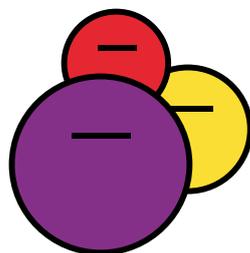


CURSO ONLINE

ABUSOS Y TRANSPARENCIA EN LA
CONTRATACIÓN HIPOTECARIA
CON PERSONAS
CONSUMIDORAS
EN ESPAÑA



ADICAE

Asociación de Usuarios de,
Bancos, Cajas y Seguros

www.adicae.net

Edita:
ADICAE, Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros.
Servicios Centrales.
C/ Gavín 12, local. 50001 Zaragoza.

Con la colaboración de Luis García Perulles, Eva M^a García Alegre, José Manuel Busto Lago
y Manuel Jesús Marín

Con el apoyo del Ministerio de Consumo.
Su contenido es responsabilidad exclusiva de la Asociación.

I- INTRODUCCIÓN



1. Introducción.

1.1. La contratación de préstamos hipotecarios en España. Transparencia vs. Abusos a las personas consumidoras.

La primera década del siglo XXI nos trajo un aluvión de clausulado abusivo en el crédito y préstamo hipotecario en España. La “democratización” de la concesión de este tipo de productos, desde los viejos esquemas hasta la moderna apertura en la concesión de este tipo de productos a amplias capas de la sociedad española siguió un esquema evolutivo lógico en la dinámica social española, pero, al fin, conflictivo en la relación entre las entidades y los clientes.

El 2 de diciembre de 1872 se fundó el Banco Hipotecario de España, que obtuvo el privilegio de ser durante 99 años la única entidad financiera en emitir títulos hipotecarios de esta especie mediante Real Decreto de 24 de julio de 1875 siendo Ministro de Hacienda Pedro Salaverría.

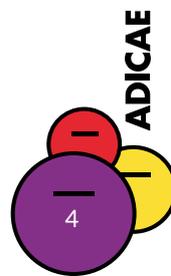
Aquella resolución vino a consolidar un esquema de “Bancos únicos”, tras el anterior Decreto de 18 de marzo de 1874 que atribuyó al Banco de España la competencia exclusiva de emisión de billetes.

La Ley del Mercado Hipotecario de 1981 vino en esa línea a modernizar el ámbito de actuación al que nos referimos abordando un nuevo marco que permitía a las entidades acceder a la titulización, consagrándose finalmente los Fondos de Titulación Hipotecaria desde 1992 como los grandes protagonistas de las fórmulas de financiación mayorista, que permitían, al fin, repartir los riesgos inherentes a una operación de este tipo a un mayor grupo de terceros frente a la responsabilidad única de las entidades en el anterior modelo.

Con ello se produjo una progresiva reducción de los tipos de interés en los préstamos hipotecarios y, consecuentemente, una dinamización del mercado permitiendo el acceso a nuevos segmentos poblacionales que anteriormente no hubieran podido permitirse costear un contrato de este tipo.

1.2. El mercado del crédito hipotecario, la competencia y los efectos sobre la contratación.

La “socialización” en el acceso al préstamo hipotecario que comentamos anteriormente, unida a la persistencia de un modelo de entidades variopinto y estructurado en torno a la Banca pública que pervivía en Cajas de Ahorros y un grupo financiero estatal a través de Argentaria, así como la existencia de progresivas fusiones que consolidaron el ámbito privado del crédito, produjo las primeras “guerras” hipotecarias a partir de la década de los 90 del siglo pasado.



De aquellas fechas es la Orden de 5 de mayo de 1994 sobre transparencia de las condiciones financieras de los préstamos hipotecarios (BOE núm. 112, de 11 de mayo de 1994, páginas 14444 a 14449) que venía a completar otra anterior de 12 de diciembre de 1989 sobre tipos de interés y comisiones, normas de actuación, información a clientes y publicidad de las entidades de crédito.

Entre 1999 y finales de 2005 se inició en España la construcción de más de 4 millones de viviendas, en datos segregados que suponían que la operativa del ladrillo fuera más intensa en nuestro país que en Alemania y Francia juntas.

Todo este ambiente venía propiciado por una sucesiva bajada de los tipos de interés tras la entrada de España en la Comunidad Europea (Unión Europea a partir del Tratado de Maastricht en 1992), la irrupción de los Establecimientos Financieros de Crédito tras la reconversión de las Sociedades de Crédito Hipotecario reformadas tras la LMH en 1981, la consolidación bancaria tras las fusiones de finales de los ochentas y noventas del siglo pasado, y unos niveles de crecimiento económico que auguraban un *futuro feliz* de propietarios dispuestos a especular con el valor de sus viviendas.

Este panorama fue aprovechado por las entidades a partir de 1994, con la entrada en vigor de nuevas normas sobre subrogación y novación de préstamos hipotecarios, que hizo que se modificaran antiguos contratos y modernizándolos se convirtieran los viejos tipos de interés fijos en variables, lo que también facilitaba a otras capas poblacionales acceder a las “ventajas” del crédito en aparentes mejores condiciones, con tipos que pasaron del entorno del 10-12 % en 1995 al 3-4 % en 2005 y la llegada del Euribor como principal protagonista de esta renovación.

En términos generales los prestatarios accedían al crédito a través de su entidad de *confianza*, porque habían sido clientes durante muchos años y se conformaban con la oferta que les hacía la entidad, o bien eran las propias promociones de viviendas las que ya venían orientadas hacia la subrogación cuando la entidad participaba en el préstamo promotor que permitía el desarrollo inmobiliario de la construcción del edificio en vivienda nueva.

En todo ese contexto, nuevas entidades surgidas en Internet, la liberalización y la llegada de nuevas entidades transnacionales al mercado hipotecario español y la actualización con nuevas generaciones sometidas a los cambios del mercado de trabajo en un ambiente de incipiente precariedad y abandono de los estudios para echarse al mercado de trabajo aun a costa de perder oportunidades, fueron elementos sugestivos que enseñan un período de nuestra historia del que debemos aprender.

La competencia, en un escenario de fuerte localización y disgregación de las entidades, sometidas además a flujos externos de financiación que eran los que permitían al fin la concesión del crédito hipotecario, más allá de sus propias capacidades de sostener los riesgos, tal como nos demostraron los años posteriores, quedaba fijada siempre bajo esquemas en los que Bancos y Cajas no renunciaban a perder la rentabilidad de las operaciones por debajo del 3 %, atendiendo a cálculos que indicaban que aque-

lla era la frontera infranqueable que delimitaba las ganancias en la operativa.

Estas situaciones condujeron igualmente, producidas por la incesante bajada de tipos, al nacimiento de cláusulas que amarraban la rentabilidad del préstamo a toda costa para la entidad. Para ello no importó someter al consumidor a renunciaciones inaceptables a sus derechos.

De este período es pertinente destacar el nacimiento progresivo de las cláusulas suelo, la imposición de comisiones por reclamación de posiciones deudoras, unos alquilados y desproporcionados intereses de demora o las coberturas de tipos de interés, como contratos vinculados con el préstamo hipotecario y que aseguraban a la entidad el mantenimiento de sus rentabilidades durante un período prudencial en espera de mejores noticias sobre los tipos de interés.

La regla del 3 % se hizo generalidad y ello produjo una avalancha de efectos nocivos para las personas consumidoras que tuvo su auge en los miles de desahucios producidos entre 2010 y 2013, año en el que comenzaron a cambiar algunas normativas de protección a deudores hipotecarios, teniendo a ADICAE como protagonista en esa lucha contra los abusos hipotecarios en reformas y acciones colectivas que han propiciado ligeros cambios en las circunstancias concurrentes.

1.3. Educación financiera frente a las prácticas desleales y abusivas de los prestamistas.

El artículo 51 de la Constitución Española, tras disponer que los poderes públicos han de garantizar, mediante procedimientos eficaces, los legítimos intereses económicos de los consumidores, endosa a tales poderes públicos promover “la información y la educación” de los mismos, así como fomentar sus organizaciones y oír a éstas en las cuestiones que puedan afectarles.

Parece sensato que así sea si consideramos que la noción de consumidor comienza a tener protagonismo en la normativa comparada a raíz de la íntima relación que a la regulación del mercado le otorga la presencia en él de su principal protagonista, la persona consumidora. Esto es, no hay mercado sin personas consumidoras, pero además no hay confianza en el mercado sin la confianza de las personas consumidoras debidamente informadas y educadas.

De suerte que, a partir del conocido discurso de John F. Kennedy ante el Congreso de los Estados Unidos el 15 de marzo de 1962 sobre estas cuestiones, podemos considerar que se inauguró una nueva época de reconocimiento y amparo normativo que llega hasta nuestros días, y en la que prima la información y la educación de las personas consumidoras como garantía de un mercado más seguro, pero especialmente más justo.

En este sentido, el Presidente Kennedy destacó como uno de los derechos de las personas consumidoras: “2) El derecho a la información, a ser protegidos contra la información, publicidad, etiquetado, o cualesquiera otras prácticas fraudulentas, engañosas o básicamente

confusas, y a que le sean suministrados todos los hechos que necesita para tomar una decisión basada en la información”.

El guante fue recogida por las posteriores Constituciones europeas, en el marco de los modernos Estados sociales y democráticos de Derecho de finales de los sesenta y setenta del siglo pasado, siendo inicialmente la Constitución portuguesa de 1976 quien recogió estos términos en su art. 81, siguiéndole la española de 1978.

Ambas bebían de similares fuentes, que no eran otras que los coetáneos e importantes pronunciamientos internacionales del Consejo de Europa, la OCDE y la propia Comunidad Económica Europea de entonces, imbuida en el patrón de la “Europa de los ciudadanos”, y convencida de que el mercado interior sólo prosperaría con una reforzada política de protección de los intereses económicos de las personas consumidoras.

La educación financiera se convierte así en una herramienta insustituible para amparar una defensa eficaz de tales intereses económicos. En ella deben participar, por imperativo constitucional y como política de Estado, los distintos poderes públicos, pero también las organizaciones de personas usuarias tienen una particular relevancia y protagonismo por ser más cercanas al destinatario final.

Los Supervisores españoles del mercado financiero, la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y el Banco de España (BdE), vienen desarrollando programas de educación financiera en los últimos años con distinto éxito, pero en todo caso con la vocación de servir de instrumentos accesibles a la población en general ante los fraudes a gran escala y la colocación masiva de clausulado abusivo.

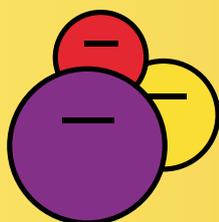
En este contexto, la CNMV nos ofrece una definición de educación financiera en la que sitúa a esta categoría como el modo con el que la ciudadanía puede: “... mejorar la comprensión de conceptos y productos financieros, prevenir el fraude, tomar decisiones adecuadas a sus circunstancias y necesidades y evitar situaciones indeseables derivadas bien de un endeudamiento excesivo o de posiciones de riesgo inadecuadas”.

Por su parte, organizaciones de personas consumidoras como ADICAE tienen una destacada labor divulgativa en esta área de conocimiento.

La “Plataforma Online de Educación Financiera y Consumo” de ADICAE abre un amplísimo catálogo de cursos formativos sobre grandes temas del consumo, digitalización, servicios bancarios, participación asociativa o reclamaciones, que son sin duda el antídoto adecuado para formar a consumidores críticos, solidarios y responsables frente a las prácticas desleales de las grandes corporaciones y los grandes difusores del clausulado abusivo.

Este curso que ahora se abre es otro ejemplo de tal voluntad y esperamos lograr el objetivo.

PROYECTO: Observatorio Hipotecario de los consumidores en la era post-covid



ADICAE

Asociación de Usuarios de
Bancos, Cajas y Seguros



El presente proyecto ha sido subvencionado por el Ministerio de Consumo, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de la asociación beneficiaria.

WWW.ADICAE.NET