



QUIÉNES SOMOS

NÚMEROS ANTERIORES
BLOG DE ESCRITURA PÚBLICA

DIÁLOGOS PARA LA SEGURIDAD



PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR



JOSÉ LUIS MARTÍNEZ CAMPUZANO,

portavoz de la Asociación Española de Banca

- Twitter: [@Aebanca](#)

Los clientes deben saber de forma clara cómo está protegido su dinero, algo que sí conocen en el caso de los bancos

El cliente es la prioridad de los bancos, que diseñan su estrategia para responder a sus deseos de hoy y anticiparse a los de mañana, cada vez mayores e inmediatos. Recibir atención veinticuatro horas al día y en cualquier lugar es algo cotidiano gracias a la digitalización, la gran apuesta del sector bancario desde hace años. Gracias a que los bancos se anticiparon a la transformación digital de la sociedad, la elevada protección que el cliente contaba en su actividad analógica se mantiene inalterada en su operativa digital, como ha quedado patente en los peores momentos de la pandemia, con todos los servicios financieros funcionando a pleno rendimiento y con total normalidad. La colaboración de los consumidores, sin embargo, es clave en la era digital. Aparte de la protección y las garantías que nos brindan los bancos, hemos de ser conscientes de la necesidad de proteger nuestros datos en el mundo *online*.

El avance tecnológico y su reflejo en la digitalización han permitido la aparición de nuevos competidores y modelos de negocio relacionados con la actividad financiera que compiten con los bancos en la provisión de los servicios financieros, aunque enfocándose solo en los más rentables. A diferencia de estas compañías tecnológicas que ofrecen servicios bancarios bajo una regulación y supervisión mucho más superficial, los bancos atienden a todos sus clientes, con independencia de si están habituados a las nuevas tecnologías o prefieren una atención más tradicional a través de las sucursales bancarias. Y son garantía de protección en esta revolución *fintech* a la que asistimos, fruto de aplicar la creciente innovación tecnológica en los servicios financieros, que aporta muchos beneficios al usuario, pero también algunos riesgos que deben ser conocidos.

Si hablamos de los riesgos para el consumidor, debemos preguntarnos si el usuario de servicios financieros entiende, en la mayoría de los casos, el tipo de entidad, o la personalidad jurídica que está detrás de una nueva marca innovadora y, por tanto, con qué protecciones legales cuenta en caso de un fallo o error. Es habitual el uso de términos como 'neobanco' o 'banco digital' para referirse a algunas de las nuevas empresas que, en muchos casos, no tienen la condición de entidad de crédito y no pueden ejercer las actividades legalmente reservadas a estas.

Vigilar lo que ocurre en un mercado tan dinámico y con tantos nuevos actores empieza a ser una tarea compleja para los supervisores financieros y también para los reguladores. Más allá de los asuntos relacionados con la competencia, que también preocupan, las autoridades están poniendo el foco en los riesgos para la protección del consumidor y la estabilidad financiera, porque incentivar la innovación y la competencia no debe traducirse nunca en una menor protección del cliente financiero.

Los clientes deben saber de forma clara cómo está protegido su dinero, algo que sí conocen en el caso de los bancos. Por ejemplo, algunos productos que se ofrecen como 'cuentas' no tienen consideración de depósitos y, por tanto, sus saldos no están cubiertos por el Fondo de Garantía de Depósitos de las entidades de crédito. También preocupa el aumento de la actividad crediticia fuera de la red de los bancos. Aunque la diversificación en las fuentes de financiación a empresas y familias sea algo positivo, debe quedar siempre bajo el radar regulatorio y de supervisión.

La banca es un sector disciplinado que responde a una regulación extensa y muy exigente, que ha experimentado muchos y profundos cambios desde la crisis financiera mundial desatada en Estados Unidos en 2008. A diferencia de lo que ocurre con el resto de las empresas cotizadas, los bancos están sujetos a una normativa específica, tanto comunitaria como española, que es más avanzada que la del buen gobierno. La rápida adaptación a esas exigencias ha permitido a los bancos españoles aumentar en gran medida su solvencia y capacidad de resistencia, y dar así respuesta a las necesidades de los clientes durante lo peor de la crisis sanitaria.

La estrategia de los bancos pasa por satisfacer a sus clientes. Su compromiso es ofrecer los servicios financieros necesarios a todos los consumidores. Son los clientes los que deciden qué canal eligen entre los disponibles para comunicarse con su entidad: oficinas, banca telefónica y digital, agentes colaboradores y cajeros. El sector bancario también está llevando a cabo acuerdos de colaboración con otras instituciones y empresas que complementan los canales de comunicación de las entidades con el único fin de seguir reforzando la mejora de la calidad del servicio al cliente.

Además del cambio de hábitos y costumbres de los clientes, que acuden menos a las oficinas, los bancos operan en un escenario de baja rentabilidad consecuencia del prolongado escenario de tipos de interés oficiales negativos. Para adaptarse a este entorno, los bancos están llevando a cabo los ajustes de estructura necesarios, unos cambios que los supervisores llevan tiempo reclamándoles y que se acometen con el fin de seguir desempeñando un papel clave para superar la crisis. La prioridad de los bancos es apoyar a las familias y empresas e impulsar esa recuperación económica post Covid que todos deseamos, basada en un nuevo modelo económico mejor que el anterior, más respetuoso con el medio ambiente, más digitalizado y más beneficioso para todas las capas de la sociedad.

