



# ÍNDICE

- **PRESENTACIÓN DE LA III CONVENCION DE ADICAE. Página 3.**
- **ADICAE, LA POLÍTICA Y LAS INSTITUCIONES. Páginas 4 – 6.**
- **LOS CONSUMIDORES ANTE LA CRISIS ECONÓMICA Y LOS CAMBIOS EN EL SECTOR BANCARIO. UN CONSUMIDOR CRÍTICO Y RESPONSABLE. Páginas 7 - 13.**
- **ACCIÓN REIVINDICATIVA DE ADICAE: EL AHORRO-INVERSIÓN, CRÉDITO, HIPOTECAS Y SEGUROS. Páginas 14 –20.**
- **ÓRGANOS DE GOBIERNO Y PARTICIPACIÓN DE LOS SOCIOS EN ADICAE. Páginas 21 – 23.**
- **COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA E IMAGEN PÚBLICA DE ADICAE. Páginas 24 – 30.**

## **PRESENTACIÓN DE LA III CONVENCION DE ADICAE**

Tras cuatro años desde que celebrara su exitoso II Congreso en enero de 2009 ADICAE ya está preparando su III Congreso que tendrá lugar en 2013. Y como siempre lo hace en contacto directo con sus socios, su activo social más importante.

Como preparación, la Junta Directiva de ADICAE aprobó la celebración de una "Convención de ADICAE" que tuvo lugar los días 26,27,28 Octubre de 2012 en Madrid. Previamente tuvieron lugar hasta nueve convenciones territoriales por toda España, donde los socios de ADICAE participaron en debates previos sobre los contenidos así como la elección de los socios que acudirían a la Convención de Madrid en representación de todos los socios de ADICAE.

La Convención es el órgano consultivo de debate y participación de todos los que formamos la Asociación. ADICAE ha reunido a los órganos de gobierno, representantes cualificados de los socios, técnicos, abogados, colaboradores y voluntarios para debatir y profundizar las líneas de actuación y objetivos de la Asociación, de cara a potenciar y ampliar la defensa y representación de los consumidores y particularmente de servicios financieros, así como para reforzar la estructura organizativa.

No cabe duda de que ADICAE esta cumpliendo un importante papel en el movimiento de los consumidores, respondiendo ante los retos que se presentan en la crisis. Para ello ha sido fundamental el papel que han tenido las distintas Convenciones desarrolladas estos años. Nuestra Asociación, que está a la vanguardia del asociacionismo consumerista en España y en Europa, debe demostrar en todos sus ámbitos tener las ideas claras, un paso imprescindible que nos permite actuar con plena coherencia en orden a proseguir avanzando en extensión cualitativa y cuantitativa y ser capaces de este modo de responder eficazmente a los retos que nos exigen los problemas de los ciudadanos y consumidores. Sobre todo ante el actual contexto de crisis.

En efecto, la persistencia y profundización de la crisis económica, las continuas reformas del sistema financiero que ha terminado por liquidar las cajas de ahorro y el "rescate bancario", son algunos de los grandes temas que para los consumidores han tenido especial repercusión. El aumento de los embargos de vivienda, exponiendo a los afectados además de a una deuda de por vida; la comercialización masiva e irregular de participaciones preferentes y demás productos tóxicos, con los que más de un millón de familias han visto sus ahorros bloqueados en un "corralito" español sin precedentes; el aumento desorbitado de comisiones bancarias y otros muchos abusos cometidos como la inclusión de cláusulas suelo en las hipotecas, la colocación de clips, swaps en las hipotecas, han sido las cuestiones más relevantes durante este periodo de tiempo. En el que también hemos seguido defendiendo los intereses de los consumidores en otros muchos frente como Forum, Afinsa y Arte y Naturaleza, etc.

Todas estas cuestiones y muchas otras que recoge este cuadernillo tuvieron su presencia en la III Convención de ADICAE, que permitió un intercambio de opiniones y experiencias de toda la organización y sobre todo puso en el centro del debate los problemas y propuestas de solución que hoy demandan los consumidores españoles, en un contexto económico, social y político tan crítico como el actual.

# CONCLUSIONES DEL GRUPO DE TRABAJO 1 “ADICAE, LA POLÍTICA Y LAS INSTITUCIONES”

## PRESENTACIÓN:

El momento que está viviendo nuestro país es una gran oportunidad para que ADICAE:

- Impulse su notoriedad en la sociedad.
- Participe más en la vida política, siempre dentro de su ámbito.
- Sea una organización referente en su campo (si ya no lo es).
- Sea tenida en cuenta tanto por sus propuestas innovadoras como en los momentos de tomar decisiones políticas que influyan en la mejora de la situación y derechos de los consumidores.

Uno de los pilares fundamentales en los que ADICAE durante los próximos años tiene que apoyarse es su estrategia política e institucional con cualquier tipo de organización o movimiento social. Debemos abrirnos a la sociedad, quizás hasta ahora no lo hemos hecho, debemos hacernos visibles e influyentes. Pero además, en este campo debemos hacer algo que nos diferencie del resto de asociaciones de consumidores. Debemos para ello “utilizar” a las fuerzas políticas para que nuestras propuestas e ideas sean llevadas a los diferentes parlamentos y sean convertidas en normas o se trasladen a vías de actuación política de los diferentes gobiernos. Tenemos poder y empezamos a ser conscientes de ello, ahora debemos dar un paso más y que se empiece a notar, sentir en la sociedad. Debemos pasar a ser un lobby, un grupo de poder influyente.

El grupo de trabajo 1 estuvo coordinado por Miguel Giménez (responsable de Proyectos de ADICAE) y participaron como ponentes Javier Contreras (Coordinador de ADICAE-Madrid y ADICAE-Castilla La Mancha) Carmen Domínguez (técnico de ADICAE Andalucía) y Eduardo Pastor (técnico de AICAR-ADICAE).

Algunos de los retos y situaciones actuales que se analizaron en el grupo de trabajo para dar a estas cuestiones la mejor respuesta posible en el futuro fueron:

- Diseño de políticas de consumo desde ADICAE
- Las propuestas de ADICAE por más democracia y de más calidad. Transparencia y mayor poder del ciudadano-consumidor frente a la banca y los intereses del sector financiero.
- Potenciar la política frente a la judicialización de los problemas de los consumidores. Cuando surge un problema, hacer llegar la propuesta de solución rápidamente a las instituciones.
- Relaciones con los partidos políticos, instituciones públicas y organismos representativos: estrategias y criterios de actuación.
- Reflexión de la contundencia o exigencias de ADICAE hacia los políticos.
- La colaboración con otras organizaciones sociales: Balance, objetivos, expansión y ampliación del espectro de relaciones. Presentar ADICAE como la única organización realmente social de consumidores.

- ¿ADICAE como lobby y/o como agente social?. Dotarnos de una hoja de ruta para que los consumidores, de la mano de ADICAE sean agente social reconocido, frente al ineficaz y caduco dúo sindicatos-patronal que “sirve para todo”.

## **CONCLUSIONES Y PROPUESTAS:**

Se llegaron a realizar 16 propuestas, unas centradas en la propia temática del grupo de trabajo y otras que tienen que ver más con otros grupos:

**Propuesta 1: Ejercer una verdadera corriente de opinión y de presión sobre los círculos de poder de nuestro país.** Para ello hay que utilizar y optimizar todos los recursos de ADICAE a nivel institucional, aspirando a pasar de una mera participación consultiva (Por ejemplo: participación de ADICAE en Comité Consultivo CNMV) a ejercer un poder decisorio para que sean tenidas en cuenta las propuestas de ADICAE en grupos de trabajo parlamentarios y en la elaboración de nuevas normativas financieras y de consumo.

**Propuesta 2: Crear una estructura organizada en materia de consumo en las Administraciones Públicas.** Esto hay que proponérselo a los grupos parlamentarios, estatales y autonómicos, y a partidos políticos y exigir que dicha estructura tenga una visibilidad clara y una separación de otros ámbitos de actuación política. Así se abandonará esa postura de que el consumo es algo residual.

**Propuesta 3: Instar a la reforma de la normativa referente a los órganos reguladores de nuestro país: CNMV, BE y DGSFP.** Hacer ver la necesidad de dicha reforma a todos grupos parlamentarios, especialmente tras los últimos escándalos financieros, sobre todo en lo que concierne a la elección de los máximos representantes de estos organismos. Con ello se pretende despolitizar estos organismos reguladores y que tanto su labor inspectora como la sancionadora esté al margen de las políticas y de los intereses de los diferentes Gobiernos.

**Propuesta 4: Conseguir convenios de colaboración en todas las OMICS de España.** Aspirar a tener incluso presencia física y colaborar en todo lo que estas oficinas o sus funcionarios no lleguen: conocimientos en consumo financiero, escasez de recursos económicos, etc.

**Propuesta 5: Establecer un plan estratégico de relaciones y convenios de colaboración con otras realidades asociativas especializadas en la defensa de servicios y derechos cívicos.**

**Propuesta 6: Instar al FROB y al Banco de España a que las asociaciones más representativas de impositores tengan presencia en los Consejos de Administración de las cajas nacionalizadas.**

**Propuesta 7: Contribuir a la formación y prevención de los consumidores, sobre todo con los sectores de población más sensibles: inmigrantes, menores de edad, tercera edad, ...** Para esta formación se propone contar de una forma activa con el apoyo del Ministerio de Educación y otras Administraciones.

**Propuesta 8: Publicitar más frente a las instituciones la labor asociativa de ADICAE**

**Propuesta 9: Evitar duplicidades y solapamientos entre Administraciones de Consumo y asociaciones de consumidores.** Así habrá una mejor acción en la defensa de los derechos de los consumidores. El medio que se considera más adecuado para ello es la firma de Convenios de colaboración con administraciones para garantizar que así las actividades se complementen y no se solapen.

**Propuesta 10: Ejercer presión ante los diferentes grupos parlamentarios a través de una estrategia definida para conseguir un mayor impacto de nuestras propuestas en todos los partidos políticos.**

**Propuesta 11: Instar a autoridades bancarias, españolas y europeas, que ADICAE tenga voz como asociación de consumidores más representativa en el Supervisor Bancario Único (a nivel europeo) que parece se va a crear a partir de enero de 2013.**

**Propuesta 12: Establecer una campaña para despertar al consumidor-votante: relacionar las dos figuras para que sepan que pueden ejercer sus derechos y ADICAE convertirse en su voz.**

#### **PROPUESTAS PARA OTROS GRUPOS:**

**Propuesta 13: Crear la figura de simpatizante sin tener que satisfacer ningún tipo de cuota de socio.** (Para el grupo de trabajo 5)

**Propuesta 14: Potenciar más la marca ADICAE a través de un icono que nos haga más visibles.** (Para el grupo de trabajo 6)

**Propuesta 15: Aumentar más la base social de ADICAE** (Para el grupo de trabajo 5)

**Propuesta 16: Informar y orientar a los socios sobre la desgravación de las cuotas de los socios en el IRPF** (Para el grupo de trabajo 5)

## **CONCLUSIONES DEL GRUPO DE TRABAJO 2 “LOS CONSUMIDORES ANTE LA CRISIS ECONÓMICA Y LOS CAMBIOS EN EL SECTOR BANCARIO. UN CONSUMIDOR CRÍTICO Y RESPONSABLE”**

### **PRESENTACIÓN:**

Durante los 25 años de existencia de ADICAE nunca antes la asociación se había encontrado en un contexto que suponga un reto tan importante como el que plantea la crisis financiera, económica y social que sufre España y la UE desde el 2008, así como los cambios que se están dando en el sector bancario.

El grupo de trabajo 2 estuvo coordinado por Paco Sanz (responsable de publicaciones) y participaron como ponentes Iria Agüete (técnico de ADICAE Vigo), David Solís (técnico de ADICAE Castilla y León), Rafael Fernández y Rosana Carbadillo.

Algunos de los retos y situaciones actuales que se analizaron en el grupo de trabajo para dar a estas cuestiones la mejor respuesta posible en el futuro fueron:

- Los efectos de la crisis en las economías domésticas.
- Balance de la actuación de los organismos reguladores y propuestas de reforma: hacia una interlocución mayor con los consumidores. Depurar responsabilidades en la crisis y en los fraudes a los consumidores.
- Cambios profundos organismos reguladores, y en particular el banco de España: transparentes, sujetos al control democrático, despolitizados y autónomos. Además de equitativos, eficaces, proactivos, y con representación de los consumidores a través de ADICAE (voz y voto).
- Cajas de ahorros: responsabilidades y retos de futuro: ¿cómo defender la obra social?
- Rescate bancario y repercusión en los derechos de los consumidores de servicios bancarios.
- Tras la crisis financiera y los rescates, exigencias de los consumidores: Un nuevo mapa bancario y un nuevo modelo de relación banca / consumidores.
- ADICAE como promotor principal reconocido de una nueva cultura financiera popular, crítica en su raíz.
- Consumo responsable en créditos e hipotecas. El problema del endeudamiento.
- Definir y desarrollar la acción colectiva y organizada de los consumidores frente al poder del mercado y las causas de la crisis. Solidaridad vs. Individualidad.
- ADICAE: ¿Promotora de acciones cooperativas y nuevos hábitos de consumo?

## CONCLUSIONES Y PROPUESTAS:

Los resultados obtenidos en el grupo de trabajo fueron 15 propuestas que se exponen a continuación:

**Propuesta 1: ADICAE debe poner en marcha mecanismos de todo tipo para detectar los sobrecostes del proceso de reestructuración bancaria que están recayendo sobre el consumidor y denunciarlos.** Los costes del proceso de reestructuración bancaria están recayendo ya sobre los consumidores. ADICAE debe poner en marcha mecanismos de todo tipo para detectar estos sobre costes y denunciarlos.

El llamado “rescate” a la banca española solicitado el pasado mes de junio por el gobierno al Eurogrupo constituye una parte del proceso de reestructuración de la banca española, iniciada en 2008. Los costes de financiar a la banca a través del rescate, tal y como se recogen en el llamado “Memorandum de Entendimiento” firmado entre el Gobierno y los países del Eurogrupo van a recaer entre los ciudadanos pero también entre los consumidores en forma de encarecimiento de determinados productos y servicios financieros. ADICAE debe dedicar especial atención en su labor a detectar y denunciar estas subidas de precio y otros abusos en las condiciones de contratación.

**Propuesta 2: Hacer un balance de la reestructuración del sector bancario y su repercusión para los consumidores.** En 2008 comenzaron a adoptarse las primeras medidas para hacer frente a lo que entonces era una crisis financiera. Entre aquellas medidas destaca la creación del FROB (Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria) así como otros Fondos de carácter público destinados a avalar y garantizar la viabilidad del sistema financiero. A partir de 2010 se dio un paso más allá, buscando la fusión de entidades como mecanismo para prevenir el deterioro y quiebra de unas entidades manifiestamente insostenibles.

Posteriormente, una serie de decretos obligaron a las entidades a realizar todo tipo de provisiones para sostener sus balances. Cuatro años después todas estas medidas se han demostrado insuficientes, cuando no claramente equivocadas. Los consumidores también hemos sido víctimas de estas decisiones sin que, por otra parte, se adoptaran medidas específicas para los consumidores que ya estaban empezando a sufrir los efectos de la crisis. Es necesario, por tanto que ADICAE haga un análisis de las políticas de “reestructuran del sector bancario” puesto en marcha desde 2008 y su repercusión en los consumidores.

**Propuesta 3: Exigir a los bancos que reciban ayudas públicas determinadas condiciones en su relación con los consumidores.** En segundo lugar, es necesario que a los Bancos “rescatados”, es decir que reciban ayudas públicas, se les exijan determinadas condiciones en su relación con los consumidores.

**Propuesta 4: Articular un “Memorandum de entendimiento para los consumidores” que garanticen la protección del consumidor y un trato justo para aquellos casos especialmente graves.**

**Propuesta 5: Solicitar mecanismos de control que garanticen una mayor transparencia a la hora de poder conocer la opinión pública el uso que las entidades financieras dan a las ayudas públicas que reciben.** Respecto del “rescate bancario” solicitado a Europa, esta operación supondrá una inyección muy importante de

capital, pero el consumidor tiene que saber a donde va ese dinero. Es necesario establecer instrumentos de control sobre todas estas cantidades recibidas por el rescate.

**Propuesta 6: Seguir denunciando públicamente que el proceso de descomposición de las cajas tiene un origen clave en el mal trato a los consumidores e impositores.** Dentro de la actual reestructuración bancaria, el proceso de descomposición de las cajas de ahorros tienen un origen clave en el mal trato a los consumidores e impositores hace más de 30 años.

El proceso de reestructuración bancaria ha tenido un protagonista especial en las cajas de ahorros, convertidas en su práctica totalidad en bancos. ADICAE es consciente de que este proceso de transformación tiene su origen hace más de treinta años, y que la “burbuja del crédito” (años 2000-2006) ha acelerado su descomposición. La degeneración de las cajas ha tenido su reflejo en el mal trato reiterado a los consumidores y los fraudes a los impositores por su modelo de gobierno, que les han abocado a esta situación.

La perversión de las cajas como modelo de “banca social” se ha mostrado con toda claridad en el mal trato al pequeño ahorrador y el fraude masivo e indiscriminado de las participaciones preferentes y otros productos tóxicos de ahorro. Abusando de una relación de cercanía y confianza las cajas de ahorros con sus clientes, han engañado a millones de consumidores colocándoles estos productos financieros. Al margen de sus excesos crediticios en grandes e insostenibles negocios inmobiliarios, el fracaso de las cajas de ahorros y su desaparición responde también a un mal trato al consumidor.

**Propuesta 7: ADICAE debe estar presente en los cambios de las cajas de ahorros sobre la Obra Social.** La Obra Social de las cajas de ahorros seguirá vinculada a aquellas antiguas cajas de ahorros, ahora bancos, que mantengan su operativa financiera. Asimismo, desaparecida la caja de ahorros como entidad de crédito, la Obra Social quedará gestionada por una fundación de carácter especial, sin definir en todos sus términos. Tanto en un caso como en otro, los consumidores y ADICAE debemos mantenernos activos y estar muy presente en este proceso. La Obra Social de las cajas ha sido utilizada como marketing por las entidades. No obstante, mantiene muchas actividades de carácter social que deben mantenerse y potenciarse. En el nuevo contexto bancario, ADICAE debe participar de lleno en este importante proceso para los consumidores y toda la ciudadanía.

**Propuesta 8: Desarrollar los mecanismos adecuados para vigilar y responder a las ofertas y riesgos que el mercado financiero ofrezca a los consumidores con la ampliación de su campo de actuación a servicios de interés social antes ofrecidos por el sector público: nos referimos, por ejemplo, a seguros de salud, ahorro-pensión, créditos a estudiantes, etc.** Las políticas adoptadas con motivo de la crisis van a provocar que el mercado financiero amplíe su campo de actuación a servicios de interés social antes ofrecidos por el sector público.

Las políticas económicas aplicadas hasta la fecha y las que previsiblemente se van a poner en marcha, suponen una restricción o encarecimiento de determinados servicios públicos, tales como sanidad, educación, prestaciones por jubilación, etc. Ello permitirá al sector financiero entrar con más amplitud en estos ámbitos. ADICAE debe estar activo y desarrollar los mecanismos adecuados para vigilar y responder a las ofertas y riesgos que el mercado financiero ofrezca a los consumidores por estos servicios, tales como seguros de salud, ahorro-pensión, créditos a estudiantes, etc.

**Propuesta 9: Promover una ofensiva para acometer cambios y reformas en las leyes y en los organismos reguladores y supervisores con la finalidad de que se garantice de verdadera la defensa de los derechos del consumidor.** Ha habido un fracaso total de las políticas legislativas y de la actuación de las instituciones públicas y privadas en la prevención de la crisis y la protección posterior de los derechos de los consumidores.

Los consumidores están sufriendo las consecuencias más adversas de la crisis económica y financiera. Las condiciones abusivas de concesión de préstamos, los excesos de tasación, etc., han repercutido en los consumidores en forma de pérdida de su vivienda. Los pequeños ahorradores, han visto perdidos o atrapados sus ahorros merced a una gran campaña por parte de la práctica totalidad del sistema bancario con el objetivo de lograr sanear sus cuentas y balances.

Todo ello es un síntoma de que la legislación financiera y de protección de los derechos de los consumidores, sobre todo financieros; así como las instituciones públicas y privadas de control de tales derechos se han revelado insuficientes, tanto para prevenir la crisis como para paliar sus consecuencias adversas entre los consumidores. En particular destaca la precariedad del sistema de resolución de conflictos en el ámbito financiero, que exige un replanteamiento de los organismos reguladores y su implementación por los organismos de consumo competentes en esta materia.

Por todo ello, es necesario afrontar el nuevo escenario actual creado tras la crisis con una ofensiva por acometer cambios y reformas para lograr nuevos y mejores derechos para los consumidores.

**Propuesta 10: Crear mecanismos efectivos para informar y denunciar los nuevos abusos y fraudes que surjan a raíz de los cambios en el sector financiero y que tengan que ver, por ejemplo, con:**

- **Nuevas formas de contratación.**
- **Prácticas propias de oligopolios.**
- **Falta de transparencia y oferta masiva de productos complejos y de alto riesgo.**
- **Banca electrónica sin suficientes garantías de seguridad y accesibilidad.**
- **Imposición de productos para generar vinculación con la entidad.**

Los cambios en el sector financiero provocarán nuevos modelos de negocios que pueden suponer oportunidades y riesgos para los usuarios, por lo que ADICAE debe estar especialmente vigilante creando mecanismos adecuados para informar y denunciar abusos y fraudes.

Las formas de operar y negociar de la banca están cambiando lo que va a repercutir en las relaciones con los consumidores. Ya se perciben algunos cambios en el modelo bancario consecuencia de la crisis y que repercutirán en nuevas formas de contratación para los consumidores.

Es la hora de una mayor vigilancia de los servicios bancarios y condiciones financieras desde la perspectiva de la defensa de la competencia. La fusión de entidades de crédito puede dar lugar a un sector bancario más concentrado donde las ofertas de productos y servicios no ofrezcan variaciones de precios a la baja que beneficien a los consumidores.

El negocio financiero de los grupos bancarios intervenidos por el FROB puede acabar en manos de bancos europeos o de otros países. Es una manera de que las entidades bancarias extranjeras se introduzcan en el mercado español. Esto no es negativo para el consumidor si tales entidades garantizan mejores ofertas y condiciones para los consumidores y más respeto para sus derechos. Habría que evitar que la banca extranjera se contamine de los peores modos que hasta ahora ha tenido la “banca española” con los consumidores. Por eso ADICAE debe crear mecanismos de seguimiento de las ofertas y condiciones bancarias para los consumidores y denunciar abusos.

Es concreto, hay que crear mecanismos para vigilar y controlar la proliferación de productos cada vez más complejos para los consumidores. Un entorno de gran incertidumbre financiera está provocando que la banca coloque productos en los que la asunción del riesgo se traslada al consumidor. Sucedió con la colocación de preferentes o swaps hipotecarios y está sucediendo ahora con los pagarés, los cuales que no están garantizados por el Fondo de Garantía de Depósitos. Esta tendencia se prevé creciente dada las necesidades de captar recursos de las entidades de crédito y su capacidad técnica cada vez mayor para diseñar productos más sofisticados, por lo que exige un nivel de preparación y de vigilancia cada vez mayor por ADICAE.

Además, ante el cierre de sucursales bancarias, que han proliferado de forma excesiva en nuestro país durante la burbuja inmobiliaria, las entidades de crédito harán uso de las nuevas tecnologías como la banca electrónica o la banca por móvil. Esto supone asumir mayores riesgos al consumidor por lo que exige imponer controles y cautelas para mejorar la seguridad. Existe la posibilidad de que un sector de la población- zonas rurales y personas que tienen acceso a Internet- queden excluidas financieramente. Además de la complejidad, esta exclusión financiera puede verse acentuada por el encarecimiento de los servicios bancarios, sobre todo vía comisiones.

Por último, señalar que la necesidad de las entidades por retener clientes, sobre todo los que económicamente resulten más rentables, puede provocar contrataciones de productos con excesiva imposición de vinculación, es decir, obligar a los consumidores a contratar productos complementarios que no necesitan. Hay que vigilar y analizar este fenómeno para impedir que se convierta en una práctica abusiva que capture al consumidor y le impida acceder a otras opciones bancarias mejores para el usuario.

**Propuesta 11: Aumentar la vigilancia de los canales de crédito alternativos al bancario.** Por otro lado, la severa restricción del crédito puede hacer que los consumidores que razonablemente puedan necesitarlo accedan al mismo a través de canales alternativos al bancario, como pueden ser las financieras de las empresas de automóviles, prestamistas privados de deuda (en principio sujetos a la ley 9/2009), etc. Ellos exige que se destine especialmente a vigilar estos ámbito para proteger al consumidor.

**Propuesta 12: Potenciar y fomentar a través de estudios y propuestas alternativas al proceso de “bancarización” de la vida cotidiana del consumidor y su dependencia cada vez mayor del sector financiero.** Se impone actualmente la tendencia a ir incrementando la dependencia que tiene el consumidor del sector financiero. Las relaciones sociales están cada vez más bancarizadas, lo que obliga la consumidor a tener que actuar/trabajar siempre en su vida cotidiana a través de estas entidades en cualquier tipo de operación por simple que parezca lo que convierte esta

actividad bancaria en una actividad de interés general. Es necesario que ADICAE potencie y fomente estudios y propuestas sobre alternativas (banca ética, etc.)

**Propuesta 13: Valorar la ampliación del campo de actuación de ADICAE a otras cuestiones de consumo más general, sin que esto produjera la desnaturalización del objetivo de la asociación, que es el consumo financiero, realizando entre otras actividades un sondeo entre los socios para conocer su opinión y que valoren que ámbitos de consumo les gustaría que ADICAE se ampliara.** Los cambios y retos que ya está trayendo la crisis para los derechos de los consumidores pueden provocar también un cambio en la finalidad y alcance de las actuaciones de ADICAE.

El debate sobre la ampliación del objeto de la asociación abriéndose hacia otros sectores económicos se planteó desde dos argumentos distintos:

- Quienes estaban a favor sostenían que con ello se ofrecían más servicios al socio y así se lograba fidelizarlo.
- Sin embargo hay quienes aducían que con ello se perderían la esencia e identidad propia de ADICAE, así como que los servicios financieros por sí solos ya daban bastantes motivos de reclamación.

ADICAE tiene que valorar la ampliación de su campo de actuación y abordar otras cuestiones de consumo más general, sin desnaturalizar el objetivo de la asociación que es el consumo financiero. Para valorar que tipo de servicio interesaría a nuestros socios, sería necesario realizar una encuesta para conocer su opinión y que valoren que ámbitos de consumo les gustaría que ADICAE tratara.

**Propuesta 14: Establecer una estrategia formativa clara que tenga como objetivo convertir al consumidor en un sujeto activo, crítico y responsable, y que además esté orientada de forma práctica y dinámica hacia el activismo y la participación.** La formación de un consumidor crítico y responsable exige de la participación de ADICAE para lograr el compromiso activo de los consumidores.

Los cambios que se analizaron en el grupo de trabajo llevaron a la conclusión de que el cambio a un nuevo modelo de consumidor no vendrá de manera automática, sino que debe ser impulsado mediante una adecuada educación de los consumidores. Para ello la labor de ADICAE debe ser fundamental a través de una formación práctica que fomente la actitud crítica y solidaria.

Para llevar a cabo esta labor, es preciso que ADICAE:

- Diseñe una formación práctica y dinámica, orientada hacia el activismo y la participación, con métodos nuevos y amenos.
- Sea una formación donde los valores de la solidaridad y generosidad se pongan de manifiesto. Para ello se pide colaboración activa de todos los socios para poder ofrecer a otros socios sus propias habilidades profesionales, de manera desinteresada.

ADICAE tiene que trabajar en el campo de la prevención y no actuar como cortafuegos en el momento en que aparece un abuso/fraude. Para ello la asociación tiene que fomentar la formación bancaria para conseguir un consumidor responsable y crítico.

**Propuesta 15: Potenciar la creación de Comités de afectados para que así haya más consumidores activos, críticos y responsables.** Potenciar la creación de Comités de afectados por casos colectivos para compartir experiencias con otros socios, especialmente nuevos, que se enfrentan al drama reciente de haber perdido sus ahorros, embargada su casa, vulnerados sus derechos, etc. Es una manera práctica y efectiva de educar a los consumidores para hacerles percibir que:

- No son un caso aislado, hay otros como ellos.
- Sólo integrados en una asociación de consumidores pueden actuar colectivamente para dar solución a sus problemas.
- Como consumidor pueden en el futuro verse inmersos en otros problemas que deben prevenirse, para lo que se requiere una actitud activa.

## **CONCLUSIONES DEL GRUPO DE TRABAJO 3**

### **“ACCIÓN REIVINDICATIVA DE ADICAE: EL AHORRO-INVERSIÓN, CRÉDITO, HIPOTECAS Y SEGUROS”**

#### **PRESENTACIÓN**

En la actualidad encontramos un grave sobreendeudamiento familiar agravado por la crisis, con una base legislativa poco favorable para los consumidores y unas instituciones públicas nada enfocadas a solucionar esta grave cuestión. Además de embargos, desahucios y abusos hipotecarios, aspectos que se sitúan el punto de mira de la acción reivindicativa de ADICAE.

ADICAE hace también un balance negativo de las políticas y la legislación de protección al pequeño ahorrador, en el contexto del ahorro en tiempos de crisis. Es necesario un análisis crítico de los cambios en las ofertas de ahorro inversión y los derechos de los consumidores, así como de los nuevos canales de comercialización, seguridad y transparencia, sin olvidarse de reflexionar sobre el papel de los pequeños accionistas y su organización en las sociedades cotizadas.

Ha nivel de organización ADICAE debe reconocer cierto fracaso en la acción preventiva y que su capacidad de previsión no está aún a la altura de su acción reivindicativa. También la infravaloración de asuntos relacionados con seguros.

El grupo de trabajo 3 estuvo coordinado por Javier Blancas (miembro de la Junta Directiva de ADICAE y técnico) y participaron como ponentes Jofre Farres (coordinador de AICEC-ADICAE), Daniel Araque (técnico de ADICAE Valencia y miembro del Comité Consultivo de la CNMV en representación de los pequeños accionistas), Patricia Lezcano (responsable de la Plataforma Hipotecaria de ADICAE) y Pilar Baeza (socia de ADICAE).

Algunos de los retos y situaciones actuales que se analizaron en el grupo de trabajo para dar a estas cuestiones la mejor respuesta posible en el futuro fueron:

- Balance de las políticas y legislación de protección para las personas con hipotecas.
- Cambios en las ofertas de ahorro inversión y los derechos de los ahorradores  
Nuevos canales de comercialización de los ahorros, seguridad y transparencia.
- El pequeño accionistas y su organización en las sociedades cotizadas.  
Análisis de las políticas y la legislación respecto a los seguros. Respuestas frente a los abusos en materia de seguros.

#### **CONCLUSIONES Y PROPUESTAS:**

Los resultados obtenidos en el grupo de trabajo fueron 22 propuestas que se exponen a continuación en 3 apartados diferentes: Hipotecas y crédito, seguros y ahorro-inversión.

A. Hipotecas y crédito.

**Propuesta 1: Emitir un informe sobre los resultados y datos obtenidos en el Observatorio Hipotecario de ADICAE sobre el código de buenas prácticas.**

**Propuesta 2: Campaña de difusión y reivindicación de propuesta de actualización, mejora y modificación del código de buenas prácticas, sus limitaciones y sus conceptos.** El Código de Buenas Prácticas ha fracasado. ¿Qué pasos debemos tomar en este asunto que es un auténtico drama social? ¿Qué propuestas más allá de una movilización equilibrada, estratégica y dosificada podemos articular?

**Propuesta 3: Solicitar a la administración que un tercero agente independiente como ADICAE supervise la aplicación o no del Código.** Un mecanismo parecido a un tribunal de arbitraje con la presencia de la administración, la entidad financiera y una organización de consumidores como ADICAE.

**Propuesta 4: Promover en el caso de las hipotecas acuerdos con entidades financieras a través de un código de buenas prácticas interno y propio de ADICAE.** Las entidades financieras se puedan adherir a dicho Código, que será utilizado como medida de mediación y presión para los otros casos colectivos que esté llevando ADICAE con cada entidad.

**Propuesta 5: Reivindicar la incorporación de un mecanismo para valorar la calidad de la vivienda y de la hipoteca, no solo la cantidad, en el proceso de aplicación del Código de Buenas Prácticas.** Tener en cuenta factores como por ejemplo la existencia de una cláusula suelo o las condiciones de contratación. Esto servirá para poder contemplar mejor si el afectado está en el umbral de exclusión según el código. Puede así aplicarse y afectar al consumidor de distintos modos según no sólo las condiciones del hipotecado, sino también de la hipoteca.

**Propuesta 6: Optar por la oposición judicial al embargo como línea de actuación de ADICAE cuando haya interpuesta una demanda colectiva o individual contra la cláusula suelo.** Esto habrá que comunicárselo a los abogados de ADICAE para que lo hagan.

**Propuesta 7: Reivindicar activamente cambios legislativos en la Ley Hipotecaria.**

**Propuesta 8: Fortalecer la reivindicación de la moratoria hipotecaria de ADICAE.** Nueva campaña de adhesiones por parte de otros colectivos, organizaciones sociales, magistrados, académicos, etc. Adherir a todo el sector social a nuestra propuesta y poner nuevos mecanismos rápidos, fáciles y prácticos de adhesión, reforzando o revisando si cabe los ya existentes.

**Propuesta 9: Realizar un informe sobre los productos vinculados a las hipotecas, entre otras, también las VPO.** En este último caso, denuncia posterior de ADICAE a las instituciones reguladoras de estas ayudas Autonómicas y Nacionales.

**Propuesta 10: Pronunciarse, alegar y posicionarnos como ADICAE en la transposición de la nueva directiva europea sobre hipotecas.** Dicha normativa contempla, entre otras cosas, la realización de un test de conveniencia antes de contratarla.

B. Seguros

**Propuesta 11: Constituir una fuente de reivindicación en órganos Consultivos españoles y europeos (Junta de Seguros, Grupos de Trabajo Europeos) en materia de seguros en los que participa y debe participar ADICAE.** Uno de los objetivos será

denunciar aquellos productos de seguro que se constituyen como un producto de inversión e intentan salvar controles legales como la Ley MiFID: Especial atención a la inclusión de este tipo de productos en la MIFID 2, actualmente en revisión.

**Propuesta 12: Promover información transparente en los seguros de ahorro y en el ahorro-jubilación.**

**Propuesta 13: Acción reivindicativa para incluir propuestas y supuestos en la actual reforma de la Ley de Supervisión del Seguro (en fase de anteproyecto).**

**Propuesta 14: Estudiar y reaccionar a la posibilidad y viabilidad de que los participes que estén al borde del embargo de la vivienda habitual puedan cobrar por anticipado un plan de pensiones que cubra el importe de la deuda o parte de ella, contemplándose como un nuevo supuesto de rescate anticipado de un plan de pensiones.**

**Propuesta 15: Crear un Observatorio de Seguros.** Establecer para dicho Observatorio un plan de trabajo definido que conste de:

1) Comparador de seguros independiente en la web como herramienta práctica que complemente y complete los comparadores de depósitos (ahorro-inversión) e hipotecas.

2) Análisis de los seguros de entidades bancarias (banca-seguros) frente a compañías aseguradoras: Aprovechar análisis reciente de la Dirección General de Seguros. Competencia desleal y poco transparente de las entidades bancarias.

C. Ahorro-inversión

**Propuesta 16: Promocionar, organizar y estructurar mejor y de manera permanente las campañas de delegación de voto en ADICAE de los pequeños accionistas, obligacionistas y participes.** Utilizar para ello la experiencia de las Juntas de Accionistas recientes a las que hemos acudido.

**Propuesta 17: Potenciar la difusión en los medios de nuestra actuación en las juntas de accionistas.**

**Propuesta 18: Instaurar la cita anual de ADICAE en la Juntas correspondientes más destacadas en cada momento.**

**Propuesta 19: Crear la Coordinadora Nacional de Afectados por Casos de Ahorro-Inversión.** Instaurar en ADICAE una coordinadora de ahorradores formado por afectados de diferentes casos colectivos, favoreciendo así la interrelación entre los afectados de los diferentes casos. La Coordinadora se puede reunir de manera periódica (incluso por videoconferencia) y extraer análisis y propuestas de actuación al respecto.

**Propuesta 20: Constituir una fuente de reivindicación en los órganos consultivos españoles y europeos en materia de regulación financiera en los que participa y deba participar ADICAE (CNMV, Grupos de Trabajo de la Comisión Europea, etc...).**

**Propuesta 21: Lanzar un llamamiento masivo a los pequeños ahorradores a participar en ADICAE proporcionándoles información sobre los productos de ahorro que les interesen.** En concreto, se enviaría un cuestionario sobre productos de

ahorro y perfiles de inversor a los socios). El objetivo sería que todos los socios de ADICAE conozcan su perfil inversor para saber qué productos se ajustan mejor a su perfil, reivindicar sus derechos y rechazar las ofertas que no le convengan. También esta iniciativa serviría para que ADICAE conozca qué perfiles ahorradores tienen sus socios y promover así actuaciones comunicativas, informativas, preventivas y formativas más concretas y específicas.

**Propuesta 22: Seguir promoviendo el estudio y el análisis de ADICAE del mercado de productos financieros de ahorro-inversión y denunciar los posibles riesgos y abusos que en su contratación se puedan cometer.**

## **CONCLUSIONES DEL GRUPO DE TRABAJO 4**

### **“LA DEFENSA JUDICIAL Y EXTRAJUDICIAL DE LOS CONSUMIDORES DE SERVICIOS FINANCIEROS”**

#### **PRESENTACIÓN:**

ADICAE considera que existe una normativa insuficiente en cuanto a la protección de los consumidores, y que respecto a la normativa existente no hay un esfuerzo suficiente para garantizar y supervisar su efectivo cumplimiento. Uno de los retos de la Asociación seguirá siendo influir para que la elaboración de normas y su aplicación sea lo más favorable posible al consumidor.

En términos generales también existe una problemática en cuanto a las demandas, tanto en la forma (problemas de derecho procesal) como de fondo (problemas en cuanto a la legislación). Uno de los problemas detectados es el contraste acusado entre normativa general de protección a consumidores y normativa específica de servicios financieros, y la dispersión de la misma.

Los datos actuales muestran una disminución de los casos civiles como paradojas que produce la crisis, el aumento de las ejecuciones hipotecarias y las disminuciones de presupuestos que generan la política de recortes. También los datos sobre defensa extrajudicial evidencian la falta de respuesta de los organismos reguladores a las cuestiones que plantean los consumidores.

El actual sistema de resolución extrajudicial de conflictos en los servicios financieros plantea tres vías:

- Las reclamaciones: Esta vía se caracteriza en la práctica por la dilatación de los plazos, la falta de obligatoriedad de los informes de los organismos reguladores o la carencia de mecanismos que hagan el sistema verdaderamente eficaz.
- La mediación / negociación.
- El Arbitraje.

Por último, destacar la importancia que ADICAE da al papel que los socios a través de acciones colectivas pueden desempeñar cuando los grandes casos de fraude financiero se encuentran ya inmersos en un proceso judicial, pues permitirá que la opinión pública visualice de forma más clara las dimensiones del problema. Las acciones colectivas propuestas por ADICAE se hacen de forma organizada y encabezadas por los Comités de afectados que tiene la Asociación.

El grupo de trabajo 4 estuvo coordinado por Santiago Pérez (Secretario de ADICAE), y contó con la participación como ponentes de Pablo Mayor (miembro del equipo jurídico de ADICAE), Lorena García (técnica de ADICAE Valencia), Ladislao Bermejo (técnico de ADICAE Extremadura) y José María Solera (miembro de la Junta directiva de ADICAE-Madrid).

Para encauzar los debates al final de cada ponencia el coordinador de la mesa presentó 3 bloques temáticos:

- Bloque primero: “Normativa de protección al Consumidor y datos y estadísticas de las defensas de los Consumidores financieros”.
- Bloque segundo: “Defensa Extrajudicial de los Consumidores de Servicios Financieros”.
  - Bloque tercero: “El papel de los afectados en los grandes casos de fraudes financieros”.

Además, se expusieron varias cuestiones que la mesa debatió y que fueron:

- ¿Protege realmente la normativa de protección de los consumidores a los mismos?
- ¿Debe influir y como ADICAE en la producción de normas de protección de los consumidores, especialmente en el ámbito financiero?
- ¿Debe seguir apostando ADICAE por la vía extrajudicial de resolución de conflictos?
- ¿Cómo debe enfrentar ADICAE la cuestión de la Mediación/Negociación con las entidades financieras?
- ¿Cuál debe ser la postura de ADICAE frente al arbitraje de consumo en especial en lo relacionado a los servicios financieros?
- ¿Qué pueden hacer los socios para apoyar/respaldar vías de defensa judicial y extrajudicial ya iniciadas?

En torno a estas cuestiones principales se articuló el debate que derivó en las siguientes propuestas:

### **CONCLUSIONES Y PROPUESTAS:**

Los resultados obtenidos en el grupo de trabajo fueron 9 propuestas que se exponen a continuación:

**Propuesta 1: Instar desde ADICAE a la elaboración de un código de defensa de los consumidores de servicios financieros frente a la dispersión y complejidad de la normativa de protección de los consumidores.**

**Propuesta 2: Influir en la producción normativa de protección de los consumidores con la habilitación de campañas antes, durante y después de la elaboración de la norma.** El objetivo es conseguir que las entidades financieras no se sientan intocables, como lobbies, durante el proceso de aprobación de la normativa y como destinatarios tras su aprobación.

**Propuesta 3: Apostar por la vía extrajudicial de defensa de los usuarios de los servicios financieros, dada la importancia para la estrategia de los procedimientos.** Pero es necesario insistir en conseguir una modificación en la regulación de los mismos que se traduzca en una reducción de los plazos de solución, en la obligatoriedad de

cumplimiento de los informes de los organismos reguladores y en la consolidación de un sistema de sanciones ante los incumplimientos de las resoluciones favorables a los consumidores por parte de las entidades financieras.

**Propuesta 4: Acompañar la mediación y la negociación con entidades financieras, para ser eficaces, de acciones de presión como serán las actividades de los comités, demandas de conciliación, etc.** Eso sí, hay que realizar estas actuaciones con un estilo determinado para evitar que se nos confunda con otros grupos o Plataformas.

**Propuesta 5: Abogar por la aplicación del arbitraje de consumo al sector financiero.** Pero siempre y cuando se habilite un arbitraje específico para este sector que recoja y se adapte a las peculiares características del mismo y evite las distorsiones y situaciones de indefensión que provocaría que se aplicase sin dicha adecuación. En este sentido, ADICAE ha de posicionarse en contra de la utilización interesada y desnaturalizada del arbitraje de consumo realizado por las entidades Caixa Galicia y posiblemente Caixa Catalunya en el caso de las participaciones preferentes.

**Propuesta 6: Fomentar la actuación de los socios en una vía paralela a las acciones judiciales y extrajudiciales en aras a lograr una mejor defensa de los derechos de los consumidores.**

**Propuesta 7: Seguir apostando por la defensa colectiva de los consumidores, ya sea en acciones colectivas o demandas agrupadas.** Lo contrario supone desnaturalizar la acción colectiva de consumo que debe ser reconocida a lo largo del tiempo por los juzgados y las propias entidades, a pesar de todos los obstáculos que puedan surgir.

**Propuesta 8: Establecer un protocolo de actuación que garantice que el socio se siente informado permanentemente del proceso judicial al que se haya sumado.** Es importante que ADICAE desde el principio explique a los afectados cuál va a ser nuestra estrategia y los plazos, para evitar que el socio conciba ADICAE como un consulting de abogados baratos, a los que pueden exigir información y responsabilidad sobre su caso de forma permanente e insistente.

**Propuesta 9: Organizar y liderar la creación de comités de afectados como forma más idónea de canalizar la vía paralela de acción a las vías judicial y extrajudicial.**

## **CONCLUSIONES DEL GRUPO DE TRABAJO 5 ÓRGANOS DE GOBIERNO Y PARTICIPACIÓN DE LOS SOCIOS EN ADICAE**

### **PRESENTACIÓN:**

La participación es un elemento fundamental y una prioridad de primer orden en ADICAE, tal como reconocieron en la Convención el presidente Manuel Pardos y la vicepresidenta Ana Solanas. La fuerza de la asociación de cara a las instituciones y a la sociedad en general vendrá determinada en gran parte no solamente por el número de socios que la componen sino por su grado de participación, movilización y corresponsabilidad en la asociación.

La participación en ADICAE se estructura a través de órganos de gobierno y de participación que vienen determinados en los Estatutos e la Asociación. Los principales órganos de gobierno son:

- El **Congreso o Asamblea general**: Es el órgano de máxima expresión de los socios. Los compromisarios que participan en él son elegidos en asambleas locales. Se reúne como mínimo 1 vez cada 4 años.
- El **Consejo General**: es la expresión de la voluntad del Congreso y órgano supremo de gobierno. El Consejo se reúne al menos una vez al año y lo componen la Junta Directiva, el Secretario General, un representante de las Juntas Directivas territoriales y 10 representantes de los socios (elegidos en el Congreso).
- **Junta Directiva**: Sus labores son de gestión y representación de la entidad, y está compuesta por el Presidente, Vicepresidente, Secretario General, Tesorero, Vocales.

Por otro lado, los principales órganos de participación de los socios son los **Comités territoriales y las Plataformas de afectados**. Estos órganos son los principales canales para canalizar la implicación y movilización del socio. Si estos órganos cuentan con un número amplio de socios, y se muestran bien organizados y activos, jugarán entonces un papel fundamental junto con los servicios jurídicos a la hora de posibilitar la consecución de los objetivos de la asociación y la solución a los casos que afectan a muchos de los socios.

La valoración que sobre la participación de los socios hicieron algunos miembros de la Junta Directiva y socios/as más antiguos es que en estos últimos años ha ido en aumento. Factores que se consideran determinantes en este hecho son principalmente los grandes abusos financieros de estos últimos años y de los que se deriva la actual crisis y el aumento de socios en estos últimos años debido principalmente los casos Fórum-Afinsa y Arte Naturaleza (años 2007-09), cláusulas suelo, swaps y clips (años 2009-10) y participaciones preferentes y deuda subordinada (2011-12). El socio cada vez asume más el rol de consumidor crítico con la situación estamos sufriendo actualmente por culpa principalmente de las entidades financieras y la clase política, y está haciendo que cada vez más reivindique y actúe, individual y colectivamente, por la defensa de sus derechos.

Algunas de las actividades más destacadas de ADICAE que han contado con mayor participación de los socios han sido: acciones de formación y sensibilización para un consumo crítico y responsable, jornadas de análisis sobre estrategias de actuación de los

consumidores en los Centros de Interpretación del consumo de ADICAE, acciones de movilización y protesta en la calle, reuniones de trabajo de los órganos de gobierno y participación, actividades en los centros de interpretación del consumo de los que dispone ADICAE, celebración en Marzo del mes del consumidor, asambleas informativas para afectados por distintos casos y, por último, las Convenciones territoriales.

No obstante, la participación del socio aún no suficientemente significativa y debería de ser mucho mayor según se interpreta de los datos obtenidos en una encuesta donde opinaron los participantes en la Convención.

- Se citan a continuación algunos de los aspectos que fueron analizados por el grupo de trabajo 5, “Órganos de gobierno y participación de socios” y sobre los que se plantearon respuestas:
- Análisis y balance en los últimos cuatro años de los mecanismos de participación de los socios.
- La formación y educación de los socios.
- La integración de los técnicos en ADICAE.
- Revitalizar el papel y compromiso de los órganos de gobierno y participación.
- Nuevas estrategias de participación: redes sociales.
- Hacer más visibles y públicas las estructuras y nombres de los responsables que están en la dirección ADICAE para fomentar la relación de los socios con los éstos.
- Convertir las oficinas de ADICAE algo más en “la casa del consumidor y del socio”, no sólo como consulting y despacho de trabajo de un técnico. Que existan medios y recursos suficientes para los comités, órganos de gobierno y grupos de trabajo.
- Diferenciar las funciones de la parte jurídica y de servicios al consumidor de la parte social / política / asociativa de ADICAE, de cara a visibilizar esta última.
- Promover actuaciones conjuntas de los socios de diferentes casos colectivos en pro de la acción colectiva, como actuaciones conjuntas frente a la justicia, instituciones, políticos, etc.

## **CONCLUSIONES Y PROPUESTAS:**

El Grupo de Trabajo 5, “Órganos de gobierno y participación de los socios en ADICAE” estuvo coordinado por Ana Solanas (Vicepresidenta de ADICAE) y participaron como ponentes Luis Arnanz (Secretario de ADICAE-Madrid) y Alex Dauden (técnico de ADICAE-Tarragona). Se obtuvieron las siguientes 19 propuestas:

- Promover que el socio participe más en el diseño de las actividades, por ejemplo, realizando reuniones de planificación cada trimestre.
- Actividades de formación y sensibilización sobre la participación a socios y técnicos.
- Proponer a un socio joven y uno de cierta edad salir a la calle y a modo de encuesta captar y dar información a pie de calle al consumidor. De esta manera los propios

socios ayudan a difundir a la sociedad la problemática actual, como prevenir abusos hacia el consumidor y dar a conocer la labor de ADICAE.

- Realizar una campaña sólo sobre asociacionismo en el ámbito del consumo dirigido a socios y no socios acudiendo a institutos, plazas, centros culturales, empresas grandes, residencias, etc.
- Ofrecer actividades dirigidas no solamente para núcleos de población grandes, sino también para poblaciones dispersas.
- Realizar actos de bienvenida a los nuevos socios protagonizados por socios dados de alta con anterioridad.
- Elaborar y entregar información más detallada a los nuevos y antiguos socios sobre qué es la asociación, y el papel del socio respecto a la participación.
- Consultar al socio más con cuestionarios, entrevistas, reuniones y a través de las estructuras de gobierno y participación existentes, pidiéndole su opinión y implicación en la toma de decisiones.
- Fomentar el asesoramiento también de socio a socio.
- Elaborar planes de participación a distinto nivel: nacional, regional y por sedes. De esta manera se tendrá en cuenta que el contexto que determina la participación puede ser muy diferente en cada sitio.
- Que la encuesta sobre participación difundida en la Convención nacional se envíe a todos los socios y también de forma periódica a los socios nuevos.
- Utilizar los comités para una acción más continua, no solo actividades reivindicativas.
- Dotar a los socios de un espacio físico con los medios necesarios en la sede para así poder ejercer correctamente la participación.
- Promover un voluntariado entre los socios jubilados.

Algunas propuestas citadas más relacionadas con la comunicación a los socios fueron:

- Incluir más información en los apartados de casos concretos de la web.
- Informar de manera periódica sobre los casos, aunque sea para informar que no hay nada que informar.
- Ofrecer medios de comunicación alternativos a Internet (cartas, teléfono, etc.) para determinados socios.

## **CONCLUSIONES DEL GRUPO DE TRABAJO 6 COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA E IMAGEN PÚBLICA DE ADICAE**

### **PRESENTACIÓN:**

La comunicación tanto interna como externa es un factor esencial para cualquier organización, y más en el momento actual, insertos en la “sociedad de la información” y las nuevas tecnologías de comunicación.

El grupo de trabajo 6 estuvo coordinado por Fernando Herrero y participaron como ponentes Antonio Pulido (coordinador de ADICAE Madrid), Virginia Vilariño (socia de ADICAE-Madrid) y Sara Muñoz (técnico de ADICAE-Euskadi).

Algunos de los retos y situaciones actuales que se analizaron en el grupo de trabajo para dar a estas cuestiones la mejor respuesta posible en el futuro fueron:

- Dar a conocer con éxito qué y cómo es ADICAE en su vertiente asociativa, de una manera más clara y sencilla, y que todos los materiales y comunicaciones que se lleven a cabo tengan en cuenta esta orientación.
- Mejorar y/o establecer nuevos canales de comunicación entre los servicios técnicos, los órganos de gobierno y las bases sociales de ADICAE.
- Hacer públicos de manera más clara y extensa los logros de ADICAE a los socios y a la sociedad.
- Establecer protocolos y estrategias para determinar la relación entre ADICAE y los medios de comunicación social.
- ¿Es necesario en ADICAE un departamento de Marketing y Comunicación Asociativa?

### **CONCLUSIONES Y PROPUESTAS:**

En el grupo de trabajo se crearon dos subgrupos: uno de comunicación interna y otro de comunicación externa y de imagen pública de ADICAE. En cada uno de ellos se determinaron distintos temas y la metodología de trabajo que se usó fue identificar problemas para cada tema y recoger propuestas de solución.

Los resultados obtenidos fueron 21 propuestas sobre comunicación interna y 12 propuestas sobre comunicación externa e imagen pública de ADICAE. Son en total 33 propuestas que se exponen a continuación:

#### **CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DEL SUBGRUPO DE COMUNICACIÓN INTERNA**

Las propuestas de este subgrupo se agrupan en nueve bloques distintos: información a los socios, relación con el socio, atención telefónica, comunicación horizontal, información a socios participativos, imagen de ADICAE, interacción y participación de los socios en la comunicación interna, formación en nuevas tecnologías e información local.

*Bloque I: Información a los socios:*

**Propuesta 1: Modificar el lenguaje en las comunicaciones masivas a los socios (simplificarlo), para que sean perfectamente entendible por el receptor (con independencia de su edad y nivel formativo).**

**Propuesta 2: crear un boletín interno que abordaría un resumen de los casos colectivos (información / cronología / últimas noticias) y difundirlo a los socios cada tres meses.**

**Propuesta 3: Fomentar la información audiovisual de forma periódica.** Esta información audiovisual explicaría las novedades de los casos colectivos, se colgaría en la web; y se enviarían enlaces al correo electrónico de los socios.

**Propuesta 4: Informar con cierta periodicidad que se sigue trabajando en el caso, para que los socios sientan que no se olvidan de ellos.**

**Propuesta 5: Celebrar asambleas informativas agrupadas (que integren varios casos colectivos) de forma periódica, por ejemplo cada uno o dos meses.**

**Propuesta 6: Racionalizar la información a través del correo electrónico.** Por ejemplo, espaciando más su envío en el tiempo y vigilando no enviar la misma información desde las sedes autonómicas y desde Servicios Centrales. También implementar la posibilidad de "suscripciones" de los socios a los casos o aspectos que más les interesen como ahorro-inversión; crédito; participación asociativa, etc.

*Bloque II: relación con los socios:*

**Propuesta 8: Incorporar a las comunicaciones internas el criterio de "mutua exigencia" frente al matiz de "socio-cliente".** Así se fomentará la bidireccionalidad y reciprocidad en las relaciones entre los socios y los técnicos de ADICAE.

*Bloque III: Atención telefónica.*

**Propuesta 9: Habilitación de un call-center.** Así se centralizarán las llamadas bajo supervisión de un técnico con dilatada experiencia en la asociación para solucionar dudas in situ.

*Bloque IV: Comunicación Horizontal*

**Propuesta 10: Impulsar la identificación del personal con el proyecto y una adecuada comunicación con los socios.**

**Propuesta 11: Fomentar la Comunicación Horizontal a través de reuniones informales entre coordinadoras para homogeneizar criterios entre Comunidades Autónomas.**

*Bloque V: Información a socios participativos.*

**Propuesta 12: Ampliar y estructurar la remisión de informaciones y documentos a los socios más comprometidos y colaboradores.** Por ejemplo, se propone remitirles el resumen de prensa diario, la circular interna y una lista y materiales por elaborar.

### *Bloque VI: Imagen de ADICAE.*

**Propuesta 13: Plasmar el ideario de ADICAE en un documento sencillo que actuará como una traducción “política” de los estatutos.** Lo que se pretende con esto es trasladar a los nuevos socios desde el primer día la imagen de ADICAE que queremos darles, mediante un díptico de bienvenida a ADICAE donde se incluyan los “derechos” y “deberes” de los socios.

**Propuesta 14: Entregar un cuestionario anexo al boletín inscripción de socios.** Así podremos conocerlos mejor, sus aspiraciones, perfil asociacionista, posicionamiento, etc, para detectar si van a participar más o menos en la asociación, si van a ser socios colaboracionistas o pasivos.

### *Bloque VII: Interacción y participación de los socios en la Comunicación Interna*

**Propuesta 16: Habilitar en la web distintos mecanismos como un foro, blogs y buzones de ideas, sugerencias y propuestas para favorecer la comunicación entre los socios y su participación en la difusión de informaciones de comunicación interna.**

**Propuesta 17: Celebrar conferencias sobre temas de actualidad para tener la visión y propuestas de los socios.**

### *Bloque VIII: formación en nuevas tecnologías.*

**Propuesta 18: Formar a los socios en el manejo de nuevas tecnologías.** Sería interesante fomentar esos talleres para facilitar la comunicación por ese canal como canal ágil y barato.

**Propuesta 19: Elaborar un registro con aquellas personas que no acceden a Internet para garantizar que la comunicación con ellos se realiza a través de carta o llamada telefónica.**

## **CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DEL SUBGRUPO DE COMUNICACIÓN EXTERNA E IMAGEN PÚBLICA**

En este subgrupo de trabajo se partió de 3 premisas consideradas claves para la cuestión de la comunicación externa en ADICAE:

- 1) En la sociedad existe una saturación y bombardeo de información a los ciudadanos: Televisión, publicidad en la calle, en los transportes, radio, webs, redes sociales,...
- 2) Por lo tanto el texto largo y el mensaje complejo ya no son lo suficientemente atractivos por si para atraer nuestra atención. Hemos de primar la imagen, el mensaje breve pero acertado y el gancho de conceptos claros: retos, necesidades, triunfo, unión, acción colectiva, ciudadanía crítica.
- 3) Las nuevas tecnologías y las redes sociales son ya el presente. A pesar de que muchas personas todavía no las utilizan, desde ADICAE debemos pasar a una actitud activa para facilitar la formación y utilización entre nuestros socios.

Los temas tratados y las propuestas recogidas se agrupan en 6 apartados:

- Periódico.
- Revista.
- Web.
- Marketing e Imagen pública.
- Innovación técnica y audiovisual.
- Campañas.

## PERIÓDICO

**Propuesta 22: mejora integral de la comunicación interna a los socios para que exista un flujo constante hacia los mismos de las novedades judiciales y de la actividad de ADICAE.** Como requisito previo para renovar el fondo y forma de las publicaciones de ADICAE hemos de haber conseguido antes una mejora integral de la comunicación interna a los socios para que exista un flujo constante hacia los mismos de las novedades judiciales y de la actividad de ADICAE.

**Propuesta 23: Establecer la diferenciación entre cuatro soportes distintos de comunicación.** Para ello, al margen de las propuestas del grupo de comunicación interna y de actuaciones judiciales, proponemos la diferenciación de cuatro soportes.

- Boletín/es de información de casos colectivos (novedades judiciales, instrucciones para adherirse, plazos, movilizaciones, noticias relacionadas...).
- Periódico y revista
- Publicaciones monográficas
- Folletos y material de difusión

**Propuesta 24: Establecer un formato concreto para los boletines de información de casos colectivos:** Respecto al boletín/es de información de casos colectivos, es importante que pueda existir en papel para aquellas personas que no tienen correo electrónico, aunque podría extenderse a las que también lo tengan hasta que las bases de datos sean actualizadas y mejoradas.

**Propuesta 25: Establecer un formato y finalidad concreta para el periódico.** Aplicando las consideraciones hechas para los boletines de información, podremos contar con un periódico mejor entendido en su función, que no es ser la de información sobre las demandas sino una herramienta útil y práctica para el consumidor. Entre sus funciones:

- Difundir información comprensible en materia económica y financiera para el consumidor y ayudar a su formación y posicionamiento crítico.
- Comparar y explicar los productos financieros.
- Alertar y denunciar los abusos bancarios.
- Exponer las propuestas y posiciones de ADICAE.
- Reflejar la actividad asociativa y la actividad de los socios.
- Reforzar la idea de pertenencia a una organización activa, útil y necesaria.
- Informar de los éxitos propios.

El periódico ha de tener una estructura clara de secciones, bien diferenciadas: hipotecas y préstamos, ahorro-inversión, actualidad económica y de consumo, acción reivindicativa...

Se valora positivamente el “número 0” del modelo de nueva maquetación que se nos facilita, al cual se podrían aplicar las propuestas que ha efectuado el grupo, junto con tres más de forma:

- Que la portada sea más visual, con una foto bien escogida que ocupe más espacio (la mayor parte de él) en la portada como gancho.
- Que la última página se dedique a una entrevista a algún personaje público o profesional reconocido.
- Y claramente que sea edite en papel blanco y no en sepia, muy poco atractivo para los socios y consumidores en general ya que es más difícil de leer y está asociado a publicaciones más densas y técnico-económicas.

Se valora también positivamente el modelo de este número 0 porque el actual es demasiado deslavazado, con demasiados colores y resaltados que confunden y marean la atención.

Su periodicidad ha de ser mayor y más estable pudiendo ser su extensión en páginas menor. Ha de ser esperado por los socios y otros receptores del mismo. Respecto a su difusión ha de hacerse un buen plan para que llegue correctamente a las organizaciones sociales y a las universidades.

## **REVISTA:**

**Propuesta 26: Establecer un formato y finalidad concreta para la revista.** Su difusión ha de ser bien seleccionada: organizaciones sociales, instituciones públicas y políticas, personalidades, socios suscritos y socios participativos, colegios profesionales, universidad, etc.

Además ha de servir para resaltar los éxitos y retos de ADICAE en las vías judiciales, sociales y políticas viéndose detrás a personas: reportajes a socios activos y ejemplos de socios que han logrado resoluciones judiciales o reclamaciones positivas, entrevistas a responsables de ADICAE en las áreas jurídicas, territoriales, sectoriales, etc.

## **WEB**

**Propuesta 27: Establecer un formato y finalidad concreta para la web.**

## **MARKETING E IMAGEN PÚBLICA.**

**Propuesta 28: Determinar de forma concreta el contenido de la marca “ADICAE”.** Se ha de desarrollar la marca ADICAE en dos vertientes:

1. ADICAE como referencia del movimiento social que representa la fuerza de la ciudadanía crítica y organizada frente al poder y abusos de la banca y el sistema financiero.

2. ADICAE como la organización útil y necesaria a la que conviene asociarse para facilitar el acceso de los consumidores a la justicia, les orienta, informa, previene y organiza activamente. Un servicio profesional, serio y activo para los consumidores.

Es la herramienta para convertir la indignación y preocupaciones de los consumidores en algo realmente útil y necesario.

**Propuesta 29: Potenciar en la labor comunicativa la naturaleza asociativa de ADICAE.** La naturaleza de la vida asociativa de ADICAE ha de ser expuesta en todas las comunicaciones que hagamos a los socios y al público en general, desarrollando y explicando mejor el concepto de acción colectiva.

**Propuesta 30: Creación de un grupo o sección de marketing de ADICAE, contando también detrás con un grupo de socios.**

## **INNOVACIÓN TÉCNICA Y AUDIOVISUAL**

**Propuesta 31: Creación de ADICAE Audiovisual o ADICAE TV.** Hemos de contar con una producción audiovisual propia para complementar la acción comunicativa de todas las áreas, tanto interna como externa.

Señalamos una serie de propuestas para ADICAE audiovisual o ADICAE TV:

- Potenciar el canal de Youtube ya existente.
- Entrevistas cortas a especialistas para apoyar las campañas de ADICAE (campañas tanto del caso colectivo del momento como campañas más de divulgación e información a los consumidores).
- Entrevistas y testimonios de socios: Socios activos e implicados en el proyecto de ADICAE que cuenten su experiencia y las propuestas de ADICAE. Socios que han solucionado cuestiones judiciales y extrajudiciales gracias a la acción de ADICAE pero que dan la visión de la necesidad de la unión con ADICAE y acción colectiva para conseguir éxitos.
- Grabar las ruedas de prensa y comunicados con calidad y producción propia para poder difundirla entre las agencias.
- Difundir video-cartas a responsables políticos y judiciales desde los posicionamientos de ADICAE.
- Posibilidad de hacer producciones propias interesantes para socios y ciudadanía en general como por ejemplo “Tengo una pregunta para usted” como por ejemplo con el Presidente de ADICAE u otras personalidades públicas y expertos. U otras innovaciones como videos de campaña y performances.

## **CAMPAÑAS**

**Propuesta 32: Planificar y mejorar la labor comunicativa durante las campañas de los casos colectivos.** Otra vertiente del marketing es la mejora de las campañas de ADICAE. Cuando surge un nuevo caso colectivo o demanda, las campañas de ADICAE

son limitadas en cuanto a su incidencia entre los consumidores en general. Ni llegamos a la mayor parte de ellos, ni la información que damos es completa. Frente a la improvisación de estas campañas, es necesario protocolizar y utilizar el marketing de una manera eficiente: con el menor coste de tiempo y recursos llegar a más consumidores y con mejor resultado.

**Propuesta 33: Realizar campañas no solamente sobre casos colectivos, sino también respecto a otros fines de la asociación: promoción de un consumo crítico y responsable, actividades y fines sociales de la asociación, etc.**

Las “campañas” de ADICAE hasta ahora han sido eminentemente a remolque de la actualidad. Se realizan cuando ya ha estallado un caso colectivo y se difunde la acción jurídica de ADICAE, pero no se realizan otras campañas como de alerta, formación, fomento de un consumidor crítico y reivindicativo o de asociacionismo en ADICAE.

Por lo tanto proponemos que el departamento de comunicación, marketing e imagen pública de ADICAE se dinamicen e impulsen estas campañas en positivo en coordinación con el resto de áreas de ADICAE. Que ADICAE no seamos únicamente bomberos apaga-fuegos sino visibilizar esa vertiente ya existente de organización activa, propositiva y útil para el consumidor.