

ASOCIACIÓN GENERAL DE CONSUMIDORES,
ASGECO CONFEDERACIÓN

CRÉDITOS RÁPIDOS Y EDUCACIÓN FINANCIERA

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES TALLER SEMINARIO
13 DIC 16

CONCLUSIONES

A) Referidas a la publicidad:

- a. La publicidad de los créditos rápidos avoca a la toma de **decisiones rápidas, poco informadas y meditadas.**
- b. La publicidad de estos productos a la que se enfrenta el consumidor muchas veces es desmedida.
- c. A veces, **se distorsiona el lenguaje** o la forma de indicar las condiciones para que parezcan ventajosos.
- d. El “**efecto legitimador**” es una de las preocupantes consecuencias de su publicidad en televisión.
- e. La dinámica burocrática dificulta que el consumidor incluso aunque pueda acceder a la información no se detenga a leer las condiciones de contratación.

B) Información de los consumidores:

- a. La base de la educación financiera es la **ordenación de la economía doméstica.**
- b. La información precontractual y el período de reflexión previo a la contratación es inadecuado.
- c. Los consumidores **no visualizan las consecuencias de los impagos** o el coste real de los créditos hasta que tienen problemas.
- d. El modo de contratación de estos créditos supone un riesgo de **aumentar el nivel de consumo** por encima de sus necesidades y capacidad.
- e. El consumidor no distingue si el crédito rápido está dentro o fuera del sistema bancario.
- f. La **diferencia entre “quiero” y “necesito”** cada vez está más diluida lo que puede generar problemas para el consumidor.

- g. Pese al pago, las empresas envían nueva publicidad a los consumidores con la posibilidad de nuevos préstamos en vez de borrar sus datos personales.

C) Problemas estructurales y del sistema actual:

- a. Es necesario agilizar los procesos de reclamación y garantizar el cumplimiento de la normativa sobre el crédito al consumo en España.
- b. Falta **desconocimiento** y visibilidad al consumidor **sobre que créditos** están bajo la **supervisión o no del Banco de España**.
- c. Los organismos supervisores detectan que **no se reciben reclamaciones acordes a la realidad de los problemas con los créditos rápidos** por las vías oficiales.
- d. Debido a las características socio demográficas del consumidor, **las entidades no financieras a veces son las únicas que posibilitan el préstamo**.
- e. Es necesario preguntarse en qué medida el sistema bancario tradicional (cooperativas de crédito, banca ética,...) está satisfaciendo las **necesidades económicas** de los ciudadanos.
- f. Las entidades financieras tienen la responsabilidad y el compromiso de enfrentar este problema.

D) Problemas del consumidor:

- a. La concesión de estos créditos no atienden a la capacidad de pago del que los pide.
- b. Las garantías hipotecarias que se dan en estos créditos a veces sin que el consumidor sea consciente de ello.
- c. **No hay claridad en la contratación**. A pesar de existir una normativa, se da un incumplimiento fragante de la norma.
- d. Los consumidores muchas veces desconocen los servicios y sistemas de reclamación.
- e. El perfil del consumidor, es vulnerable que no tiene conciencia de vulneración de derechos, y si lo tiene, muchas veces no actúa por vergüenza.

- f. Los problemas de **sobreendeudamiento** continúan siendo un **tema tabú** en la sociedad.

RECOMENDACIONES

A) Educación, formación e información:

- a. Realizar una valoración correcta del riesgo que supone el endeudamiento.
- b. **Aumentar la formación e información** al consumidor para el concienciación de un consumo y finanzas responsables.
- c. Fomentar la enseñanza, desde la escuela, de **habilidades de educación financiera y del consumo responsable**, que se integre en el sistema educativo y en los hogares.

B) Protección al consumidor.

- a. **Mejorar la claridad y transparencia de su publicidad y** s condiciones contractuales.
- b. **Mayor regulación y control** sobre estos préstamos y las entidades que los ofrecen.
- c. **Eliminación teléfonos de tarificación especial** que conllevan un coste extra al consumidor.
- d. **Exigir mayor veracidad en la publicidad** de productos financieros y créditos rápidos
- e. Actuación conjunta y coordinada de las organizaciones de consumidores para eliminar estas situaciones sociales.
- f. **Mejorar la regulación y los sistemas que garantizan su cumplimiento.**
- g. Evaluar mejor el binomio rentabilidad – riesgo.
- h. Mejorar los mecanismos existentes, y fomentarlos para proteger al consumidor ante la violación de sus derechos.
- i. Mejorar el acceso a los recursos financieros para necesidades básicas para personas sin recursos.

C) Colaboración público privada

- a. Implicación a más actores sociales y educacionales en la educación económica y financiera.
- b. **Incrementar la educación financiera** por parte de Asociaciones de Consumidores y Organismos Supervisores (como es el caso del Plan de Educación Financiera en España).
- c. La **industria financiera** puede participar si se establecen **garantías de objetividad** y transparencia (p.ej. Consejos Asesores Independientes)
- d. Reforzar el Programa **Finanzas para Todos, del Banco de España y la Comisión Nacional del Mercado de Valores**, del que forma parte este proyecto.
- e. Exigir mayor transparencia en las operaciones financieras referidas al sector de créditos rápidos.