

Manuel Pardos, miembro del Consejo de Consumidores y Usuarios

“Algunas asociaciones de consumidores son falsas”

Manuel Pardos, miembro de la comisión permanente del Consejo de Consumidores y Usuarios y presidente de la Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros, aconseja reclamar por las comisiones que no correspondan a servicios realmente prestados por los bancos. Además, denuncia a determinadas asociaciones de usuarios, como Ausbanc, que no son tales sino simples despachos de abogados.

• I. C.

No todas las asociaciones de consumidores son tales asociaciones ni defienden a los usuarios. Los clientes de bancos y cajas deben tener cuidado al confiar en ellas. Manuel Pardos, presidente de la Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros, denuncia la práctica de determinados despachos profesionales de abogados que actúan con el sobrenombre de “asociaciones de usuarios” para granjearse la confianza de los consumidores, pero que no son tales. También anima a los clientes a denunciar el cobro de comisiones que no responden a servicios realmente prestados por las entidades.

Manuel Pardos, además de presidente de la Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros, es miembro de la comisión permanente del Consejo de Consumidores y Usuarios y también es representante de los consumidores en el Comité Consultivo de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

¿Cuáles son los principales problemas a los que se enfrenta el usuario de bancos y cajas de ahorro?

Las asociaciones de consumidores tenemos dos caballos de batalla principales: las comisiones y las cláusulas abusivas en los contratos que usan



las entidades financieras. Hemos comprobado que, con la caída de tipos de interés, los bancos y cajas sacan adelante sus cuentas de resultados mediante el cobro de comisiones. Como los beneficios tienen que aumentar de un año a otro, las comisiones se elevan continuamente y, peor aún, no hacen nada más que aparecer comi-

siones nuevas. Hay que considerar que casi el 50 por ciento de los beneficios de la banca sale del cobro de comisiones. Ante este panorama, considero insuficiente la normativa del Banco de España.

¿En qué aspectos debería mejorar esta normativa?

Tendría que tipificar las co-

misiones que se pueden cobrar y, sobre todo, regular que las comisiones que se cobren respondan a trabajos verdaderamente efectuados por las entidades financieras. Estas tarifas tampoco responden al criterio de la Circular 8/90 de que sean proporcionales al gasto efectivo realizado por el usuario. La mayoría de las comisiones que se cobran hoy no responden a un servicio solicitado por el cliente, que sería el criterio que habría que seguir. Además, no son lo verdaderamente públicas para fomentar adecuadamente la competitividad en este terreno.

¿Qué cláusulas abusivas utilizan los bancos en sus contratos?

En este aspecto hay un punto fundamental: el retraso de la legislación española en adaptar la directiva comunitaria sobre cláusulas abusivas, lo que origina un caos en los contratos bancarios. Al tratarse de contratos de adhesión, los consumidores están en plena indefensión. No pueden negociar las cláusulas. O lo firmas o no lo haces. Si contienen abusos, sólo lo puedes denunciar en los juzgados cuando realmente se produce el abuso. Nunca lo puedes negociar previamente a la firma del contrato.

¿Qué opinión le merece la publicidad financiera?

Casi toda la publicidad financiera roza lo engañoso. En este terreno le queda mucho por hacer al Banco de España. Sólo tiene un filtro, que es el registro de publicidad bancaria. Y este registro sirve para poco. Los funcionarios se limitan a apuntar en él la publicidad que envían las entidades. No se realiza una labor verdaderamente de

“Las comisiones y las cláusulas abusivas en los contratos son los temas más espinosos a los que se enfrentan los consumidores”

¿Qué es AICAR-AICAE?

◆ La Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros nació en 1990 en Aragón. Surgió como iniciativa de una serie de personas que fueron elegidas representantes de los impositores en los órganos de gobierno de las cajas de la región, Ibercaja y CAI.

◆ La primera denominación de la asociación fue la de AICAR (Asociación de Impositores de Cajas). Con el tiempo amplió su ámbito de actuación a otras comunidades, donde se la conoce como ADICAE. En la actualidad, está presente en 40 provincias y en todas las comunidades autónomas.

◆ Recientemente ha cambiado su denominación en la que se desaparece el

término de impositores, un tanto arcaico y cercano al ámbito de las cajas de ahorros. Desarrollará su labor bajo el nombre de Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros.

◆ La Asociación cuenta con el reconocimiento del Instituto Nacional de Consumo y con el de Consumers International, la principal organización mundial de consumidores. "Somos la única asociación reconocida de consumidores y usuarios especializada en servicios bancarios", afirma Manuel Pardos.

◆ Cualquier usuario se puede poner en contacto con esta asociación en el siguiente teléfono: (976) 212.147.

cuando es un despacho de abogados que presta servicios profesionales a clientes bancarios, servicios por los que cobra un precio. Sólo es un "chiringuito" con muy poca transparencia y con métodos de actuación muy dudosos. Gracias al eco que le han prestado algunos medios de comunicación y a la extraña protección que le han dado la mayoría de los grandes bancos y cajas de ahorros, su presidente, **Luis Pineda**, ha montado un negocio fabuloso.

¿Pero Ausbanc podría registrarse como asociación de consumidores en

cualquier momento?

No está registrada como tal y tampoco lo estará en un futuro, ya que no es una asociación de consumidores: hace publicidad y se financia con la publicidad que inserta en su revista. Es decir, hace algo contrario a lo que establece la **Ley General de Consumidores y**

Usuarios: tiene relaciones mercantiles con empresas sobre las que aconseja a los usuarios. No es muy ético presentarse como defensor de los usuarios de bancos y cajas de ahorro y, al tiempo, recibir dinero de estas entidades. ■



prevención. El registro tendría que servir para dar determinadas advertencias a las entidades sobre la publicidad que realizan.

Y ante este panorama, ¿qué es lo que deberían hacer los clientes de bancos y cajas?

Animo a los usuarios a denunciar ante las organizaciones de consumidores las comisiones que no respondan a servicios realmente demandados y efectivamente realizados por la entidad. Pero deben prestar mucha atención a las asociaciones de consumidores a las que dirigen sus quejas, porque aquí también hay fraude.

¿A qué se refiere?

A que existen organizaciones de consumidores que no son tales. Sólo utilizan esta denominación, pero se trata de

despachos de abogados que se limitan a prestar sus servicios profesionales.

¿Podría identificar alguna de estas falsas asociaciones de usuarios?

Ausbanc, por ejemplo. No es ninguna asociación de consumidores, a pesar de su denominación de **Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios**. No está registrada ni reconocida por el **Instituto Nacional de Consumo**, la única autoridad competente para registrar asociaciones de consumidores. Tampoco está reconocida internacionalmente ni en ningún otro sentido. Ausbanc está engañando a los usuarios españoles al presentarse como asociación de usuarios,

"Ausbanc engaña a los usuarios. No está registrada en el Instituto Nacional de Consumo y se financia con la publicidad de bancos y cajas"