

II CONGRESO NACIONAL ADICAE

Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros de España

ADICAE UNA GRAN FUERZA COLECTIVA DE LOS CONSUMIDORES

número 78 INVIERNO 2009

POSICIONES de ADICAE ante los problemas actuales de los consumidores

Para los consumidores, una organización social fuerte que les represente debe ser una asociación que participe de forma activa en defensa de sus intereses, discutiendo las políticas económicas y de consumo que les afecten. Sólo así puede cumplirse el objetivo de democratizar el mercado y cohesionar a la ciudadanía, implicándola en un proceso participativo que cada vez exige más su implicación. Éste es el reto de ADICAE

Pág. 2 ADICAE Poder, democracia y participación de los consumidores en el siglo XXI

Pág. 3 ADICAE en el movimiento social y ciudadano. Objetivo: Cambiar la política desde las organizaciones sociales de base

Pág. 5 Crisis económica y financiera: análisis crítico de las soluciones y el papel de los consumidores en la economía

Páginas centrales: Grandes propuestas de actuación de ADICAE en defensa de los consumidores para el próximo período

Pág. 10 El papel de las entidades financieras, organismos supervisores y administración de justicia frente a los consumidores y sus problemas

Pág. 13 Por un movimiento consumerista fuerte, organizado y representativo



ADICAE

Asociación de Usuarios de Bancos,
Cajas y Seguros de España



D. Fernando Herrero, Secretario General de ADICAE; D^a Ana Solanas, Vicepresidenta Primera; D^a Etelvina Andreu, Directora General de Consumo; Don Manuel Pardos, Presidente de ADICAE; y Don Agenor Gómez y D. Santiago Pérez, miembros de la Junta Directiva de ADICAE. Detrás, una representación de los compromisarios de ADICAE en toda España

ADICAE: Poder, democracia y participación de los consumidores en el siglo XXI



El II Congreso Nacional de ADICAE ha demostrado tanto la concienzuda preparación en la que han participado miles de socio, como los equipos y comités de voluntarios y profesionales que consiguieron el éxito organizativo del Congreso. La asistencia al acto de apertura de representantes cualificados de más de cuarenta entidades e instituciones (Instituto Nacional del Consumo, Ayuntamiento de Madrid, la portavoz del PP en la Comisión de Sanidad y Consumo del Senado, la Asociación Española de Banca, la Confederación Española de Cajas de Ahorros, UNESPA, Asociaciones de Consumidores como UCE, OCU, FUCI, ASGECO, CEACU Madrid y Euroconsumo), así como los más de cien mensajes de apoyos de otras tantas instituciones públicas y privadas, demuestran la posición de fortaleza y reconocimiento que tiene ADICAE en la defensa de los consumidores y usuarios.

El desarrollo del Congreso, con la participación de 120 delegados, grupos de Trabajo, y las importantes resoluciones aprobadas que presentamos en este cuadernillo especial, así como la ponencia general que, bajo el título "ADICAE en el movimiento social y ciudadano. *Cambiar la política desde las organizaciones sociales de base*" presentan las alternativas de ADICAE para democratizar el mercado y reactivar la participación activa desde las organizaciones de base. Todo ello, un auténtico Plan de Trabajo para los próximos cuatro años. Igualmente a destacar la amplia renovación de todos los órganos de gobierno de la Asociación, con la presencia relevante en ellos de la mujer (por primera vez una organización social aprueba la discriminación positiva). Por todo ello podemos sentirnos satisfechos.

Sin embargo, y fieles al estilo de ADICAE, percibimos que el movimiento de consumidores está en sus inicios en España, Europa y el mundo, y que un largo recorrido nos espera hasta conquistar el puesto y el poder que corresponde a los ciudadanos consumidores en la globalizada y compleja sociedad del siglo XXI. Por ello, en este Congreso se ha trazado un programa de acción que aspira a devolver la política (de consumo, económica y toda aquella que tenga que ver con los consumidores) a sus legítimos actores, durante demasiado tiempo adormecidos, a través de una mayor participación y presencia activa de la Asociación, sus socios, consumidores y ciudadanos en general, en instituciones públicas y privadas, y en particular en las Cajas de Ahorros.

Tras más de veinte años de trabajo, y pese a los éxitos y triunfos innegables para el movimiento de los consumidores, hasta ahora no hemos hecho más que diseñar un modelo organizativo y de política de los consumidores que inicia la madurez y recoge expectativas y anhelos que habrá que desarrollar con duros esfuerzos. El II Congreso de ADICAE ha demostrado sobradamente la solidez de ADICAE, pero somos conscientes de los grandes retos y tareas que se avecinan, necesarios e imprescindibles para nuestro objetivo. Este cuadernillo es reflejo de las tareas impuestas y del compromiso que queremos compartir con la ciudadanía y los consumidores.

Distintos momentos del II Congreso de ADICAE celebrado en Madrid en enero de 2009

Manuel Pardos
presidente@adicae.net

ADICAE EN EL MOVIMIENTO SOCIAL Y CIUDADANO: CAMBIAR LA POLÍTICA DESDE LAS ORGANIZACIONES SOCIALES DE BASE

Tras más de veinte años de presencia activa en la defensa de los consumidores y usuarios de servicios financieros, ADICAE propone una reflexión sobre el papel que debe desempeñar una organización civil en la sociedad. Estas últimas décadas han significado, en nuestro país y en Europa, un claro retroceso en el papel del ciudadano y sus asociaciones como elementos fundamentales para potenciar y desarrollar una participación democrática efectiva. Para los consumidores, una organización social fuerte que les represente debe ser una asociación que participe de forma activa en defensa de sus intereses, así como en la discusión y diseño de las políticas económicas y de consumo que les afecten. Sólo así pueden cumplirse los dos objetivos claves de todo movimiento social organizado de los consumidores: democratizar el mercado con su presencia frente a otras fuerzas y cohesionar a la ciudadanía, implicándola en un proceso participativo que cada vez exige más su participación.

Los ciudadanos de a pie ven la participación política como algo lejano y al margen de su realidad cotidiana que, o bien no afecta a sus vidas, o bien lo hace de forma negativa. La profesionalización, burocratización y tecnificación de esta actividad, los procesos de oligarquización de los partidos, su dinámica interna que parece mirar sólo hacia dentro, todo ello aumenta esta sensación de distancia.



EVITAR LOS RIESGOS DE UNA SOCIEDAD DE MASAS ACRÍTICA Y CONFORMISTA

Este diagnóstico constituye un preocupante síntoma de deterioro democrático. La “*sociedad de masas*” y sus nefastas consecuencias se ocultan bajo una sociedad de individuos aislados, anónima, y con escasa interacción entre sus miembros. La consecuencia de esto es una sociedad atomizada, indefensa frente a los poderes, incluidos los económicos, fácilmente manipulable, sin contacto real con sus problemas e incapaz de asumir responsabilidades y dar soluciones autónomas y conscientes.

LA SOLUCIÓN ESTÁ EN LA BASE SOCIAL

Frente a esta situación actual se debe alzar una democracia asociativa o democracia social: una apuesta por la expansión de la participación a más ámbitos de la sociedad, con la inclusión de un mayor número de temáticas y de ciudadanos en el campo de la participación democrática. Para ello las organizaciones y asociaciones, tal y como las hemos definido, son un elemento fundamental.

Se trataría de “*reforzar la democracia con más democracia*”, lo que supondría la habilitación de mecanismos y órganos de participación y decisión donde la voz de la sociedad civil organizada se hiciera sentir. Para ello es necesario la ampliación de los criterios de legitimidad social de la participación, la incorporación de sectores sociales no motivados por la política institucional, la adición de campos temáticos ignorados por los políticos al uso y la generación de procedimientos reglados de interacción más intensos entre las organizaciones y los estamentos políticos tradicionales.



ORGANIZARSE DESDE LA SOCIEDAD CIVIL

Hay que buscar el fomento de la dimensión participativa de las asociaciones, y en particular de las asociaciones de consumidores, entendida esta participación como práctica de ciudadanía. Es decir: los sujetos pueden expresar su práctica política y ciudadana en algo más que en el ejercicio de su derecho al voto.

LAS ASOCIACIONES PUEDEN ARTICULAR LA PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA

Como movimiento social, la actividad asociativa que surge de la sociedad civil tiene cualidades específicas para el impulso de prácticas democráticas regeneradoras e integradoras de capas cada vez más extensas de la sociedad, que disminuyan la radical separación élites-masas y limiten las tendencias de oligarquización de la vida pública. Hay que optar por un protagonismo de los ciudadanos expresándose a través de diversas fórmulas de actuación colectiva, y por propiciar procedi-

Los ciudadanos de a pie ven la participación política como algo lejano, al margen de su realidad cotidiana

La “*sociedad de masas*” y sus nefastas consecuencias se ocultan bajo una sociedad anónima, de individuos aislados que interaccionan poco entre sí.

Ésta es una sociedad atomizada, indefensa frente a los poderes (incluidos los económicos), fácilmente manipulable, sin contacto real con sus problemas e incapaz de asumir responsabilidades y de dar soluciones autónomas y conscientes

mientos que permitan a estas asociaciones tener una mayor capacidad de influencia, pero traspasando el particularismo propio de las asociaciones y expandiendo valores universalistas mediante redes de interconexión entre los movimientos.



LOS CONSUMIDORES NO QUEREMOS SER ACTORES PASIVOS

Política y mercado están cada vez más juntos, ejerciendo unas labores de dirección que dejan a los ciudadanos y la sociedad civil organizada sin capacidad de participación y como simples espectadores. La mejora de la democracia debe hacerse a través de una mejora en la participación de la base social organizada que, además, trae otros valores como la cooperación y la solidaridad.

Pero cabría preguntarse qué entendemos por participación social de la ciudadanía. Elecciones, parlamento, partidos, son manifestaciones históricamente determinadas de unos principios normativos precisos, pero no agotan necesariamente las expresiones de comportamiento democrático. En este sentido hay que reconsiderar la posición de los ciudadanos ante la participación: hasta qué punto distintas formas de acción colectiva que parten de la base social podrían suponer un reforzamiento y mejoramiento del panorama sociopolítico actual para una renovación del mismo.

La "democracia representativa" se ha tornado demasiado vulnerable ante los intereses del mercado económico. Política y mercado están cada vez más juntos.

Se trataría de "reforzar la democracia con más democracia", lo que supondría la habilitación de mecanismos y órganos de participación y decisión donde la voz de la sociedad civil organizada se hiciera sentir.

Una sociedad civil fuerte que se construye con el apoyo de un Estado que favorece el desarrollo de su comunidad política y viceversa, una sociedad organizada que favorece un Estado dinamizador de la participación social.



D. Juan Carlos García Marcos y D^a Ana Solana, Vicepresidente segundo y primero de ADICAE respectivamente

HACIA UNA DEMOCRACIA EN EL MERCADO

En definitiva, una sociedad civil fuerte se construye con el apoyo de un Estado que favorece el desarrollo de su comunidad política y viceversa; una sociedad organizada favorece un Estado dinamizador de la participación social. Este puede ser el camino para cambiar la política hoy, pero también para portar y transmitir unos valores a la ciudadanía que corren riesgo de perderse, entre ellos el de la democracia. El desencanto y la pérdida de confianza en las instituciones (fundamentalmente en las consideradas claves para el desarrollo del sistema: parlamentos, elecciones, partidos políticos...), vienen acompañados de una indefectible valoración de la democracia como fórmula de organización política. La democracia aparece como un bien que hay que proteger, más que como una realidad que hay que desarrollar y organizar. Parecería más conveniente adoptar una postura «vigilante», estar atento a las transformaciones que se producen en la sociedad de manera permanente y que introducen nuevos actores sociales dentro del juego democrático.



Un momento de las votaciones donde se acordó la nueva junta directiva de ADICAE

CRISIS ECONÓMICA Y FINANCIERA: ANÁLISIS CRÍTICO DE LAS SOLUCIONES Y EL PAPEL DE LOS CONSUMIDORES EN LA ECONOMÍA

La desregulación financiera acometida al menos desde los años ochenta y el modelo productivo español, basado en el consumo interno y el ladrillo, han dado muestras más que evidentes de agotamiento, con consecuencias muy negativas para las economías familiares. Tradicionalmente, el actual modelo presentaba unos riesgos propios, innatos y cíclicos que, de manera recurrente, han puesto en riesgo los legítimos intereses de los consumidores. La actual crisis ha sacado a la luz de forma virulenta todas estas contradicciones del sistema y sus problemas. Esta coyuntura ha permitido poner de manifiesto el papel de los consumidores en la economía, considerados meros agentes pasivos, dependientes de las decisiones económicas y políticas que son adoptadas sin la participación efectiva de éstos.



LA CRISIS ECONÓMICA ESPAÑOLA: UNA CRISIS LARGAMENTE GESTADA

La “crisis de las hipotecas subprime” en Estados Unidos en el verano de 2007 ha desencadenado una severa crisis financiera internacional de desconfianza interbancaria, derivada de la infección del sistema global por productos tóxicos y las deficiencias en la supervisión. Esta crisis ha ahogado la circulación del crédito y provocado una cadena de quiebras en el sistema financiero que se ha trasladado a toda la economía internacional.

EL “MODELO” ECONÓMICO ESPAÑOL: CEMENTO Y CRÉDITO

En España se venía larvando una crisis propia por el agotamiento del modelo inmobiliario-hipotecario desarrollado en los últimos 20 años como base de la economía española y caracterizado por ser absolutamente especulativo e insostenible. Desde diciembre de 2005, la subida paulatina de tipos de interés por parte del Banco Central Europeo fue minando lentamente la capacidad de pago de sus préstamos a los consumidores españoles e hizo explotar la llamada “burbuja inmobiliaria”. a lo que se unió una paulatina subida de los precios con motivo del paso al euro.

Estos hechos anunciaban un cambio radical en las tendencias económicas de nuestro país, basadas en la especulación inmobiliaria y el endeudamiento financiero, y hacían prever gravísimas consecuencias para la estabilidad económica de muchas familias.

En la actualidad hay un gran número de familias en situaciones graves de quiebra y riesgo de pérdida de su vivienda y otros bienes patrimoniales, fruto de impagos de su cuota hipotecaria, tanto por situaciones personales (de paro u otras) como por las condiciones financieras abusivas en sus créditos de todo tipo, tarjetas, etc., sin que hasta el momento se hayan establecido medidas adecuadas para resolver estos problemas.

BANCA Y CONSTRUCTORES, LOS ÚNICOS BENEFICIADOS

Los verdaderos beneficiados de esta economía especulativa han sido constructores, bancos, cajas de ahorros, financieras y hasta chiringuitos de crédito y reunificación y empresas de recobro que han logrado beneficios desorbitados en sus cuentas a costa de los consumidores. Éstos han cargado con la peor parte del peso del boom inmobiliario y de la “alegría” respecto al crédito en general. Desde la banca se argumentaba que con ello las familias estaban invirtiendo en un activo que se revalorizaba y con grandes ventajas fiscales, e igualmente ofrecían el crédito de todo tipo como medio para un status de bienestar que nos ponía al nivel de las mayores economías del mundo.

ADICAE considera que son necesarias una serie de medidas urgentes y permanentes ante este sistema económico y financiero, que respeten los derechos de los ciudadanos y conduzcan a una sociedad equilibrada y responsable que garantice la calidad de vida a la que podemos aspirar en un país como España. Para ello serán necesarios muchos cambios para los que ADICAE está dando ya alternativas frente a las planteadas desde el espectro político.

Millones de consumidores están atrapados por el endeudamiento. Muchas familias están en situación de quiebra y corren el riesgo de perder su vivienda y otros bienes patrimoniales.

Los consumidores han cargado con la peor parte del boom inmobiliario y de la “alegría” del crédito fácil, mientras constructores, bancos, cajas de ahorros, financieras, empresas de recobro y chiringuitos de crédito y reunificación han logrado beneficios desorbitados.



“SOLUCIONES”: INSUFICIENTES PARA EL CONSUMIDOR, INJUSTAS PARA LA BANCA

Los “planes de rescate”, o de ayuda al sistema financiero, no han producido muchos efectos sobre los consumidores ni tampoco cambios en la regulación y supervisión que impidan en el futuro llegar a las situaciones actuales.

Los “planes de rescate” o ayuda al sistema financiero aprobados para unas entidades financieras no han producido (y amenazan con no producir) ningún efecto sobre los consumidores. El peligro que amenaza a los consumidores en el sistema financiero actual es el de volver a ser manipulados e introducidos en la espiral consumista en cuanto las entidades causantes de la crisis vuelvan a ver negocios suculentos para sus exclusivos intereses.

LAS MEDIDAS DE APOYO AL SECTOR FINANCIERO ANTE LA CRISIS

A mediados de octubre de 2008, y tras una reunión del presidente del Gobierno con los máximos representantes de la banca española, se aprobaron una serie de mecanismos de apoyo al sector bancario. Aunque presentadas como medidas para “dar liquidez al mercado”, en la práctica han resultado medidas para ofrecer solvencia anticipada a muchas entidades de crédito, víctimas de su propio exceso y que ahora deben desembolsar o renegociar con otras entidades de crédito internacionales. Así cabe entender los 50.000 millones de euros destinados al Fondo de Adquisición de Activos Financieros; los 100.000 millones de euros de los Presupuestos del Estado para avalar operaciones de financiación de bancos y cajas; y la posibilidad de que el Estado compre directamente acciones o cuotas participativas a bancos y cajas de ahorros en situaciones extremas como ya ha sucedido en otros países, lo que plantea el debate del establecimiento de una banca pública fuerte que de un equilibrio al sistema. Todas estas medidas para la banca constituyen un notable esfuerzo financiero para las arcas públicas y contrastan con las insuficientes medidas adoptadas para las economías domésticas.

FALTA UN PLAN SERIO PARA AYUDAR A LAS FAMILIAS ENDEUDADAS

Es evidente la insuficiencia y en algunos casos el fracaso de las medidas hacia las familias en relación al crédito y el endeudamiento (como el acuerdo entre el Ministerio de Economía y las entidades finan-

cieras, notarios y registradores, para la gratuidad en la prolongación del plazo de las hipotecas, o la reciente medida de moratorias de dos años en la mitad de la cuota hipotecaria a algunos grupos de parados) y otras que se están preparando.

BALANCE INSUFICIENTE DE LAS MEDIDAS ADOPTADAS EN FAVOR DE LOS CONSUMIDORES

■ **La prolongación del plazo de la hipoteca**, no es una solución; una ampliación de 10 años en los ya larguísimos plazos de las hipotecas en nuestro país sólo producía rebajas en la cuota mensual de 100 ó 150 euros y genera un aumento desproporcionado en el coste final, además de quedar al albur de las propias entidades financieras su efectiva aplicación. En concreto ampliar el plazo de una hipoteca “tipo” de 150.000 € de 25 a 40 años permite reducir la cuota mensual en aproximadamente 179 euros, a costa de pasar a pagar 44.000 € más en concepto de intereses al final del préstamo.

■ **La moratoria de dos años en el pago de hasta la mitad de la cuota hipotecaria** a algunos grupos de parados, dadas las poco razonables limitaciones impuestas para el acceso a este beneficio (excluyéndose las hipotecas superiores a 170.000 euros, las contratadas después del 1 de septiembre de 2008 y las de los parados que hubiesen impagado alguna cuota).

■ **La nueva medida anunciada de ampliar las posibilidades para el rescate de fondos de pensiones**, si bien puede ayudar en algunos casos, no creemos tampoco que sea la solución al problema. En primer lugar, los consumidores que disponen de un cierto volumen de ahorro en fondos y planes de pensiones tienen edades que oscilan entre los 50 y 55 años, y no son por tanto el perfil “tipo” del consumidor que contrató su hipoteca con tasaciones sobrevaloradas y tipos de interés bajos que



La banca ofreció crédito de todo tipo para emular un estado de bienestar que nos ponía al nivel de las mayores economías el mundo.

ahora se enfrentan a dificultades; en segundo término se habilita la disposición anticipada de un ahorro que se reserva y dirige a servir de complemento necesario en la jubilación, por lo que el recurso a esta medida plantea una problemática futura; por último, no se aborda la cuestión de la fiscalidad en el rescate para evitar gravarse cuando se trata de una causa de fuerza mayor.

NO HAY QUE VOLVER A CAER EN LA RUEDA DEL ENDEUDAMIENTO

Tras esta breve evaluación de las medidas y dada la evolución de la coyuntura económica actual, nos parece evidente la necesidad de adoptar medidas más enérgicas que contribuyan a paliar el fondo del problema y generen confianza entre los consumidores, además de reestablecer la transparencia en los mercados financieros, en las instituciones financieras y públicas y en la economía.

En ningún caso se debería continuar fomentando un consumismo irresponsable y artificial de los ciudadanos, frente al consumo responsable que las asociaciones de consumidores y todas las instituciones de consumo venimos fomentando desde hace años. La actual crisis económica y las enérgicas medidas que proponemos deben propiciar un cambio radical en los modelos de consumo, y en particular del consumo financiero que lo sustentaba y que ha conducido a la crisis de todo el sistema financiero internacional.



EL PAPEL DE LOS CONSUMIDORES EN LA ECONOMÍA

El elevado nivel de endeudamiento, cuando no sobreendeudamiento, de muchas familias, fruto de una política crediticia desaforada y sin control, tolerada por los poderes públicos; la nula eficacia del control y supervisión de los organismos reguladores en el ámbito financiero; la complacencia con la poderosa maquinaria de marketing de las grandes empresas (sobre todo bancos, cajas de ahorros, aseguradoras pero también empresas de telefonía) etc., constituyen para los consumidores la traducción directa e inmediata de las consecuencias de la crisis actual. Una crisis gestada durante un largo plazo de tiempo y que demuestra que para los poderes públicos y empresariales, la posición de los consumidores es la de meros sujetos pasivos cuya única función es la de consumir y endeudarse con arreglo a los intereses de los lobbies empresariales y "la economía".

Las asociaciones de consumidores y usuarios debemos responder a estos importantes retos y demostrar que sabemos defender a los consumidores en esta situación y manifestar nuestra representatividad y nuestra eficacia en la solución de los problemas. Para ello es necesario, como ha señalado muchas veces ADICAE, situar a las organizaciones de consumidores como verdaderos "agentes sociales", lo que permitiría su visualización como movimiento ciudadano independiente dotándole de la fuerza social necesaria para responder a los grandes retos que, más allá de la crisis, tienen planteados los consumidores en el S. XXI.

La crisis debe propiciar un cambio radical en los modelos de consumo, y en particular del consumo financiero, que sustentaba éste modelo económico.

Es necesario que las organizaciones de consumidores nos situemos como verdaderos "agentes sociales", lo que permitiría dotar de la fuerza necesaria al movimiento ciudadano independiente para afrontar los grandes retos de los consumidores del siglo XXI.



Si quiere saber más sobre el II Congreso de ADICAE pida el número 44 de LA ECONOMÍA DE LOS CONSUMIDORES

Solicítelo
llamando a ADICAE

CONSIGA ESTAS
INTERESANTES Y AMENAS
PUBLICACIONES DE ADICAE

ADICAE
C./ Gavín, 12 local. 50001 ZARAGOZA
Tfno.: 976 390060 ■ Fax: 976 390199
email aicar.adicae@adicane.net

Importantes propuestas de ADICAE para los consumidores



Alternativas y soluciones para los consumidores frente a la crisis del crédito

■ Imposición a las entidades financieras receptoras de ayudas estatales de un **plazo de negociación** para que, con carácter previo al inicio de procedimientos judiciales de reclamación del crédito, se proceda a la determinación de planes de rehabilitación y reestructuración de las deudas razonables bajo la supervisión de las Instituciones de Consumo, Asociaciones de Consumidores y otras instituciones sociales que designe el consumidor.

■ Garantizar que **los recortes de tipos se trasladan a las familias con préstamos referenciados a tipo variable**, estableciendo fórmulas para la revisión extraordinaria de los créditos o incluso la fijación de determinados tipos de interés en todos aquellos supuestos en los que la diferencia entre el índice de referencia que se esté aplicando (euribor u otro oficial) y el tipo del Banco Central Europeo sea superior al 15% del valor del índice de referencia en el caso del Euribor y al 30% en el caso del resto de índices oficiales.

■ **Ayudas especiales** para quienes, por situaciones familiares (divorcio, etc) o sociales (paro, enfermedad, etc), no puedan afrontar el pago de la hipoteca por su vivienda habitual. Por ejemplo, líneas de crédito puente destinadas a la rehabilitación de la hipoteca (evitando así la ejecución judicial), y con coste asumible para el consumidor.

■ **Prohibición de diferenciales superiores al 1** en los préstamos hipotecarios y del 3 en los créditos personales y al consumo.

■ **Obligatoriedad** para todas las entidades financieras de acceder a la ampliación del plazo de amortización a petición del consumidor, que acredite dificultades de pago. Condición añadida: limitación de que dicha ampliación de plazo no genere nuevos intereses a los consumidores que la apliquen.



ADICAE propone medidas para los consumidores frente a los abusos en el ahorro inversión

Una regulación eficaz de la publicidad financiera que permita un control eficaz y evite los constantes abusos derivados de una publicidad siempre confusa, casi siempre engañosa y muchas veces fraudulenta.

La mejora de los incentivos fiscales al ahorro popular.

Participación efectiva de las organizaciones de consumidores en los **comités consultivos** en los órganos reguladores

Impulsar y garantizar el **papel y los derechos políticos de los pequeños accionistas** en el gobierno de las sociedades cotizadas, como vía para promover una adecuada participación e influencia de los pequeños accionistas en la actuación de las empresas.

Democracia real y participación efectiva de los **consumidores en los órganos de gobierno de las cajas de ahorros**.

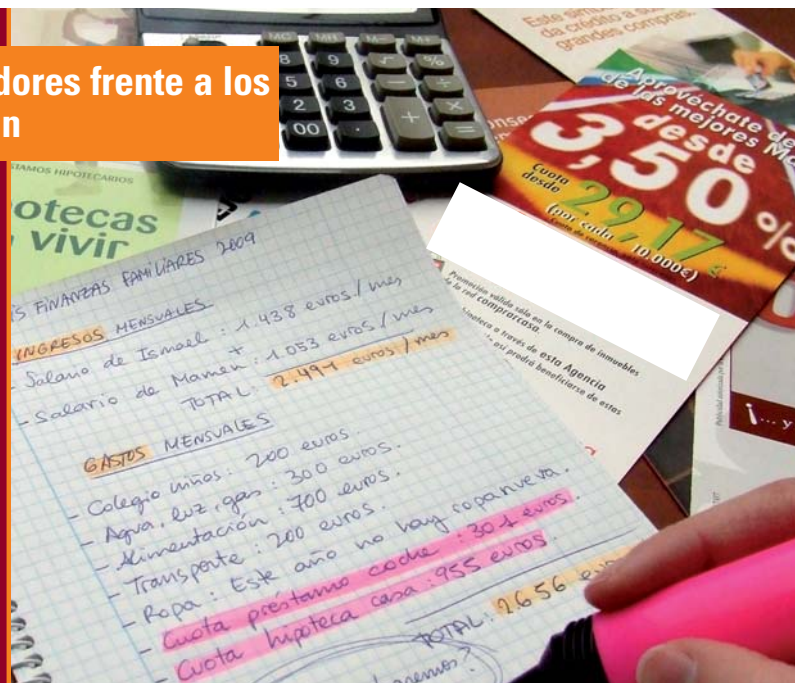
La reforma del **Registro de Condiciones Generales** de Contratación, que no ha servido de control a los contratos financieros.

La puesta en marcha inmediata del **cambio en los supervisores financieros** previsto en España.

El establecimiento de mecanismos eficaces de **resolución de conflictos en el ámbito financiero, verdaderamente eficaz**.

Reformar la Ley de Enjuiciamiento Civil y/o los procedimientos oportunos para **garantizar de facto** (y no sólo en el plano teórico) la **acción colectiva**.

El **diálogo y la colaboración de ADICAE con entidades financieras** que acepten unos mínimos exigibles para respetar los derechos legales de los consumidores.



Compromisos por un movimiento de consumidores fuerte y de futuro

Movilizar a los consumidores hacia la **integración asociativa y la participación**.

Superar individualismo y **construir un ciudadano consumidor solidario**.

Uniones y **colaboraciones con el resto de movimientos sociales reivindicativos**.

Llegar a **zonas no urbanas**, donde el movimiento asociativo se crea motivado por necesidades básicas de servicios y de infraestructuras.

Reconfigurar el papel que cumplen las administraciones públicas de consumo evitando duplicidad, cuando no solapamiento de sus actuaciones con las de las Asociaciones de Consumidores.

Impulsar la participación de la mujer en los Órganos de Gobierno de ADICAE, en un porcentaje no inferior al 40 por ciento.

Promover un **foro de diálogo entre los socios españoles e inmigrantes de ADICAE**, así como una mesa de trabajo que vincule las asociaciones de inmigrantes a la sociedad civil española.

Colaborar con el Consejo de Consumidores Latinoamericano y otros organismos equivalentes con el fin de intercambiar experiencias y formación sobre las motivaciones y problemas de los inmigrantes, lo que redundará en la construcción de una ciudadanía global.

Los **Comités de Afectados** no sólo han de servir como **enlace de contacto permanente entre la asociación** y los propios afectados, sino que deben tener un papel fundamental para la movilización y reivindicación de sus derechos de los afectados, pero con plena integración en los objetivos generales de ADICAE.

■ **Modificación de la Ley Hipotecaria y de Enjuiciamiento Civil.** Permitir a los consumidores paralizar la ejecución hipotecaria estableciendo un plazo previo necesario de negociación de la deuda, así como la posibilidad de impugnar en el mismo procedimiento cláusulas financieras consideradas abusivas.

■ Puesta en marcha de un **procedimiento judicial específico** similar al que le confiere al juez el art. 11 de la Ley de Venta a Plazos de Bienes Muebles para todos los ámbitos de contratación de crédito o préstamo (al consumo o hipotecarios).

■ Supresión de los aranceles notariales y registrales en las escrituras de cancelación e inscripción de hipotecas, en aquellos casos en los que el vendedor haya procedido a la venta de la vivienda por motivos de endeudamiento.

■ Crear **"Unidades de Asesoramiento y Apoyo frente al Sobreendeudamiento"** en las administraciones de consumo y con participación de las asociaciones de consumidores y usuarios.

■ Nueva **regulación de la normativa sobre transparencia bancaria** que data de 1994.

■ **Regulación eficaz de la publicidad financiera**, que permita un control eficaz.

■ **Revisar y actualizar la Ley de Represión de la Usura** (de 1908) con el fin de adecuarla a la realidad y garantizar su eficaz aplicación. Prohibir que el tipo de interés sea superior a 2,5 veces el interés legal del dinero; establecer en los Presupuestos Generales del Estado un tipo máximo para operaciones de crédito.

■ Una Ley de **Sobreendeudamiento Familiar**.

EL PAPEL DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS, ORGANISMOS SUPERVISORES Y ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA FRENTE A LOS CONSUMIDORES Y SUS PROBLEMAS

Las dos últimas décadas en nuestro país han sido las de mayor desarrollo económico. Las reformas en este ámbito, basadas sobre todo en la liberalización de sectores importantes como la banca, han contribuido a ello. Sin embargo, estas políticas de liberalizaciones han traído también para el consumidor graves problemas. Buena prueba de ello son los escándalos financieros que asolan las economías familiares desde los años 90, y respecto a los cuales ADICAE se ha enfrentado defendiendo a los consumidores afectados. Como testigo privilegiado en esta defensa de los usuarios de servicios financieros, tras dos décadas de funcionamiento del mercado financiero, de sus instituciones de control y de sus sistemas de resolución de conflictos, judicial y extrajudicial, con consumidores, es necesaria una reflexión que nos encamine hacia reformas que mejoren la actual situación.

Se ha puesto en evidencia la falta de control en el diseño y comercialización de los productos de ahorro-inversión, engañosos y especulativos en la mayoría de las ocasiones, como ocurrió con el caso de Lehman Brothers.

En los últimos diez años, los consumidores han sido objeto de grandes fraudes colectivos (AVA, Gescartera, Investahorro, Dynamica Directiva, Fórum, Afinsa, Arte y Naturaleza, Terra, etc.) a los que hay que sumar los pequeños fraudes diarios.

La falta de transparencia, la publicidad engañosa y las prácticas abusivas hacen que la elección del producto tenga más que ver con las políticas comerciales de la entidad que con las necesidades reales de los consumidores.



EL MAL TRATO AL AHORRO Y LOS FRAUDES EN ESPAÑA EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

La crisis financiera internacional ha servido para revelar la absoluta falta de control en el diseño y comercialización de los productos de ahorro-inversión, desde hace años circulando por circuitos internacionales, por naturaleza engañosos y especulativos y expresión de la corrupción financiera, como ha demostrado casos como el reciente de Lehman Brothers, donde ADICAE representa a centenares de familias. Este problema se añade al fraude continuado durante años mediante depósitos y fondos estructurados, productos de alto riesgo han sido comercializados por decenas de entidades financieras y empresas de servicios de inversión españolas, ante el que los organismos reguladores españoles no han otorgado ninguna protección válida a pesar de que los jueces, en los casos en los que ha podido intervenir ADICAE (como la Caja Rural de Valencia), hayan sentenciado ya en primera instancia y en Audiencias Provinciales en favor de los consumidores. Las entidades, que juegan con ventaja, retardan indefinidamente la solución del problema elevando al Tribunal Supremo recursos, dañando gravemente la confianza en el sector financiero, los organismos reguladores y hasta en el sistema judicial, y los intereses económicos de estos consumidores.

A todo ello hay que sumar el hecho de que en los últimos diez años los consumidores han sido objeto de grandes fraudes colectivos (Agencia de Valo-

res AVA, Gescartera, Chiringuitos financieros como Investahorro, Dynamica Directiva, Fórum, Afinsa, Arte y Naturaleza, fraude de Telefónica a los pequeños accionistas de Terra...), además de los innumerables pequeños fraudes diarios que son recurrentes año tras año.



BALANCE CRÍTICO DE LA ACTUACIÓN DE LAS ENTIDADES DE CRÉDITO Y EMPRESAS DE SERVICIOS DE AHORRO, INVERSIÓN

La comercialización de productos y servicios financieros se caracteriza de forma demasiado generalizada por elementos como falta de transparencia, publicidad engañosa y prácticas abusivas; muchas veces la publicidad es la única herramienta que se le ofrece al consumidor para conocer el producto que contrata, siendo finalmente la entidad la que introduce el producto al consumidor. De esta forma, la elección del producto queda en muchas ocasiones en manos de las necesidades y políticas comerciales de la entidad financiera, al margen de las necesidades reales de los consumidores.

Una de las respuestas a esta situación se tradujo en la aprobación de la MIFID (Directiva de Instrumentos y Servicios Financieros 2004/39), incorporada a nuestra Ley de Mercado de Valores en diciembre de 2007, que contiene un conjunto de normas dirigidas al control en la comercialización

de productos de ahorro inversión pero que sin embargo ha quedado en papel mojado.

CAJAS DE AHORROS: UN MODELO SOCIAL EN ENTREDICHO

Las Cajas de Ahorros se han convertido desde hace tiempo en auténticos bancos comerciales y de inversión, con una presencia testimonial de su obra social, que sirve como mera herramienta publicitaria y de marketing. La democratización de las Cajas de Ahorros, con presencia de impositores independientes, constituye a estas alturas del siglo XXI el gran reto. En la actualidad, las Cajas de Ahorros son utilizadas como instrumento político partidista y como coto exclusivo y sin control democrático real de operaciones para directivos y miembros de los consejos de administración.

Por tanto, queda aceptada la voluntad de ADICAE de colaborar con empresas que manifiesten aceptar una línea de preocupación real y efectiva por los problemas de los consumidores.



LA ACTUACIÓN DE LOS REGULADORES Y SUPERVISORES EN ESPAÑA Y NECESIDAD DE UN CAMBIO

Los supervisores financieros, Banco de España, CNMV y Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, cada uno en su ámbito respectivo, no han sabido responder a las necesidades de los usuarios de servicios financieros en un contexto complejo y cambiante. Tras 10 años de escándalos financieros y crisis, siguen faltando reglas de juego eficaces y transparencia para los consumidores. Una vez más, en el contexto de la actual crisis financiera ni están reflexionando sobre su papel, ni están prestando interés por el pequeño ahorrador y consumidor, síntoma de la tradicional despreocupación de los organismos reguladores en el ámbito financiero. La tormenta financiera que está azotando a todas las economías desarrolladas, pero con particular incidencia en los consumidores endeudados y al pequeño ahorrador españoles, y que convive con anuncios sobre la reforma de los sistemas de supervisión y regulación en España (CNMV y Banco de España), ha puesto de manifiesto el fracaso del Banco de España y la CNMV en lo que a transparencia y protección

del consumidor se refiere. El contexto, pues, pide reflexiones. La interconexión de los mercados financieros exige planteamientos que superen los controles localistas, como la creación de una Agencia Europea Única de Supervisión y de paso que se mejore y profundice en este control, cuyas carencias han quedado en evidencia a lo largo de estos años, con mejor presencia de los consumidores.

HAY QUE MEJORAR LA PRESENCIA DE LOS CONSUMIDORES EN LOS ORGANOS CONSULTIVOS

Los órganos consultivos que existen actualmente en el ámbito del mercado de valores (Comité Consultivo) y de seguros (Junta Consultiva), donde está presente ADICAE, contemplan la participación y presencia de los consumidores, pero vergonzosamente esta circunstancia no se da en el Banco de España, donde ni tan siquiera existe un órgano consultivo. De esta forma, las reformas en nuestro país hacia un supervisor dual que atienda, por un lado, a la solvencia financiera y contable de las entidades y, por otro, a mejorar y vigilar cualitativamente los derechos de los consumidores, debe completarse con una mejora en la presencia efectiva de los representantes de los consumidores en este futuro órgano.



LOS SEGUROS COMO INSTRUMENTO CLAVE EN LA CALIDAD DE VIDA

Los consumidores destinan hasta un 10% de su renta familiar anual al pago de seguros, y el número de asegurados se cuenta por millones en España. Pero la complejidad y oscuridad de los condicionados de las pólizas y los abusos en la comercialización y venta de seguros (especialmente por parte de la llamada “bancaseguros”, que impone seguros innecesarios como condición para la contratación de otro producto, como un crédito) hacen que los consumidores no comprendan bien sus características y complejos formulismos. Los defectos de información, la no adecuación del perfil al producto, el abuso de determinados clausulados, y otros problemas que se producen han llevado a ADICAE a prestar una especial atención a la situación de los consumidores ante los seguros, que se caracteriza además por un incremento continuado del número de reclamaciones contra este sector, a pesar de que la insuficiente información que

Las Cajas de Ahorros son utilizadas como instrumento político partidista. El gran reto del siglo XXI es aspirar a su democratización, con mayor presencia de los impositores independientes.

Los supervisores financieros no han sabido responder a las necesidades de los usuarios en un contexto complejo y cambiante. A pesar de la crisis, no están reflexionando sobre su papel, ni están prestando interés por el pequeño ahorrador y consumidor.

La interconexión de los mercados financieros exige planteamientos que superen los controles localistas, como la creación de una Agencia Europea Única de Supervisión.

Los defectos de información, la no adecuación del perfil al producto, la abusividad de determinados clausulados y el incremento continuado de las reclamaciones contra este sector revelan la opacidad del sector seguros.

las entidades ofrecen sobre sus instancias de reclamación y el deficiente funcionamiento de los servicios de reclamación extrajudicial de las compañías aseguradoras constituyen un auténtico desincentivo para los consumidores que se enfrentan a conflictos con su aseguradora, y que en muchos casos acaban en el asesoramiento jurídico de abogados, muy costoso para los consumidores. La posición de diálogo de ADICAE y de participación en los órganos consultivos tiene por función mejorar cualitativamente esta situación, que los cambios regulatorios anunciados pueden propiciar.

ADICAE afronta y asume el reto de intensificar la defensa y reivindicación de medidas que permitan dar respuesta a este problema de creciente importancia y alcance, reclamando nuevas fórmulas de control. ADICAE, en función de sus posiciones señaladas, cooperará a hacer del seguro el instrumento de calidad de vida que le corresponde en una sociedad desarrollada ante el infradesarrollo del sector asegurador, diagnóstico que compartimos con los profesionales y las instituciones de seguros.

La vía judicial como método de solución de los grandes fraudes financieros que han tenido lugar en España se ha revelado como ineficaz para los consumidores y usuarios por su lentitud y la complejidad procesal.



ACCESO A LA JUSTICIA DE LOS CONSUMIDORES: POR UNA PROTECCIÓN EFICIENTE

La judicialización, como método de solución de los de los grandes fraudes financieros en España ha demostrado sobradamente su ineficiencia y su inutilidad para los consumidores y usuarios. Casos como las agencias de valores AVA o Gescartera, "chiringuitos financieros" como Investahorro o Banfisa, abusos co-

mo la "fusión" Telefónica-Terra, las Academias de Inglés, etc., revelan la lentitud y complejidad procesal a que se ven abocados los consumidores en estos casos para defender sus derechos. La regulación preventiva no es suficiente ni garantista de los derechos económicos de los consumidores. La tutela judicial efectiva garantizada por el artículo 24 de la Constitución española queda para los consumidores en el mismo limbo



que la vivienda digna y el trabajo para todos, a pesar de ser un derecho fundamental directamente exigible. El avance que han supuesto las acciones colectivas pueden quedar en nada si no se producen las reformas procesales y organizativas adecuadas a este objeto (tribunales especializados o habilitados especialmente para estos casos, agilización...). Sólo las franquicias de abogados, disfrazadas fraudulentamente de "asociaciones", proclaman una fe interesada y lucrativa en los procedimientos judiciales.

Igualmente, el sistema de resolución de conflictos extrajudicial en el ámbito financiero no es adecuado por ineficaz, largo y complejo para el consumidor, ya que no da una solución que resulte exigible para la entidad en caso de ser favorable al cliente.



Reunión de socios y técnicos para debatir sobre la participación de los socios en ADICAE, presidida por D^a Ana SOLanas Vicepresidenta primera de ADICAE

POR UN MOVIMIENTO CONSUMERISTA FUERTE, ORGANIZADO Y REPRESENTATIVO

En los últimos 25 años las Asociaciones de Consumidores y Usuarios han demostrado ser organizaciones especialmente calificadas para el cumplimiento de sus fines en defensa y representación de los intereses legítimos de aquellos. Sin embargo, en ese mismo período de tiempo se ha puesto de relieve toda una serie de ineficiencias, abusos y perversiones en la organización y alcance de sus actuaciones que lastran todo su potencial. Avanzar en la protección al consumidor exige una renovación del movimiento asociativo, para superar sus problemas.

Pese a la credibilidad social que hoy día tienen las organizaciones de consumidores, la situación actual del movimiento consumerista arrastra unas carencias que están lastrando al desarrollo y fortalecimiento de los consumidores y su posición en el mercado y la sociedad. Es fundamental centrar el debate y fijarse unos objetivos de desarrollo que supere estas contradicciones y contribuya a reforzar su papel.



BALANCE CRÍTICO DEL MOVIMIENTO ASOCIATIVO DE CONSUMIDORES

La atomización y un ejercicio de poder que peca de “clientelismo” por parte de las administraciones públicas; el fraude asociativo de negocios que se escudan en la denominación “asociación de consumidores”; la ineficacia de los órganos de representación, constituyen los latres que hay que analizar y superar.

SUPERAR LA ATOMIZACIÓN, LA DEPENDENCIA Y EL CLIENTELISMO ASOCIATIVO

La profusión de asociaciones de consumidores que actualmente existe en nuestro país repercute directamente en la fragilidad del modelo asociativo de consumo como mecanismo de defensa y representación de los consumidores. Esta dispersión y fragmentación organizativa actual es consecuencia directa de un sustento público hacia las entonces incipientes asociaciones de consumidores que se ha prolongado hasta

hoy, propiciando una dependencia perniciosa. Ello obliga a muchas Asociaciones de Consumidores y Usuarios a someterse a los criterios y prioridades de la Administración que presta el apoyo financiero, una tendencia de claros intereses electoralistas por parte de los respectivos gobiernos de ámbito estatal y autonómico. Además, las administraciones públicas dispersan sus ya de por sí limitados recursos entre muchas asociaciones, las cuales desarrollan acciones de muy limitado alcance contribuyendo así a profundizar en la atomización pero también a la ineficacia en la defensa de los derechos e intereses de los consumidores.

EVITAR MODELOS ASOCIATIVOS VICIADOS, ERRÓNEOS Y FRAUDULENTOS

La capacidad para desempeñar una función social en defensa de unos intereses públicos y generales como son los de protección al consumidor (reconocidos en el artículo 51.1 de la Constitución), no puede quedar atribuida a cualquier tipo de asociación sin exigir unos condicionamientos previos. En este sentido hay que destacar la existencia de “asociaciones” con fines espurios. En efecto, no es desconocido que en ocasiones se utiliza la importante capacidad de las asociaciones de consumidores para hacer negocio por parte de despachos de abogados que crean falsas asociaciones con intereses de lucro económico, sin que hasta ahora las propias Administraciones Públicas hayan puesto coto a esta corrupción en el asociacionismo que constituye un auténtico fraude de ley. El significativo reforzamiento de las exigencias de la normativa vigente -que se manifiesta, por ejemplo, en la imposición de unas especiales obligaciones de transparencia conta-

Tras 25 años de lucha, las asociaciones de consumidores deben avanzar en la protección al consumidor, lo que exige una renovación del movimiento asociativo

Es fundamental fijar unos objetivos de desarrollo que superen las contradicciones más evidentes: el clientelismo, el fraude asociativo y la ineficacia de los órganos de representación

La fragmentación organizativa actual es la consecuencia directa de un sustento público primigenio, que ha derivado en una dependencia perniciosa

Las administraciones públicas deben poner coto a aquellas asociaciones que se mueven por intereses de lucro espurio

La representación de los consumidores en la vida pública todavía no es efectiva ni eficaz, ya que se encuentran en minoría frente a los representantes del sector empresarial

Para lograr una mejora de la representatividad y que las asociaciones se puedan considerar como verdaderos agentes sociales, es fundamental dotarlas de medios que les permitan autonomía e independencia.

ble- ha venido motivado por la actuación irregular de alguna de estas "organizaciones" como Ausbanc y otras. Por tanto, estos requisitos y obligaciones para las Asociaciones de Consumidores deben quedar completados reglamentariamente con las lógicas medidas de control público para evitar situaciones fraudulentas y por tratarse de "asociaciones privadas de configuración legal", como ha reconocido la doctrina al desempeñar funciones de un marcado carácter público.

POTENCIAR LA REPRESENTATIVIDAD DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

El establecimiento de un sistema de representación, consulta y participación de los consumidores a través de sus asociaciones, constituye uno de los pilares sobre los que se sustenta el asociacionismo consumerista. Estos derechos tienen su plasmación efectiva en la Ley de Defensa de los Consumidores. Aunque a simple vista pueda parecer que existe una representación de los consumidores (más de sesenta órganos consultivos de ámbito nacional, a los que habría que sumar otros de ámbito territorial inferior), no se trata de una representación efectiva ni eficaz. Bien porque los consumidores se hallan representados en minoría frente a los representantes del sector empresarial; bien porque no hay dotación en forma de recursos económicos y apoyo técnico para el desarrollo de las labores de representación; o porque el sistema adolece de una burocratización que resta eficacia a la finalidad perseguida. Todo ello tiene su reflejo negativo en la operatividad

de este derecho de representación. Además, existen ámbitos en los que no hay representación alguna de los consumidores, como es el ámbito bancario. Para lograr una mejora sustancial de la representatividad de las Asociaciones de Consumidores que permita considerarlas como verdaderos agentes sociales, es fundamental dotarlas de medios suficientes que permitan autonomía de funcionamiento, eficacia e independencia.



SUPERAR LOS RETOS Y TRAZAR OBJETIVOS SOCIALES DE CAMBIO

Los retos que plantea el mercado y la sociedad son totalmente distintos a los planteados hace 30 años. El nuevo período necesita de una herramienta jurídica adecuada y moderna, pero también de una voluntad pública interesada y comprometida con la defensa organizada de los consumidores, sin las ataduras y lastres de antaño; sólo así es posible fijar un programa y unos objetivos de emancipación social y ciudadana de los consumidores.

HAY QUE IMPULSAR UN CAMBIO LEGAL EFICAZ

Para lograr asociaciones de consumidores fuertes, es fundamental dotar de un desarrollo reglamentario adecuado a los artículos 22



Un momento de las votaciones donde se acordó la nueva junta directiva de ADICAE

y siguientes de la Ley de Defensa de los Consumidores, Real Decreto Legislativo 1/2007, donde se establece el régimen legal general de las asociaciones de consumidores. Las bases de esta norma refuerzan la autofinanciación y el fomento de la autonomía de actuación de las asociaciones de consumidores. El desarrollo reglamentario debe tener como objetivo clarificar esta cuestión y mejorarla, para conseguir una verdadera independencia de las asociaciones de consumidores pero evitando abusos y fraudes.

Para ello es clave dotar de una reglamento adecuado al Real Decreto 1/2007. Desde el Ministerio de Consumo se ha presentado una propuesta de “anteproyecto para modificar el Consejo de Consumidores”, que no resuelve los problemas y podría incluso ampliarlos. ADICAE elaboró una propuesta de texto articulado para desarrollar reglamentariamente en profundidad distintos aspectos de las Asociaciones de Consumidores y Usuarios contenidos en el Real Decreto Ley 1/2007 de acuerdo a las perentorias necesidades del movimiento de consumidores.

SUPERAR EL ACTUAL “CONSUMISMO” AL QUE ABOCA EL ACTUAL SISTEMA PRODUCTIVO

La crisis económica puede abrir la posibilidad a un consumo más racional. Aunque forzado por las circunstancias, no es menos cierto que este cambio de tendencia

implicará un cambio de mentalidad. Es el momento de evaluar las perniciosas consecuencias de atender acríticamente los mensajes agresivos que, en forma de publicidad, nos invaden cada vez con mayor insistencia y extensión. Debemos tomar conciencia de los mitos que rodean al concepto de consumidor, de que la “libertad” y “soberanía” de éste es un mero barniz ideológico que funciona como retórica falsa. En realidad el consumidor-individuo, abandonado en manos de los intereses privados de las grandes empresas, se convierte, a veces sin pretenderlo, en un cooperador necesario de los intereses de lucro de aquellas. Sólo así puede entenderse el alto grado de endeudamiento y la concesión descontrolada e irresponsable de crédito por parte de bancos y cajas de ahorros.

El consumidor post-crisis debe ser más consciente, cauto y maduro en el gasto, lo que le permitirá ahorrar y vivir mejor. La falta de liquidez en el sistema financiero y los altibajos de interés posibilitarán la existencia de filtros y barreras que pueden suponer un uso más racional del recurso al crédito, con una mejor percepción de la propia situación patrimonial de las familias que ayude a evitar un excesivo sobreendeudamiento. Esto a la larga conlleva grandes beneficios para la economía porque fomenta la competencia y la transparencia en el mercado.

Para lograr asociaciones de consumidores fuertes es fundamental dotar de un desarrollo reglamentario adecuado a los artículos 22 y siguientes de la Ley de Defensa de los Consumidores

Desde el Ministerio de Consumo se ha presentado una propuesta de anteproyecto para modificar el Consejo de Consumidores, que no resuelve los problemas y podría incluso ampliarlos

El consumidor post-crisis debe ser más consciente, cauto y maduro en el gasto, lo que le permitirá ahorrar y vivir mejor



Conozca con



las claves de la actual crisis, su repercusión en los consumidores, cómo afrontarla y defenderse de sus consecuencias.

Solicítela llamando a ADICAE

CONSIGA ESTAS INTERESANTES Y AMENAS PUBLICACIONES DE ADICAE

ADICAE
C./ Gavín, 12 local. 50001 ZARAGOZA
Tfno.: 976 390060 ■ Fax: 976 390199
email aicar.adicae@adicane.net



Estamos orgullosos de nuestra historia, pero miramos al futuro

1988

AICAR-ADICAE nace en ARAGÓN el 24 de enero de 1988. Se especializa en la información, formación, defensa y reivindicación de los derechos de los usuarios de servicios financieros.

1989

ADICAE representa a usuarios de Ibercaja y CAI en los Consejos de ambas cajas de ahorros.



ADICAE desde sus comienzos manifiesto su actitud reivindicativa frente a las entidades financieras que han cometido abusos ininterrumpidos desde entonces, pese a los avances y conquistas de los consumidores encabezados por la organización.

1990 Nace la revista *Impositores*. El 21 de agosto se constituye ADICAE como organización de ámbito nacional.

1991 Denuncia al Banco de Santander por publicidad engañosa en su campaña de Supercréditos Hipotecario.

1992 Edita dos libros de importancia fundamental para el usuario bancario: "El Defensor del cliente", y "Ahorro y financiación de la vivienda en Europa".

1993 Ingresa en *Consumers International*, organización mundial de consumidores y usuarios.

1994 Los Tribunales reconocen el derecho del Presidente de AICAR-ADICAE a ser miembro del Consejo de Administración de Ibercaja.

1995 Se consolida la actividad nacional e Internacional de ADICAE, con importantes reuniones con el Ombudsman de la banca belga y otras entidades europeas.

1996

ADICAE entra en el Consejo de Consumidores y Usuarios. Representa a los consumidores en la Comisión Nacional del Mercado de Valores. ADICAE pone en marcha su red Delegaciones a nivel nacional.

1997

ADICAE entra en Internet, abriendo una atractiva web en la que ofrece asesoramiento on-line a todos los usuarios.

1998

Quiebras de las Agencias AVA e Investahorro: miles de usuarios ven como todos sus ahorros desaparecen y ofrece su apoyo y ayuda a todos los afectados.

1999

ADICAE ofrece su ayuda a miles de afectados por los planes de jubilación de Intercaser-Ibercaja. La Dirección General de Seguros dicta una Resolución en la que da la razón a todos los afectados.

2000

Los socios de ADICAE presentan una demanda contra Intercaser en defensa de su ahorro. ADICAE pone en marcha una oficina en Barcelona.

2001

ADICAE publica el periódico *La Economía de los Consumidores*. Escándalo de la Agencia de Valores Gescartera. El Presidente de ADICAE informa del problema en la Comisión de Investigación del Congreso de los Diputados.

2002

Campaña de información y defensa de los usuarios de hipotecas. Informe sobre el sector de la inversión en filatelia y en bienes tangibles, que comienza a aglutinar el ahorro de miles de familias.

2003

Cierre de las academias de inglés. ADICAE unifica a miles de pequeños accionistas de Terra y presenta una querrela criminal.

2004

Comienza a trabajar con los 10 nuevos países de la ampliación Europea. Publica "El acceso a la justicia de los usuarios de servicios financieros" y el "Fichero práctico de productos financieros".

2005

Campaña contra las comisiones financieras. Por una regulación razonable y justa de las comisiones bancarias. ADICAE dispone de oficinas en 10 provincias más una red de 30 delegaciones

2006

ADICAE entra a formar parte de la Junta Consultiva de Seguros. Comienza la defensa colectiva de los afectados por la estafa de Forum Filatélico, Afinsa y Arte y Naturaleza.

2007

ADICAE analiza las hipotecas, los créditos rápidos, los servicios de reunificación de deudas y los retos de los consumidores ante las nuevas ofertas de productos de ahorro-inversión.

2008

ADICAE crea la plataforma por la crisis hipotecaria. Defensa de los afectados de Martinsa-Fadesa y Lehman Brothers. Analiza la realidad del seguro en España. Reuniones y actividades de ADICAE en Latinoamérica, que culminan con un convenio con el Consejo Latinoamericano de Consumidores.

más de 5.000.000 de españoles y millones de europeos y latinoamericanos han utilizado en estos 20 años los servicios de ADICAE