

RSE2011

La opinión y valoración de los consumidores sobre la RSE de las entidades financieras en España

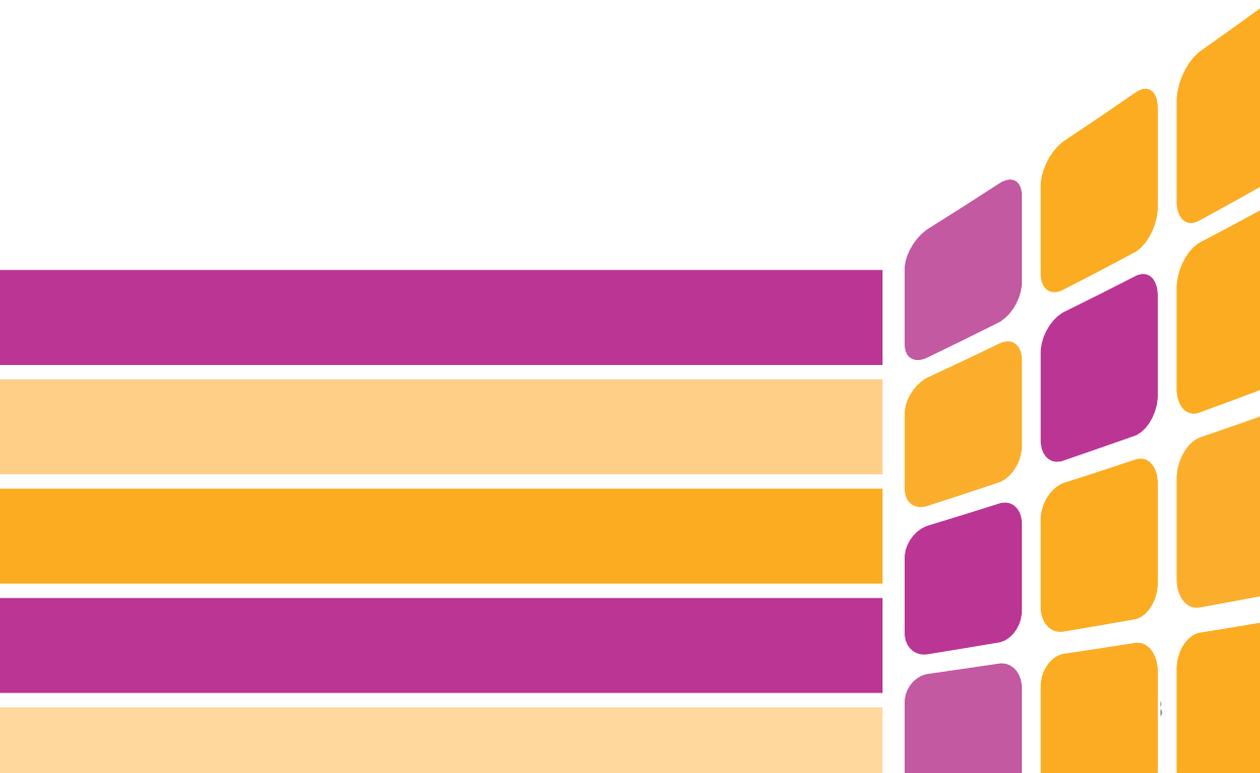




Diseño y maquetación: DCI Punto y Coma, S.L.L.
Imprime: Producciones Grafimatic, S.L.
Realización de encuestas: Simple Lógica, S.A.

RSE2011

La opinión y valoración de los
consumidores sobre la RSE de las
entidades financieras en España

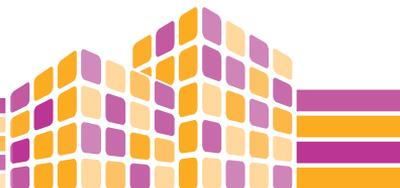


Índice



	Pág.
I. Introducción	7
II. Planteamiento metodológico	11
1. Objetivos	11
2. Metodología	13
III. Resultados	15
1. Principales motivos y dificultad para cambiar la cuenta principal de una entidad a otra	15
1.1. Tipo de entidad	15
1.2. Cambio de entidad financiera y principales motivos	16
1.3. Dificultades para el cambio y contratación fraudulenta	17
2. Valoración del servicio, comisiones y recibos no domiciliados	19
2.1. Valoración del servicio prestado por la entidad financiera	19
2.2. Comisiones	21
A) Conocimiento de la existencia de comisiones	21
B) La cuantía de las comisiones	23
B.1) Conocimiento	23
B.2) Consideración	23
C) Servicio de internet del Banco de España sobre tarifas	24
C.1) Conocimiento	24
C.2) Utilidad	26
2.3. Recibos no domiciliados	26
3. Conocimiento y transparencia de los procedimientos	29
3.1. Contratación y condiciones abusivas	29
A) Contratación	29
B) Condiciones abusivas	32
3.2. Medios utilizados	33
3.3. Comparación de precios y principales inquietudes	36
A) Dificultad en la comparación de precios	36
B) Principales inquietudes a la hora de contratar un producto o servicio financiero	37
3.4. Reclamaciones, quejas o consultas	38
A) Práctica	38
B) Lugar de presentación	39
C) Medio utilizado	39
D) Calidad de la resolución	40
4. La Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) y la Inversión Socialmente Responsable (ISR)	41
4.1. Conocimiento	41
4.2. Información e interés por la contratación de productos de ISR	44
4.3. Actitud ante actividades contrarias a la RSE	47
5. CONCLUSIONES	49

I. Introducción



En el plano bancario, la crisis actual ha puesto de manifiesto varios elementos para la reflexión y la correcta orientación de las posibles medidas y políticas a adoptar por parte de los poderes públicos. La falta de una regulación suficiente en los mercados financieros y la carencia de mecanismos de supervisión adecuados a nivel global, han propiciado una crisis económica sin precedentes, que tiene su origen en una crisis financiera, hasta el punto que se ha abierto el debate sobre la necesidad de volver a un sistema de banca pública, que esté claramente orientado a satisfacer las necesidades de crédito y ahorro y favorecer un desarrollo sostenible, en lugar de atender con carácter exclusivo los intereses de los accionistas. Es un debate, desgraciadamente, no una realidad y sus visos de concreción parecen bastante remotos.

Como se ha remarcado reiteradamente, uno de los principales problemas de nuestra economía está provocado por el elevado endeudamiento del sector privado, que ha llegado a alcanzar el 366% del PIB en comparación con el 193% en el año 2000 (Haver Analytics; McKinsey Global Institute 2009).

La deuda de los hogares ha pasado del 45 al 87% del PIB, la de las empresas del 74 al 141% del PIB y la deuda de los Bancos pasa del 11 al 82% del PIB.

Durante el periodo de expansión económica este sobreendeudamiento ha sido financiado, en gran parte, por el sector exterior que, actualmente, ve con desconfianza la solvencia de España. Los Bancos han concedido más créditos de lo que han sido capaces de captar a través de los depósitos bancarios, lo que ha provocado la emisión masiva de deuda para captar la financiación necesaria. Actualmente es el Banco Central Europeo el que está financiando a la Banca Española y es el cierre de los mercados mayoristas y el sobreendeudamiento del sector privado, lo que ha provocado el estrangulamiento del crédito al sector privado. Además del incremento del crédito en tasas porcentuales superiores al 20% anual durante varios ejercicios, una parte importante del mismo se ha dirigido al sector de la construcción y promoción inmobiliaria en detrimento de otros sec-

tores productivos. En agosto de 2011, la tasa de morosidad en el conjunto de entidades financieras supera la cifra histórica del 6%, lo que se traduce en embargos, ejecuciones de hipotecas, aumento de la prima de riesgo y encarecimiento del crédito.

Las medidas adoptadas por el Gobierno y por la Unión Europea han sido positivas, pero se tenían que haber realizado con anterioridad a la situación de sobreendeudamiento en la que ha incurrido nuestra economía y que está teniendo factores tan adversos para la recuperación.

Igualmente ha ocurrido con las medidas puestas en marcha por entidades bancarias facilitando la educación financiera en la ciudadanía, llegan tarde, se tendrían que haber realizado con anterioridad.

Paralelamente a estas medidas de educación financiera se está llevando a cabo un proceso de reestructuración de las Cajas de Ahorro, abriendo la puerta a la bancarización de las mismas. Es innegable que algunas Cajas de Ahorros han cometido errores estratégicos, que es necesario limitar la politización de los órganos de gobierno y hay que fortalecerlas a través de una correcta capitalización. No obstante, el actual modelo de Cajas ha permitido mantener altas cotas de bancarización y desarrollo local a través de inversiones rentables que posiblemente los Bancos nunca hubiesen emprendido y, además, han destinado más de 10.000 millones de euros a fondos de Obra Social en los últimos 12 años. El resultado de la actual reforma será más concentración, (no olvidemos que los dos grandes Bancos en España, gestionan más del 40% del total del balance consolidado de las entidades de depósito) menor redistribución de los beneficios, menor bancarización y por lo tanto mayor marginalidad, todo ello a pesar, de que según la Encuesta de CECU el 59,4% de los ciudadanos tienen contratada una cuenta en una Caja de Ahorros, frente a un 38,6% que la tiene contratada en un Banco.

En este contexto, se elabora este informe por parte de la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU). Estudio que trata de medir la opinión del ciudadano en su relación día a día con su banco y/o Caja de ahorros y aquéllos aspectos que más le preocupan.



Datos complementarios, en el marco de la Unión Europea:

Según un Informe de la Comisión Europea, el cliente español paga una media de 178 € anuales por los movimientos habituales de una cuenta corriente o de ahorro. Sólo el italiano paga más: 253 €. La media europea está en 111 €. Para efectuar dicho Informe, los técnicos tuvieron en cuenta las comisiones de las cuentas de 224 entidades financieras, (81% del mercado comunitario). Las conclusiones fueron de interés para todos los ciudadanos: hay mucho abuso y poca transparencia. Por ejemplo, si tomamos en cuenta las comisiones que se cobran a los clientes, el Informe comenta que "eran confusas".

La conclusión de este Informe es que "El consumidor europeo no sabe lo que paga ni por qué. No puede comparar las distintas ofertas del mercado ni aprovecharse de la competencia"

Volvamos a nuestro país y a la Encuesta que bajo el Título "La opinión y valoración de los consumidores sobre la Responsabilidad Social de la Empresa de las entidades financieras en España" ha realizado CECU.

Según el estudio de CECU un 19,8% de la población manifiesta haber contratado algún producto o servicio financiero, dándose cuenta, posteriormente, que las condiciones aplicadas no eran las prometidas por la entidad financiera.

De ahí que las Consultas y Reclamaciones en el sector de servicios financieros, se hayan incrementado de forma sustancial durante los últimos años. Según los datos del Servicio de Reclamaciones del Banco de España, durante 2010 se presentaron 47.657 casos, de ellos 14.760 correspondían a Reclamaciones y quejas, el resto fueron Consultas, si bien es cierto que incluye esa cifra un 15,3% de Reclamaciones originadas por PYMES; por comunidades autónomas la más afectada ha sido la Comunidad de Madrid con un 24% de Reclamaciones. Si tenemos en cuenta el nº de habitantes mayores de 16 años en cada Comunidad Autónoma, la ratio nacional de reclamaciones, se sitúa en 38 Reclamaciones por cada 100.000 habitantes. En la Comunidad de Madrid la ratio se eleva hasta 67, seguida por La Rioja (con 50) y Canarias (con 46). Los Bancos son las entidades que absorben un mayor número de reclamaciones, un 68,6%, las Cajas de Ahorro un 20% según el Banco

de España. Si tenemos en cuenta que sólo un 38,6% de los consumidores encuestados para el estudio de CECU manifiestan tener su cuenta principal en un Banco, frente al 59,4% que la tienen contratada con una Caja, podemos deducir que en las Cajas se producen muchísimas menos reclamaciones, lo cual demuestra una mayor satisfacción del cliente. Veremos como afecta a la calidad del servicio de las Cajas el proceso de bancarización finiquitado en el 2011.

Este estudio demuestra que, en general, los ciudadanos españoles valoran al servicio prestado por la entidad financiera en la que tienen su cuenta corriente o de ahorro principal, como bueno, asignándole una puntuación media de 6,9 sobre 10 puntos, si bien es cierto que un 10,7% de encuestados les asignan puntuaciones de 0, 1 y 2.

En un entorno económico cambiante, es absolutamente necesario incrementar la claridad y la transparencia en los servicios a los ciudadanos, igualmente la información facilitada a los clientes debe mejorar para que realmente se pueda producir competencia entre las diferentes ofertas que se dirijan a los ciudadanos, de tal forma que ellos puedan decidir con libertad, con responsabilidad.

María Rodríguez

Presidenta del Observatorio de RSC y Presidenta de Honor de CECU

Orencio Vázquez

Coordinador del Observatorio de RSC



II. Planteamiento metodológico

1. Objetivos

Los objetivos generales de la investigación consisten en promover el derecho a la información de los consumidores y la transparencia de las entidades financieras en sus prácticas comerciales.

Específicamente, se abordan los siguientes temas:

- Conocimiento de la opinión y valoración de los consumidores de los servicios bancarios, sobre todo en cuanto a la transparencia en los precios y en la oferta de servicios.
- Conocimiento de las principales inquietudes de los consumidores en el momento de contratar un servicio bancario.
- Fomento de concienciación en los consumidores en el momento de contratar servicios bancarios, comparando las ofertas y leyendo todos los detalles facilitados por la entidad financiera.
- Conocimiento del compromiso de RSC /RSE de las empresas objeto del análisis, en la parte correspondiente a los clientes.
- Fomento del debate sobre la RSC/RSE y el cliente como grupo de interés entre las entidades financieras.



2. Metodología

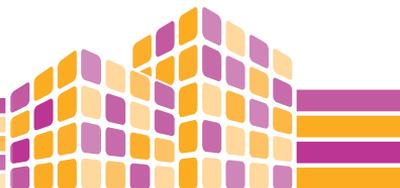
La investigación se ha desarrollado mediante la realización de una encuesta cuyas principales características técnicas son las que se describen a continuación.

- **Ámbito:** España.
- **Universo:** Individuos de 18 y más años de edad.
- **Muestra:** 500 entrevistas.
- **Muestreo:** Estratificado y proporcional al peso poblacional según tamaño de hábitat y Comunidades Autónomas.
- **Selección de informantes:** Aleatoria del hogar sobre guía telefónica y conforme a cuotas de sexo y edad para la determinación de los individuos, tal y como se recoge en la siguiente tabla:

	TOTAL		Hombres		Mujeres	
	M. Teórica	M. Real	M. Teórica	M. Real	M. Teórica	M. Real
De 18 a 24 años	47	47	24	24	23	23
De 25 A 34 años	98	95	50	46	48	49
De 35 a 44 años	102	102	52	53	49	49
De 45 a 54 años	85	86	43	43	43	43
De 55 a 64 años	66	66	32	32	34	34
Más de 64 años	102	104	44	45	59	59
TOTAL	500	500	245	243	255	257

- **Entrevistas:** Telefónicas asistidas por ordenador (CATI) en los hogares de los entrevistados.
- **Cuestionario:** Elaborado siguiendo los objetivos señalados para la investigación. La duración media de su aplicación ha sido de 10 minutos y 43 segundos.
- **Supervisión:** Se ha procedido a la supervisión del 22,5% de las entrevistas realizadas.
- **Tratamiento de datos:** Se ha procedido a la ponderación de la muestra real para devolver a cada encuesta el peso que proporcionalmente le corresponde en función de las variables de sexo, edad, Comunidades Autónomas y tamaño de hábitat.
- **Trabajo de campo:** Del 10 de junio 17 de junio de 2011.
- **Margen de error:** Para $p=q=0,5$ y un nivel de confianza del 95,5% para datos globales es de $\pm 4,47\%$.
- **Instituto responsable:** SIMPLE LÓGICA INVESTIGACIÓN, S.A.

III. Resultados

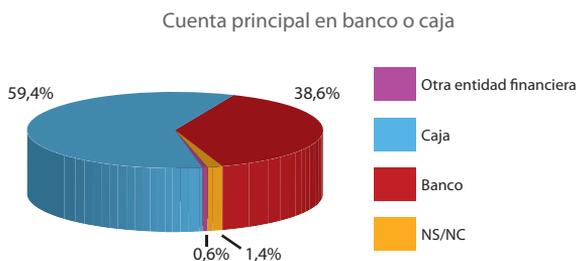


1. Principales motivos y dificultad para cambiar la cuenta principal de una entidad a otra

1.1. Tipo de entidad

En el primer apartado de este estudio se establece el tipo de entidad financiera elegido por los ciudadanos. Se trata de diferenciar quienes tienen la cuenta principal con la que trabajan en un banco de quienes la tienen en una caja.

Esta diferenciación tiene un especial interés para este estudio debido a la propia naturaleza de los dos tipos de entidades en relación con las actividades socialmente responsables.



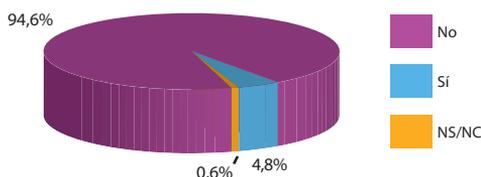
Base: Muestra total (500 casos).

Las cajas de ahorros son el tipo de entidad utilizada por más ciudadanos mayores de 18 años. Seis de cada diez tienen su principal cuenta corriente o de ahorro en una caja (59,4%). No obstante también es considerable el porcentaje de ciudadanos que tienen esa cuenta en un banco, siendo éstos casi cuatro de cada diez (38,6%). El porcentaje de quienes tienen su cuenta principal en otro tipo de entidad financiera es prácticamente residual (0,6%).

Las diferencias respecto a esta elección atendiendo a los ingresos de los ciudadanos sí son significativas y relacionan a las cajas de ahorros con quienes tienen un menor nivel de ingresos y a los bancos con quienes lo tienen mayor. De forma que entre quienes tienen ingresos inferiores a 900 € el porcentaje de quienes tienen su principal cuenta en una caja (72,0%) es significativamente superior al registrado entre quienes tienen mayores ingresos y que también han elegido una caja de ahorros ($\leq 55,9\%$), mientras que el porcentaje de quienes tienen su cuenta en un banco, que es del 27,4% entre quienes ingresan hasta 900 €, aumenta de forma gradual y significativa hasta alcanzar un 48,4% entre quienes ingresan más de 1.300 €.

1.2. Cambio de entidad financiera y principales motivos

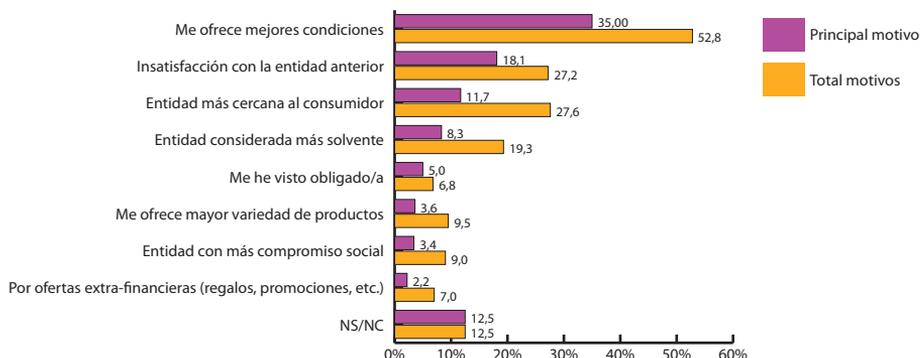
Contratación en el último año para sustituir cuenta principal



Base: Muestra total (500 casos).

Cinco de cada cien ciudadanos han contratado durante el último año su principal cuenta bancaria para sustituir la entidad financiera que utilizaban hasta entonces (4,8%), siendo ampliamente mayoritario el porcentaje de quienes no lo han hecho (94,6%).

Motivo por el que se ha cambiado o se cambiaría



Base: Muestra total (500 casos).



De los diferentes motivos expuestos por los que los ciudadanos se han cambiado o se cambiarían de entidad para realizar sus operaciones financieras, el más extendido entre la población es la “oferta de mejores condiciones”, señalado como motivo principal por más un tercio de los informantes (35,0%) y como uno de los dos principales motivos por más de la mitad (52,8%).

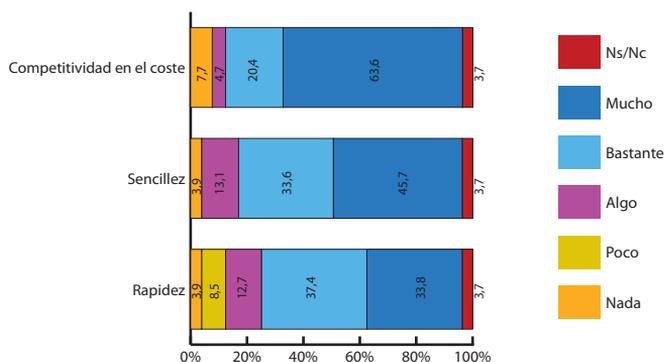
Otros motivos mencionados por un considerable porcentaje de ciudadanos son: “la insatisfacción con la entidad anterior”, algo que el 18,1% de los informantes consideran el motivo principal y el 27,2% uno de los dos motivos principales; “entidad más cercana al consumidor”, motivo que señala el 11,7% como el principal y el 27,6% como uno de los dos principales; y “entidad considerada más solvente”, lo que considera el 8,3% el motivo principal y el 19,3% uno de los dos principales motivos.

Al observar las diferencias en función de la edad se puede comprobar cómo el porcentaje de quienes mencionan “me ofrece mejores condiciones” va decreciendo a medida que se avanza en los grupos de edad, hasta registrar entre los mayores de 55 años unos porcentajes ($\leq 36,7\%$) significativamente inferiores a los registrados en el resto de grupos ($\geq 59,3\%$).

1.3. Dificultades para el cambio y contratación fraudulenta

A quienes sí han contratado en el último año una nueva cuenta para sustituir la entidad financiera que utiliza principalmente, se les ha preguntado por la dificultad que han encontrado al tramitar esta gestión, medida en tres parámetros: sencillez, rapidez y coste.

Valoración del resultado al cambiar su cuenta principal

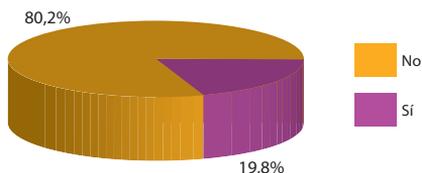


Base: Han contratado la cuenta en el último año para cambiar la entidad financiera (24 casos)*.

*Base muestral muy reducida.

De forma general no han existido grandes dificultades en ninguno de los tres parámetros para realizar el cambio de cuenta principal, aunque cabe señalar que el de la rapidez es el parámetro peor valorado ya que hasta un 12,4% lo definen como poco o nada rápido. No obstante, estos resultados han de tomarse con la debida prudencia al tratarse de una base muestral muy reducida, puede aumentar el margen de error.

Incumplimiento de condiciones contratadas con producto o servicio financiero



Base: Muestra total (500 casos).

Dos de cada diez ciudadanos aseguran haber contratado algún producto o servicio financiero dándose cuenta posteriormente que las condiciones aplicadas no eran las prometidas por la entidad financiera (19,8%). Este porcentaje, aun siendo minoritario, **representa a un amplio sector de la población.**

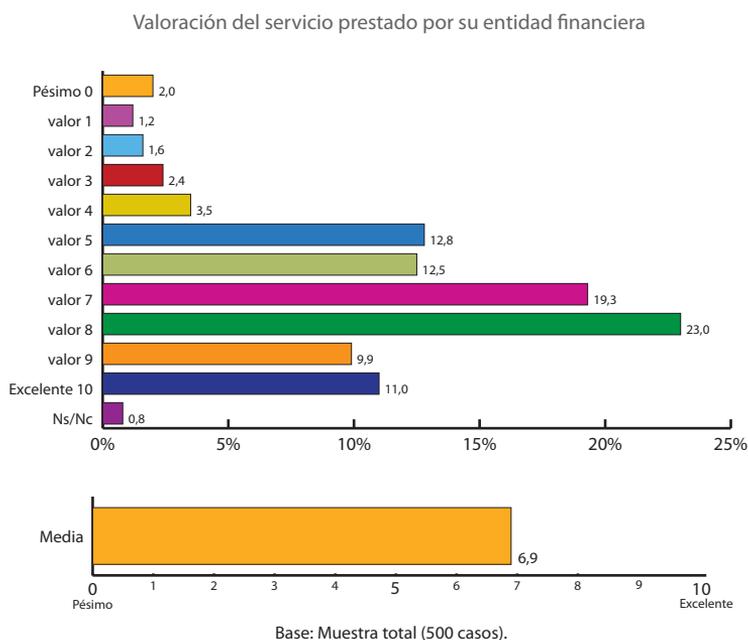
No existen diferencias significativas en cuanto a la contratación fraudulenta según los el sexo de los informantes, sin embargo, atendiendo a la edad sí existen diferencias vinculadas a este aspecto, de manera que el porcentaje de quienes han contratado un producto o servicio dándose cuenta posteriormente que las condiciones aplicadas no eran las prometidas por la entidad financiera, es del 8,4% entre quienes tienen menos de 25 años, significativamente inferior al registrado entre quienes tienen de 35 a 64 años ($\geq 20,8\%$), alcanzando al 33,5% de los ciudadanos en el segmento de 55 a 64 años.



2. Valoración del servicio, comisiones y recibos no domiciliados

2.1. Valoración del servicio prestado por la entidad financiera

La valoración que los ciudadanos otorgan al servicio prestado por la entidad financiera en la que tienen su cuenta corriente o de ahorro principal es en general buena, registrándose una valoración media de 6,9 puntos sobre 10.



En este sentido cabe destacar el porcentaje de quienes puntúan este servicio con las máximas valoraciones (9 y 10) alcanzando al 20,9% de la población. Por su parte más de la mitad de los ciudadanos (54,8%) valora el servicio con buenas puntuaciones (6, 7 y 8) y el 12,8% aprueba el servicio prestado por su entidad financiera aunque con la puntuación menor (5). Por otro lado no se debe obviar al 10,7% de ciudadanos que al valorar este servicio suspenden a sus entidades financieras con puntuaciones inferiores al 5, reuniendo entre las tres peores puntuaciones (0, 1 y 2) a un 4,8% de la población.

P.7. En una escala de 0 a 10, en la que 0 es una valoración pésima y 10 una valoración excelente ¿podría indicarme por favor su satisfacción global con el servicio prestado por la entidad financiera con la que trabaja principalmente en la actualidad?

P.7	Total	Sexo		Edad					
		Hombre	Mujer	De 18 a 24 años	De 25 A 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	Más de 64 años
Base: Muestra total	500	245	255	47	98	102	85	66	102
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
0 Pésimo	2,0	2,8	1,1	2,2	1,0	3,8	1,2	1,6	1,8
1	1,2	1,2	1,2	0,0	1,1	0,0	1,2	4,5	0,9
2	1,6	2,5	0,7	0,0	2,1	2,1	2,3	1,5	0,9
3	2,4	3,3	1,6	0,0	3,1	4,0	3,6	3,1	0,0
4	3,5	3,7	3,4	2,1	3,3	0,0	4,6	5,8	5,7
5	12,8	15,0	10,6	6,4	14,2	19,8	7,1	15,4	10,4
6	12,5	13,3	11,6	6,3	8,6	18,3	15,1	14,9	9,3
7	19,3	17,8	20,7	29,5	22,7	20,5	20,8	16,9	10,4
8	23,0	22,5	23,6	34,2	23,2	19,1	24,5	24,0	19,9
9	9,9	10,6	9,3	12,7	11,4	3,9	11,5	7,8	13,3
10 Excelente	11,0	6,1	15,7	6,6	9,4	7,6	8,1	4,4	24,4
Ns/Nc	0,8	1,2	0,4	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	2,9
Media	6,9	6,5	7,2	7,4	6,9	6,4	6,9	6,3	7,5

La valoración media del servicio prestado por las entidades bancarias es entre las mujeres (7,2) significativamente superior a la registrada entre los hombres (6,5).

Atendiendo a la edad, las mayores valoraciones son las registradas en los segmentos extremos de la población, así entre los menores de 25 años (7,4) y los mayores de 65 (7,5) se registran las valoraciones medias más altas en cuanto al servicio de las entidades financieras, siendo éstas significativamente superiores a las que se dan entre quienes tienen de 35 a 44 años (6,4) y de 55 a 64 años (6,3).



La diferencia entre el porcentaje de encuestados mayores de 65 años que otorgan la máxima puntuación de 10 (24,4%) es muy grande respecto a los porcentajes que otorgan esta puntuación en los restantes tramos de edad. Esta puntuación es otorgada mayoritariamente a las cajas, dado que este segmento de la población es el que comprende a sus clientes más asiduos y fieles.

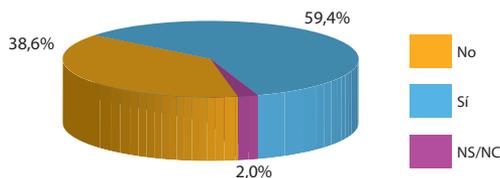
Atendiendo al tipo de entidad bancaria, entre los clientes de las cajas de ahorros se registra una valoración media del servicio prestado (7,1) significativamente superior a la valoración registrada entre los clientes de los bancos (6,6), siendo en ambos casos una buena valoración.

Si atendemos a las diferencias de la valoración media en función de los ingresos, destacamos que entre quienes tienen unos ingresos de hasta 900 € se registra la máxima valoración (7,2), siendo ésta significativamente superior a la registrada entre quienes ingresan de 901 a 1.300 € (6,7).

2.2. Comisiones

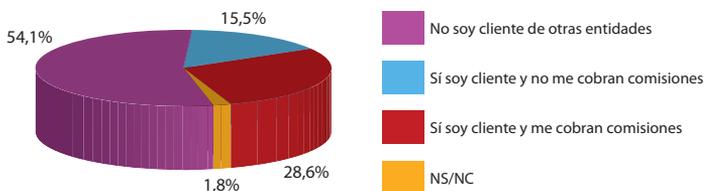
A) Conocimiento de la existencia de comisiones

Comisiones de la entidad de su cuenta principal



Base: Muestra total (500 casos).

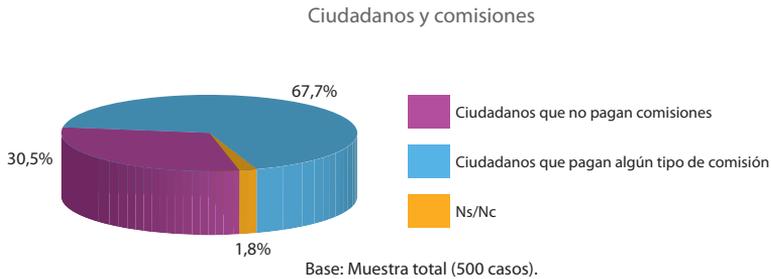
Comisiones en otras entidades



Base: Muestra total (500 casos).

Seis de cada diez ciudadanos (59,4%) aseguran que en la entidad financiera de la cuenta que usan principalmente **les cobran comisiones** por alguna de estas operaciones: transferencias, mantenimiento de cuentas o tarjetas, descubiertos, cancelación (total o parcial) de hipotecas, retiro de dinero, pago con tarjetas, etc.

Por su parte el 28,6% afirman que son clientes de otras entidades financieras a parte de la que usan principalmente y que en estas entidades les cobran comisiones por alguna de las operaciones detalladas en el párrafo anterior.



Como quiera que quienes son clientes de dos o más entidades pueden pagar comisiones en varias entidades o sólo en una de ellas y en otras no, se ha procedido a la agrupación de todos aquellos ciudadanos que afirman pagar algún tipo de comisión en su entidad financiera (si tienen sólo una) o en cualquiera de ellas (si tienen más de una), resultando que **el 67,7% de los ciudadanos pagan algún tipo de comisión**, mientras que el 30,5% afirman que no lo hacen, representando el segmento de población que no las tiene o que desconoce que las tiene.

Con respecto a las diferencias establecidas en función de los distintos grupos de edad, destaca de forma significativa el porcentaje de ciudadanos que pagan comisiones entre aquellos que tienen **de 35 a 44 años (78,8%)**, afectando en este segmento a **casi ocho de cada diez ciudadanos**.

Si atendemos al tipo de entidad, el porcentaje de quienes pagan algún tipo de comisión entre los clientes de las cajas de ahorros (71,7%) es significativamente superior al registrado entre los clientes de bancos (61,8%).

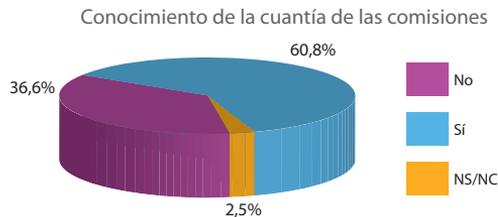
Atendiendo a los ingresos se observa cómo el porcentaje de quienes pagan algún tipo de comisión es entre quienes cobran de 901 a 1.300 € (76,3%) significativamente superior al registrado entre quienes tienen ingresos inferiores (60,5%). Resulta llamativo observar cómo el porcentaje de quienes pagan comisiones entre los que cobran por encima de los 1.300 € (69,2%) es inferior al registrado en el segmento inmediatamente anterior.



B) La cuantía de las comisiones

B.1) Conocimiento

A todos aquellos ciudadanos que su entidad (o entidades) les cobran comisiones de algún tipo, se les ha preguntado si conocen la cuantía de las mismas.



Base: Su entidad (o entidades) les cobran comisiones (338 casos).

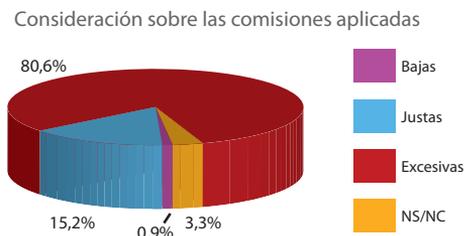
Seis de cada diez ciudadanos que pagan comisiones en sus entidades financieras afirman que conocen la cuantía de las mismas (60,8%) Pero... **¡¡más de un tercio asegura no conocer esa información (36,6%)!!**.

Atendiendo a la edad **el mayor desconocimiento** a este respecto se manifiesta **entre los menores de 25 años**, entre los cuales más de la mitad (54,4%) afirma desconocer la cuantía de las comisiones, porcentaje significativamente superior al registrado entre quienes tienen de 35 a 44 años (29,5%).

Atendiendo al tamaño de hábitat de los municipios de los ciudadanos se observa cómo **hay un mayor desconocimiento en las ciudades grandes que en el ámbito rural**. De modo que el porcentaje de informantes que desconoce la cuantía de las comisiones que les cobran en sus entidades en los municipios de hasta 10.000 habitantes (26,4%) es significativamente inferior al registrado entre las ciudades con más de 50.000 habitantes ($\geq 41,5\%$).

B.2) Consideración

También se les ha consultado a los ciudadanos que saben que en sus entidades les cobran comisiones sobre la consideración que tienen a propósito de la cuantía de las mismas.



Base: Su entidad (o entidades) les cobran comisiones (338 casos).

La opinión de que **las comisiones aplicadas** por las entidades financieras **son excesivas** es **mayoritaria entre los ciudadanos** que son conscientes de que las pagan, así lo señala el **80,6%** de ellos.

Atendiendo a la edad, se observa cómo entre los más jóvenes la opinión de que las comisiones que pagan son excesivas la mantiene un porcentaje de población significativamente menor (50,3%) que el registrado entre el resto de grupos mayores. No obstante este dato debe ser considerado con la debida prudencia al tratarse de una base muestral reducida, provocada sin duda por el mayor desconocimiento de este aspecto en este segmento.

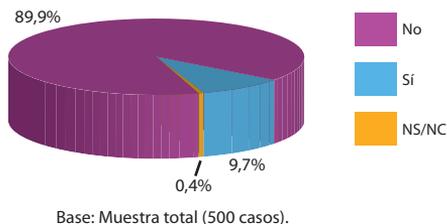
Si atendemos al tamaño de hábitat de los municipios de residencia de los informantes no hay grandes diferencias, tan sólo cabe destacar que la opinión de que las comisiones son excesivas destaca en las ciudades con 50.001 a 200.000 habitantes (88,8%), siendo este porcentaje significativamente superior al registrado en las ciudades más pequeñas con un número de habitantes entre 10.001 y 50.000 (75,7%). Sin embargo **la opinión de que las comisiones que pagan son justas es en el ámbito de los municipios más pequeños donde más aceptación tiene (20,4%)**, con un porcentaje significativamente superior al registrado en las ciudades con un número de habitantes comprendido entre los 50.001 y 200.000 (8,7%).

C) Servicio de internet del Banco de España sobre tarifas

El Banco de España dispone de un servicio por internet para informar sobre las tarifas de las comisiones aplicadas a productos y/o servicios financieros por parte de las entidades financieras. En este apartado se ha analizado el grado de conocimiento y desconocimiento de su existencia y la utilidad que los ciudadanos le conceden.

C.1) Conocimiento

Conocimiento del servicio por Internet del Banco de España sobre tarifas de comisiones



Tan sólo uno de cada diez ciudadanos afirma conocer el servicio por internet del Banco de España para informar sobre tarifas de comisiones (9,7%), mientras que una **amplia mayoría representada por el 90,0%** asegura **no conocer dicho servicio**.



P.20. ¿Conoce usted el servicio por internet del Banco de España que informa sobre las tarifas de las comisiones aplicadas a productos y/o servicios financieros por parte de las entidades financieras?

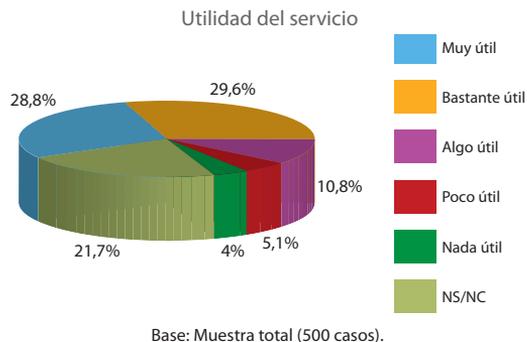
P.20	Total	Sexo		Edad					
		Hombre	Mujer	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	Más de 64 años
Base: Muestra total	500	245	255	47	98	102	85	66	102
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sí	9,7	11,6	7,8	8,5	8,3	8,9	13,8	7,6	10,2
No	90,0	88,4	91,5	91,5	91,7	91,1	86,2	92,4	87,9
NS/NC	0,4	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,8

El desconocimiento a este respecto **no está relacionado ni con el sexo ni con la edad** de los informantes ya que no se observan diferencias significativas entre los diferentes segmentos de población que forman.

Atendiendo al tipo de entidad financiera tampoco se observan diferencias significativas, aunque hay que señalar que el porcentaje de quienes conocen la existencia del servicio entre los clientes de los bancos (12,2%) es ligeramente superior al registrado entre los clientes de las cajas de ahorros (8,3%).

Si atendemos al tamaño de los municipios en los que residen los informantes, se percibe cómo **el mayor conocimiento del servicio de información del Banco de España se produce en las ciudades pequeñas** con un número de habitantes comprendido entre los 10.001 y los 50.000 (16,4%), registrando un porcentaje significativamente superior al señalado tanto en el ámbito rural formado por municipios con menos de 10.000 habitantes (6,4%) como en las ciudades de entre 50.001 y 200.000 habitantes (6,0%).

C.2) Utilidad

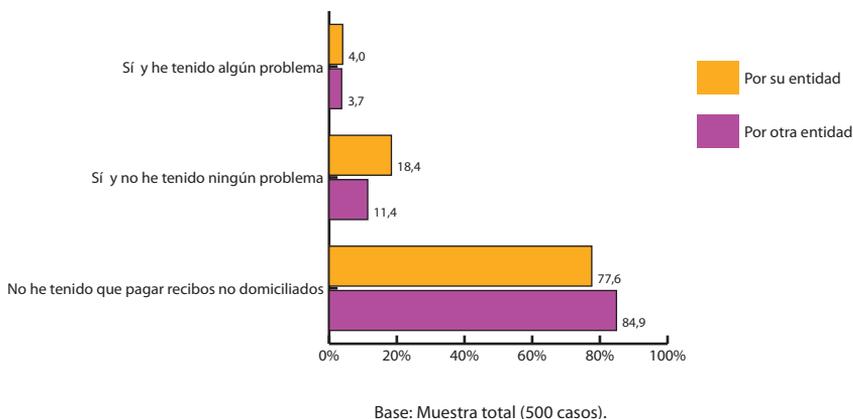


Sin embargo, consultados por la utilidad que puede tener un servicio como este, **siete de cada diez ciudadanos le conceden algún tipo de utilidad (69,2%)** ya sea considerándolo como algo útil (10,8%), bastante útil (29,6%) o muy útil (28,8%). También hay que señalar que el 9,1% de la población considera este servicio poco (5,1%) o nada útil (4,0%).

El alto porcentaje registrado de no respuesta a este respecto (21,7%) se puede atribuir al desconocimiento comprobado en el apartado anterior, por lo tanto, una vez observada la buena valoración de la utilidad considerada, hay que señalar que el **aspecto mejorable de este servicio del Banco de España es sin duda su notoriedad social.**

2.3. Recibos no domiciliados

Pago de recibos no domiciliados y existencia de problemas

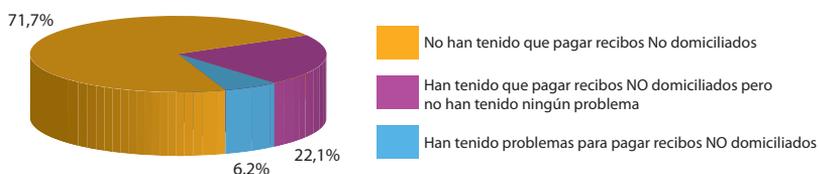


Casi la cuarta parte de los informantes (22,4%) ha tenido que pagar por medio de su entidad bancaria algún recibo no domiciliado en el último año, el 4,0% ha tenido algún problema para hacerlo y el 18,4% no han tenido ningún problema.



Por otro lado, hasta un 15,1% de los ciudadanos ha tenido que pagar por medio de otra entidad bancaria algún recibo no domiciliado, en este caso el 3,7% han tenido algún problema para realizarlo y el 11,4% ninguno.

Pago de recibos no domiciliados y existencia de problemas

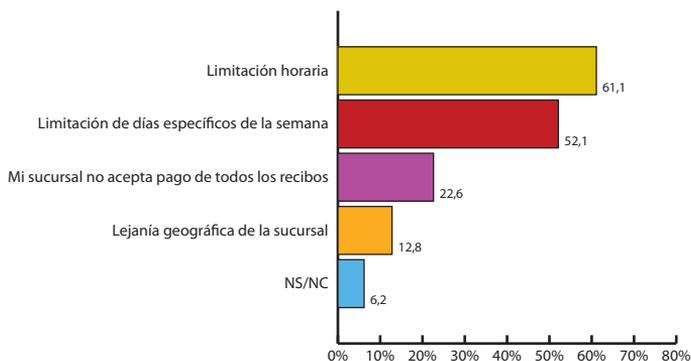


Base: Muestra total (500 casos).

En total, agrupando por un lado el segmento de la población que ha tenido que pagar recibos no domiciliados ya sea en su entidad bancaria o en otra y por otro el de aquellos que no han tenido que pagarlo, se observa cómo el 28,3% de la población se ha visto obligada a pagar algún recibo no domiciliado, habiendo tenido el 6,2% algún problema para realizar el pago y el 22,1% ningún problema. Siete de cada diez ciudadanos (71,7%) no han tenido que pagar recibos no domiciliados en el último año.

Si atendemos a los distintos grupos de edad podemos observar que el porcentaje de quienes han tenido problemas para pagar los recibos no domiciliados es entre quienes tienen de 35 a 44 años (13,9%) significativamente superior al registrado por el conjunto de ciudadanos (6,2%), especialmente en los segmentos con edades inferiores a los 35 años ($\leq 4,2\%$) y superiores a los 65 (0,0%). Entre estos últimos el 83,2% no han tenido que pagar este tipo de recibos.

Motivos del problema



Base: Han tenido problemas en el pago de recibos no domiciliados (31 casos).

Entre aquellas personas que sí han tenido problemas en el pago de recibos no domiciliados destacan fundamentalmente dos principales problemas mencionados: “la limitación horaria”, a la que aluden seis de cada diez ciudadanos que han tenido problemas (61,1%) y “la limitación de días específicos de la semana”, mencionada por más de la mitad (52,1%).

Otros problemas que se han producido al realizar el pago de recibos no domiciliados, aunque en menor frecuencia que los dos anteriores, son que “su sucursal no acepta el pago de estos recibos” (22,6%) y “la lejanía geográfica de la sucursal en la que se tenía que hacer” (12,8%).

Podemos deducir de estos datos que existe discriminación hacia el pagador de recibos (ya sea cliente de una entidad financiera o usuario de la misma). Esta discriminación la provoca tanto la Administración Pública -al limitar las entidades financieras en las que se puede pagar-, como las propias entidades financieras, al limitar la posibilidad de hacerlo -no aceptándolo, restringiendo horarios, etc.-



3. Conocimiento y transparencia de los procedimientos

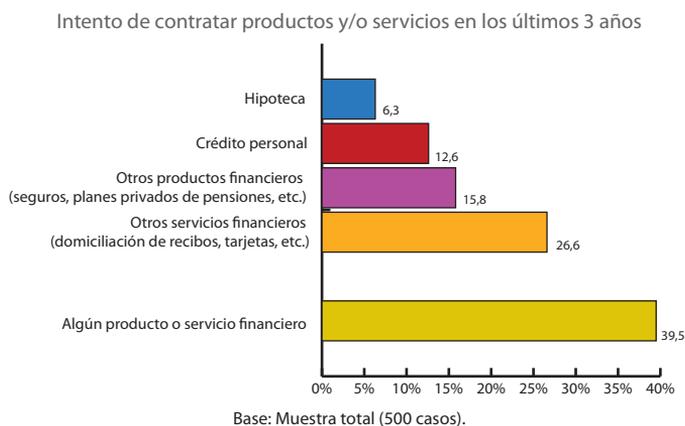
Un importante objetivo de la investigación ha sido detectar el nivel de conocimiento de los ciudadanos sobre los procedimientos utilizados por las entidades financieras así como la transparencia de los mismos.

Por ello se ha tratado de dimensionar una serie de aspectos tales como la contratación que se ha pretendido realizar en los tres últimos años, las prácticas abusivas realizadas en esta contratación, los medios utilizados, las principales inquietudes y la utilización por parte de los usuarios de algunas prácticas como la comparación de precios o la realización de quejas, reclamaciones o consultas.

3.1. Contratación y condiciones abusivas

A) Contratación

En este apartado tratamos de medir la actividad financiera que se ha pretendido realizar por los ciudadanos en plena crisis económica. Para ello se ha consultado a los ciudadanos si han intentado contratar en los últimos tres años (etapa caracterizada por el contexto de crisis) alguna hipoteca, crédito personal, otros productos y/u otros servicios financieros.



En este sentido se puede comprobar que durante los últimos tres años **cuatro de cada diez ciudadanos (39,5%) han intentado contratar algún producto o servicio financiero**. Y, concretamente, “otros servicios financieros” (como la domiciliación de recibos, tarjetas, etc.) ha sido el servicio más demandado entre los ciudadanos (26,6%).

P.15. ¿Ha intentado usted contratar alguno de los siguientes productos y/o servicios en los últimos 3 años?

P.15	Total	Sexo		Edad					
		Hombre	Mujer	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	Más de 64 años
Base: Muestra total	500	245	255	47	98	102	85	66	102
% Sí	%	%	%	%	%	%	%	%	%
P.15.1. Hipoteca	6,3	7,7	5,1	2,2	7,4	10,6	9,1	4,6	1,9
P.15.2. Crédito personal	12,6	15,3	10,0	8,4	12,6	17,1	12,9	16,4	7,5
P.15.3. Otros productos financieros (seguros, planes privados de pensiones, etc.)	15,8	19,7	12,1	6,2	15,8	32,4	15,1	12,2	6,9
P.15.4. Otros servicios financieros (domiciliación de recibos, tarjetas, etc.)	26,6	30,2	23,0	23,3	37,1	38,0	20,2	23,0	14,3
P.15_T. Algún producto o servicio financiero	39,5	45,6	33,6	31,7	48,7	56,4	37,7	39,3	19,1

En función del sexo se observa que el porcentaje de ciudadanos que han intentado algún tipo de contratación es **entre los hombres (45,6%) significativamente superior al registrado entre las mujeres (33,6%)**. Esta diferencia se debe especialmente a las diferencias registradas a propósito de la contratación de otros productos financieros (seguros, planes de pensiones...), ámbito de contratación en el que el porcentaje registrado entre ellos (19,7%) es significativamente superior al registrado entre ellas (12,1%).

Atendiendo a la edad de los informantes, el segmento para el que se registra un mayor porcentaje de personas que han intentado contratar alguno de estos cuatro productos o servicios es en todos los casos el de quienes tienen de 35 a 44 años, de hecho más de la mitad de ellos (56,4%) han intentado algún tipo de contratación. Concretamente para este segmento el 10,6% han intentado contratar una hipoteca, el 17,1% un crédito personal, el 32,4% otros productos financieros y el 38,0% otros servicios financieros, siendo estos dos últimos porcentajes significativamente superiores a los registrados por el resto de segmentos.

P.15. ¿Ha intentado usted contratar alguno de los siguientes productos y/o servicios en los últimos 3 años?

	Tipo de entidad		Hábitat				Ingresos			Estudios		
	Banco	Caja	Hasta 10,000 h.	De 10,001 a 50,000 h.	De 50,001 a 200,000 h.	Más de 200,000 h.	Hasta 900 €	De 901 a 1,300 €	Más de 1,300 €	Hasta primarios	Secundarios	Universitarios
Total												
Base: Muestra total	500	297	106	132	114	148	143	114	152	152	198	142
% Sí	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
P.15.1. Hipoteca	6,3	7,0	8,2	9,2	7,9	1,3	2,9	3,5	14,2	3,3	7,4	8,5
P.15.2. Crédito personal	12,6	16,3	11,7	18,6	12,1	8,3	4,3	14,8	20,6	9,7	15,6	12,3
P.15.3. Otros productos financieros (seguros, planes privados de pensiones, etc.)	15,8	16,1	22,4	15,9	18,7	8,9	11,3	15,8	25,0	11,9	17,5	18,6
P.15.4. Otros servicios financieros (domiciliación de recibos, tarjetas, etc.)	26,6	27,2	30,7	28,4	24,6	23,6	23,9	30,3	34,4	18,4	25,3	38,5
P.15_T. Algún producto o servicio financiero	39,5	44,1	37,8	38,9	47,0	41,3	31,9	30,2	41,7	55,7	29,4	41,6



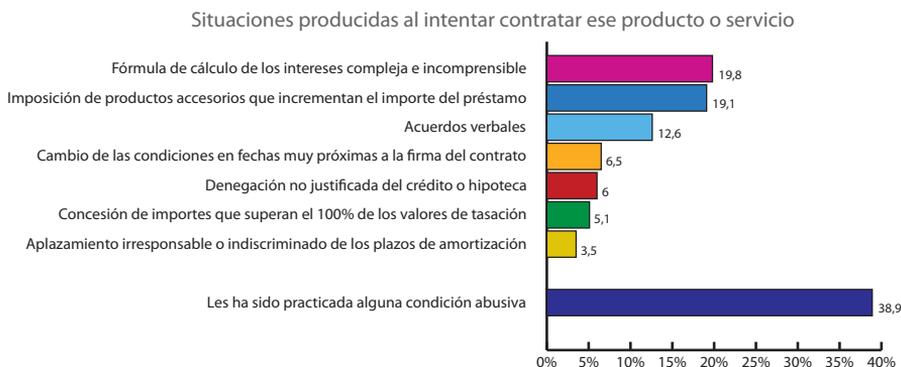
Si atendemos al tamaño de hábitat de los informantes podemos observar cómo **las principales diferencias se registran en el segmento de aquellos ciudadanos que viven en las ciudades con más de 200.000 habitantes**, en cuyo ámbito disminuye el intento de contratación en los últimos tres años en los cuatro tipos de contratación, siendo el porcentaje registrado de quienes pretendieron contratar una hipoteca (1,3%) y de quienes pretendieron contratar otros productos financieros (8,9%) significativamente inferior al registrado entre los segmentos compuestos por ciudades con menos población ($\geq 7,9\%$ y $\geq 15,9\%$ respectivamente). En general el porcentaje de quienes han intentado contratar algún tipo de producto o servicio en las ciudades más grandes es del 31,9%, el menor de todos los segmentos.

Atendiendo a los ingresos de los ciudadanos se observa cómo **un mayor nivel de ingresos está relacionado con el intento de contratación**, así lo refleja el 55,7% de quienes ingresan más de 1.300 € mensuales que han intentado algún tipo de contratación. En concreto, entre la población de este segmento se registra el mayor porcentaje de individuos que han intentado contratar cada uno de estos productos o servicios, siendo la diferencia significativamente superior en el caso de la contratación de hipotecas (14,2%), de créditos personales (20,6%) y de otros productos financieros (seguros, planes de pensiones...) (25,0%) con respecto al conjunto de la población y a los segmentos con menos ingresos.

En función del nivel de estudios terminados hay que señalar que **entre quienes tienen estudios universitarios se registran los mayores porcentajes de quienes han intentado contratar algún producto o servicio (49,6%)**, siendo éste significativamente superior en el caso del intento de contratación de otros servicios tales como la domiciliación de recibos, tarjetas, etc. (38,5%) mientras que en el resto de segmentos con estudios inferiores a universitarios el porcentaje no supera el 25,3%.

B) Condiciones abusivas

A todos aquellos informantes que han intentado la contratación de alguno de los productos o servicios en los tres últimos años se les ha consultado sobre la existencia de hasta siete condiciones consideradas prácticas abusivas para el usuario en la negociación de dicha contratación.



Base: Han intentado contratar productos y/o servicios financieros en los 3 últimos años (197 casos).



A este respecto cabe destacar que **a cuatro de cada diez ciudadanos** que intentaron contratar alguno de los productos o servicios financieros durante los tres últimos años (38,9%) **se les ha practicado** por parte de su entidad financiera **alguna de las siete condiciones abusivas** expuestas.

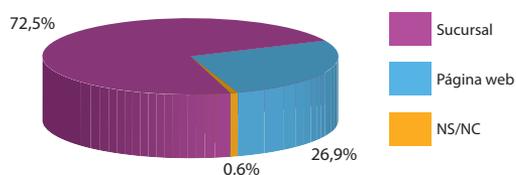
En concreto las dos prácticas abusivas más frecuentes son **la fórmula de cálculo de intereses compleja e incomprensible y la imposición de productos accesorios que incrementan el importe del préstamo**, ambas condiciones se les ha practicado a dos de cada diez ciudadanos que han intentado contratar productos o servicios, suponiendo un 19,8% y un 19,1% respectivamente quienes aluden a cada una de ellas.

La tercera de las prácticas abusivas más frecuente es la **realización de acuerdos verbales**, algo practicado por las entidades financieras al 12,6% de ciudadanos que intentaron contratar algún producto o servicio en los últimos tres años.

Otras condiciones consideradas abusivas han sido producidas en el caso del intento de contratación para porcentajes más reducidos de población, tal es el caso del cambio de las condiciones en fechas muy próximas a la firma del contrato (6,5%), la denegación no justificada del crédito o hipoteca (6,0%), la concesión de importes que superan el 100% de los valores de tasación (5,1%) y el aplazamiento irresponsable o indiscriminado de los plazos de amortización (3,5%).

3.2. Medios utilizados

Utilización principal de página web o sucursal



Base: Muestra total (500 casos).

Ir a la sucursal se mantiene como el medio más utilizado para realizar sus actividades financieras según señala la mayoría de la población (72,5%). No obstante, hay que señalar que más de la cuarta parte de los informantes utilizan principalmente la página web (26,9%) para realizar estas actividades, lo que nos permite cuantificar el incremento del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en las prácticas financieras domésticas.

P.17. Para realizar sus actividades financieras usted ¿utiliza principalmente la página web o va a la sucursal?

P.17	Total	Sexo		Edad					
		Hombre	Mujer	De 18 a 24 años	De 25 A 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	Más de 64 años
Base: Muestra total	500	245	255	47	98	102	85	66	102
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Página web	26,9	32,0	22,0	27,4	42,5	42,4	30,4	10,6	3,8
Sucursal	72,5	67,2	77,6	72,6	57,5	57,6	68,3	87,7	95,3
NS/NC	0,6	0,8	0,4	0,0	0,0	0,0	1,3	1,7	0,9

La página web es utilizada principalmente por un porcentaje de hombres (32,0%) significativamente superior al registrado entre las mujeres que usan este medio (22,0%). Mientras que **la gestión realizada mediante la sucursal destaca más entre las mujeres**, registrando un porcentaje de aquellas que así lo hacen (77,6%) significativamente superior al registrado entre los hombres (67,2%).

La utilización de uno u otro medio está claramente relacionada con la edad de los ciudadanos, observándose una clara barrera que se forma a los 55 años de edad. El porcentaje de quienes usan principalmente internet entre los segmentos con menos de 55 años ($\geq 30,4\%$) es significativamente superior al registrado entre quienes tienen una edad superior a esa ($\leq 10,6\%$). De forma inversa, quienes realizan estas actividades en la sucursal entre quienes tienen 55 y más años representan unos porcentajes ($\geq 87,7\%$) significativamente superiores a quienes las realizan también en la sucursal entre los segmentos con menos edad ($\leq 72,6\%$).



P.17. Para realizar sus actividades financieras usted ¿utiliza principalmente la página web o va a la sucursal?

P.17	Total	Tipo de entidad		Hábitat				Ingresos			Estudios		
		Banco	Caja	Hasta 10.000 h.	De 10.001 a 50.000 h.	De 50.001 a 200.000 h.	Más de 200.000 h.	Hasta 900 €	De 901 a 1.300 €	Más de 1.300 €	Hasta primarios	Secundarios	Universitarios
Base: Muestra total	500	193	297	106	132	114	148	143	114	152	152	198	142
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Página web	26,9	33,3	23,3	22,3	30,9	25,5	27,7	14,9	25,8	44,4	4,5	31,8	45,4
Sucursal	72,5	66,1	76,7	76,9	68,3	73,6	72,3	84,4	74,2	54,9	94,9	67,6	53,9
NS/NC	0,6	0,6	0,0	0,9	0,8	0,9	0,0	0,7	0,0	0,7	0,6	0,6	0,8

Para el/al ciudadano/a español/a tiene todavía una gran importancia el uso de la oficina bancaria o sucursal, dándole a la interlocución y al trato humano una gran importancia. Atendiendo al tipo de entidad, se observa que **la utilización principalmente de internet tiene mayor presencia entre los clientes de los bancos**, registrándose entre ellos un porcentaje (33,3%) significativamente superior al registrado entre los clientes de las cajas de ahorros (23,3%). Por tanto, la utilización de la sucursal entre los clientes de las cajas de ahorros se produce en un porcentaje (76,7%) significativamente superior al registrado entre los clientes de los bancos (66,1%).

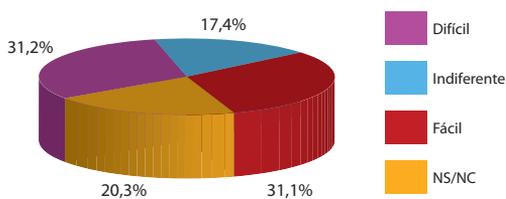
La utilización de internet está directa y significativamente relacionada con mayores niveles de ingresos y de estudios. Así, el porcentaje de quienes utilizan principalmente internet crece de forma gradual a medida que se avanza en los tres niveles de ingresos y de estudios, pasando de ser el 14,9% entre quienes ingresan menos de 900 € y el 4,5% entre quienes tienen estudios hasta primarios, a registrar un 44,4% entre quienes ingresan a partir de 1.300 € y un 45,4% entre quienes tienen estudios universitarios. De igual forma, el porcentaje de quienes utilizan la sucursal entre quienes ingresan menos de 900 € (84,4%) y quienes tienen estudios hasta primarios (94,9%) es significativamente superior al registrado entre quienes ingresan 900 € o más ($\leq 74,2\%$) y quienes tienen estudios secundarios (67,6%) o universitarios (53,9%).

3.3. Comparación de precios y principales inquietudes

A) Dificultad en la comparación de precios

En cuanto a la comparación de precios entre productos similares de diferentes entidades bancarias, comenzamos por comprobar la facilidad o dificultad encontrada para realizar dicha comparación por parte de los usuarios.

Dificultad para comparar precios entre diferentes entidades



Base: Muestra total (500 casos).

En este sentido, tres de cada diez ciudadanos afirman que les ha resultado fácil realizar la comparación de precios entre productos similares de diferentes entidades bancarias (31,1%). No obstante, **el porcentaje de quienes afirman que esta comparación les ha resultado difícil es prácticamente el mismo (31,2%)**. Por su parte un 17,4% se muestra indiferente ante esta consulta.

Hay que señalar también el apreciable porcentaje de no respuesta a esta cuestión que alcanza a dos de cada diez ciudadanos (20,3%), este dato refleja el alcance de la desinformación existente a este respecto, lo que da a entender que **no hay claridad en la información ofrecida al usuario por las entidades financieras**.

Atendiendo al sexo de los informantes, la única diferencia significativa se observa en el porcentaje de hombres que afirman haberles resultado fácil realizar la comparación entre precios de productos similares entre distintas entidades (35,6%), que es significativamente superior al registrado entre las mujeres (26,9%).

En función de la edad de los ciudadanos entrevistados podemos observar que en el segmento formado por quienes tienen de 45 a 54 años se registra el más alto porcentaje de quienes consideran fácil la comparación (40,8%), que es significativamente superior al registrado entre los segmentos con más de 54 años ($\leq 22,8\%$). Mientras que el mayor porcentaje de quienes consideran difícil la comparación se da entre quienes tienen 65 años o más (17,1%) y es significativamente inferior al registrado en el resto de grupos, especialmente en el caso de los más jóvenes, entre los cuales el porcentaje de quienes les ha resultado difícil la comparación alcanza el 42,6%. En el segmento de los mayores de 65 años se registra, además, un porcentaje significativamente alto de quienes desconocen esta información y no contestan al respecto (40,1%), confirmando lo anteriormente expuesto y cuestionando, en todo caso, **el tipo de información que se da a los usuarios/as mayores por parte de las entidades financieras**, especialmente, si es lo suficientemente clara y sencilla para que la comprendan.



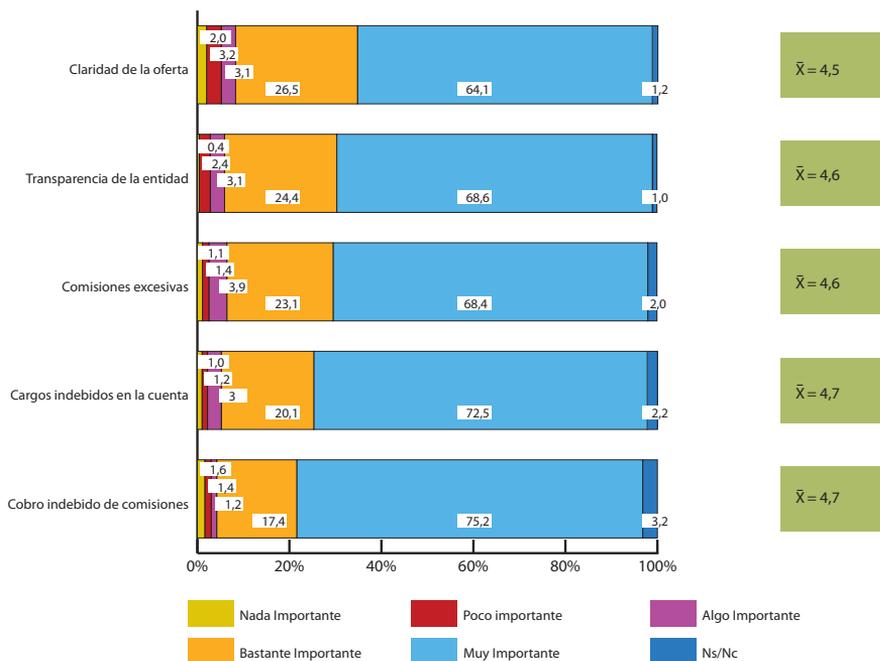
Ahondando en este último parámetro, y atendiendo a los ingresos de los ciudadanos se observa que en el segmento de quienes ingresan menos de 900 € mensuales, es entre los que el porcentaje de quienes no responden a esta cuestión -reflejando una mayor desinformación (25,8%)- es significativamente superior al registrado entre quienes ingresan más de 1.300 € (11,7%).

De la misma forma, y atendiendo al nivel de formación, entre el segmento de quienes tienen un menor nivel de estudios hasta primarios se registra un porcentaje de quienes consideran fácil la comparación de precios entre entidades bancarias (19,3%) significativamente inferior al registrado entre quienes tienen estudios secundarios (37,3%) o universitarios (35,5%). Además es en este segmento en el que el porcentaje de no respuesta que refleja la desinformación al respecto (34,1%) es significativamente superior al registrado en los otros dos segmentos ($\leq 14,0\%$), constatando una mayor desinformación en los segmentos con menor estatus social.

B) Principales inquietudes a la hora de contratar un producto o servicio financiero

Para dimensionar cuáles son las principales inquietudes de los ciudadanos a la hora de contratar un producto o servicio financiero, se les ha preguntado por la importancia que conceden a cinco aspectos específicos: la claridad de la oferta, la transparencia de la entidad, las comisiones excesivas, los cargos indebidos en la cuenta y los cobros indebidos de comisiones.

Grado de importancia de distintos aspectos a la hora de contratar un servicio o producto financiero

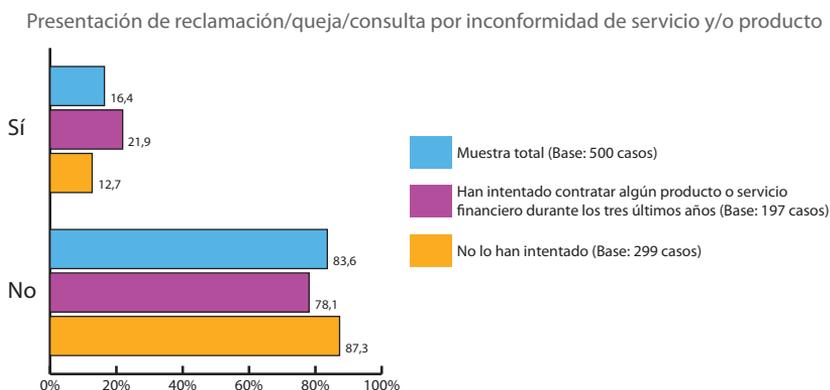


Las diferencias registradas son muy pequeñas entre unos y otros aspectos aunque cabe destacar que la mayor puntuación media de la importancia concedida (4,7) recae sobre los **“cargos indebidos en la cuenta”**, considerado como bastante (20,1%) o muy importante (72,5%) por el 92,6% de los ciudadanos y el **“cobro indebido de comisiones”**, que hasta para un 92,6% de informantes se trata de un aspecto bastante (17,4%) o muy importante (75,2%). Por su parte, **“la claridad de la oferta”** registra la valoración media más baja, aunque se trata de una valoración de importancia bastante alta (4,5).

3.4. Reclamaciones, quejas o consultas

Para cerrar el bloque dedicado al conocimiento y transparencia de los procedimientos se ha tratado de comprobar en qué medida los ciudadanos recurren a su derecho de presentar reclamaciones, quejas o consultas ante las entidades financieras cuando no se sienten conformes con el producto o servicio financiero contratado, el lugar de presentación, el medio utilizado y la calidad con la que la entidad ha resuelto la situación demandada.

A) Práctica



El 16,4% de los ciudadanos mayores de 18 años han presentado alguna reclamación, queja o consulta por un servicio o producto financiero no conforme con lo que esperaba.

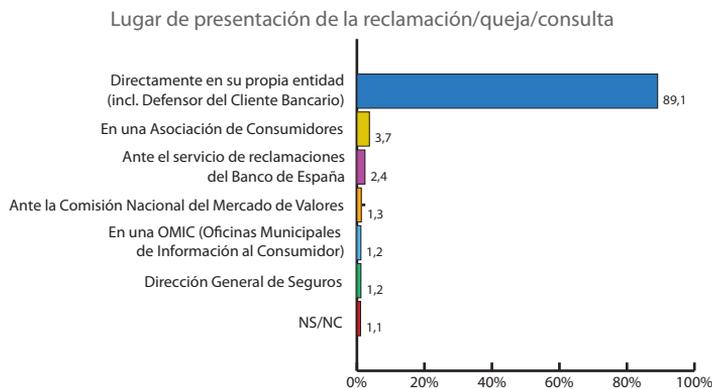
Centrándonos en el segmento de ciudadanos que han intentado contratar algún producto o servicio financiero en los últimos tres años, podemos observar que en ese colectivo el porcentaje de quienes han realizado quejas, reclamaciones o consultas (21,9%) es significativamente superior al registrado entre el resto, que disponen de productos y servicios con anterioridad a esos tres años (12,7%).

Atendiendo a la edad destaca el segmento de quienes tienen entre 35 y 44 años, entre los cuales el porcentaje de quienes sí han presentado este tipo de demandas (25,5%) es significativamente superior al registrado para el conjunto de la población (16,4%) y al registrado en los segmentos de los más jóvenes (10,3%) y de los más mayores (10,3%).



Atendiendo al nivel de ingresos se observa que los porcentajes de quienes sí han puesto quejas, reclamaciones o consultas en las entidades financieras son entre quienes ingresan mensualmente de 901 a 1.300 € (20,4%) y quienes cobran cantidades superiores a los 1.300 € (21,1%) significativamente superiores al registrado entre quienes ingresan hasta 900 € (11,1%).

B) Lugar de presentación



Base: Han presentado alguna reclamación/queja/consulta (82 casos).

El lugar mayoritariamente escogido para presentar una reclamación, queja o consulta es directamente en su propia entidad (incluyendo el defensor del cliente bancario), así lo aseguran nueve de cada diez ciudadanos que han presentado en alguna ocasión alguna de estas demandas (89,1%).

C) Medio utilizado



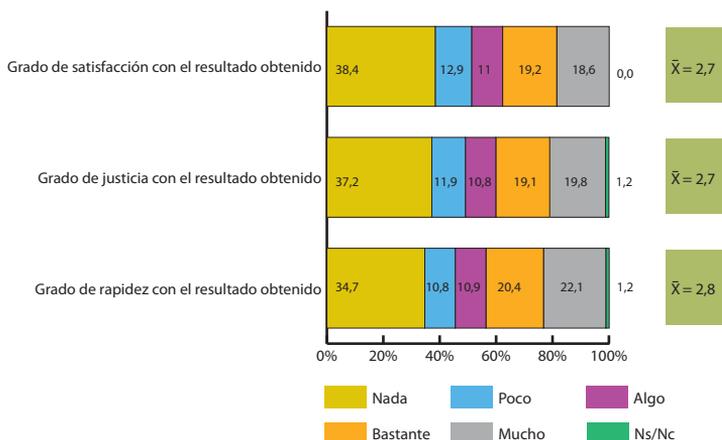
Base: Han presentado alguna reclamación/queja/consulta (82 casos).

El medio más comúnmente utilizado para realizar las reclamaciones, quejas o consultas entre aquellos ciudadanos que han presentado alguna de ellas es el presencial, algo que aseguran ocho de cada diez ciudadanos reclamantes (80,8%).

D) Calidad de la resolución

Para dimensionar la calidad dispensada por la entidad financiera a la resolución, los ciudadanos que han formulado alguna reclamación, queja o consulta han sido consultados por tres aspectos concretos relacionados con la respuesta de la entidad: grado de satisfacción, de justicia y de rapidez en la resolución del problema.

Calidad de la resolución por parte de las entidades financieras



Base: Han presentado alguna reclamación/queja/consulta (82 casos).

En una escala de 1 a 5 la valoración dispensada de la respuesta no es todo lo óptima que cabría esperar.

Así **el grado de satisfacción obtenido con la respuesta registra una valoración media de 2,7**, no en vano más de la mitad de los informantes reclamantes (51,3%) califica la resolución de la entidad financiera como poco (12,9%) o nada satisfactoria (38,4%), siendo estos porcentajes de valoraciones negativas los mayores registrados entre los tres aspectos analizados.

Para el grado de justicia también se registra una valoración media de 2,7, fruto del 49,1% de reclamantes que consideran la resolución por parte de la entidad financiera poco (11,9%) o nada justa (37,2%).

En cuanto a la rapidez en la resolución del problema, este aspecto registra una mejor valoración media (2,8) aunque claramente insuficiente, ya que hasta un 45,5% de la población califica la respuesta como poco (10,8%) o nada rápida (34,7%).

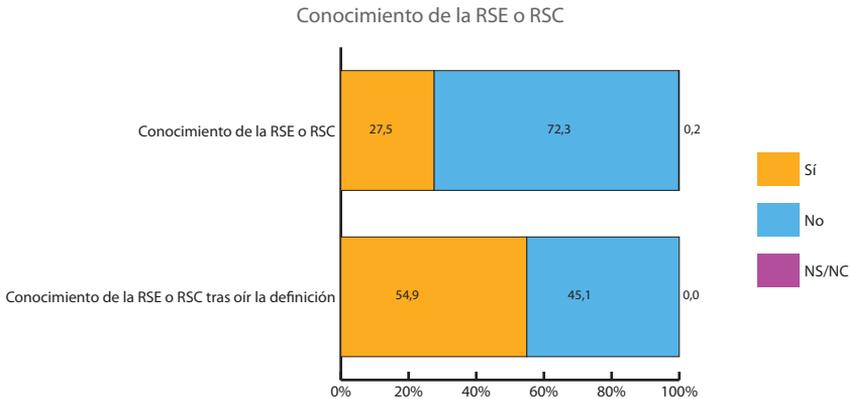


4. La Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) y la Inversión Socialmente Responsable (ISR)

En este apartado la atención se centra directamente en la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) y en la Inversión Socialmente Responsable (ISR).

En concreto, se trata en primer lugar de dimensionar el conocimiento de la existencia de estos conceptos de forma espontánea y volver a hacerlo una vez aportada una definición sintética de cada uno. También se pretende comprobar el interés de la población por consumir productos de Inversión Socialmente Responsable (ISR) y la actitud de los usuarios ante el supuesto de que la entidad financiera con la que trabajan realizara actividades contrarias a la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE).

4.1. Conocimiento



Base: Muestra total (500 casos).

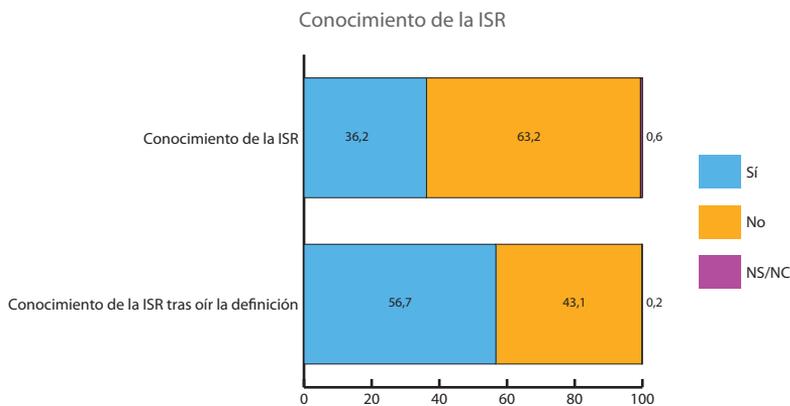
Casi tres cuartas partes de los ciudadanos mayores de 18 años asegura de forma espontánea no saber qué es la Responsabilidad Social de las Empresas (72,3%), frente al 27,5% que afirman sí saberlo.

Sin embargo, tras oír una definición resumida, más de la mitad de los ciudadanos (54,9%) declaran conocer o haber oído hablar de la Responsabilidad Social de las Empresas, llegando a doblar al porcentaje que refleja el conocimiento espontáneo.

Todo ello pone de manifiesto dos conclusiones: que casi la mitad de los ciudadanos no sabe nada ni ha oído hablar de la RSE (45,1%) y que el concepto de “responsabilidad social de las empresas” es conocido por el 54,9% aunque sólo el 27,5% afirma espontáneamente saber lo que es.

Atendiendo al tamaño de hábitat de los municipios **el grado de información es menor en los municipios pequeños** (en estos se registra el porcentaje menor de quienes conocen o han oído hablar alguna vez de la RSE -44,9%- siendo este significativamente inferior al registrado en las ciudades con un número de habitantes comprendido entre los 10.001 y los 200.000 -≥58,8%-).

Atendiendo al nivel de estudios, **entre quienes tienen más alta formación se manifiesta un mayor conocimiento de lo que es la RSE**, así lo refleja el 67,4% registrado entre quienes tienen estudios universitarios, porcentaje significativamente superior al registrado entre quienes tienen estudios secundarios (50,3%) o hasta primarios (50,1%).



Base: Muestra total (500 casos).

En cuanto a la Inversión Socialmente Responsable (ISR), un 36,2% de ciudadanos mayores de 18 años afirman de forma espontánea conocerla, porcentaje que pasa a ser el 56,7% una vez escuchada la definición resumida.

Las conclusiones que se pueden sacar son prácticamente las mismas: **El 43,1% de los ciudadanos no saben ni han oído hablar nunca de la existencia de la ISR**. Más de la mitad de la población (56,7%) conoce o ha oído hablar del concepto de la “inversión socialmente responsable” aunque sólo el 36,2% manifiesta espontáneamente saber qué es.



P.26.A. Y ahora, una vez escuchada su definición ¿Conoce o ha oído usted hablar de la Inversión Socialmente Responsable?

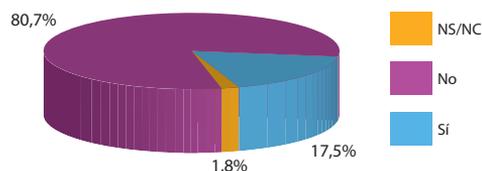
P.26	Total	Tipo de entidad		Hábitat				Ingresos			Estudios		
		Banco	Caja	Hasta 10.000 h.	De 10.001 a 50.000 h.	De 50.001 a 200.000 h.	Más de 200.000 h.	Hasta 900 €	De 901 a 1.300 €	Más de 1.300 €	Hasta primarios	Secundarios	Universitarios
Base: Muestra total	500	193	297	106	132	114	148	143	114	152	152	198	142
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sí	56,7	55,7	58,1	51,8	59,1	54,1	60,0	54,9	53,8	68,0	43,8	53,4	77,4
No	43,1	43,8	41,9	48,2	40,9	45,1	40,0	45,1	46,2	32,0	55,6	46,6	22,6
NS/NC	0,2	0,5	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0

Por un lado y atendiendo a los ingresos de los informantes, **casi siete de cada diez ciudadanos que ingresan más de 1.300 € al año (68,0%) conocen o han oído hablar de la ISR**, porcentaje significativamente superior al registrado en los segmentos con ingresos inferiores ($\leq 54,9\%$).

Por otro lado, atendiendo a los estudios de los informantes se aprecia una asociación directa. **El nivel de conocimiento es superior a medida que lo es el nivel de estudios.** Mientras que entre los que tienen estudios hasta primarios el porcentaje de quienes conocen o han oído hablar de la ISR (43,8%) es significativamente inferior al que se registra en el conjunto de la muestra (56,7%), entre los que tienen estudios universitarios el porcentaje de quienes la conocen o han oído hablar de ella (77,4%) es significativamente superior tanto al del conjunto de la muestra como al del resto de los segmentos con menos estudios.

4.2. Información e interés por la contratación de productos de ISR

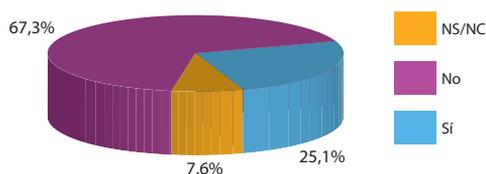
Información de su entidad sobre la posibilidad de contratar productos de ISR



Base: Muestra total (500 casos).

Las entidades bancarias no han dedicado muchos recursos en informar sobre la posibilidad de contratar productos éticos o de inversión socialmente responsable, así se desprende del hecho de que el 17,5% de los ciudadanos con más de 18 años sí afirman haber recibido información por parte de su entidad financiera sobre esta posibilidad y de que ocho de cada diez ciudadanos (80,7%) aseguran no haber recibido nunca ese tipo de información.

Disposición a contratar productos de ISR



Base: Muestra total (500 casos).

En cuanto a la disposición de los ciudadanos a contratar algún producto ético o de ISR uno de cada cuatro (25,1%) afirma que sí contrataría algún producto ético o de ISR si tuvieran la posibilidad. Un 67,3% declara que no lo haría.



P.28. ¿Estaría usted interesado en contratar algún producto ético o de ISR si tuviera la posibilidad?

P.28	Total	Sexo		Edad					
		Hombre	Mujer	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	Más de 64 años
Base: Muestra total	500	245	255	47	98	102	85	66	102
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sí	25,1	26,1	24,1	49,6	29,8	23,4	25,7	25,2	10,5
No	67,3	63,6	70,8	44,2	61,6	67,7	63,8	67,2	85,8
NS/NC	7,6	10,2	5,1	6,3	8,6	8,8	10,5	7,5	3,7

La edad sí tiene relación con este aspecto, de manera que se percibe **una mayor disposición a contratar productos de ISR entre los más jóvenes y menor entre los más mayores**. Así, entre quienes tienen de 18 a 24 años el porcentaje de quienes afirman que sí contratarían algún producto de este tipo representa a la mitad de ellos (49,6%) y es significativamente superior al registrado entre el resto de grupos de edad ($\leq 29,8\%$). Mientras que entre quienes tienen 65 y más años el porcentaje de quienes afirman estar dispuestos a contratar algún producto de ISR (10,5%) es significativamente inferior al registrado en el resto de segmentos ($\geq 23,4\%$).

P.28. ¿Estaría usted interesado en contratar algún producto ético o de ISR si tuviera la posibilidad?

P.28	Total	Tipo de entidad		Hábitat				Ingresos			Estudios		
		Banco	Caja	Hasta 10.000 h.	De 10.001 a 50.000 h.	De 50.001 a 200.000 h.	Más de 200.000 h.	Hasta 900 €	De 901 a 1.300 €	Más de 1.300 €	Hasta primarios	Secundarios	Universitarios
Base: Muestra total	500	193	297	106	132	114	148	143	114	152	152	198	142
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sí	25,1	27,1	24,3	27,6	26,6	21,3	25,0	24,0	26,5	31,6	10,2	28,5	37,1
No	67,3	66,5	67,0	68,8	61,3	71,8	68,1	70,3	68,2	57,9	80,8	65,9	53,6
NS/NC	7,6	6,4	8,7	3,6	12,1	7,0	6,9	5,6	5,4	10,6	9,0	5,7	9,2

Atendiendo al nivel de ingresos de los informantes tan sólo cabe destacar **el porcentaje de quienes no están dispuestos a contratar este tipo de productos entre quienes ingresan menos de 900 € (70,3%)** que es significativamente superior al registrado entre quienes ingresan más de 1.300 € que tampoco lo están (57,9%), lo que puede interpretarse meramente como una cuestión de prioridades entre aquellos con menor poder adquisitivo. No obstante, cabe señalar la importancia en este dato de la falta de información sobre este tipo de productos.

Sin embargo, atendiendo al nivel de estudios sí se observa una clara relación con este aspecto, **la disposición a contratar productos éticos va creciendo entre los ciudadanos de forma gradual y progresiva según crece también el nivel formativo.** Así, quienes están dispuestos a contratar estos productos entre quienes tienen estudios hasta primarios representan un porcentaje (10,2%) significativamente inferior al registrado por el conjunto de la población (25,1%) y entre el resto de segmentos ($\geq 28,5\%$), mientras que el registrado entre quienes tienen estudios universitarios (37,1%) es significativamente superior al registrado por el conjunto de la población y por quienes tienen estudios hasta primarios.

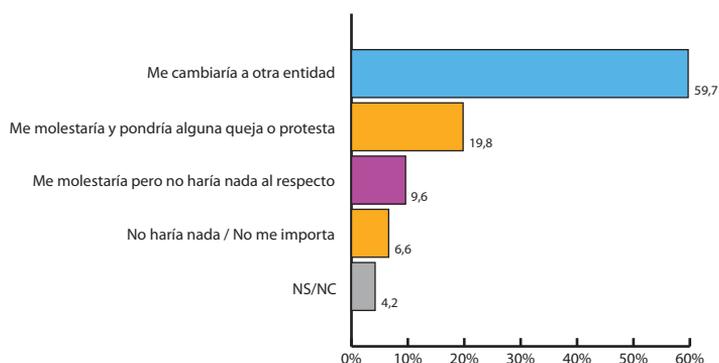


4.3. Actitud ante actividades contrarias a la RSE

Para finalizar, se trata de comprobar en este apartado la reacción que los ciudadanos tendrían ante la situación de que las entidades financieras con las que trabajan realicen actividades contrarias a la responsabilidad social de las empresas tales como operar en paraísos fiscales, financiación del comercio de armas, blanqueo de dinero, etc.

Para ello se les ha dado la posibilidad de posicionarse en una de las cuatro reacciones gradualmente distintas que van desde no darle importancia al asunto hasta cambiarse a otra entidad, lo que significaría el máximo “castigo” a su entidad financiera, pasando por simplemente molestarse y no hacer nada o molestarse y poner alguna queja o protesta.

Reacción ante actividades contrarias a la RSE de su entidad financiera



Base: Muestra total (500 casos).

Según los resultados obtenidos, el hecho de que las entidades financieras realicen actividades contrarias a la RSE no es algo que a los ciudadanos pasara inadvertido.

Hasta seis de cada diez informantes (59,7%) afirman que se cambiarían a otra entidad si la suya realizara este tipo de actividades. Dos de cada diez (19,8%) se molestarían y pondrían una queja o protesta. Tan sólo un 16,2% de la población tendría una actitud pasiva, aunque cabe diferenciar en este grupo al 9,6% que afirma que se sentiría molesto/a del 6,6% que asegura que el asunto no le importa o le da igual.

Ante estos datos destacamos la **importancia que ha de tener la transparencia informativa en las entidades financieras**. Se trata de informar con calidad y en cantidad. No es suficiente que las entidades suban su información a la web. Se trata fundamentalmente de comprobar que esa información llega a sus clientes. Para ello, y basándonos en los datos anteriormente ofrecidos, **se ha de informar también a los clientes en las oficinas y sucursales**.

El sexo de los informantes sí está relacionado con la reacción ante la actitud contraria a la responsabilidad social de las entidades financieras, de forma **que entre las mujeres se refleja una mayor sensibilización con respecto a esta situación y entre los hombres una mayor indiferencia**. Así, el porcentaje de hombres que no harían nada y no les importa (11,8%) es significativamente superior al registrado entre las mujeres (1,7%), mientras que entre las mujeres el porcentaje de quienes se cambiarían a otra entidad (64,3%) es significativamente superior al de los hombres que harían lo mismo (54,9%).

Atendiendo a la edad de los ciudadanos se observa cómo en el segmento de quienes tienen 65 años y más años se registra el porcentaje más alto de quienes no harían nada (11,5%) y el más bajo de quienes se cambiarían de entidad (50,1%), también destaca entre quienes tienen de 25 a 34 años el porcentaje de quienes se molestarían pero no harían nada al respecto (14,9%). De nuevo es importante la información que conduce a la acción.

Si atendemos al tamaño de hábitat en el que residen los entrevistados el único contraste destacable lo representa el 47,6% de quienes viven en las poblaciones más pequeñas y que afirman que se cambiarían a otra entidad ante esa situación, este porcentaje es significativamente inferior al registrado en el resto de municipios más grandes ($\geq 61,5\%$). También en los municipios pequeños se registra el mayor porcentaje de quienes no harían nada y no les importa (11,6%). No obstante, debe tenerse en cuenta que en muchos de estos municipios se goza de una oferta de servicios financieros limitada.

Atendiendo al nivel formativo de los ciudadanos destaca entre quienes tienen estudios universitarios el porcentaje de quienes afirman que se cambiarían a otra entidad en el caso de que la suya realice actividades contrarias a la RSE (67,4%) que es significativamente superior al registrado entre quienes tienen estudios hasta primarios (55,0%). También es destacable entre los ciudadanos con estudios secundarios el porcentaje de quienes se molestarían y pondrían alguna queja o protesta (25,1%), significativamente superior al registrado entre quienes tienen estudios universitarios que reaccionarían de igual forma (13,5%).



5. Conclusiones

- Las cajas de ahorros son el tipo de entidad utilizada por más ciudadanos mayores de 18 años (59,4%), aunque también es considerable el porcentaje de quienes tienen su cuenta principal en un banco (38,6%).
 - La elección de cajas de ahorros como entidad financiera se produce en mayor medida en los segmentos con estatus social más bajo, registrándose los mayores porcentajes de quienes las eligen entre quienes tienen ingresos inferiores a los 900 € (72,0%) y entre quienes tienen estudios hasta primarios (70,5%).
 - El porcentaje de quienes eligen bancos, sin embargo, alcanza sus registros más altos entre quienes cobran a partir de los 1.300 € (48,4%) y entre quienes tienen estudios secundarios (42,8%) y universitarios (45,4%), poniendo de manifiesto la relación entre esta elección y los segmentos con un superior estatus.
- Cinco de cada cien ciudadanos han contratado durante el último año su principal cuenta bancaria para sustituir la entidad financiera que utilizaban hasta entonces (4,8%).
 - De los diferentes motivos expuestos por los que los ciudadanos se han cambiado o se cambiarían de entidad para realizar sus operaciones financieras, el más extendido entre la población es la “oferta de mejores condiciones”, con un 52,8% de menciones.
 - Otros motivos mencionados por un considerable porcentaje de ciudadanos son: “la insatisfacción con la entidad anterior” (27,2%), “entidad más cercana al consumidor” (27,6%) y “entidad considerada más solvente” (19,3%).
 - El resto de motivos expuestos son mencionados por una proporción de ciudadanos minoritaria: “me ofrecen mayor variedad de productos” (9,5%), “entidad con más compromiso social” (9,0%), las “ofertas extra-financieras (regalos, promociones, etc.)” (7,0%) y “me he visto obligado” (6,8%).
- En cuanto a la dificultad encontrada para realizar la sustitución de la entidad financiera entre aquellos que sí han contratado en el último año una nueva cuenta, no han existido grandes dificultades en ninguno de los tres parámetros a juzgar por el amplio porcentaje de ciudadanos que definen el proceso como bastante o muy barato (84,0%), bastante o muy sencillo (79,3%) y bastante o muy rápido (71,2%).

- El porcentaje de ciudadanos que aseguran haber contratado algún producto o servicio financiero dándose cuenta posteriormente que las condiciones aplicadas no eran las prometidas por la entidad financiera (19,8%) representa, aún siendo minoritario, una apreciable proporción de la población.

- La identificación de la contratación fraudulenta es, en función de la edad, más frecuente cuanto mayor es la edad de los ciudadanos y también cuanto más se ingresa y mejor nivel de estudios se tiene.

- La valoración que los ciudadanos otorgan al servicio prestado por la entidad financiera en la que tienen su cuenta corriente o de ahorro principal es en general buena, registrándose una valoración media de 6,9 puntos sobre 10.

- La valoración media es mayor entre las mujeres (7,2), los menores de 25 años (7,4), los mayores de 65 (7,5), los clientes de las cajas de ahorros (7,1) y quienes tienen ingresos inferiores a 900 € (7,2).

- El 67,7% de los ciudadanos asegura que pagan algún tipo de comisión por alguna de estas operaciones: transferencias, mantenimiento de cuentas o tarjetas, descubierto, cancelación (total o parcial) de hipotecas, retiro de dinero, pago con tarjetas, etc. ya sea en la entidad de su cuenta principal o en otras entidades.

- El porcentaje de quienes pagan comisiones es mayor en los siguientes segmentos de población: quienes tienen de 35 a 44 años (78,8%), los clientes de las cajas de ahorros (71,7%) y quienes ingresan de 901 a 1.300 € mensuales.
- Seis de cada diez ciudadanos que pagan comisiones en sus entidades financieras afirman que conocen la cuantía de las mismas (60,8%).
- La opinión de que las comisiones aplicadas por las entidades financieras son excesivas es mayoritaria entre los ciudadanos que son conscientes de que las pagan, así lo señala el 80,6% de ellos.

- Tan sólo el 9,7% de los ciudadanos afirma conocer el servicio del que dispone el Banco de España por internet para informar sobre las tarifas de las comisiones aplicadas a productos y/o servicios financieros por parte de las entidades financieras.

- El conocimiento de este servicio es mayor entre quienes viven en ciudades de entre 10.001 y 50.000 habitantes (16,4%) y con un estatus social más alto, con ingresos por encima de los 1.300 € mensuales (16,2%) y con estudios universitarios (17,4%).
- Consultados por la utilidad que puede tener un servicio como éste, siete de cada diez ciudadanos le reconocen cierta utilidad (69,2%)



- Casi tres de cada diez ciudadanos (28,3%) se han visto obligados a pagar algún recibo no domiciliado en el último año, el 6,2% han tenido algún problema para realizar ese pago y el 22,1% no han tenido ningún problema.
 - El segmento de población en el que más ciudadanos han tenido problemas para pagar este tipo de recibos es el formado por quienes tienen entre 35 y 44 años (13,9%).
 - Los principales problemas que se han tenido son: “la limitación horaria” (61,1%) y “la limitación de días específicos de la semana” (52,1%), seguidos de otros como “su sucursal no acepta el pago de estos recibos” (22,6%) y “la lejanía geográfica de la sucursal” en la que se tenía que hacer (12,8%).
- Durante los últimos tres años, cuatro de cada diez ciudadanos (39,5%) han intentado contratar alguno de los siguientes productos y servicios: una hipoteca (6,3%), un crédito personal (12,6%), otros productos financieros tales como seguros, planes privados de pensiones etc. (15,8%) y otros servicios financieros como la domiciliación de recibos, tarjetas, etc. (26,6%).
- A cuatro de cada diez ciudadanos que intentaron contratar alguno de los productos o servicios financieros durante los tres últimos años se les ha practicado alguna condición abusiva por parte de su entidad financiera (38,9%).
 - En concreto las dos condiciones abusivas más frecuentes son la “fórmula de cálculo de intereses compleja e incomprensible” (19,8%) y la “imposición de productos accesorios que incrementan el importe del préstamo” (19,1%).
 - Otras prácticas abusivas que se han realizado son la realización de “acuerdos verbales” (12,6%), el “cambio de las condiciones en fechas muy próximas a la firma del contrato” (6,5%), la “denegación no justificada del crédito o hipoteca” (6,0%), la “concesión de importes que superan el 100% de los valores de tasación” (5,1%) y el “aplazamiento irresponsable o indiscriminado de los plazos de amortización” (3,5%).

- Ir a la sucursal se mantiene como el medio más utilizado para realizar las actividades financieras domésticas según señala la mayoría de la población (72,5%), no obstante, más de la cuarta parte de los informantes utilizan principalmente la página web (26,9%) lo que nos permite cuantificar el alcance de las Nuevas Tecnologías en este tipo de prácticas.

- La página web es utilizada principalmente por hombres (32,0%), quienes tienen menos de 55 años ($\geq 30,4\%$), los clientes de los bancos (33,3%) y quienes tienen mayor estatus social, registrándose un 44,4% entre quienes ingresan a partir de 1.300 € mensuales y un 45,4% entre quienes tienen estudios universitarios.
- Por su parte, acudir a la sucursal está más generalizado entre las mujeres (77,6%), quienes tienen 55 y más años ($\geq 87,7\%$), los clientes de las cajas de ahorros (76,7%), quienes ingresan menos de 900 € (84,4%) y quienes tienen estudios hasta primarios (94,9%).

- Tres de cada diez ciudadanos afirman que les ha resultado fácil realizar la comparación de precios entre productos similares de diferentes entidades bancarias (31,1%), siendo el porcentaje de quienes afirman que esta comparación les ha resultado difícil prácticamente el mismo (31,2%).

- La dificultad para realizar esta comparación la experimentan un mayor porcentaje de ciudadanos en el segmento formado por quienes tienen menos de 25 años (42,6%).

- De los cinco aspectos expuestos como inquietudes de los ciudadanos a la hora de contratar un producto o servicio financiero para su valoración (la claridad de la oferta, la transparencia de la entidad, las comisiones excesivas, los cargos indebidos en la cuenta y los cobros indebidos de comisiones), todos ellos son considerados con mucha o bastante importancia.

- La mayor puntuación media (de 1 a 5) de la importancia concedida (4,7) recae sobre los "cargos indebidos en la cuenta" y el "cobro indebido de comisiones", por su parte "la claridad de la oferta" registra la valoración media más baja, aunque se trata de una valoración bastante alta (4,5).



- El 16,4% de los ciudadanos mayores de 18 años han presentado alguna reclamación, queja o consulta por un servicio o producto financiero no conforme con lo que esperaba.

- El porcentaje de reclamaciones, quejas o consultas llega a ser del 21,9% entre quienes han intentado contratar algún producto o servicio financiero en los tres últimos años.
- También crece en los segmentos de quienes tienen entre 35 y 44 años (25,5%), quienes ingresan mensualmente de 901 a 1.300 € (20,4%) y quienes cobran cantidades superiores a los 1.300 € (21,1%).
- El lugar mayoritariamente escogido para presentar una reclamación, queja o consulta es directamente en su propia entidad (89,1%), el medio más comúnmente utilizado es el presencial (80,8%) y la calidad de la resolución de estas quejas es calificada como poco (12,9%) o nada satisfactoria (38,4%) por más de la mitad de los informantes reclamantes (51,3%), poco (11,9%) o nada justa (37,2%) por el 49,1% y poco (10,8%) o nada rápida (34,7%) por el 45,5%.

- En cuanto al conocimiento de la existencia de la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) y de la Inversión Socialmente Responsable (ISR) hay que señalar el alto porcentaje de ciudadanos que no saben nada ni ha oído hablar de la RSE (45,1%) ni de la ISR (43,1%). El concepto de responsabilidad social de la empresa es conocido por el 54,9% y el de la inversión socialmente responsable por el 56,7%, aunque hay que constatar que sólo el 27,5% manifiestan espontáneamente saber qué es o haber oído hablar de la RSE y el 36,2% de la ISR.

- La RSE es más conocida entre los habitantes de las ciudades con un tamaño comprendido entre los 10.001 y los 200.000 ($\geq 58,8\%$) y entre quienes tienen estudios universitarios (67,4%).
- El nivel de conocimiento de la ISR es superior en los segmentos con un estatus económico y social más elevado de los informantes, casi siete de cada diez ciudadanos que ingresan más de 1.300 € al año (68,0%) y casi ocho de cada diez que tienen estudios universitarios (77,4%) conocen o han oído hablar de ella.

- Las entidades bancarias no han dedicado muchos recursos en informar sobre la posibilidad de contratar productos éticos o de inversión socialmente responsable, sólo el 17,5% de los ciudadanos con más de 18 años afirman haber recibido información por parte de su entidad financiera sobre esta posibilidad.

- En cuanto a la disposición de los ciudadanos a contratar algún producto ético o de ISR si tuvieran la posibilidad, uno de cada cuatro (25,1%) afirma que sí lo haría, mientras que el 67,3% declara que no.
 - Se percibe una mayor disposición a contratar productos de ISR entre los más jóvenes (49,6%) y menor entre los más mayores (10,5%) que va creciendo entre los ciudadanos según crece también el nivel formativo, llegando a registrarse entre los universitarios un 37,1% de personas dispuestas a contratar este tipo de productos.
- Ante la posibilidad de que las entidades financieras con las que trabajan los ciudadanos realicen actividades contrarias a la responsabilidad social de las empresas tales como operar en paraísos fiscales, financiación del comercio de armas, blanqueo de dinero, etc., seis de cada diez informantes (59,4%) afirman que se cambiarían a otra entidad si la suya realizara este tipo de actividades y dos de cada diez (19,8%) se molestarían y pondrían una queja o protesta. Un 16,2% de la población reconoce que tendría una actitud pasiva.
 - Los segmentos entre los que más ciudadanos reaccionarían aplicando a su entidad financiera el “castigo” de cambiarse a otra entidad son los compuestos por mujeres (64,3%), quienes viven en municipios con más de 10.000 habitantes ($\geq 61,5\%$) y quienes tienen estudios universitarios (67,4%).
 - Sin embargo, aquellos que no les importa y que no harían nada destacan significativamente entre los hombres (11,8%), quienes tienen 65 años y más (11,5%) y quienes viven en municipios con menos de 10.000 habitantes (11,6%), aunque debe tenerse en cuenta que en muchos de estos municipios se dispone de una oferta limitada de servicios financieros.

Programa financiado por el Ministerio de Trabajo e Inmigración -
Dirección General de la Economía Social, del Trabajo Autónomo y de
la Responsabilidad Social de las Empresas.

Su contenido es de responsabilidad exclusiva de CECU.

Octubre de 2011



**CONFEDERACIÓN
DE CONSUMIDORES
Y USUARIOS**

C/ Mayor, 45, 2º - 28013 MADRID
www.cecu.es

Con la financiación de:



Colabora:

