

# *Cuaderno de difusión del estudio*

## LA REALIDAD DEL CRÉDITO EN ESPAÑA

**Hipotecas**

**Créditos Rápidos**

**Reunificación  
de Créditos**

REALIZADO POR EL EQUIPO TÉCNICO DE:



**ADICAE**

Asociación de Usuarios de Bancos,  
Cajas y Seguros de España

COLABORA:



Este cuaderno ha sido subvencionado por el  
Ministerio de Sanidad y Consumo. Su contenido  
es de responsabilidad exclusiva de la Asociación

## PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

La situación económica de España en los últimos diez años ha venido caracterizada por el fuerte crecimiento del consumo y del crédito, y por el bajo ahorro familiar. El consumo de los hogares lleva creciendo durante ese período a una tasa media anual del 7%. Sin embargo, la parte que ahorramos de la renta ha ido disminuyendo año tras año. Si el ahorro de los hogares en 1997 suponía casi el 16% de su renta bruta disponible, en 2007 se situó en el 10%, lo que significa que más del 65% de las familias españolas no pueda ahorrar a fin de mes. El crédito ha crecido a una tasa media anual del 17% debido al aumento del crédito al consumo y, sobre todo, al fuerte incremento del crédito hipotecario. Según datos del Banco de España, el ahorro de los hogares después del pago de las cuotas de la hipoteca deja la renta bruta disponible en el -6%. Esas cifras alarmantes revelan que el ahorro ya no cubre los pagos por vivienda y constatan un cambio de ciclo preocupante, que además son el caldo de cultivo para la proliferación de nuevas formas de crédito y la aparición de nuevas fórmulas de articular y poner aparente solución al endeudamiento.

La economía española, con el consentimiento tácito de los poderes públicos, ha basado en los últimos años su crecimiento en el consumo interno y en la construcción y negocio de la vivienda. La burbuja inmobiliaria que se ha ido originando y que ya está en clara fase de agotamiento, va a provocar que numerosas familias deban apretarse el cinturón mes a mes y ser enormemente cuidadosas en la elaboración y gestión del presupuesto familiar así como en la contratación de nuevos productos financieros de endeudamiento...su vivienda y muchas más cosas dependen de ello.

Con este proyecto, denominado “Los consumidores y las hipotecas, créditos rápidos y los servicios de reunificación de deudas ante la coyuntura alcista de tipos”, ADICAE planteó la necesidad de analizar, siempre desde la perspectiva de protección de los derechos de los consumidores, las causas y consecuencias para las economías domésticas del alto nivel de endeudamiento en un año en el que además los tipos crecieron a ritmos galopantes. Para la difusión de todos los consejos y conclusiones prácticas que derivan de las actividades del proyecto, ADICAE ha previsto una serie de materiales (folletos, un gran estudio económico-jurídico, talleres prácticos presenciales). Todo ello con la intención de volver a alzar la voz en un contexto preocupante de sobreendeudamiento en las economías domésticas. Precisamente e tas son las destinatarias de los nuevos productos y servicios relacionados con el endeudamiento: nuevas fórmulas hipotecarias, créditos rápidos y servicios de reunificación. Conocer la propia capacidad económica y de endeudamiento, las características de todos estos novedosos productos y los derechos que asisten al consumidor frente a ellos, es uno de los grandes objetivos perseguidos por ADICAE, cuya labor se extenderá no sólo en 2007 sino siempre que la situación continúe y no halle solución a través de los poderes públicos.



*Manuel Pardos Vicente  
Presidente de ADICAE*



*D. Manuel Pardos,  
presidente de ADICAE*

*D. Fernando Herrero,  
vicepresidente de ADICAE*

*Dña. Ana Solanas,  
directora de los Servicios Técnicos*

*D. Santiago Pérez,  
director de Proyectos*

*D. Francisco Sanz,  
director de Publicaciones*

*Equipo jurídico del proyecto:*

*D. Luis García Perulles, abogado*

*D. Agenor Gómez, abogado*

*D. David Casellas, abogado*

*D. Vicent Bellido, abogado*

*D. Carlos Zarco, abogado*

*Diseño y maquetación de la  
publicación:*

*D. Antonio Laguardia*

*D. Cesar Soria*

*Zaragoza - diciembre, 2007*

**ADICAE Servicios Centrales**

*c/ Gavin, 12 local -*

*50001 ZARAGOZA -*

*Tfno. 976-390060, Fax: 976-390199*

*email: aicar.adicae@adicae.net -*

*www.adicae.net*

El presente cuaderno de difusión es uno de los numerosos materiales que ve la luz en el ámbito del proyecto “Los consumidores y las hipotecas, créditos rápidos y los servicios de reunificación de deudas, ante la coyuntura alcista de tipos”. Dicho proyecto ha constado de decenas de charlas desarrolladas por gran parte del territorio nacional, folletos informativos en cada uno de los tres grandes bloques del proyecto (hipotecas, créditos rápidos y reunificación), calendarios de mesa y sobremesa, etc. Todo ello girando en torno a un gran estudio económico estadístico, del que este cuaderno quiere ser un amplio resumen con calado en todo tipo de administraciones de consumo, asociaciones ciudadanas, de consumidores y ,como no, en los propios usuarios. De esta forma el estudio entremezcla, definiciones, datos, gráficos, consejos, que resumen de forma sucinta los datos más importantes obtenidos a raíz del mencionado estudio.

De las páginas de este cuaderno se espera que el lector extraiga un conocimiento claro y eficaz del sector del endeudamiento en España, que tanta relevancia tiene para las economías domésticas: las empresas, la protección legal, consejos a tener en cuenta ante este tipo de productos. Recuerde: la formación y la información son la antesala para evitar los abusos y el consumo irresponsable.

## INDICE CONTENIDOS

Hipotecas.....	4
Créditos rápidos.....	19
Reunificación de créditos.....	31

## Antes que nada ... conozca su hipoteca

### Cuidado con la cuantía que solicita

Los más habitual es solicitar un 80% del valor de tasación de nuestra vivienda. Pedir cantidades superiores (por ejemplo de un 100% o 120%) supone que el banco nos puede exigir mayores garantías (por ej. incluir avalistas\*, es decir otra persona que firme asumiendo la deuda en caso de que usted no pueda pagarla).

**Pedir más del 80% del valor de tasación puede ser un problema si se desacelera el mercado inmobiliario y baja el precio de la vivienda**

### Llego la hora de la tasación ... y del primer abuso

Bancos y Cajas tasarán la vivienda para conocer su valor, ya que va a ser la garantía del préstamo. La efectúa una sociedad de tasación autorizada por el Banco de España y las entidades de crédito obligan al consumidor a pagarla. No lo acepte sin más: negocie para que no le carguen a usted este coste. **El consumidor tiene derecho a proponer al banco o caja la entidad que vaya a tasar la vivienda.**

### No se confunda con el índice de referencia

El índice es lo que nos "cobra" la entidad financiera como precio del dinero prestado. El más conocido y empleado es el Euríbor, también existen el IRPH, el CECA y Deuda Pública. Estos índices oficiales tienen la característica de ser públicos, objetivos y verificables, ya que se calculan conforme a un procedimiento matemático aprobado por el Banco de España y se publican en el Boletín Oficial del Estado. **No se fie de otros índices distintos a éstos, ya que pueden tener trampa. Y, puestos a elegir, quédese con el Euríbor, es el más barato.**

Período	I.R.P.H.			CECA	Euríbor
	Bancos	Cajas	Media		
Ene	4,78	4,84	4,81	5,38	4,06
Feb	4,85	4,92	4,89	5,5	4,09
Mar	4,94	5	4,98	5,5	4,11
Abr	4,95	5,06	5,01	5,5	4,25
May	5,05	5,12	5,09	5,63	4,37
Jun	5,14	5,24	5,19	5,63	4,51
Jul	5,28	5,36	5,33	5,75	4,56
Ago	5,38	5,46	5,42	6	4,67
Sep	5,47	5,52	5,5	6	4,73

Como muestra este cuadro, el tipo menos gravoso para el consumidor es el Euríbor. No lo dude y deseche otros tipos como IRPH o CECA. Pero no se olvide de que junto al tipo le incluirán un diferencial: negocie a la baja ese diferencial, saldrá ganando.

### Negocie su diferencial

Es el margen que las entidades financieras añaden al índice de referencia utilizado. Por ejemplo, "euríbor + 0,5 anual". El resultado es que debemos pagar como interés un 5% (4,5% + 0,5%). Suele estar bonificado (reducido) si el consumidor contrata una serie de productos. **Valore su coste y si compensa la rebaja.**

### Plazos largos: pan para hoy, hambre para mañana

Un plazo corto de tiempo para devolver el préstamo implica cuotas más elevadas, mientras uno largo le da una cuota mensual más baja. Pero cuidado, porque cuanto más alargue el plazo más pagará de intereses. En períodos largos de 40 ó 50 años y a tipos altos, el ahorro en la cuota no es significativo.

## Conozca los tipos de préstamos hipotecarios y elija el que más le interesa

Tipo de crédito	Características	Ventajas	Inconvenientes
<b>Fijo</b>	El tipo de interés permanece constante	Si los tipos suben, no se altera la cuota	No puede beneficiarse de los descensos de los tipos. Plazos de devolución cortos.
<b>Variable</b>	El tipo de interés varía periódicamente	Permite beneficiarse de la bajada de tipos	Recoge tanto las bajadas de tipos como las subidas
<b>Mixto</b>	Combina un periodo a tipo fijo con otro a tipo variable	Al principio tiene un periodo más estable	Puede que en el periodo de interés fijo los tipos bajen en el mercado y no pueda beneficiarse
<b>Cuota fija</b>	Siempre paga lo mismo. Si los tipos suben o bajan lo que varía es el plazo	La cuota no variará durante la vida del préstamo	Incertidumbre sobre el plazo de amortización que se alargará si suben los tipos

### Y después de tantos cálculos ... su cuota mensual

Es el importe que paga periódicamente por un préstamo hipotecario, compuesta por una parte de capital (amortización) y otra de intereses. Lo normal es que la cuota sea mensual. El cálculo de la cuota depende del importe de préstamo solicitado, del tipo de interés, del plazo y del sistema como se calcule la amortización. El sistema de cálculo más habitual es el de "cuota constante", en el que el importe de los intereses se va reduciendo de forma proporcional a medida que amortizamos (pagamos) capital.

### Las comisiones encarecen el coste de los productos

**Comisión de apertura:** la suelen cobrar en el momento de la concesión, e incluye los conceptos de gastos de estudio, concesión y tramitación del préstamo. Es un porcentaje sobre el total del capital que se solicita como préstamo. Negocie su anulación o rebaja.

**Comisión de cancelación, parcial o total:** se aplica si pagamos anticipadamente una parte (cancelación parcial) o la totalidad (cancelación total) del préstamo solicitado. Sobre todo no deje que le apliquen una comisión por amortización parcial: a usted le interesa ir amortizando partes del capital con lo que se ahorrará intereses. En los préstamos a interés variable la comisión de cancelación es del 0,5% del capital pendiente, siempre que no haya pactado un porcentaje inferior. Si quiere cambiar su hipoteca a otra entidad (subrogación) la comisión de cancelación total es del 0,5%. Para este caso, en los préstamos a tipo fijo no existen porcentajes establecidos por ley, pero el Banco de España considera mala práctica bancaria cobrar una comisión por cancelación superior al 2,5%.

Quienes contraten su hipoteca tras la entrada en vigor de la nueva ley de reforma del mercado hipotecario, la entidad de crédito no aplicará una "comisión" sino una "compensación por desistimiento". Un simple cambio de denominación que no evita que el consumidor, si no negocia, tenga que pagar igualmente. Esta "compensación" se aplica a los préstamos a tipo variable y no podrá ser supe-

rior al 0,5% del capital amortizado anticipadamente cuando se amortice dentro de los cinco primeros años de vida del crédito o préstamo, o al 0,25% del capital amortizado anticipadamente cuando se produzca en un momento posterior a los cinco años. En los préstamos y créditos hipotecarios a tipo fijo o mixto, la entidad de crédito

puede cobrarnos cuando cancelemos el préstamo una "compensación por riesgo de tipo de interés". Su cálculo debe figurar en la escritura de préstamo y ajustarse a lo que exige la ley. En cualquier caso, la mejor opción es negociar.

AÑOS	TIPO DE INTERÉS						
	3,00%	3,50%	4,00%	4,50%	5,00%	5,50%	6,00%
10	9,66	9,89	10,12	10,36	10,61	10,85	11,10
12	8,28	8,51	8,76	9,00	9,25	9,50	9,76
15	6,91	7,15	7,40	7,65	7,91	8,17	8,44
18	6,00	6,25	6,50	6,76	7,03	7,30	7,58
20	5,55	5,80	6,06	6,33	6,60	6,88	7,16
25	4,74	5,01	5,28	5,56	5,85	6,14	6,44
30	4,22	4,49	4,77	5,07	5,37	5,68	6,00
35	3,85	4,13	4,43	4,73	5,05	5,37	5,70
40	3,58	3,87	4,18	4,50	4,82	5,16	5,50

**Ejemplo:** para un préstamo hipotecario de 150.000 euros, a 20 años, a un tipo de interés del 4%, usted pagaría mensualmente de cuota:

**Primero, Busque** en la columna vertical los años de duración del préstamo hipotecario (en nuestro ejemplo 20); en la columna horizontal, el tipo de interés (en nuestro caso un 4%). En la intersección de ambas columnas hallará lo que pagaría de cuota mensual si pidiera 1.000 euros de préstamo. En nuestro caso, **6,06 euros**.

**Segundo,** multiplique esa cantidad (6,06) por la cantidad que solicitamos (150, no incluya los "miles"):  $150 * 6,06$  euros al mes = **909 euros al mes será la cuota mensual de nuestro préstamo.**

## DOSIER DE DOCUMENTACIÓN Y LEGISLACIÓN EUROPEA Y ESPAÑOLA

### SOBRE PRODUCTOS BANCARIOS Y DE SEGUROS



- Tema 1. La legislación europea y nacional de servicios financieros
- Tema 2. El crédito al consumo
- Tema 3. El crédito hipotecario
- Tema 4. El sobreendeudamiento
- Tema 5. Medios de pago y servicios financieros a distancia
- Tema 6. Los pequeños accionistas como consumidores
- Tema 7. La inversión en bienes tangibles
- Tema 8. Sinistros y coberturas de los seguros
- Tema 9. Los Fondos de Garantía en los servicios financieros
- Tema 10. Condiciones generales de los contratos financieros
- Tema 11. El acceso a la justicia en los servicios financieros
- Tema 12. Códigos de conducta, transparencia y autorregulación



DOCUMENTOS



LEGISLACIÓN ESPAÑOLA



LEGISLACIÓN EUROPEA



DICTÁMENES



**Precio 66\* euros**  
**¡OFERTA ESPECIAL!**  
 ADEMÁS DE REGALO UNA SUSCRIPCIÓN ANUAL GRATUITA A LA REVISTA USUARIOS Y AL PERIÓDICO LA ECONOMÍA DE LOS CONSUMIDORES

Solicita tu reserva llamando al  
 Tfno: 976390060 o Fax: 976390199



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

## Nuevas ofertas hipotecarias

La comercialización de hipotecas realizada por las entidades bancarias, en su afán por hacer más atractivo o llevarlo 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 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.

### 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 altos, comisiones, etc).



## Hipoteca vinculada

Aquella cuyo diferencial depende del número de productos financieros que contratemos con el banco o caja que nos concede el préstamo (gastos con la tarjeta de crédito, aportaciones a un Plan de Pensiones, etc). Cuantos más contratemos, más bajo será el diferencial. Pero cuidado, porque en muchas ocasiones esos otros productos suponen incluso un coste mayor (comisiones, gastos, etc).



## Hipoteca en divisas

Las hipotecas en divisas son préstamos hipotecarios que se suscriben en una o varias monedas extranjeras diferentes al euro y que están referenciados al tipo de interés del país de la moneda que empleemos como divisa. Nos permite variar de divisa dentro, de las que hemos contratado en el préstamo, si vemos que nos interesa porque se paga menos. Pero cuidado, son hipotecas complejas que van dirigidas a un consumidor experimentado, ya que le exige conocer y hacer un seguimiento del tipo de interés del país en cuestión así como de la evolución de su divisa (es decir, de la moneda de ese país). Además, tiene el gasto añadido de tener que comprar la divisa (moneda) del país a que a referenciado su hipoteca.

## Hipoteca bonificada

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

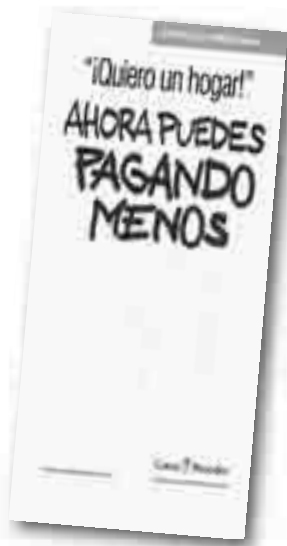
Estas hipotecas en ocasiones sugieren la contratación de productos "habituales" y es ahí donde pueden resultar más ventajosas para el consumidor (domiciliación de nóminas, recibos, seguros de hogar, tarjeta de crédito o débito). Sin embargo, cuando la hipoteca obliga a contratar otros productos más caros puede dejar de resultar interesante. El consumidor debe calcular el coste de los mismos y el ahorro que supone en su préstamo hipotecario.





### 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...).



### Hipoteca joven (largo plazo)

Esta hipoteca para jóvenes, y no tan jóvenes, con un plazo de 40 años perjudica al consumidor en tanto que encarece el préstamo un 75% en lo que a intereses pagados se refiere. Aún más para casos de 50 y 60 años. Si a ello añadimos la vinculación de productos, esto supone que el consumidor esté vinculado a la entidad un gran número de años por productos que utiliza habitualmente.

### 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 (Por ejemplo el 2% del año anterior, así el primer año se paga 100 euros cada mes, el segundo 102 euros cada mes, el tercero 104,04 euros al mes, al cuarto 106,12 euros al mes, etc. y en el año 35 se pagan 200 euros al mes)

El ejemplo anterior es válido para una hipoteca de cuota creciente con un tipo de interés fijo, pero si se aplica un tipo de interés variable como el Euribor, cada año la cuota crecerá un 2%, y además lo que corresponda a la subida (o bajada) del tipo de interés.

La hipoteca de cuota creciente hace pagar muchos más intereses durante toda la vida del préstamo (alrededor de un 20% mas) 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.



### Hipoteca con premio

Es una curiosa modalidad en la que se ofrece la devolución de un porcentaje del capital pendiente, siempre que una serie de valores del IBEX suban su cotización. Lo más probable es que la entidad invierta en opciones y futuros en estos valores para obtener un beneficio extra que repercutirá en su caso en el consumidor. El problema es que surgen dudas del cumplimiento de este compromiso a largo plazo en el mercado bursátil (baja el valor nominal de las acciones, ampliaciones de capital, etc.).

## La publicidad en las hipotecas

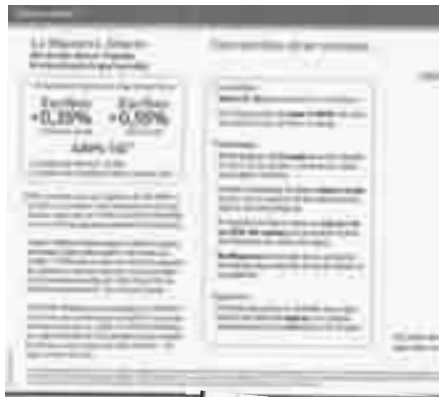
En esta sociedad de consumo en la que nos movemos la publicidad es una poderosa herramienta, utilizada en ocasiones para hacer pensar a los consumidores que necesitan productos o servicios de los que en realidad podrían prescindir, usando para ello métodos agresivos y sugerentes para el consumidor. Estos problemas, se agravan en materia de consumo financiero cuando el producto del que se recibe la información es el préstamo hipotecario, cuyas cuantías ascienden a cantidades astronómicas y tienen como garantía para el banco la propia vivienda. Una mala información sobre las cuotas, plazos, revisión de tipos, puede tener consecuencias imprevisibles y muy negativas para los consumidores. La normativa existente alude al contenido de la publicidad, a la información que se proporciona al ciudadano y que se pretende que sea veraz, eficaz y completa. La publicidad es eso, publicidad, y debe ensalzar las bondades por supuesto del producto. Pero cuando se trata de préstamos hipotecarios, en el que la publicidad debe cumplir unos requisitos ya que es un contrato de vital importancia para el consumidor, y cuando la información que ofrecen las entidades a la hora de contratar tiene tantos defectos comprobados en este estudio toma una importancia vital.

### LO QUE ES APARENTE EN EL FOLLETO PARA EL CONSUMIDOR:

- Euribor + 0,35 % (6 primeros meses); Euribor + 0,55 % (resto de años).
- 4, 80 % TAE, 35 años, 24 meses de carencia.
- Financiación de hasta el 100% del valor de tasación.
- Aplazamiento de 2 cuotas al año, con un máximo de 10 veces durante el préstamo.
- Dejar un máximo del 30% del capital para amortizar al final.
- Bonificaciones en función de productos contratados (Domiciliación de Nómina, Seguro Hogar o sólo Cuenta Con, Eurorriesgo y Plan de Pensiones activo).

### No todo son ventajas para el consumidor:

- “Hipoteca Ahorro”, la misma denominación del producto es bastante confusa, ya que más que un préstamo parece que es un producto de ahorro o inversión. Además de hacer frente al pago de la cuota mensual y la subida de los tipos de interés, ¿vamos a poder ahorrar?.
- Aparece como algo “flexible” un periodo de carencia de 2 años. El verdadero beneficiado de este periodo es el banco, puesto que en ese periodo sólo pagamos intereses y no amortizamos capital.
- Para aplicar el 0,55% en el diferencial hay que tener bastantes productos contratados, con sus consecuentes gastos a añadir al propia devolución del préstamo más sus intereses: nomina domiciliada, Seguro Hogar, “Eurorriesgo” (que no se explica lo que es) y un plan de Pensiones. Luego en letra más pequeña sí que aparece que el diferencial sin bonificar es 0,90.
- El aplazamiento de pago de hasta el 30 % del capital, supone un gran desembolso de dinero para la última cuota. Si no podemos hacer frente a la cuota mensual y utilizamos esta opción, ¿podremos pagarlo de golpe en la última cuota?.
- Nos están ofreciendo productos que no sabemos lo que son “Cuenta Con” y “Eurorriesgo”.
- Se utilizan repetitivamente términos como “comodidad”; “flexibilidad”; “seguridad”; “tranquilidad”, pero pocos son los verdaderos porqués expuestos de esa supuesta comodidad.



## CONCLUSIONES DE PUBLICIDAD HIPOTECAS

***Las entidades no pasan el folleto por el Banco de España u órgano autonómico competente: Los consumidores se encuentran desprotegidos ante la publicidad.***

La normativa prevé que cuando el folleto trate sobre características económicas del producto deberá registrarla en el Banco de España previamente o en la Consejería de Economía o Hacienda de la Comunidad Autónoma competente para que las supervise. Las entidades de las ADICAE ha supervisado su publicidad con motivo del proyecto omiten esta obligación en el 70% de los casos.

***Bancos y Cajas omiten mencionar la TAE. No se informa con claridad al consumidor sobre los costes del préstamo***

También se prevé que cuando se mencionen esas características económicas, en el folleto deberá figurar la TAE, lo que permite al consumidor una idea aproximada del coste del préstamo y una comparación con el resto del productos. Un 35% de los casos ha incumplido esa obligación, mencionando sólo los aspectos más favorables a la entidad y omitiendo el coste real del producto.

***El diseño de los folletos beneficia únicamente las intenciones comerciales de las entidades:***

El lenguaje utilizado utiliza de forma reiterada términos como fácil, cómodo, simple, ventajas, tranquilidad, comodidad, gratis, regalar, no te preocupes...etc. En conclusión, deja de ser objetivo e incita al consumidor a tomar una decisión irreflexiva. Se ofertan los teóricos beneficios y ventajas en grande, pero los gastos y comisiones (cuando aparecen) se omiten. El consumidor deberá preguntarlos expresamente durante el proceso de contratación. Las condiciones de redacción están cuidadosamente medidas en favor de las entidades: Mucha letra pequeña, y en la mayoría de casos ilegible, nos remiten a asteriscos y notas al pie o al margen, existen numerosos requisitos que se han de cumplir para acceder a las condiciones más ventajosas del producto.

***La publicidad acaba provocando una percepción equivocada al consumidor sobre:***

- El coste: por el uso inadecuado de las TAEs
- De los diferenciales: por no explicar qué productos hay que contratar para rebajarlos
- Del plazo: Se habla de hipotecas hasta a 50 años, sin explicar sus riesgos y costes

## PROPUESTAS ADICAE

***Creación de una comisión de publicidad hipotecaria:*** Dentro del Banco de España e integrado por consumidores (a través de sus asociaciones). Realizaría un verdadero control de acceso al mercado de la publicidad, incluso revocando campañas de difusión confusas para los consumidores.

***Promulgación de un Código de Derecho Bancario:*** Al igual que en las comisiones, este Código regularía la publicidad bancaria, trazando unos criterios como mínimos de información, enfoque de determinadas cuestiones relevantes (coste, diferencial,plazo), etc.

***Campañas de inspección de la publicidad hipotecaria:*** realizadas por el Banco de España, para complementar su control previo (hasta ahora teórico), contando para ello con las asociaciones de consumidores.

***Creación de un organismo en Banco de España sobre la vulneración del derecho de información de los consumidores en materia financiera.*** Conocería las controversias, directamente o las que le elevaran los Servicios de Atención al Cliente, provocadas por la falta de información de los usuarios a la hora de contratar productos. Sus resoluciones servirían para mejorar y fortalecer la reclamación del consumidor en posteriores instancias.

## La comercialización de hipotecas: la información brilla por su ausencia

A la vista de la escasa y confusa información que ofrecen los folletos publicitarios, se antoja fundamental una buena información ofrecida por el personal de las entidades. Las obligaciones de información que se intentan imponer a éstas, vienen recogidas por la normativa de transparencia bancaria. Se denomina “normativa de transparencia bancaria” al conjunto de normas establecidas para regular los derechos de la clientela a la hora de contratar con las Entidades de Crédito.

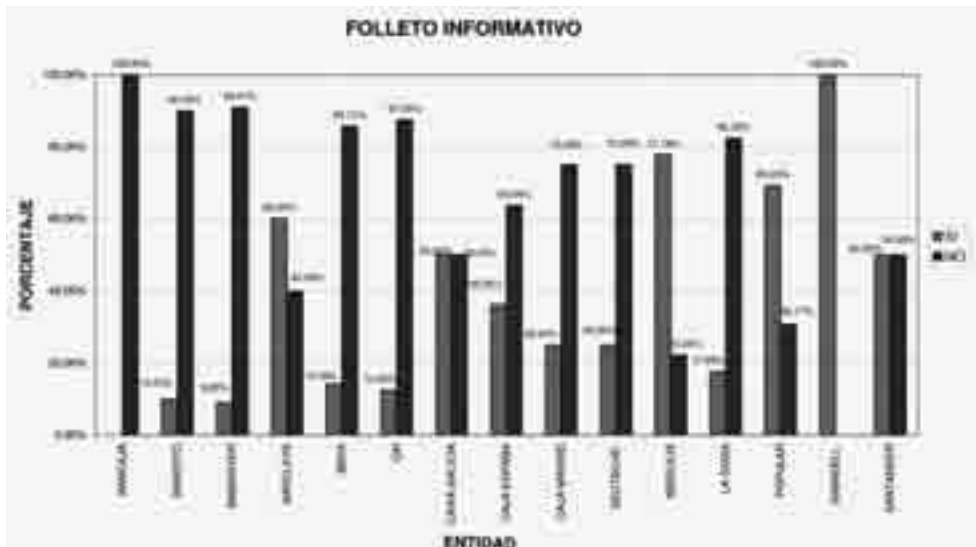
ADICAE atiende constantemente problemas derivados de la deficiente información que reciben por parte de las entidades en la comercialización de hipotecas, en las que el consumidor únicamente conoce la cuota que paga y el plazo, desconociendo las circunstancias de actualización de la misma y los problemas que la subida de tipos puede suponer. La normativa de transparencia financiera, que como hemos visto impone a las entidades una serie de obligaciones de información hacia los consumidores, es la única garantía actual para asegurar un mínimo de información a los usuarios. Pero aun así resulta insuficiente e incumplida.

Además los deberes más importantes de información que se imponen a las entidades en favor de los consumidores solamente afectan a aquellos préstamos de menos de 150.253 euros (25 millones de pesetas) una cantidad que se supera en la inmensa mayoría de los préstamos hipotecarios.

### Las entidades no entregan folleto informativo

El folleto informativo, en aquéllos préstamos de cuantía menor a 150.253 euros (25 millones de las antiguas pesetas) es el único documento escrito que tiene la obligación de entregar la entidad al consumidor con una serie de datos económicos fundamentales para que éste conozca con detalle el préstamo que contrata. No puede ser un folleto publicitario, de los que ya se han analizado sus características tan perniciosas para los derechos de los consumidores, ni un documento rellenado a mano por el personal.

Banesto	90%
Bankinter	90,91%
BBVA	85,71%
Caja España	63,64%
Caja Madrid	75%
la Caixa	82,35%
Bancaja	100%
CAI	87,50%
Caixa Galicia	50%
Deutschbank	5%;
Sabadell	100%
Barclays	60%



## Bancos y cajas imponen al consumidor la contratación de seguros con su hipoteca

Adicae en su estudio de campo ha constatado que las entidades están obligando 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 (lo que aún explica menos que los pague el consumidor). 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.

El 100% de las entidades, nos obligan a contratar un seguro de incendios, salvo la Kutxa que tampoco obliga a contratar ni seguro de hogar ni el de vida.

Es práctica habitual de entidades como Caja España o Caja Rural exigir siempre la contratación del pack de seguros de incendios más hogar y otras entidades como la CAI en un 25%, el Santander en un 31,5%. Sólo un 12% entidades no nos obligan a contratarlo, 1 entidad es un banco y 5 son cajas.

De las entidades que obliguen a la contratación del seguro de incendios, junto a contingencias y el seguro de vida, destacan el Banco Popular que en un 15,38% de los casos sí obliga, Ibercaja en un 33,33%, Deutschbank en un 50%, Caja España en un 27,27%, BBVA en un 14,29%, Bankinter en un 27,27% y Bancaja en un 50%.

## Ya no nos permiten elegir ni notario ...

En el conjunto de las entidades objeto del estudio no dejan elegir el notario en un 33,83% de los casos, un cifra de importancia puesto que es la vulneración de un derecho de los usuarios atribuido expresamente por normativa. La Caixa y el Banco Santander son las dos entidades que más incumplen: respectivamente en un 70,59% y un 68,75%, de los casos no dejan elección. Están seguidos, con mucha diferencia pero todavía superando la media, por Caja Rural con un 66,67%, Caja Mar con un 40%, Banco Popular con un 38,46% y BBVA con un 35,71%.

La Caixa	70,59%
B.Santander	68,75%
Caja Rural	66,67%
Caja Mar	40%
Banco Popular	38,46%
BBVA	35,71%

## ... y en ningun caso, elegir gestor

- En el 36.26% de oficinas visitadas el consumidor puede elegir la gestoría
- En el 63.74% de oficinas no se permite al usuario escoger la gestoría a la que finalmente va a abonar los correspondientes costes.

Los argumentos dados por la entidad para negar este libre derecho de elección son tales como, "es mejor que sea nuestra gestoría quien se encargue del trámite, por si se extravía la documentación.". Pero, el consumidor tiene derecho a optar, e incluso a poder ahorrar costes, mediante la libre elección de quién le presta un servicio que él mismo abona.



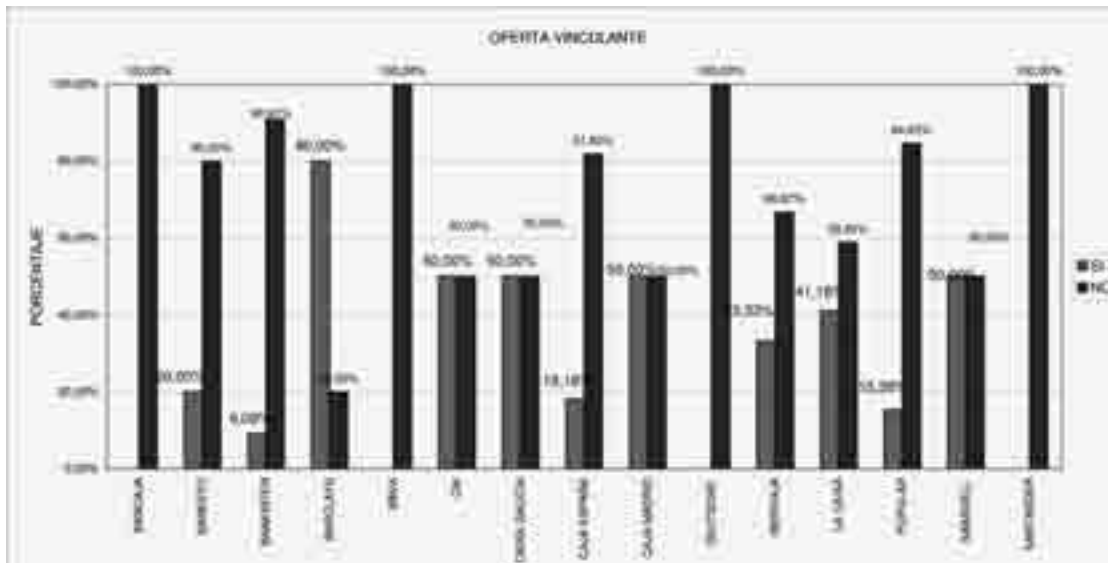
### La hipoteca vincula al consumidor pero no a la entidad

La oferta vinculante es una obligación de la entidad en aquellos préstamos de hasta 150.253 euros (25 millones de las antiguas pesetas) que se plasma en la entrega de un documento al consumidor con las condiciones económicas del préstamo, tras la tasación del inmueble, y que permite al usuario durante 10 días poder ejercer la opción o no de contratar ese préstamo en esas condiciones.

El dato de entidades que no entregan oferta vinculante cuando se le solicita es bastante desalentador, ya que un alto número de las mismas, Bancos y Cajas, superan el 50% de los casos, como en Banesto al 80%, Bankinter al 90,91%, BBVA al 100%, Deutschbank al 100%, Sabadell al 50%, Caja España al 81,82%, Caja Madrid al 50%, La Caixa al 58,82%, Bancaja al 100%, la CAI 50% y Caixa Galicia al 50%. El Banco Santander no entregaba oferta vinculante en el 100% de los casos.

El Barclays sí que decía entregar oferta vinculante en el 80% de los casos, como contrapunto. Estos datos vuelven a poner de manifiesto la ligereza con la que las entidades toman en consideración las obligaciones que les impone la normativa de transparencia. En concreto la obligación de entregar oferta vinculante es un derecho que puede ejercer el consumidor y que le permite tener la certeza de que en un plazo de diez días la entidad no va a cambiar su oferta de condiciones, con la seguridad que ello genera para el tráfico de este tipo de productos.

Banesto	80%
Bankinter	90,91%
BBVA	100%
Deutschbank	100%
Sabadell	50%
Caja España	81,82%
Caja Madrid	50%
La Caixa	58,82%
Bancaja	100%
CAI	50%
Caixa Galicia	50%
B. Santander	100%



## CONCLUSIONES DEFECTOS DE INFORMACIÓN

Las entidades están incumpliendo con total impunidad las pocas obligaciones que les impone la normativa de transparencia, en aspectos tan fundamentales como la entrega de folleto informativo. En su lugar las entidades facilitan una hoja en sucio rellena a mano por el comercial o simples folletos publicitarios. Ante este panorama es lógico que los consumidores estén desinformados y ADICAE ha constatado que el 92% de los consumidores desconoce algún elemento fundamental de su préstamo hipotecario. Este tema tiene el agravante de que cuando el usuario va a probar que ha sido mal informado se encuentra ante muchos problemas por el hecho de haber firmado la escritura ante Notario. Se recomienda que el consumidor exija sus derechos en todas las fases de contratación y guarde todos

los documentos que se le entreguen, ya que las ofertas publicitarias se entienden incluidas en el contrato en virtud de la normativa de consumo.

### El 92% de los consumidores desconoce algún elemento fundamental de su préstamo hipotecario

Ante esto el Banco de España debe actuar realizando inspecciones y, cuando constate, también a través de reclamaciones de los usuarios, los incumplimientos tramitar los oportunos expedientes disciplinarios. Hasta la fecha ninguna actuación en este sentido se conoce del organismo supervisor.

## PROPUESTAS ADICAE

El ya mencionado Código Bancario debería incluir también un capítulo con las obligaciones de transparencia e información a favor de los consumidores, además con rango de ley.

Al estar en juego la información del usuario, Banco de España y Administraciones de Consumo deberían unir sus fuerzas para verificar e inspeccionar supuestos en los que los usuarios sean mal informados por parte de las entidades. Los planes de inspección de entidades seguirían unos criterios en los que tendrían voz y voto los consumidores a través de sus asociaciones.

La aplicación del arbitraje de consumo, con las adaptaciones y especialidades que requiere la materia financiera, permitiría una resolución más satisfactoria y transparente de las controversias que la facilitan los servicios de atención al cliente de las entidades y los Comisionados del Banco de España (algunas entidades incumplen el 90% de las resoluciones desfavorables del Banco de España)

Por último, la creación de un modelo de contrato tipo de préstamo hipotecario, con un mínimo de cláusulas establecidas y redactadas previamente (o aprobado por el regulador) conllevaría una mayor claridad en la información que recibe el consumidor a la hora de contratar.

**Acuda a cualquiera de nuestras sedes y solicite asesoramiento o publicaciones**

ADICAE pone al servicio de todos los consumidores y usuarios una publicación rigurosa y amena que resolverá sus dudas en cualquier ámbito del mundo del consumo

**La Economía de los Consumidores**

**Suscríbase a La Economía de los Consumidores**

● Información imprescindible para su economía

● La mejor rentabilidad para su ahorro y consumo

● La clave de sus derechos como consumidor

Si usted personal o entidad ha sido informado al fichero automatizado de la Asociación de Usuarios de Consumo de España (ADICAE) para la suscripción a la revista "La Economía de los Consumidores" por correo electrónico, puede solicitar la cancelación de la suscripción a través de la página web de ADICAE (www.adicae.es) o llamando al teléfono de atención al cliente (900 10 10 10) o al correo electrónico (consumidores@adicae.es).

**Fecha:** ..... **Nombre:** ..... **Apellidos:** ..... **CP:** .....

**Domicilio:** ..... **Ciudad:** ..... **Teléfono:** .....

**D.N.I.:** ..... **Firma:** .....

**Forma de Pago: 10 euros/6 números)**

Giro Postal N.º ..... por 10 euros.  Cheque a nombre de ADICAE, por valor de 10 euros

Transferencia bancaria a nombre de ADICAE, c/c 01821834150206252797, BBVA Sucursal Avda. América, 54. 50007 Zaragoza.

Domiciliación Bancaria. Muy Sres. Míos: Les ruego que con cargo a mi cta. atiendan hasta nueva orden los recibos que presente ADICAE en concepto de suscripción a la revista LA ECONOMÍA DE LOS CONSUMIDORES.

**Titular:** ..... **Banco/Caja:** .....

**Agencia:** ..... **Dirección:** .....

**Población:** ..... **C.P.:** .....

**Código Cuenta Cliente (C.C.C.):** .....

**Fecha:** ...../...../200.....

**Firma del titular:** .....

Correo: **AICAR-ADICAE,**  
**c/ Gavín nº 12 Local**  
**50001 ZARAGOZA**

Teléfono suscripciones: **976 390060**  
 Fax suscripciones: **976 390199**  
 Correo-e: **suscripciones@adicae.net**

## Que no le cuelen cláusulas abusivas en las 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:

### A) 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.

#### 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 inadmisiblemente 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:

-0 que contrate con una entidad de reconocida solvencia (y luego no aceptan cualquier o sólo la suya)

-0 le dan un plazo de tiempo tan corto para contratar que el consumidor se ve abocado a contratar con el de la entidad.

### B) 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 presta-

mo 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 especifique causas, cuantías del cambio de coyuntura.

### C)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

### D)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.

### E) Otras cláusulas

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



## CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE CLÁUSULAS ABUSIVAS

La primera conclusión que podemos extraer tras el particular análisis de las cláusulas expuestas contradice estos planteamientos, ya que existe una amplia proliferación de estas cláusulas en los contratos 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 aquellas 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. La información que puede obtener el consumidor a través de los cláusulados queda expuesta a su ineficacia ya que el formato y diseño de la misma es utilizado de forma tendenciosa por las entidades predisponentes.

En realidad, 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.

## PROPUESTAS ADICAE

En cuanto a las propuestas, en primer lugar, se evidencia una necesaria mejora del control de contenido y forma de los contratos de adhesión en el ámbito a los que se refiere este estudio. No existe un control previo por parte del organismo regulador (Banco de España) de estos contratos, cuyo número y complejidad haría difícilmente eficaz esta supervisión previa. No obstante para evitar esto, ADICAE propone una serie de medidas.

- a) Establecer un modelo de contratación donde consten los elementos indispensables que todo consumidor debe conocer.
- c) Determinar la ubicación por su importancia así como el tamaño de sus caracteres de las cláusulas incorporadas en los contratos de adhesión.
- d) Imponer la entrega al consumidor de un folleto previo, con carácter vinculante, donde se especifiquen las condiciones de contratación.
- e) Campañas, en colaboración con las asociaciones de consumidores, para analizar el contenido de los contratos.
- f) Crear un organismo de control sobre condicionados generales en el que participen el Banco de España (a través de su Servicio de Reclamaciones), la Dirección General de Registros y Notariado, el Instituto Nacional de Consumo y las Asociaciones de Consumidores para emitir un informe cuyos conclusiones se remitan a los organismos competentes para su registro en el Registro de Condiciones Generales. Estos informes se nutrirán, tanto de las campañas a que se hace referencia en el punto e) como de los contratos depositados en los Registros de Condiciones Generales que en su caso se hayan depositado en el mismo y que se refieran a contratos de crédito.

En segundo lugar, establecer un Código Bancario de Contratación con Consumidores donde se recojan distintas formas de contratación en operaciones activas y pasivas, y entre aquellas los préstamos de garantía hipotecaria.

En tercer lugar, regular el concepto de “concesión de crédito responsable” responsabilizando a la entidad de crédito de su no cumplimiento y por tanto de las consecuencias de un endeudamiento excesivo que aboque al consumidor a su imposibilidad de cumplimiento. En este sentido, los tribunales franceses tienen ya establecida una jurisprudencia para aquellos casos en que un prestatario demanda a una entidad de crédito por haberle concedido un crédito considerado excesivo.

# Calendario ADICAE 2008

Divertidos calendarios con consejos para nuestro bolsillo. Celebre sus derechos como consumidor todos los días



## Calendario de mesa ADICAE 2008



Solicítelos

**ADICAE**

C./ Gavín, 12 local

50001 ZARAGOZA

Tfno.: 976 390060

Fax: 976 390199

y en todas las sedes de nuestras coordinadoras

## Los créditos rápidos: una fórmula anómala que agrava el problema del sobreendamiento de los consumidores

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 insoportables. 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. Bancos y Cajas de Ahorro, financieras dependientes de ellos y, en los últimos años, entidades y bancos multinacionales especialistas en el “crédito rápido” que usan nuevas tecnologías y sobretodo a los grandes medios de comunicación machaconamente, no quieren ni oír hablar de “sobreendeudamiento”, ni de “crisis de crédito”, “descenso del consumo” y, es lógico, porque en ello está su negocio o supernegocio, piensan muchos.

### El crédito aumenta descontroladamente su importancia en las economías familiares

El crédito al consumo no constituye como tal un sector nuevo ni desconocido. Su evolución en los últimos años es destacable, habiéndose experimentado importantes crecimientos anuales en su volumen de actividad de manera constante cada año. Una evolución que debe ponerse en relación con el cambio experimentado por los consumidores en España, que han evolucionado de una “cultura del ahorro” (en la que el recurso al crédito era minoritario y el ahorro constituía la base principal para afrontar gastos e imprevistos) a una “cultura del crédito” en la que el recurso a este instrumento resulta generalizado, e incluso en demasiadas ocasiones indiscriminado.

A mediados de 2007 el volumen total en créditos al consumo (“saldo vivo”) rebasó los 92.000 millones de euros (un 15% del de la Unión Europea), de los cuales un 56,8% es concedido por entidades de depósito y un 43,2% por los denominados Establecimientos Financieros de Crédito a estos datos debe sumarse el que más del 17% del total de las compras que se realizan cada año en nuestro país se financian con crédito. Si nos referimos a los bienes duraderos y nos limitamos a este tipo de compras, resulta que 2 de cada 3 compras de bienes duraderos se financian con crédito al consumo. No en vano, las familias españolas se endeudan con créditos al consumo a la velocidad de 1.000 millones de euros al mes.

### Las causas del crecimiento del crédito en España

La suma de los elementos y datos descritos pone de manifiesto que el mantenimiento actual de los niveles de crecimiento de crédito encuentra una explicación clara fundamentalmente en tres elementos:

El desarrollo de políticas muy agresivas en la publicidad y comercialización de este producto, mediante las cuales se fomenta entre los consumidores un recurso indiscriminado a esta fórmula de financiación.

La creación y extensión de nuevas fórmulas de crédito, en las que destacan elementos como, una relajación en los criterios de concesión en lo que a los riesgos asumidos por las entidades, traducida en una evidente y comprobada falta de atención a los niveles de endeudamiento previo de los potenciales clientes; unos elevados precios (tipos de interés); la limitación en cuanto a los importes ofertados (capital prestado por operación); y una incitación al consumo de estos créditos basada en la facilidad y rapidez en su disposición. Entre estas fórmulas destaca de forma visible la correspondiente a lo que viene denominándose como “créditos rápidos”.

El destacado incremento de los niveles de endeudamiento familiar (que ya supone el 120% de la renta familiar habiendo superado la media de la UE) se ha constituido en un factor que ha propiciado la contratación de este tipo de créditos, al concederse sin evaluación previa del nivel de endeudamiento del usuario.

## La “jungla” del crédito

*Quién presta dinero en España*

En cuanto a los agentes que intervienen en el sector, pueden diferenciarse cuatro clases de operadores:

Al contrario de lo que pueda parecer, a pesar de existir un organismo específico para la materia financiera como es el Banco de España, en virtud de una antiquísima normativa civil cualquier particular o empresa puede prestar dinero en España. Únicamente parece importarle de dónde se sacan los fondos y capitales (captación de ahorro del público) y por eso se ha limitado esta actividad a las entidades de crédito (Bancos y Cajas). Éste es el panorama de la jungla del crédito en nuestro país.

- a) Bancos, cajas de ahorros y entidades de crédito en general
- b) Establecimientos Financieros de Crédito
- c) Otras entidades:
  - Intermediarios de crédito
  - Prestamistas y chiringuitos de crédito

### **a) Bancos, cajas de ahorros y entidades de crédito en general**

Estas entidades ofertan por lo general créditos personales o al consumo. Pueden, para ello captar fondos del público, ya que están sometidas por parte del Banco de España a estrictos controles contables. Sin embargo, estas entidades vienen utilizando tres fórmulas de crédito que, en muchos aspectos, manifiestan elementos y notas características muy similares a los créditos rápidos:

Tarjetas de crédito-

Créditos preconcedidos.

Créditos en cajero.

### **b) Establecimientos Financieros de Crédito**

Se trata de entidades no autorizadas para captar ahorro del público pero que, dedicándose a la concesión de créditos y préstamos, se encuentran bajo la supervisión y

control del Banco de España. Son las entidades sobradamente conocidas como Cofidis, Crediágil, Imagine, Mediatitis, y un largo etc. La presencia de estas entidades en el sector de los créditos rápidos es superior a la de bancos y cajas, y viene experimentando un significativo incremento en los últimos años. En España existían en 2005 un total de 75 EFCs, las cuales ganaron 357 millones de euros en 2004 con un incremento del 37% frente al mismo dato de 2003. En 2007 el número de establecimientos financieros de crédito asciende a 76.

Regulados por Real Decreto 692/1996, de 26 de abril que se fija condiciones para la creación de estas entidades parecidas a las de los bancos, aunque con exigencias de capital inferiores.

### **c) Otras entidades**

#### **Intermediarios de crédito**

En los últimos años, y especialmente en los dos últimos ejercicios, han experimentado un crecimiento exponencial los intermediarios de crédito, también denominados “brokers” que se dedican a intermediar entre clientes y entidades para la concesión de créditos, y que dado su carácter de entidades no reguladas ni supervisadas por el Banco de España constituyen un aumento del riesgo para los consumidores en lo que a garantías y transparencia se refiere.

Técnicamente la función de un buen intermediario financiero es la de realizar una labor de comparación y elección del producto más adecuado para el cliente, tarea ésta que el consumidor no puede realizar por sí mismo por el motivo que sea. El peligro para los consumidores es que los intermediarios intermedien comercialmente a favor de los bancos, sin hacer un análisis previo del riesgo y cobrando unos honorarios elevados por un trabajo que, además, deja de hacer el banco. En estos casos no dan la mejor opción para el consumidor sino la que más conviene a sus intereses. En otro rango de situaciones, existen intermediarios que aprovechan su situación para prestar dinero de forma usuraria y tomando la vivienda del consumidor a tal fin, con la clara intención de quitarle el patrimonio inmobiliario.

#### **Prestamistas (capital privado) y chiringuitos de crédito**

Entidades privadas, no vinculadas ni pertenecientes a entidades de crédito, que además de ofertar créditos y préstamos concedidos por entidades financieras ofrecen la con-

cesión de créditos mediante capital privado, entendiendo el mismo como aquel que no es prestado por entidades reguladas por las autoridades financieras. Carecen de una regulación expresa que ofrezca garantías a los consumidores en cuanto a la información, la transparencia y las prácticas aplicadas al cobro de la deuda, y se han desarrollado masivamente al calor del crecimiento del sector del crédito rápido.

EFCS e intermediarios de crédito son las estrellas del nuevo panorama de concesión de crédito, actuando los segundos como agentes comerciales de los primeros. No obstante, en los últimos meses, y debido al cambio de coyuntura (incremento sensible de las dificultades de las familias para afrontar sus deudas, incremento del endeudamiento familiar, la constante y preocupante subida de los precios) que ha derivado en un aumento de la morosidad (el cual se manifiesta en primer lugar en las diferentes fórmulas de crédito al consumo) muchas entidades de crédito han decidido cancelar o anular sus acuerdos de cola-

boración con intermediarios. Muestra de ello son el Santander Consumer Finance o el BBVA, que a finales de 2007 han adoptado la decisión de restringir a mínimos, cuando no anular por completo, su operativa con intermediarios de crédito.

No en vano, la morosidad en 2006 alcanzó la cifra del 5%. No obstante, este cambio en la política comercial de muchas entidades no supone un abandono de la explotación del crédito rápido por parte de las entidades.

**Conclusión**

La especialidad de la materia exige una respuesta inmediata del Banco de España, controlando el acceso y el ejercicio de la actividad de préstamo. El actual modelo solo controla algunos de los que prestan, no a la totalidad y por ahí también se pierde mucho control sobre la captación de fondos.

**Cómo se presentan los créditos rápidos ante los consumidores**

**¿Qué es un crédito rápido?**

Los créditos rápidos al consumo son préstamos personales que se solicitan por importes bajos, desde 500 hasta 12.000 euros. Los plazos de devolución o amortización de estos créditos son más cortos, de 1 a 3 años.

**¿Cómo se contratan?**

Se conceden normalmente a distancia (internet o por teléfono) aunque también bancos y cajas los han introducido en los cajeros (previa concesión de cada entidad). Este producto se contrata prácticamente sin papeleos, exigen menos trámites que en los préstamos personales y las entidades no piden explicaciones sobre su uso.

**¿Me lo conceden sin mirar nada?**

Para la concesión del crédito las entidades evalúan cuál es la solvencia del posible cliente

■ la entidad recoge todos los datos posibles del cliente (profesión, estado civil, edad, antigüedad laboral, cuantía del préstamo, etc), a los que se da una puntuación determinada que determinará la aprobación o no de la operación.

■ la entidad fija la anualidad máxima del préstamo como

un tercio de los ingresos anuales que tiene el peticionario. Estudia también los riesgos reales en base a la situación patrimonial y económica del cliente.

■ No obstante muchas entidades utilizan un método mucho más simple, comprobar en las bases de datos de registros de morosos al que están adscritas (ASNEE, etc) si usted figura en ellas como consecuencia del impago de otras deudas pendiente. Para ello solo necesitarán sus datos personales (número de DNI entre ellos) para realizar esa comprobación.



## ¿Crédito personal o crédito rápido? Compare y decida... pero bien informado

La proliferación de créditos rápidos y su diversificación en todos los ámbitos está provocando que los consumidores, sobre todo aquéllos con una formación económico-financiera más baja, estén recurriendo a este tipo de productos como primera opción para endeudarse, atraídos por la publicidad y las promesas de rapidez y tranquilidad que ésta transmite. ADICAE, a través de las presentes tablas, pretende comparar el coste entre ambos productos con el objetivo de que los consumidores conozcan los costes reales y la carga en forma de cuota que deberán soportar cada mes, para dos préstamos de idénticos rasgos solicitados uno ante una entidad de crédito y otro ante los EFCs más representativos.

Crédito Rápido				
Cuadro comparativo TAEs, cuotas mensuales e intereses pagados para un crédito de 6.000 euros				
ENTIDAD	TAE	CUOTA MENSUAL	PLAZO	INTERESES PAGADOS
Mediatis	24,85%	196	4 años	3.408,00
Cofidis	24,41%	191	4 años	3.168,00
Cetelem	8,85%	161	4 años	1.728,00
Dinero Express	22,71%	184,63	4 años	2.862,58
CrediAgil	22,42%	199,49	3,8 años	3.176,54
Imagine	22,19%	183,26	4 años	2.796,04

Crédito Personal					
Capital solicitado 6.000,00					
TAE 7,50% Interés mensual 0,60%					
Años 4 Meses 48					
Cuota Mensual 144,39					
Año	Mes	Cuota	Interés	Amortización	Capital Pendiente
1	1	144,39	36,27	108,12	5.891,88
1	2	144,39	35,62	108,77	5.783,11
1	3	144,39	34,96	109,43	5.673,69
...	...	...	...	...	...
4	10	144,39	2,59	141,80	286,17
4	11	144,39	1,73	142,66	143,52
4	12	144,39	0,87	143,52	0,00
		<b>6.930,50</b>	<b>930,50</b>		

Como puede observarse, la diferencia de costes entre un crédito rápido y un crédito personal es más que importante y ha de tenerse muy en cuenta por parte del consumidor. Desde ADICAE, existen razonables dudas de que todos los consumidores que acceden a este tipo de créditos rápidos, hayan valorado la posibilidad de contratar un crédito personal tradicional. La primera diferencia apreciable en los cuadros superiores es evidente: Las TAEs (esto es, el coste total del producto estimado en términos anuales) en muy pocos casos bajan del 20% en los créditos rápidos, mientras que en los préstamos personales rondan el 8, 9 ó 10%. Esta circunstancia conlleva que a la hora de calcular las cuotas, en un préstamo de 6000 euros a 4 años, existan más de 40 euros de diferencia en las cuotas, una diferencia sustancial para el presupuesto familiar.

Esta carga para el consumidor ha de obligar a que necesariamente, su decisión no pueda estar fundamentada en promesas publicitarias e informaciones incompletas. La facilidad y la rapidez que se pregonan en estos créditos rápidos no son tales y el consumidor ha de tener muy claro el coste que asume con este tipo de productos. Distinto es el caso en el que el usuario no tenga acceso a un crédito personal y decida contratar un crédito rápido puesto que los requisitos de concesión suelen ser más flexibles.

## Malas prácticas en la comercialización de créditos rápidos

### Sobrepuestos preocupantes para el consumidor en los créditos rápidos

El sobrepuesto es preocupantemente elevado, situándose en una media cercana al 45%. Es decir, que tomando la cantidad prestada como referencia, la cantidad final a devolver será de forma aproximada el 150% de la percibida. Algo que deriva de la aplicación de Tasas Anuales Equivalentes (TAEs) que superan en aproximadamente un 562% al tipo de interés de la zona Euro, fijado por el Banco Central Europeo o en un 478% al Euribor actual. O dicho de otra forma, TAEs que quintuplican dicho tipo de interés.

Se entiende este término ("Sobrepuesto") como la cantidad, expresada en porcentaje sobre el capital inicialmente prestado, que el consumidor deberá devolver en concepto de intereses y otros gastos financieros.

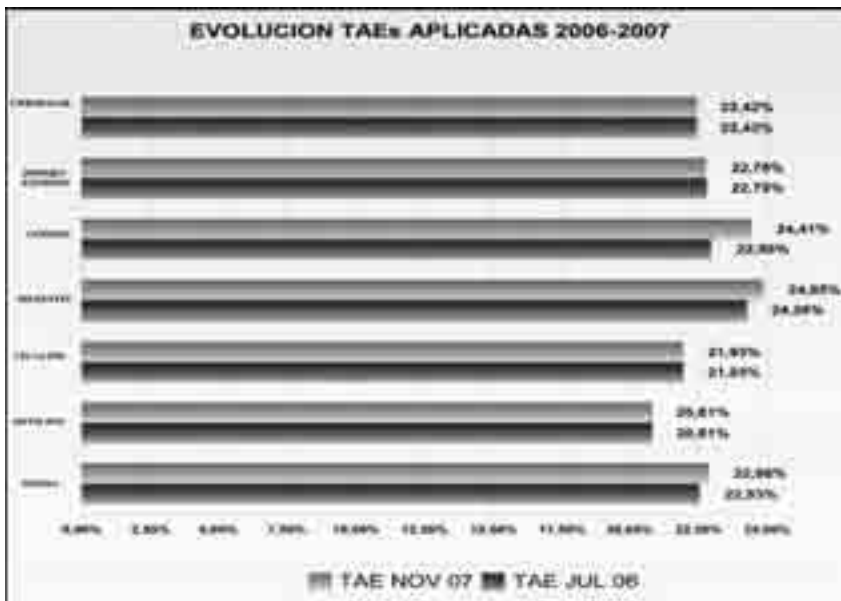
### Ausencia de información sobre gastos y condiciones

Por otra parte, conocer estos intereses no es tarea fácil.

Estas entidades presumen de que todas las gestiones para la petición de un crédito se pueden realizar por Internet o por teléfono; pues bien, si se decide contratar unos de estos créditos a través de la Web nos encontramos con una escasa información sobre las condiciones de los créditos. Lo primero que se exige es completar un cuestionario con los datos personales para la realización de un estudio previo, pero sin dar mas información.

En un tercio de las paginas web de estas entidades, más concretamente en las paginas de DINERO EXPRESS y CREDIAGIL, no viene detallado el TAE, ni demás comisiones y gastos, ni disponen de simuladores que faciliten esa información.

Aparte del TAE, deben tenerse en cuenta otros gastos, como por ejemplo las comisiones de cancelación anticipada. Si una vez contratado un crédito se opta por amortizar el total o parte del mismo antes del vencimiento acordado debe tenerse en cuenta que entidades como DINEROEXPRESS aplicarán una comisión del 1.5% sobre el capital pendiente, un 1.7% CREDIAGIL y pudiendo llegar al 3% en el caso de IMAGINE.



Estas entidades tampoco informan de los seguros que llevan incorporados los créditos y de la contratación de tarjetas las cuales se envían al domicilio una vez pagadas las primeras cuotas. Estas tarjetas a su vez generan más gastos añadidos, como el mantenimiento anual y seguros. Es el caso de CETELEM, que remite a los 3 meses de haber solicitado el crédito una tarjeta al domicilio, cuya cuota de mantenimiento oscila entre 6 o 18 euros, dependiendo del tipo de tarjeta, más un seguro de 37.50 euros.

Si a todos estos gastos, en algún momento de la vida del crédito se produce un impago de algunas de las cuotas se aplicará un 8% sobre el importe de la cuota impagada en concepto de intereses de demora. En el caso de lo que se solicite sea un aplazamiento en el pago de alguna cuota, también se aplicará una comisión por impago de alrededor del 4%.

## Problemas con los tiempos de concesión y disposición del crédito

Otro elemento aparentemente característico de los créditos rápidos es la rapidez en la tramitación y concesión de los mismos, que constituye uno de los principales argumentos de venta de este tipo de producto. Sin embargo, los datos obtenidos en el trabajo desarrollado ponen de manifiesto que esta rapidez no es tan real como se publica: el análisis realizado muestra que el tiempo medio que transcurre entre la solicitud del préstamo y la efectiva disposición del capital concedido supera los cinco días, período habitual en el mercado tradicional del crédito.

Como a continuación muestra el cuadro "Comparativa tiempos concesión y disposición crédito" la media resultante en cuanto al tiempo total que transcurre hasta que puede disponerse del crédito es de casi 5 días y medio (130 horas), si bien es cierto que se aprecian importantes variaciones en dicho plazo en función de la entidad considerada. En todo caso, los plazos oscilan entre las 72 horas (3 días) que ofertan teóricamente el 31,25% de las entidades y los más de 30 días (380 horas) que oferta el 6,25%. Si de forma añadida no tomamos en cuenta los "picos" en los plazos de concesión efectiva, resulta un tiempo medio cercano a los 4 días, plazo disponible en la mayoría de los préstamos personales ofertados por bancos y cajas de ahorro.

## Antigüedad mínima para optar al crédito

Una de cada cuatro entidades exigen acreditar una antigüedad mínima en la empresa para poder optar al crédito

Constituyendo esta exigencia también un requisito más que razonable desde la óptica empresarial, llama la atención sin embargo el hecho de que sea sólo una de cada cinco entidades quienes requieren expresamente esta información. A la hora no obstante de analizar este dato, debe tenerse en cuenta el hecho de que las nóminas (que solicitan todas las entidades) u otros requisitos documentales exigidos como la declaración del IRPF permiten a las entidades realizar los adecuados análisis y scoring de cara a determinar el nivel de riesgo de cada operación.

Los mismos argumentos pueden aplicarse a la hora de interpretar el dato relativo a la cuantía mínima de ingresos recurrentes exigida: a pesar de que tan sólo un 15,78% de las entidades exige un determinado nivel mínimo de ingresos (generalmente muy próximo al salario mínimo interprofesional) cabe entender que la mera exigencia de la nómina permite a las entidades valorar este dato y resolver en consecuencia sobre la concesión o denegación del préstamo solicitado.

## Crédito Rápido a sobreendeudados

El nivel de endeudamiento del consumidor que solicita un crédito no es valorado a la hora de concederle créditos de coste superior al 20% TAE y que absorberán hasta un 30% de sus ingresos mensuales

Teniendo en cuenta el elevado y creciente grado de endeudamiento familiar, la facilidad o "alegría" a la hora de conceder créditos rápidos y el elevado coste (ya comprobado) de los mismos, a lo que se unen las graves deficiencias en la información que se facilita al usuario en la contratación (y que se están analizando en este epígrafe) parece excesivamente relajado, y sobre todo peligroso para el consumidor, el criterio de la denominada "regla del tercio" en la concesión de este tipo de créditos, que no tienen en cuenta el nivel de endeudamiento que pueda arrastrar el usuario solicitante.

## Imposición de contratar seguros

Tres de cada cuatro entidades obligan al consumidor a contratar un seguro para disponer del crédito rápido. Si el consumidor no pregunta, el seguro se le coloca sin más; si consulta este extremo simplemente se le impone como condición necesaria e imprescindible

En relación con la imposición de seguros vinculados a la contratación de créditos rápidos, y de forma añadida a lo destacado anteriormente, el trabajo desarrollado ha permitido comprobar lo generalizado de este tipo de abuso. Prácti-



camente tres cuartas partes de las entidades consultadas obligan al consumidor a suscribir una póliza de seguro (de vida, de amortización, etc.) al contratar el crédito rápido.

Generalmente el coste del seguro se incluye en el crédito, incrementando el capital a devolver, de manera que el consumidor no es consciente en muchos casos ni tan siquiera de la existencia de este producto. Algo ya destacado previamente al analizar las diferencias existentes entre las cuotas publicitadas y posteriormente aplicadas y las que corresponden de forma efectiva a las TAEs de cada crédito.

### Imposición de contratar otros productos

Sólo una entidad de las analizadas admite imponer al consumidor la contratación de otros productos (diferentes a los seguros) para obtener el crédito rápido

Otro aspecto que valora este informe es el relativo a otros



productos vinculados, distintos de los seguros, cuya contratación se impone (a veces bajo el eufemismo de “sugerencia” firme) como condición para la concesión del crédito rápido. A pesar de que sólo una entidad expresó abiertamente que la contratación del crédito estaba vinculada a la contratación de una tarjeta de débito / crédito (cuya comisión de mantenimiento anual asciende a 12 euros) el trabajo realizado puso de manifiesto:

- a) la facilitación de información confusa para “liar” al usuario y promover que no sea consciente de lo que contrata realmente
- b) la existencia de tácticas de incitación y “presión” para su contratación, hasta el punto de, al formalizar el contrato, recurrir a frases del tipo: “no es obligatorio, pero si no lo contrata no puedo concederle el préstamo, van unidos y sólo son 12 euros más al año”.

### Contratación a distancia

#### Más derechos, pero incumplidos

Si bien la Ley no establece expresamente la obligación de que en las páginas web se informe de las cuestiones que aquí se analizan, resultaría razonable aspirar a que en un producto caracterizado por su inmediatez (crédito rápido) toda la información exigible se encontrase disponible desde el primer momento de contacto, máxime en un canal de distribución como Internet en el cual el coste de dicha oferta de información es gratuita para las entidades.

ENTIDAD	Alude web dcho. desistimiento	Informa web id. proveedor	Informa precio total
Mediatis	SI	SI	SI
Cofidis	NO	SI	SI
Cetelem	SI	SI	SI
Dinero Express	NO	SI	NO
CrediAgil	NO	NO	NO
Imagine	NO	SI	SI

El cuadro precedente pone de manifiesto que el 66,66% de las entidades no informa en su página web de una cuestión tan relevante como el derecho de desistimiento, que se ha constituido como garantía necesaria que se consideró imprescindible en la venta a distancia de servicios financieros. Este porcentaje aumentaría además de manera auténticamente escandalosa si se considerasen otras entidades, y no únicamente las más destacadas del sector, respaldadas por entidades bancarias o establecimientos financieros de crédito.

#### Derecho de desistimiento

Cuatro de cada seis entidades no informan del derecho de desistimiento en sus web; las que informan lo hacen mediante enlaces que difícilmente pueden llamar la atención del consumidor.

Por otra parte, debe destacarse que las entidades que informan del derecho de desistimiento (2 de las examinadas) lo hacen únicamente en un plano formal: en ambos casos para acceder a esta información hay que “investigar” en la página web; finalmente se accede a esta información a través de sendos links, que figuran en las web en letra de menor tamaño y en el extremo inferior, bajo los títulos “Información Legal” y “Nota Informativa”.

## La publicidad en los créditos rápidos

Los efectos persuasivos de la publicidad común llegan a su máxima expresión con los créditos rápidos. A través de televisión e internet, se intenta realizar el mayor número de guiños posibles al consumidor para que contrate, siempre dándole el mínimo de información. Sin duda se trata de conseguir en el consumidor una predisposición a contratar que sea muy difícil de derribar cuando llegue el momento de informarle de las condiciones reales no publicitadas. En las páginas siguientes se analiza la publicidad de forma separada para páginas web y para televisión respectivamente.

### Publicidad en páginas web

El estudio realizado por ADICAE analizó 13 páginas web en base a la ficha que se adjunta, l actual se cumplimentó para cada una de ellas. Se ha seleccionado una que resume a la perfección lo que encuentra el consumidor a la hora de visitar estas páginas web.



**ENTIDAD: COFIDIS**

**PRODUCTO:  
Crédito rápido 1200 euros**

#### LO QUE ES APARENTE EN LA WEB PARA EL CONSUMIDOR:

T.A.E. 22,95 %

T.I.N. 20,84 %

Plazos de devolución: 34 o 25 meses.

#### LO QUE NO ES APARENTE EN LA WEB PARA EL CONSUMIDOR:

De las condiciones verdaderamente importantes del contrato sólo nos aparecen en la publicidad la TAE y el TIN. De todo lo demás nos tenemos que remitir al contrato que adjuntan, con innumerables y enrevesadas cláusulas, donde aparecen fórmulas de cálculo de intereses ininteligibles.

Añadida a este crédito hay un seguro, del que no se nos dice cuánto cuesta y una tarjeta de crédito, de la que tampoco se nos dice si genera algún tipo de gasto.

Vemos que el crédito puede durar toda la vida. En una de las cláusulas del contrato aparece que la entidad se reserva a cambiar las condiciones del contrato, debido al "carácter indefinido del contrato".

#### Valoración:

Agresiva campaña publicitaria, en la que el consumidor recibe directamente en su casa por correo publicidad de la entidad y sin haberlo solicitado una supuesta aprobación de un crédito rápido. Es un claro fomento al consumo, puesto que para el consumidor todo van a ser "facilidades".

En los datos que tenemos que dar, curiosamente tenemos que dar dos teléfonos fijos, uno el nuestro y otro el de un familiar. ¿No basta con un fijo y un móvil? Los datos de la persona que recibe la publicidad no están siendo bien gestionados. ¿Quién ha vendido esos datos a Cofidis?

Se vende como una gran oportunidad: "Hoy es así: 1200 euros y aprobados. Pero no se lo puedo garantizar por mucho tiempo. Cuanto antes responda, antes se asegurará los 1200 euros". Nos están condicionando a tomar una decisión rápida, casi sin pensar. como si el dinero nos lo estuviesen regalando.

Si surgen dudas en su lectura y comprensión para el consumidor éste no puede solicitar más información y plantear sus dudas ante alguien. No nos ponen ninguna dirección, ni ningún teléfono de contacto para resolver dudas.

## Publicidad en televisión

La publicidad de estos productos en televisión todavía se realiza de forma más directa e intuitiva, lo que viene motivado por las características del propio medio audiovisual y la limitación del tiempo disponible.

Personal de ADICAE analizó más de 7 anuncios a lo largo de una mañana de un día laborable del mes de diciembre del 2007 elaborando las fichas oportunas, de las cuales se ha seleccionado la que sigue.

Fueron sólo 7 fichas realizadas puesto que durante una mañana, en varios canales se fueron sucediendo anuncios de los mismos productos, compañías, únicamente cambiando algún matiz estético o de diseño, sin duda influenciado por el tipo de público al que está dirigido.



**ENTIDAD: CXG CREDITO FAMILIAR CORPORACIÓN CAIXA GALICIA EFC S.A.**

**PRODUCTO: Crediutil**

### LO QUE ES APARENTE EN EL ANUNCIO PARA EL CONSUMIDOR:

- a) Consigue hasta 7500 euros en ½ minuto
- b) [www.crediutil.es](http://www.crediutil.es)
- c) 902 00 32 32
- d) CREDITO FAMILIAR
- e) Crédito a conceder y sujeto a aprobación de CXGCREDITO FAMILIAR CORPORACIÓN CAIXA GALICIA EFC, SA. Transferencia en 24 horas desde su aprobación.
- f) El comodín de la llamada

### LO QUE NO ES APARENTE EN EL ANUNCIO PARA EL CONSUMIDOR:

No aparece el T.I.N y la T.A.E.  
Plazos de entrega y cuotas mensuales.

### Valoración:

Volvemos a ver cómo la normativa publicitaria general y la particular sobre servicios financieros van por un lado y la realidad por el otro. En la Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios se dice que las condiciones o estipulaciones que se apliquen a la oferta o promoción de productos o servicios, y las cláusulas no negociadas individualmente relativas a tales productos o servicios deberán ser concretas, claras y sencillas en su redacción, con posibilidad de comprensión directa. Así lo exige también la normativa específica (Circular 8/1990, de 7 de septiembre, a entidades de crédito, sobre transparencia de las operaciones y protección de la clientela), que dice que las entidades de crédito deberá presentar al público, con claridad, precisión y respeto de la competencia, las características de la oferta financiera, debiendo contener una descripción suficiente del producto ofertado, que muestre los aspectos más significativos del mismo y, en particular, su coste o rendimiento efectivo (TAE) mediante un ejemplo representativo. Vemos que el espectador-consumidor poca información puede sacar de lo que se le dice y de cómo se le dice en el anuncio. Si quiere más información deberá llamar a un 902.

## CONCLUSIONES ANÁLISIS PUBLICIDAD CRÉDITOS RÁPIDOS

### EN PÁGINAS WEB

Del análisis efectuado se puede realizar la siguiente valoración conjunta:

	SI	NO
Induce o puede inducir a error:	100%	0%
Informa directamente de los gastos y comisiones:	16,66%	83,34%
Se informa del coste (TAE):	33,33%	66,67%
Piden datos personales para recibir información fundamental:	58,33%	41,67%

### Información sobre la TAE

Un 66,67% de las ofertas no incluyen la TAE en su página principal.

### Información sobre gastos y comisiones

En lo que respecta a la información sobre comisiones: sólo un 16,66% informó de los gastos y comisiones aplicables en la propia página web.

### Datos a cambio de información

En el 58,33% de los casos, las entidades que ofertan créditos rápidos exigen que el consumidor les facilite una serie de datos personales para poder remitir información; esto es, que la información no era directamente facilitada al consumidor a través de la publicidad.

### Fomento del consumo irresponsable de créditos rápidos

Un ejemplo de mensajes que incita al consumidor a contratar créditos rápidos, normalmente de forma irresponsable, es el siguiente:

Cofidis: "Hoy es así: 1.200 euros ya aprobados. Pero no se lo puedo garantizar por mucho tiempo. Cuanto antes responda, antes se asegurará los 1.200 euros" Mediante esta estrategia se trata de inducir al consumidor a tomar una decisión rápida, sin pensar ni comparar, lo que constituye un claro ejemplo de fomento del consumo irresponsable o irracional del crédito.

### EN TELEVISIÓN

#### Una publicidad orientada a amas de casa, parados, pensionistas e inmigrantes

Esta publicidad va orientada premeditadamente a sectores de población muy determinados, puesto que en las horas donde más se concentra esta publicidad es de 9:00 h hasta las 13:00 h. Así, en esos momentos quienes están viendo la televisión son fundamentalmente, y según los estudios generales de audiencia, amas de casa, parados y pensionistas. Durante la primera franja de la mañana, en la que lo que predominan son las noticias y las tertulias sobre la actualidad política y económica, son escasos los anuncios de créditos rápidos. Conforme van pasando las horas, en la parrilla televisiva abundan los "magazines" y "programas con noticias del corazón". Los intermediarios publicitarios en esos momentos son monopolizados por dos tipos de anuncios, el de la tienda, donde se nos ofrecen infinidad de productos, y el del crédito rápido.

#### Incumplimiento de la normativa sobre publicidad

Ante esta forma de anunciar podemos decir que no se cumple con la normativa de publicidad, puesto que no se informa sobre el gasto del producto (TAE y TIN) al consumidor. Por ello, se induce o puede inducirse a error al consumidor a la hora de contratar.

#### Publicidades complementarias: venta de productos y financiación para los mismos

Así pues, se le crea al consumidor una necesidad, la de comprar un producto que seguramente no necesita y a continuación se le da la "solución más fácil", contratar un crédito rápido para hacer frente a ese gasto. El lenguaje utilizado en estos anuncios tiende a hacer ver al consumidor lo "fácil, cómodo y rápido" que es pedir un crédito de este tipo con lenguaje y expresiones como "El dinero directo", "Rápido en solo 24 horas", "Llama ya", "Para lo que quiera", "Sin dar explicaciones". Lo que sí aparece es la cantidad que podemos solicitar y en cuánto tiempo nos la van a conceder después de haber llamado a un 902. No aparece el gasto (TAE y el TIN) que le supone al consumidor, salvo en una excepción en un anuncio de Cofidis, en el que sí aparece la TAE en la parte inferior de la pantalla, pero a tal velocidad y tan pequeña que es imposible su lectura y comprensión.

Igualmente se propugna el **fomento de un consumo irreflexivo e irresponsable de crédito.**

## Cláusulas abusivas en créditos rápidos

Los defectos informativos tan evidentes que se han puesto de manifiesto en las páginas interiores tienen lamentablemente su continuidad a la hora de la firma del contrato, cuando todo parecía indicar que debería ser al revés para conseguir que el consumidor se encontrara realmente informado. El resultado de este proceso de contratación de créditos rápidos en su conjunto arroja una gran inseguridad jurídica al consumidor, sorpresas sobre los costes, sobre vinculación de productos, etc.

El equipo jurídico de ADICAE, seleccionó más de 25 contratos de entidades que comercializan créditos rápidos y realizó una serie de cuadros resumen con las cláusulas abusivas más destacables. A continuación, se adjunta el de una de las entidades.

ENTIDAD		CLÁUSULA ABUSIVA	COMENTARIO
	CONDICIONES PARTICULARES	En el ejemplar que ofrece la información y datos del contratante, en materia de comisiones bancarias, no aparece detallada la cuantía de la "Comisión por envío de documentación adicional"	Tal información, por tanto, es inexistente, además que no se indica que documentación deba enviarse y no se detallan tampoco estos extremos en las Condiciones Generales, sino que se hace una referencia genérica a que el prestatario ha recibido toda la información de las tarifas y comisiones (Cond. Gral. 3).
	CONDICIONES GENERALES	La Cond. Gral. 6.1 supone que los prestatarios "contratan y se obligan" a suscribir un Seguro de Protección de Pagos con la entidad prestamista. El apartado 2º describe que, en caso de no acogerse a ese seguro, lo deberán haber manifestado con anterioridad a la firma del contrato, debiendo en tal momento exhibir un seguro que garantice los pagos en los términos que establece la prestamista, de modo y manera que si así no lo hiciesen se entiende que no se firmará el contrato.	Esta cláusula viene a dar vueltas sobre lo mismo para tratar de eludir la abusividad de la contratación obligatoria con los prestamistas de un seguro de su elección, pues deja al arbitrio de una de las partes, la prestamista, decidir si el seguro que se presenta es de su agrado y garantiza, como lo harían ellos, la cobertura. Entiendo que contemplada en su generalidad esta cláusula es abusiva.
		La Cond. Gral. 8 detalla que la prestamista remitirá un EXTRACTO ANUAL al prestatario, teniendo éste un plazo de diez días naturales para manifestar su disconformidad.	La evidente disparidad entre plazos entiendo que es motivo de abusividad y así podría ser declarado judicialmente.
		La Cond. Gral. 12. a) y c) contemplan como causas de resolución contractual incumplir alguno de los pagos y ser demandados en cualquier clase de juicio	Esta cláusula deja en manos de una de las partes la decisión sobre la solvencia o no de la otra.
		La Cond. Gral. 13.2 endosa al prestatario todos los gastos y tributos que se deriven de la reclamación judicial del contrato	La LECv. dispone expresamente que en los procedimientos monitorios, que entiendo que serían los instrumentos ejecutivos a utilizar para reclamar estas cantidades, no es preceptiva la presencia de Abogado y/o Procurador, por lo que los gastos de sus minutas o derechos no es posible endosárselos al prestatario sin incumplir tal norma, por lo que entiendo que el contenido de la cláusula en este extremo resulta abusivo.
		La Cond. Gral. 14 establece como regla cuando existan varios titulares la solidaridad	La regla general en el ámbito civil es la mancomunidad, de modo y manera que, siendo así, y si el cliente no tiene una adecuada información de la diferencia entre ambas, puede ser abusiva la cláusula, debiendo, en todo caso, permitirse dejar al arbitrio de los prestatarios determinar en qué proporción se obliga cada uno.
		En materia de Protección de Datos	Confiere a la prestamista, ex Cond. Gral. 18.1 poderes amplísimos para la prestamista en torno a ceder datos con fines comerciales, beneficiándose, además, económicamente de estos extremos, resultando, ridículo en su tamaño, en este sentido, el pequeño recuadro que encuentra inmediatamente debajo y que deberán los prestatarios que no quieran que sus datos se cedan con fines comerciales.

## CONCLUSIONES CLÁUSULAS ABUSIVAS

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. Este principio fundamental para proteger al consumidor, obliga al empresario a establecer un formulario equilibrado que respete los derechos de sus clientes y no les ocasione ninguna sorpresa. La primera conclusión que podemos extraer tras el particular análisis de las cláusulas expuestas contradice estos planteamientos, ya que existe una amplia proliferación de estas cláusulas en los contratos de “crédito rápido” y préstamo.

Los aspectos del contrato que se ven afectados por cláusulas son muy variados y diversos. Así, pueden aparecer cláusulas respecto a la obligación de contratar otros productos (cargando con el coste correspondiente); en el ámbito de la protección de datos personales; en los palzos para el cumplimiento; en la repercusión de los costes judiciales que en su caso se produzcan, etc.

Consecuencia de lo anterior, muchas de aquellas cláusulas abusivas que imponen al consumidor la contratación de otros productos o servicios, o las establecidas en el ámbito de la protección de datos, en realidad están permitiendo a la entidad obtener un lucro añadido al negocio principal contratado por el consumidor. Este hecho, evidente tanto en los contratos de “crédito rápido” como en los préstamos con garantía hipotecaria (a través de operaciones vinculadas que rebajan el tipo final a aplicar), puede suponer un **enriquecimiento injusto para la entidad**. En el caso de las tarjetas, al consumidor no se le da opción por no contratar una tarjeta que lleva aparejado unos gastos añadidos en forma de comisiones; lo mismo ocurre en la obligación de contratar un seguro de amortización (que además refuerza las garantías de devolución para la entidad). También resulta palmario este hecho en el tratamiento de los **datos personales**, ya que la entidad se garantiza, merced a estas cláusulas, poderes amplísimos para la prestamista en torno a ceder datos con fines comerciales, beneficiándose económicamente de estos extremos, resultando, ridículo en su tamaño, en este sentido, el pequeño recuadro advirtiendo de ello.

En este sentido es de destacar el **minúsculo tamaño de la grafía** en que se plasman las **condiciones generales**. La información que puede obtener el consumidor a través de los cláusulados queda expuesto a su ineficacia ya que el formato y diseño de la misma es utilizado de forma tendenciosa por las entidades predisponentes. Existe una sobre información que acumula datos y lo hace además en una terminología deliberadamente compleja. Por tanto,

abusando deliberadamente de la exigencia de plasmar la información, se incumple el requisito de información “eficaz” que exige la normativa de consumo.

También se aprecia, especialmente en los contratos de “crédito rápido” la existencia de malas prácticas bancarias, que desvirtúa toda voluntad de ofrecer transparencia en la contratación de estas operaciones bancarias. Esto pone de manifiesto la problemática sobre el control de contenido de estos contratos y la necesidad de articular medidas para ello.

Existe en estos contratos una tendencia a fomentar el endeudamiento, lo que contribuye a aumentar los riesgos de impago por parte del consumidor y acercarse peligrosamente a posiciones de sobreendeudamiento.

Por último, y en conclusión, casi podemos afirmar que los contratos de adhesión no se rigen por los formularios preparados por los empresarios y que los consumidores se limitan a firmar, porque éstos habitualmente no llegan a conocerlos y, aunque lo hagan, no están en condiciones de negociarlos, para evitar sus cláusulas abusivas. En realidad, 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. A partir de ello y de las demás circunstancias que hayan rodeado el contrato, el consumidor se habrá formado unas expectativas sobre la forma en que se va a desarrollar la relación contractual.

## Los consumidores ante la reunificación de créditos

Disfrutar ahora y pagar más adelante: máxima consumista que viene acentuándose en nuestra sociedad y que fomentan desde los comercios, grandes centros comerciales y sobre todo, los bancos y cajas de ahorros. Ante esta coyuntura, y la actual subida de tipos de interés 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.

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).

El Banco de España desconoce el número de estas empresas a las que acuden habitualmente sectores sociales más agobiados y desfavorecidos (bajas rentas, inmigrantes, etc.). La banca se beneficia de este fenómeno utilizando a estas empresas como "patio trasero" por no decir "cloacas del sistema".

Por el momento estas empresas carecen de un control y regulación específico y adecuado. La innegable naturaleza financiera de este servicio al consumidor exige su supervisión por el máximo órgano responsable de ello el Banco de España, lo que no excluiría aplicar los principios del derecho de consumo.

### El ABC para el consumidor de la reunificación de créditos

#### ¿Qué es la "reunificación de créditos"?

La reunificación de créditos es una operación financiera que tiene como objetivo unir en uno solo todos los créditos y préstamos de una persona. Lo solicitan quienes han asumido deudas por encima de sus posibilidades (pago de vivienda, préstamos al consumo, tarjetas de crédito, etc.). Se acude a estas empresas porque ya existen "incidencias" (impagos, inclusión en registros de morosos) que impiden la negociación con la propia entidad bancaria, que siempre será la solución menos mala.

#### Conoce más

Para ampliar la información consulte el libro "El sobreendeudamiento de los consumidores"

**SOLICITE el interesante estudio de ADICAE sobre El sobreendeudamiento, suscríbese a nuestras publicaciones y lo obtendrá gratuitamente, en [www.adicae.net](http://www.adicae.net) o por tño. 976 390060**



### ¿Cómo actúan las empresas de reunificación?

Las empresas de reunificación de créditos (que en los últimos años han proliferado sin control) ponen en relación al consumidor endeudado con un banco o prestamista privado. Al consumidor le proporcionan una cuota mensual más baja, al banco o prestamista privado unos beneficios mayores ampliando los plazos de devolución o cobrando tipos de interés muy elevados. A cambio estas empresas cobran al consumidor una importante comisión. Conseguido esto, el compromiso de la empresa de reunificación termina, poco le importa si se vuelven a producir impagos.

### Casos que empujan a acudir a la reunificación de créditos

- Mala planificación presupuestaria, por prever ingresos superiores a los reales.
- Abuso de financiación al consumo (tarjetas, créditos rápidos, etc.) que lleva a situaciones de insolvencia puntual, provocando la inclusión en registros de morosos e impidiendo acceder a fórmulas de financiación normales y más económicas.
- Financiación de la vivienda y subida de tipos de interés. Pago de la vivienda con una hipoteca al límite de capacidad de ingresos, se produce un alza en los tipos que hace inasumible soportar mensualmente la cuota.
- Negocios autónomos avalados con la propia vivienda y que generan pérdidas.
- Rupturas de parejas que dejan con el total de las deudas a un solo miembro.

## CONSEJOS ANTES DE REUNIFICAR

### Preguntar primero a nuestra entidad

En muchas ocasiones podemos renegociar nosotros mismos la deuda que tenemos contraída, lo que nos permitirá salir de la situación apurada con un coste menor y mejor transparencia (es lo que se llama novación). Tras la reciente aprobación de la nueva Ley del Mercado Hipotecario, las posibilidades y costes en estas operaciones de novación son mejores.

### Tener en cuenta que reunificar obliga a cambiar de hipoteca

Esto conlleva costes de notario, registro, gestoría, impuestos y, además, comisiones de cancelación y apertura del préstamo anterior y el nuevo respectivamente, así como los honorarios de los intermediarios financieros.

### Compare tipos de interés

- Enfermedad, fallecimiento o paro del titular de las rentas de una familia.
- La adquisición de nueva vivienda con hipoteca antes de vender la primera vivienda (también con hipoteca). El consumidor se encuentra en la difícil situación de tener que soportar las dos hipotecas a la vez o malvender la primera vivienda.

### Información ambigua, verbal y sin garantías

La información que facilitan las empresas de reunificación de créditos es deficiente: de palabra y ambigua, evitando compromisos. Es difícil que se llegue a firmar ninguna oferta de contrato con unos mínimos de información previa para el consumidor.

### Demasidas exigencias de información al consumidor

Esta deficiente información ofrecida al consumidor contrasta con la que le exigen. Antes de firmar un contrato con la empresa hay que rellenar una solicitud con datos personales, descripción de las deudas, nóminas, etc. para que la empresa de reunificación de créditos consulte los registros de morosos y entidades financieras, y ver las posibilidades de la operación antes de comprometerse en un contrato. Existe un desequilibrio claro ya antes de contratar. El consumidor debería como mínimo conocer los trámites y costes de la operación antes de aceptar la oferta, al menos para poder comparar con otras empresas.

Invitamos a todos los consumidores que acuden a estas empresas de reunificación de créditos, y que tienen dudas acerca de las ofertas que reciben, a que consulten antes una asociación de consumidores especializada como ADI-CAE, para informarse y denunciar abusos si procede.

### Evite abusos en los contratos con reunificadoras

- Hipotecas concedidas por particulares a intereses del 13-14%.
- Intereses del 20% y hasta el 30% en caso de retrasos e impagos
- Cláusulas de exclusividad que prohíben acudir a otras entidades financieras durante un período de tiempo



## Costes de la reunificación para el consumidor

Reunificar créditos supone cancelar los distintos préstamos pendientes y contratar uno nuevo con una entidad de crédito. Esto supone afrontar los altos gastos:

- Gastos y comisiones por la cancelación de créditos pendientes y por la apertura del nuevo préstamo
- Tarifas de los intermediarios: entre el 1% al 7%, se aplican arbitrariamente. Dirán que cobran más o menos en función del nivel de riesgo de la operación, pero en realidad quien lo asume es la entidad que concede el crédito, que ya nos “cobrará” un alto interés.

A continuación se expone un cuadro en el que a partir de una situación típica de consumidor agobiado por el pago de varias deudas, traslada su caso a una reunificadora de créditos. El resultado es tremendamente interesante en cuanto a deuda total motivada por el coste del servicio.

### Para tener en cuenta:

**Un servicio caro y poco transparente: la reunificación de créditos tiene un coste muy elevado del que no siempre se informa al consumidor: gastos por cancelación anticipada, por tasación del inmueble, gastos de apertura del nuevo préstamo hipotecario y la importante comisión del intermediario.**

### Situación del consumidor endeudado

#### Hipoteca

- ☠ Capital pendiente de amortizar: **132.355 €**
- 🕒 años que restan de pagar: 20
- ✂ tipo: 4,75%
- 🏠 Cuota: **855 €**

#### Préstamo personal 1

- ☠ Capital pendiente de amortizar: **15.245 €**
- 🕒 años que restan de pagar: 5
- ✂ tipo: 7%
- 🏠 Cuota: **301 €**

#### Préstamo personal 2

- ☠ Capital pendiente de amortizar: **1.363 €**
- 🕒 años que restan de pagar: 1
- ✂ tipo: 9%
- 🏠 Cuota: **119 €**

### TOTAL

- 🏠 Cuota mensual total: **1.275 €**
- ☠ TOTAL DEUDA PENDIENTE: **148.963 €**

### Condiciones financieras de la reunificación

#### Gastos de la REUNIFICACIÓN

- 📖 Gastos de constitución nueva hipoteca y cancelación préstamos al consumo: **6.627,14 €**
- 📖 Gastos cancelación hipoteca principal: **1.591,68 €**
- 📖 Gastos de seguros: **380 €**
- 👉 Comisión de la Reunificadora: **2,25%\*** sobre la deuda pendiente **148.963 = 3.351,66 €**
- ☠ **TOTAL GASTOS:** **11.950,48 €**

\* Este porcentaje puede llegar hasta el 7% de la deuda pendiente

#### Nueva hipoteca resultante

- ☠ Capital solicitado (incluye gastos): **160.927,73 €**
- 🕒 años que restan de pagar (plazo): 30
- ✂ Tipo primer año: 4,66%
- 🔄 Revisión: Euribor + 0,70%
- 🏠 Cuota mensual propuesta: **830,77 €**

### DIFERENCIA

👍 El consumidor pagaría de no reunificar sus deudas: **224.868 €**

👉 Si reunifica sus deudas, el consumidor paga en total: **299.077 €**

☠ DIFERENCIA QUE PAGA DE MÁS EL CONSUMIDOR: **74.389 €\*\***

\*\* Incluye la financiación de los gastos y comisiones mencionados anteriores (11.950,48 euros), que generarán sus intereses correspondientes.

Fuente: DuckFin y elaboración propia

## Publicidad de las empresas de reunificación de créditos

Cada día desde que nos levantamos hasta que nos acostamos estamos siendo bombardeados con anuncios como “Somos especialistas en situaciones, operaciones y casos difíciles; donde los demás fallan comienza nuestro trabajo”; “No importa RAI o ASNEF. Hipotecas Atrasadas. Herencias. Préstamos personales. Reunificar todos tus pagos”, “REUNIFICAMOS DEUDAS. Traiga los recibos de sus préstamos y le indicaremos cuanto se ahorrará cada mes”. A esto hay que sumar la lamentable situación de sobreendeudamiento de la que está siendo víctima un número cada vez mayor de familias españolas. Dicho de otro modo, es la conjunción perfecta entre la desesperación del consumidor que ve como con sus ingresos no llega a fin de mes y la ingente ambición de “profesionales” que ven en este crítico escenario la oportunidad de lucrarse

La publicidad de estas empresas de reunificación, en ningún caso advierte sobre las consecuencias negativas que la reagrupación puede ocasionar en el consumidor, como el hecho de que la cantidad total adeudada aumente una media del 30% y se alargue sobre manera el plazo de amortización de nuestras deudas. Muy al contrario, la reunificación se presenta como la mejor de las opciones para el consumidor, llegando incluso a ofrecer regalos por contratar los servicios de estas empresas. El hecho de que personajes famosos publiquen estas empresas y la constante aparición de anuncios en la totalidad de medios de comunicación, hacen que confiemos en estas empresas sin plantearnos las consecuencias que posteriormente se pueden generar.

El estudio del que este cuadernillo trae causa analizó la publicidad de más de 20 empresas elaborando una ficha de análisis para cada una. A continuación se recogen varios ejemplos.

Imagen de un folleto de Credit Services que omite los gastos y condiciones de la reunificación. También datos como la ampliación del plazo, las comisiones y el coste de la operación.



Imágenes de la publicidad de varias empresas reunificadoras que vienen a mostrar la diversidad que existe en el sector y el caos que impera en la concesión de crédito en España.

## CONCLUSIONES PUBLICIDAD

### Falta de adecuación a la futura normativa

En el 100% de los casos no se cumple absolutamente con ninguno de los requisitos que el anteproyecto recoge en su articulado. En la publicidad de las diferentes entidades se pueden encontrar publicidad ofreciendo sus servicios, no de asesoramiento ni de intermediación, sino de "reducción de la cuota mensual a pagar", presentando esta opción al consumidor como un alivio y una opción inmejorable, no sólo para pagar menos sino también para tener la opción de solicitar nuevos créditos a través de esta operación. En efecto, una de las máximas de esta publicidad es fomentar el consumismo.

### Falta de información sobre elementos esenciales del contrato

Un segundo elemento a destacar en el análisis es la falta de información que ofrece al consumidor en los elementos esenciales del contrato que va a solicitar. Esta publicidad no permite al consumidor conocer el procedimiento que van a realizar estas entidades para proceder a la reunificación de sus deudas, ni las condiciones del contrato que van a realizar. De la misma forma, ninguna entidad informa sobre el coste que va a soportar el consumidor por contratar sus servicios de intermediación ni las graves consecuencias económicas que va a conllevar la ampliación del plazo de sus préstamos (en la mayoría de las ocasiones llega a duplicarse). No obstante, en ningún caso aparecen especificadas las funciones de dicha entidad, si trabajan en exclusiva para algún banco o entidad de crédito o son asesores independientes, en el mejor de los casos indican que trabajan con multitud de entidades bancarias, pero sin especificar cuales son; y lo que es más importante tras un impactante eslogan en el que nos venden la "solución" a nuestros problemas financieros aparece una "supuesta simulación gráfica" de la reducción de nuestras cuotas, sin indicar las características de la oferta, la T.A.E., el tipo de interés aplicable al nuevo préstamo hipotecario, y lo que es peor los gastos de gestión por los "servicios" prestados.

### Pido información ... y piden mis datos

Las entidades de reunificación de deudas, en extrañas ocasiones, dan mayor información a menos que previamente el consumidor haya aportado sus datos personales (normalmente de forma bastante exhaustiva) a la entidad. La concesión de estos datos puede conllevar perjuicios sobrevenidos al consumidor ya que no sabemos que destino tendrán estos datos, pudiéndose llegar a vulnerar la ley de protección de datos (ley 15/1999).

### Publicidad agresiva

Tanto por sus lemas como por su contenido, puede llevar al consumidor a tomar decisiones precipitadas. En la mayoría de los casos la publicidad conlleva a la confusión y puede inducir a error al consumidor ya que se trata de una publicidad muy directa dando la imagen que son estas entidades quienes conceden las hipotecas o los préstamos y no una entidad financiera.

De la publicidad analizada podemos encontrar que algunas de las entidades analizadas ofrecen directamente financiación a través de capital privado, al margen de las entidades financieras. Presentan capital privado como una opción ventajosa debido a su rapidez y confidencialidad. Pero ¿de dónde sale este capital?. En algunos casos, claramente puede apreciarse que son estas entidades las que directamente captan este dinero de inversores que en la mayoría de los casos no conocen el verdadero peligro de invertir en estas empresas. La captación de este ahorro y fondos públicos no es correcta. Su funcionamiento y estructura no está controlada por el Banco de España ni la Comisión Nacional de Mercado de Valores, pero sin embargo realizan operaciones financieras que sí deberían estar sometidas a estos controles asegurando así que no van a repercutir negativamente en la estabilidad del mercado, ni en la solvencia de los agentes involucrados en tales negocios.

### Chiringuitos encubiertos

Peor aspecto tienen los anuncios publicados en la sección de clasificados de la prensa escrita. Dichos anuncios, lejos de parecer la "solución" a los problemas dan miedo sólo con verlos. No aparece nombre, razón social o distintivo alguno que identifique al anunciante; tampoco hacen referencia a una dirección postal de contacto. Únicamente, tras frases como "¿Problemas con tu banco? Tenemos la solución" o "¿Necesitas dinero?" aparece un número de teléfono de contacto donde se ofrecen, datos suministrados en el propio anuncio, a solventar nuestra situación de crisis renegociando nuestras deudas con una entidad, y previamente, para hacer frente a nuestros impagos, prestándonos capital privado, entre tanto no se termine satisfactoriamente la operación con la entidad financiera.

## PROPUESTA ADICAE

### Regulación de tipo económico YA para estas entidades

## Los consumidores se encuentran con defectos de información al acudir a la reunificación

ADICAE ha realizado un análisis en algunas de las principales ciudades españolas, tratando de recabar información tanto de la verdadera naturaleza de las actividades desarrolladas por las Empresas que ofrecen Reunificación de Deudas, como de su adecuación a la futura normativa que pretende regular dicho sector. Se han visitado varias entidades entre las ciudades Alicante, Málaga, Valladolid, Galicia, Madrid y Zaragoza.

A dichas entidades personal técnico de ADICAE acudio simulando encontrarse en una situación familiar delicada (ASNEF, impago 2.000 €, cuotas a pagar 1.775 €/mes y total de ingresos 2.000€/mes). Los resultado fueron los siguientes.

### Cómo nos sacan de las listas de morosos

Pues bien, centrándonos en el análisis, una de las primeras cuestiones que se les ha planteado a estas entidades es la viabilidad de la concesión del crédito al hallarse el deudor en las listas de morosos. En el 97% de las entidades visitadas se afirma que esto no implica un problema, aunque indican la necesidad de que no existan impagos pendientes para solicitar el nuevo préstamo. Las alternativas ofrecidas para salir de las citadas listas son diversas. En el 79 % son las propias entidades las que ofrecen la concesión de un crédito para hacer frente a la deuda por la que el cliente ha sido incluido, incluyendo su cuantía en la totalidad del futuro préstamo; un 6% aconsejan pedir el dinero a familiares y amigos; incluso un 3% recomiendan que sean éstos los que soliciten el préstamo a su nombre.

Por último, un 9% ofertan la opción de HIPOTECA CAMBIARIA o CAPITAL PRIVADO. Por definición, el capital privado es aquel que se presta entre personas (físicas o jurídicas) particulares; es decir, no interviene en esta transacción ninguna entidad financiera. Según las entidades que nos ofrecen este sistema nos indican que unos “inversores” nos prestarían este dinero para cancelar nuestra inscripción en alguno de los Registros de Morosos.

### Negociación con la futura entidad

En segundo lugar, todas las entidades analizadas sostienen que ellas mismas negocian directamente con las entidades bancarias buscando la mejor alternativa. Según los responsables de este tipo de empresas consiguen unas condiciones mucho más ventajosas que las que le van a ofrecer al cliente en la propia oficina del banco o caja de ahorro, porque tienen suscritos convenios con una gran cantidad de estas entidades para poder ofrecerle estos productos al consumidor que recurre a ellos. Sin embargo, se niegan a dar una relación de las entidades con las que trabajan para “salvaguardar sus propios intereses”. Claramente una de las razones por las que algunas personas acuden a este tipo de empresas suele ser porque las entidades financieras no suelen otorgar financiación a las personas inscritas en los registros de morosos o en casos en los que no se posee la capacidad económica necesaria para que se pueda otorgar dicho préstamo. Estos “intermediarios” les prometen refinanciación aún en su situación, siempre a costa de unos costes desproporcionados.

### El consumidor desconoce con que entidad contratará

Entra en este punto el tema de la suficiente información ofrecida al consumidor en el momento precontractual y de posterior formalización del contrato. Pues bien, al tratarse de contratos negociados a través de estos “intermediarios”, los consumidores desconocen la entidad con la que van a contraer la nueva deuda hasta el momento de la firma de la escritura del préstamo con garantía hipotecaria, por lo que no existe certeza de que los consumidores sean receptores efectivos de los derechos de información y transparencia en las condiciones financieras y de contratación legalmente establecidos para la contratación de los créditos o préstamos hipotecarios.



El mismo modus operandi se repite en el 100% de las entidades sondeadas. Ofertan la reunificación de nuestras deudas mediante la obtención de un préstamo hipotecario al plazo más largo posible (a 40 años, en la mayoría de los casos), con cuyo capital principal se saldan las deudas pendientes. Así, se consigue reducir la suma de costes porque los intereses de un préstamo con garantía hipotecaria son menores a los de uno al consumo o personal, y además, esa cuota mensual unificada se reduce en la medida en que se alarga el plazo de devolución.

## Estudio previo

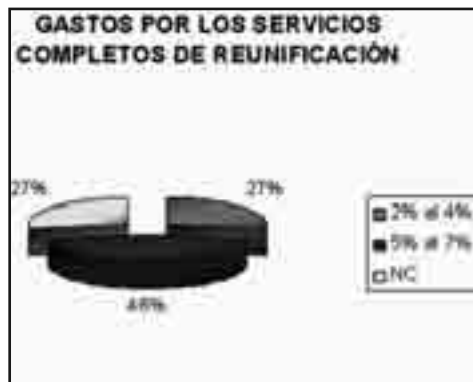
Otra de las exigencias que plantean para determinar cuál es la alternativa que más nos conviene, y la cuota mensual a desembolsar, es la necesidad de realizar un estudio previo, para lo cual es "absolutamente imprescindible" la entrega de la documentación solicitada. Dicha documentación es la siguiente:

- 1.D.N.I.
- 2.Contratos laborales e informe de vida laboral actualizado
- 3.Tres últimas nóminas
- 4.Justificante de otros ingresos, para el supuesto de que los hubiese
- 5.Últimos recibos de préstamos vigentes
- 6.Escritura de propiedad
- 7.Recibo del IBI
- 8.Últimos recibos de la hipoteca
- 9.Extracto de los movimientos bancarios, en algunos casos, de los seis últimos meses
- 10.Certificados de deudas pendientes del préstamo hipotecario
- 11.Última Declaración de la Renta
12. Otros...

Una vez entregada esta documentación, siempre en palabra de las empresas, realizarán un estudio previo (gratuito en algunas entidades y con coste para el cliente en otras, coste que incluirán en el montante total del servicio) para valorar la viabilidad de la reunificación, buscando la mejor alternativa para el consumidor, negociando directamente con los bancos, descartando "las entidades con las que hemos contraído las deudas".

Finalmente, en el plazo máximo de una a dos semanas, éste varía según la entidad, nos garantizan que si la reunificación ha sido aprobada, dispondremos del capital solicitado. Eso sí, a pesar de lo que la nueva normativa exigirá, ninguna de estas empresas presenta más de un presupuesto, porque "al trabajar con un gran número de entidades financieras, buscan la mejor opción, teniendo en cuenta las características de cada cliente".

Es un práctica general la de no ofrecer una información pormenorizada y concisa al cliente cuando éste acude por primera vez. Son contadas las ocasiones en las que se les hace una simulación de lo que podría ser su nuevo préstamo. A menos que se les pregunte por los gastos que estas operaciones tienen, tales como comisiones y gastos por cancelación anticipada de deudas, gastos por tasación del inmueble, gastos de apertura del nuevo préstamo hipotecario, ni los mencionan, y en todo caso, señalan su existencia, pero no a cuanto podrían ascender. No obstante, como en todo existen excepciones. Siendo así, se puede señalar que algunas, incluso dan datos sobre el porcentaje que cobran en concepto de comisión de intermediación por sus servicios (de los porcentajes revelados en este por las empresas sondeadas en este estudio se desprende que la cuantía varían entre un 3 % y un 5 %; cobrando, además una cantidad que puede rondar los 3.000 euros en concepto de otros gastos –como, por ejemplo, el estudio previo).



## PROPUESTA ADICAE

### Regulación de tipo económico YA para estas entidades

## Conclusiones defectos información

Las visitas realizadas por el personal de ADICAE a las reunificadoras ha revelado una serie de deficiencias informativas de todo tipo que repercuten directamente en el consumidor a la hora de conocer el coste y las características del servicio que está contratando. Podría asegurarse que la contratación que realiza el consumidor es tremendamente intuitiva, es decir, que el usuario tiene una necesidad económica acuciante y contratar un servicio un tanto “a ciegas” que le soluciona el problema a corto plazo, sin pensar en las consecuencias a medio y largo plazo.

No obstante, se ha detectado que las entidades campan a sus anchas por el mercado, sin ningún tipo de restricción que venga impuesta ni por una normativa específica, ni por inspecciones de consumo motivadas por la normativa de protección a los consumidores general. Por supuesto, existe una dejadez total de los organismos económicos reguladores acerca de la realidad de este fenómeno a pesar de los puntos de contacto ineludibles que tiene con la materia financiera.

Las conclusiones que pueden extraerse se agrupan en los siguientes apartados:

-El consumidor no tiene una información correcta de la procedencia del capital que va a utilizar para ser sacado de las listas de morosos, lo que le permitirá negociar un nuevo préstamo hipotecario. Ya no sólo de la procedencia sino por desgracia también del coste, puesto que en ocasiones el consumidor acaba siendo dirigido hacia capital privado con unos intereses de devolución que rayan claramente el terreno de lo usurario.

-La falta de transparencia que impera en el sector a la hora de contratar con consumidores y facilitarles información resulta clara y evidente: el consumidor no conoce con qué entidades está trabajando la empresa de reunificación ni con quién va a contratar el nuevo préstamo hipotecario hasta el mismo momento de la firma de la escritura del mismo. Tal situación se opone frontalmente a las prevenciones de la normativa de consumo, que exige conocer la identidad del proveedor, características del producto, etc. en orden precisamente a conseguir la información completa, veraz y eficaz del consumidor.

-Esta falta de transparencia y de información choca con la solicitud de datos que realizan las entidades en un momento previo a la contratación. Con la idea de realizar un estudio previo y analizar las necesidades del cliente, se solicitan una serie de datos que exceden de los puramente económicos y que en algún caso pretenden la fidelización del cliente evitando que solicite los servicios de otra reunificadora.

-En todo caso la información que recibe el consumidor en la primera visita es manifiestamente insuficiente ya que no hay una reciprocidad entre la información de costes, gastos del servicio y la que facilita el consumidor sobre su situación.

Como se argumentará posteriormente la adopción de una legislación específica y adecuada y un sistema de supervisión de los órganos financieros competentes limitarían estos abusos y reforzarían los derechos de los consumidores cuando recurren a este tipo de servicios.

### PROPUESTA ADICAE

#### Regulación de tipo económico YA para estas entidades

## Por una regulación y control de la reunificación de créditos

Las empresas de reunificación de créditos no se reconocen actualmente como entidades de crédito (bancos, cajas de ahorros, financieras dependientes de ellas...), por lo que están fuera del control del Banco de España. La solución a la actual falta de control no pasa por dejar a estas entidades bajo la supervisión de las Consejerías de Consumo de los Gobiernos Autonómicos, sino que requiere que sean disciplinadas y controladas por las organismos de control propio y habitual del sistema financiero como es, en operaciones de crédito, el Banco de España.

Las propuestas de regulación, que han circulado pero que no han llegado a aprobarse, planteaban algunas medidas:

- La obligación de estas empresas de inscribirse en Registros Públicos
  - Transparencia en la información precontractual. Las empresas deben facilitar gratuitamente el contenido mínimo de los contratos a los consumidores que lo soliciten a través de folleto y en la web.
  - Los contratos de intermediación celebrados entre empresas y consumidores deberán tener forma escrita y un contenido mínimo reglado.
  - La obligación de mantener un tablón de anuncios al público con la necesaria información al consumidor.
  - La obligación de estas empresas de contratar un seguro de responsabilidad civil en caso de quiebra o de estafa al cliente.
  - La obligación de comunicar el TAE de los préstamos o créditos si las empresas conceden créditos o hipotecas.
  - El consumidor deberá tener un derecho de desistimiento en los 14 días naturales siguientes a la formalización del contrato con la reunificadora sin alegación de causa alguna y sin penalización.
- Además de estas medidas ADICAE considera necesarias para mejorar la protección al consumidor, las siguientes:
- Además de mediar en la concesión de créditos, muchas de estas reunificadoras están captando ahorro para prestárselo a quienes acude a ellas. Sobradas razones para que el Ministerio de Hacienda, a través del Banco de España, fuera el encargado de llevar el registro y control de estas empresas.
  - Para poder inscribirse en ese registro, las empresas deberán demostrar capacidad material y financiera suficientes para desarrollar la actividad (por ejemplo, que sólo puedan operar sociedades anónimas o limitadas).
  - Fondo de Garantía para aquellas empresas que pidan provisión de fondos
  - Acreditar la habilitación con el uso de un distintivo que se exponga claramente en las oficinas de las reunificadoras o en las páginas web respectivas.
  - Advertir en la publicidad que efectúen del coste total de las operaciones de reunificación y no sólo hacer alusión a la cuota.
  - Facultad de desistimiento en un plazo de 14 días, tanto del contrato de intermediación como del de financiación.

Además, conviene no olvidar que la aparición de las reunificadoras de crédito son una muestra del agobio de las economías domésticas. Las medidas normativas planteadas para regular estas empresas no es suficiente, y desde luego no eximen a los poderes públicos de abordar con medidas serias y profundas los problemas del endeudamiento y sobreendeudamiento en nuestro país, como ya ha pedido ADICAE en numerosas ocasiones.

### La especialidad de las reunificadoras requiere una regulación financiera y un control del banco de España.

Bancos y Cajas se están sirviendo de las reunificadoras como "agentes mediadores" para continuar y expandir el "negocio del endeudamiento". No se entiende que el Banco de España no quiera controlar su papel en la economía. Los usuarios están menos protegidos al contratar con reunificadoras que cuando lo hacen directamente con bancos y cajas.

# ADICAE

al servicio de los usuarios en toda España

**Si usted tiene alguna duda o problema con su hipoteca, crédito rápido o con la reunificación de créditos, no lo dude y acuda a ADICAE.**

## SEDES DE ADICAE

**Servicios Centrales ADICAE**  
C/ Gavín, 12 local 50001 Zaragoza  
Tfno. 976 390060 - Fax 976 390199  
aicar.adicae@adicae.net

**Madrid**  
Embajadores, 135 1º C int.  
28045 Madrid  
Tfno. 91 5400513 Fax 91 5390023

**Catalunya**  
c/ Entença, 30 entlo. 1º  
08015 **Barcelona**  
Tfno. 93 3425044 Fax 93 3425045

**Comunidad Valenciana**  
Av. Pérez Galdós, 97 pta.1  
46018 **Valencia**  
Tfno. 96 3540101 Fax 96 3540106

C/ Aparicio, nº 5 entlo 5  
03003 **ALICANTE**  
Tfno/Fax. 96 5926583

**Galicia**  
Avda. Gral. Sanjurjo, 119 -1º dcha  
15006 **A Coruña**  
Tfno. 981 153969 Fax 881 927603

**Castilla y León**  
c/ Caridad, 1 - 3º B  
47001 **Valladolid**  
Tfno/Fax. 983 373173

**Extremadura**  
c/ Camilo José Cela, 1 3º  
06800 **Mérida**  
Tfno/Fax. 924 387468

c/ Gómez Becerra, 25 3º  
10001 **Cáceres**  
Tfno/Fax. 927 626336

**Andalucía**  
Av. Eduardo Dato, 85 1ºB  
41005 **Sevilla**  
Tfno/Fax. 954 652434

C/ Salvador Noriega, 7  
29006 **Málaga**  
Tfno/Fax. 952 088955

... o pregunte por nuestras delegaciones en otras provincias



**Solicite otros materiales del proyecto "Hipotecas, créditos rápidos y reunificación de deudas"**



Este cuadernillo ha sido subvencionado por el Ministerio de Sanidad y Consumo  
Su contenido es de responsabilidad exclusiva de la Asociación

**MÁS INFORMACIÓN EN INTERNET**  
<http://www.adicae.net>