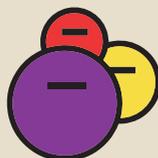


Consumidores y usuarios vulnerables ante los servicios financieros y grandes temas del consumo



Estudio del concepto y causas del Consumidor Vulnerable en Servicios financieros, energía y telecomunicaciones



ADICAE

Consumidores Críticos,
Responsables y Solidarios

**Análisis sociológico de consumidores
vulnerables en Servicios financieros y
grandes temas de consumo**

El análisis Sociológico realizado por ADICAE se ha dirigido al objetivo de determinar las características y perfil del consumidor con un mayor grado de vulnerabilidad y probabilidad de exclusión en los sectores de Servicios financieros, energía y telecomunicaciones. Para ello se ha realizado una encuesta a los ciudadanos, recabando de los mismos tanto datos objetivos como de opinión.

Estudio sociológico (datos de la muestra)

474 encuestas. Error muestral del 4,5%

55% hombres. 45% mujeres. Edad media 54,4 años

57,4% trabaja, 26,8% jubilado, 9,5% desempleo, 6,3 otros

29,3% de población mas de 500.000 hab. 15,8% de población menos 10.000 hab

Con algún tipo de discapacidad 7,6%. Con doble nacionalidad o extranjera 5,2%

Hogar pareja 39,6%. Pareja con dependientes 19,4%. Sin pareja con dependientes 20,6%. Individual 20,4 %

1. Resultados de los indicadores de Vulnerabilidad del ciudadano

● Gasto imprevisto de 700 €

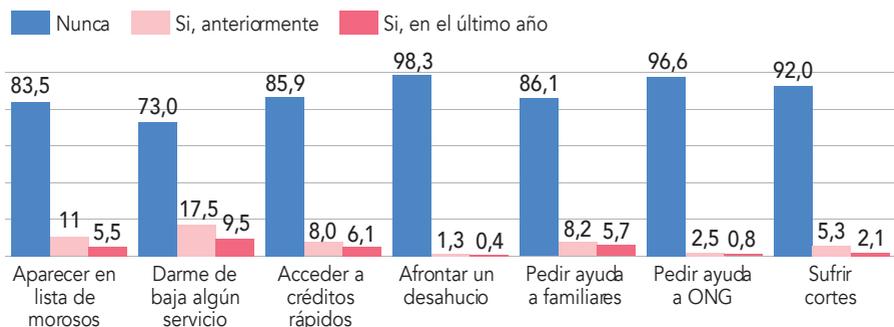
Como primer indicador para evaluar el grado de vulnerabilidad de los ciudadanos encuestados se preguntó sobre la capacidad de afrontar un gasto imprevisto de 700 € (siguiendo criterios de encuestas del INE) y un **25,8% de los encuestados reconoció que no podría realizar el pago de un gasto no previsto de dicho importe.**

Dentro de este dato tomado como indicador de riesgo de exclusión económico social (imposibilidad de afrontar un gasto imprevisto de 700 €) destaca la familia monoparental con personas dependientes como el **modelo de convivencia más vulnerable.** (Mujer de mediana edad, estudios secundarios, trabaja, sin pareja pero con personas a su cargo).

● Reacciones ante dificultades de pago

Los siguientes **indicadores elegidos para mostrar la situación de vulnerabilidad** fueron las diferentes consecuencias provocadas por las dificultades de realizar algún pago como la inclusión en registros de morosos, necesidad de dar de baja un servicio – o sufrir un corte en el mismo- , tener que solicitar créditos rápidos, sufrir un desahucio, pedir ayuda a familiares.

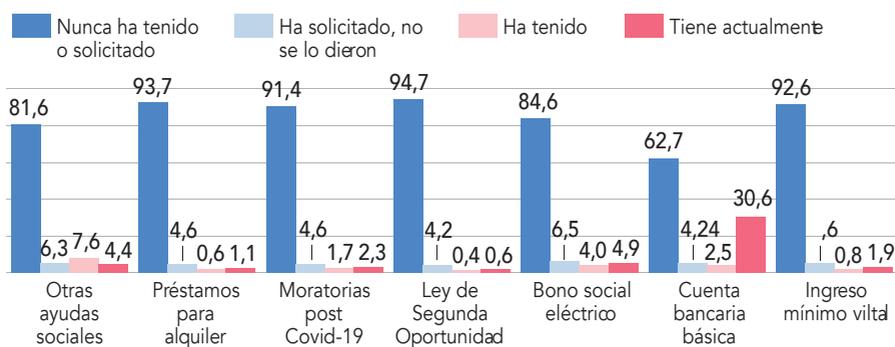
Declaran haber aparecido en registros de morosos un 16,5% de los encuestados. Se han dado de baja de un servicio básico un 27% y un 7,4% ha sufrido el corte del servicio. El 13,9% de los encuestados ha tenido que solicitar ayuda económica a familiares en alguna ocasión, el 3,3% ha tenido que solicitar la ayuda a ONGs, y el 14,1% ha acudido a buscar esta ayuda en los créditos rápidos.



Entre los resultados obtenidos en estos indicadores llama la atención que **1 de cada 3 usuarios que se han encontrado en alguna de estas situaciones declara haberlo hecho en el último año, reflejando el impacto negativo del Covid 19 en 2020 sobre la situación de vulnerabilidad de las familias.**

● Solicitudes de ayudas sociales

Hemos tomado como referencia, aquellas ayudas sociales en diferentes ámbitos (Ingreso mínimo vital, cuenta básica, bono social eléctrico, etc.) que han establecido requisitos económicos y sociales para su concesión, como indicador de la situación de vulnerabilidad de los ciudadanos, porque aunque en cada caso, los requisitos y baremos son diferentes todos ellos se dirigen a ciudadanos vulnerables o en riesgo de exclusión en diferentes acepciones.



El primer dato que llama la atención es el **importante número de ayudas denegadas en comparación con las concedidas**. En moratorias de préstamos post-Covid 19 un 4,6% denegadas frente a un 4% concedidas, en la Ley de segunda oportunidad un 4,2% denegadas frente a un 1% concedidas, el bono social eléctrico un 6,5% denegado frente a un 8,9% concedido.

Señalar también la poca incidencia del Ingreso mínimo vital, posiblemente debido a la novedad del tipo de ayuda y la dificultad a la hora de preparar la documentación, y por la falta de atención presencial a la hora de solicitarlo. Sin embargo también ha sido denegado (4,6%) en mas ocasiones que concedido (2.7%)

Aunque estos diferentes tipos de ayudas, establecen diferentes requisitos y baremos para determinar que ciudadanos están en una situación de vulnerabilidad merecedora de obtener la ayuda, queda claro por tanto que dichos requisitos son demasiado exigentes ya que dejan fuera de estas ayudas al menos a un numero equivalente al de los beneficiarios que sin embargo se han considerándo en la necesidad de solicitarlas y les han sido denegadas.

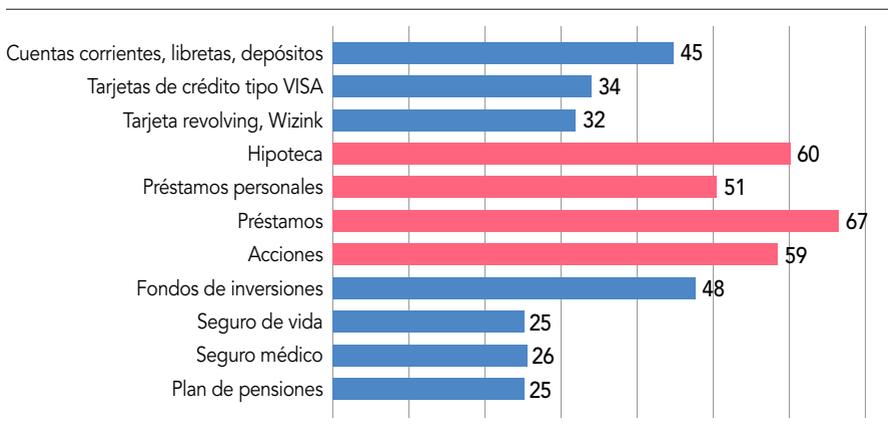
Los datos sobre los consumidores nos indica que el trabajar ya no es impedimento para estar ante una situación de riesgo de pobreza: de un 13,9% de consumidores que se han visto incapaces de evitar un retraso en el pago de bienes básicos, el 48,57% se trataba de trabajadores. Las trabajadoras con salarios bajos, de mediana edad son incapaces de afrontar un imprevisto (24%) son las más expuestas.

Los datos sobre los consumidores nos indica que el trabajar ya no es impedimento para estar ante una situación de riesgo de pobreza.

2. Consumidores con mayor índice de vulnerabilidad en Servicios Financieros

Resulta llamativo que los consumidores recurran algo más a los créditos rápidos (14,1%) para pagar bienes de primera necesidad, que a familiares o amigos (13,9%), peculiaridad que se puede explicar teniendo en cuenta un factor que influye en estos casos: la importante y agobiante publicidad que a través de todos los medios nos recuerda lo fácil que es obtener un préstamo rápido, que no dejemos de hacer algo o comprar cualquier cosa, y que nos facilitan el dinero de forma rápida y sencilla.

Tener problemas con las entidades financieras es habitual: **el 60% de los que tienen hipoteca han tenido problemas, así como el 67% de los que tienen préstamos rápidos.** No ha mejorado la sensación y percepción de engaño de los consumidores frente a las entidades financieras: un 28,6% se ha sentido engañado en el último año y un 76,3% se ha sentido engañado en algún momento. Resulta curioso que las hipotecas tengan casi el mismo porcentaje de problemas que los préstamos rápidos, aunque probablemente no se están valorando por los encuestados los costes de la operación, y no han tenido en cuenta los TAE de los préstamos rápidos, que en algunas ocasiones llegan al 2.000%.



Que las entidades financieras solo se mueven por su interés es algo que teníamos claro, pero en los últimos tiempos ha aumentado la "agresividad comercial", "solo te atienden cuando quieren venderte algo", por la pérdida de márgenes comerciales en su negocio bancario, intentan colocar otros productos que el consumidor ni necesita ni demanda.

En Servicios financieros a un 89% de los encuestados les ha sido ofrecido un producto no solicitado, casi todos ellos por última vez este mismo año.

La falta de transparencia en la relación de los bancos con sus clientes se refleja claramente en la pregunta "Si como consecuencia de su relación con las entidades financiera le han informado de forma parcial", el 71,5% de los que han respondido a la encuesta considera que no le han informado de forma completa cuando les ha requerido para ello, una actuación que lleva tiempo ocurriendo y que no parece que vaya a cambiar, ya que el 29,1% señala que ha ocurrido en el último año.

3. Consumidores con mayor índice de vulnerabilidad en Telecomunicaciones y Energía

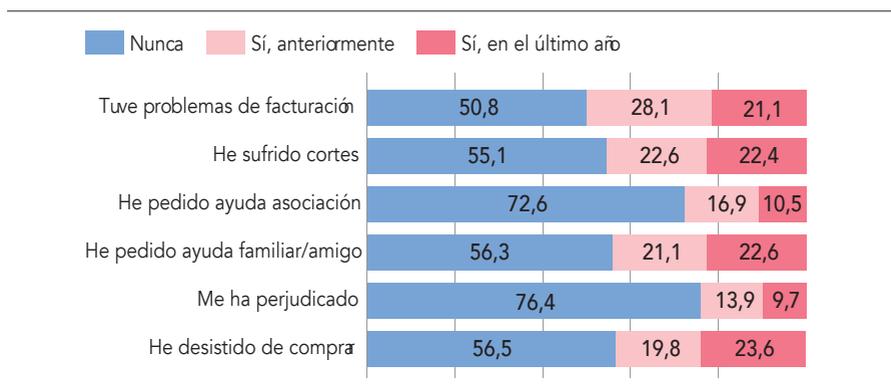
● Telecomunicaciones

Casi una cuarta parte de los encuestados no compra por internet (23,5%) mientras que el resto, la amplia mayoría, incluso un 28% compra productos de todo tipo (físicos y digitales). Las consecuencias más habituales por tener dificultades o falta de habilidades digitales a la hora de comprar un producto son "desistir de la compra (23,6%) o recurrir a la "ayuda de un familiar o amigo" (22,6%)

Las compras por internet se han consolidado y como consecuencia de la pandemia todavía más, el 76% de los consumidores ha comprado por internet, entre los cuales las personas jóvenes menores de 40 años, son las que más compran. Esto hace que ese grupo de edad, dentro de los que tienen problemas en las compras por internet, sea el grupo con más incidencias llegando al 75% de todas ellas.

El perfil de los consumidores que no compran en internet es algo más habitual entre los varones (25% de los hombres). Esta situación es especialmente frecuente entre personas mayores de 65 años con un 41%, los que tiene estudios primarios (48%), tienen alguna discapacidad, están jubiladas y viven solas. Aquí se está apuntando hacia una clara brecha digital, creando consumidores vulnerables.

Le han generado problemas las compras por internet al 61,8% de los compradores, siendo el retraso en la recepción con el 38,2% el que más se repite. El 24,4% ha tenido dificultades para encontrar información y 18,6% han recibido productos defectuosos o diferentes. El 18,3% ha tenido fallos técnicos.



● Energía

En materia de vulnerabilidad en el sector de la energía, hay que destacar que el bono eléctrico le ha sido denegado a un mayor porcentaje (6,5%) de encuestados que los que lo tienen en el último año (4,9%).

En este apartado hay que destacar, que en el último año debido al Covid 9, los trámites administrativos se han derivado en gran parte a servicios on line, (por ejemplo obtención de certificados on line de la seguridad social para la solicitud del bono social), y la dificultad de acceso a servicios de telecomunicaciones ha sido una barrera más para la obtención del Bono social.

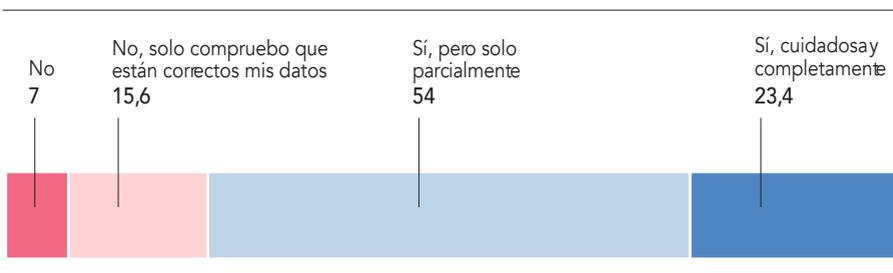
Si atendemos también a los datos de los usuarios que han sufrido un corte de servicio, por dificultades de pago, nos encontramos con un 2,1% en el último año. Además de la dificultad de acceso al bono social, debemos tener en cuenta, que la falta de conocimientos hace que no se tenga contratado lo que realmente se necesita, muchas veces nos dejamos convencer por el comercial sin darnos cuenta que sus intereses son distintos de los nuestros, llevando a todo tipo de situaciones que perjudican al consumidor como por ejemplo contratos eléctricos con más potencia de la necesaria. A esto se le debe añadir que en el mercado libre los importes de la factura de la energía eléctrica son mayores.

4. Conclusiones de comportamiento sobre consumidores empoderados y no empoderados

El 22,4% de los encuestados no lee los contratos o los lee solamente para comprobar los datos personales. Si bien la mayoría lee los contratos, solo los lee completamente el 23,4%, donde destaca los jubilados y mayores de 65 años.

La lectura parcial de los contratos por parte de los consumidores es algo habitual (51%) las razones se pueden agrupar en "Era demasiado largo y requería mucho tiempo" (71,2%), el tamaño de la impresión era demasiado pequeña (57,4%) y una razón contundente, tienes que aceptar ponga lo que ponga (37,6%), pero numerosas respuesta señalan el poco tiempo que dan para su revisión, "los vendedores se ponen nervios si tardas" "se hacen por teléfono", esto denota la necesidad de que este tipo de contratos previamente sean verificados a través de las asociaciones de consumidores.

El perfil del consumidor más vulnerable que nunca lee los contratos se encuentra más habitualmente y entre jóvenes con estudios primarios y además entre los parados.



La asignatura de la reclamación todavía no la ha aprobado el consumidor en España, somos más dados a conversación entre amigos o en lugares públicos que en las instancias correspondientes, el **50,9% ha tenido en los últimos 12 meses en el momento de realizar una compra o prestarle un servicio, una circunstancia para efectuar una reclamación.** De las compras realizadas por internet, nos señalan los encuestados que en el 17,5% de las ocasiones no han tenido respuesta a sus reclamaciones. Los consumidores utilizan más o menos en la misma proporción la Oficina del Consumidor (55,9%) que las Asociaciones de Consumidores (53,2%) para presentar sus quejas como usuarios.



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

Proyecto:
Consumidores y usuarios vulnerables
ante los servicios financieros y
grandes temas del consumo

Puede consultar los Estudios de ADICAE realizados en el proyecto en:
consumidorvulnerable.adicae.net