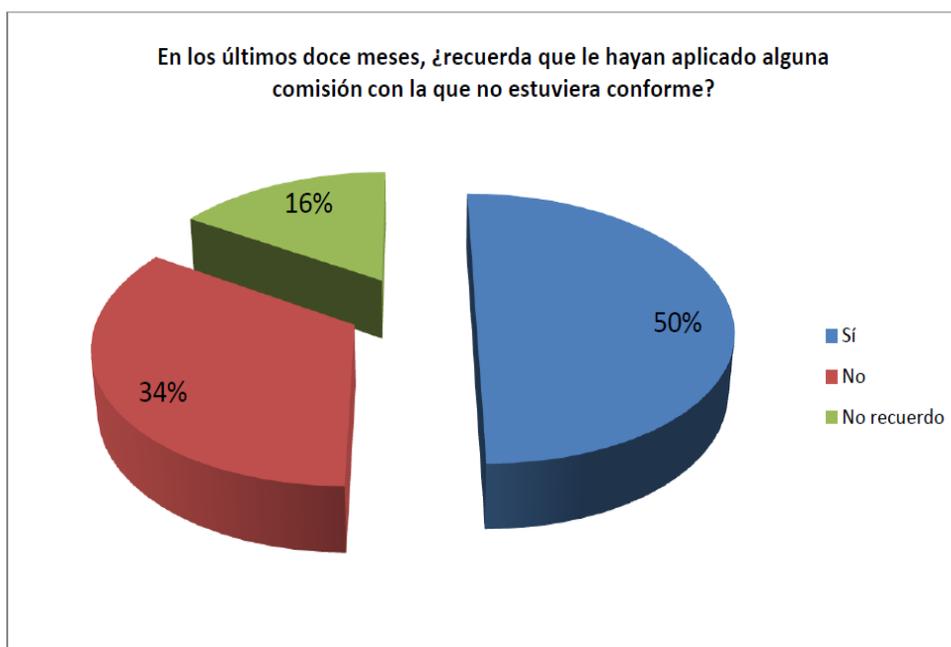
Otro 39% considera necesario mejorar el régimen de control y sanción: “*aumentar las sanciones por abusos en comisiones*” (26%) y mejorar la supervisión (13%) son las respuestas señaladas en este sentido.

### **La mitad de los extremeños consultados confiesa haber sufrido alguna comisión bancaria con la que no estuvo de acuerdo.**

*Otro 16% no lo recuerda, y sólo un tercio de los consumidores está “libre” de comisiones abusivas.*

Sobre el **tipo** de comisión en cuestión, las hay de todo tipo, pero predominan aquellas relacionadas con aquellos productos más habituales y generalizados, utilizados por la

mayoría de los consumidores, fundamentalmente las de mantenimiento de cuenta o tarjeta (55%), transferencia (30%) y descubierto o “números rojos” (casi un 15%).



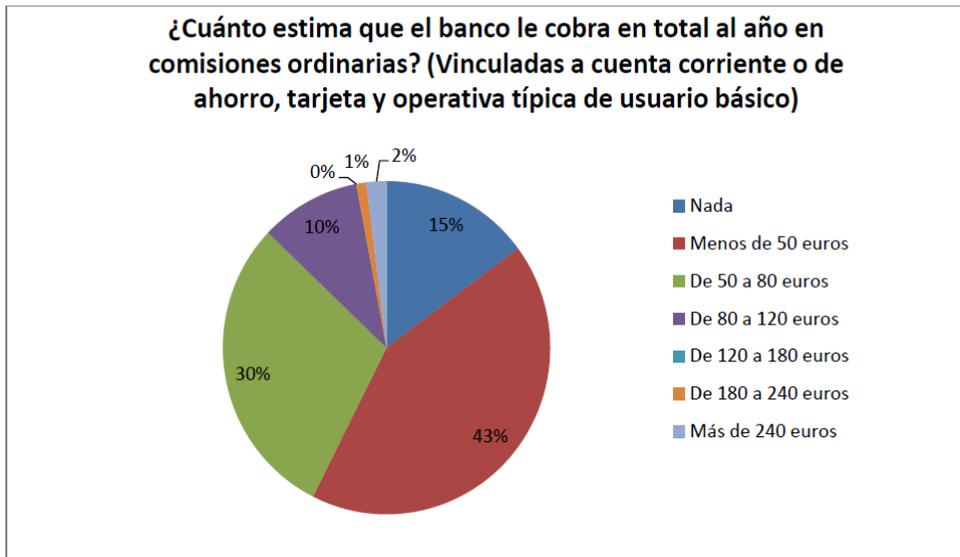
### **Uno de cada cuatro consultados no reclamó frente al abuso, y sólo un 14% acudió al canal formalmente establecido para reclamar**

Del 50% que recuerda haber afrontado la aplicación de alguna comisión con la que no estaba de acuerdo, el grado de reacción en defensa de sus derechos es limitado: más de la mitad (el 52,30%) se quedó en la reclamación verbal ante la sucursal bancaria, y otro 25% directamente no reclamó. El porcentaje de consumidores que acudió a la vía formalmente establecida para reclamar (el Servicio de Atención al Cliente o Defensor del Cliente) se limitó al 14%.

Únicamente un 1% acudió a servicios de consumo de la administración pública, sólo uno de los encuestados acudió al Banco de España, y un exiguo 3% fue a una asociación de consumidores.

### **Un tercio de los encuestados no logró resolución positiva a su reclamación**

*Consultados los “reclamantes” por el resultado de sus quejas, poco más de la mitad (53%) obtuvieron un resultado satisfactorio, mientras para casi un 37% (36,46%) el resultado de su reclamación fue insatisfactorio (un 10% aún no ha recibido respuesta)*



**Un 43% estima que paga menos de 50 euros al año en comisiones por los productos más básicos, estimación que para un tercio de los encuestados pasa al rango de “entre 50 y 80 euros”**

Acerca del **importe** medio que pagan los consumidores en comisiones al año, el importe moda, el que más se repite, es de menos de 50 euros al año, un 43% de los encuestados, frente a un 30% que paga entre 50 y 80 euros anuales, y un 15% que abona más de 80 euros anuales; sólo un 15% confiesa no pagar nada.

*Podría pensarse que el importe de las comisiones bancarias no es excesivamente relevante; nada más lejos de la realidad.*

Una parte del presupuesto familiar mensual ya debe ir a parar al pago de comisiones bancarias, algo que en principio no formaba parte fundamental del negocio bancario, pero que ahora es un capítulo clave para la conformación de sus beneficios al alza.

**Para dos de cada tres consumidores los productos bancarios básicos (cuentas, tarjetas de débito, retiradas de efectivo y transferencias) no deberían generar ninguna comisión**

Los consumidores, de hecho, fueron preguntados por las comisiones adecuadas para según qué tipo de servicios, y para una mayoría aplastante de ellos hay servicios y conceptos que no deberían estar sometidos a comisión alguna; dos de cada tres encuestados creen que el mantenimiento de una cuenta corriente no debería ser objeto de cobro de comisión. Una proporción idéntica afirma que la banca no debería cobrar por el mantenimiento de una tarjeta, así como por sacar dinero en cajeros diferentes al del propio banco. Y tres de cada cuatro confirman que las transferencias deberían estar libres de comisiones. Más aún, ningún encuestado ha señalado que el importe óptimo a cobrar por cualquiera de estos conceptos debería superar los 15 euros anuales.