

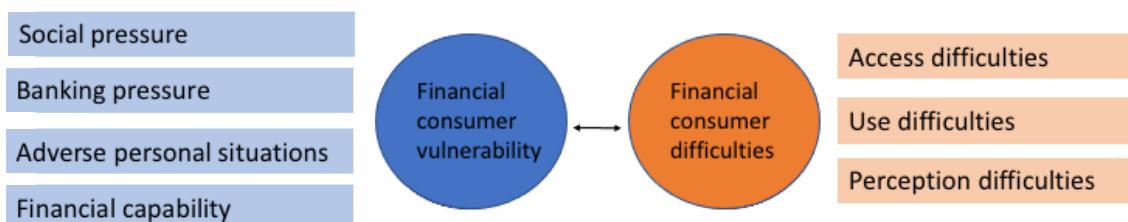
Financial Exclusion in Spain

Access to finance through bank accounts and other financial services is essential for citizens' economic and social participation. In this sense, retail banking is a foundational infrastructure. Yet instead of ensuring this basic functionality, banks' actions to defend profitability have had deleterious effects on their customers, increasing the financial exclusion of vulnerable consumers.

The Spanish research group ([FINRES](#)) lead by Marta de la Cuesta ([UNED](#)), member of the Foundational Economy Collective has recently published a paper to address this problem entitled: **The relationship between vulnerable financial consumers and banking institutions. A qualitative study in Spain.**

In this paper, the authors consider financial inclusion as the sustainable provision of financial services and products and their adjustment to individual needs. They adopt a financial ecology approach and propose a comprehensive framework to analyse the different types of difficulties that vulnerable financial consumers face in their relationship with banking institutions, as well as their underlying causes.

The main difficulties analysed are: access, use and perception.



They examine a special group of urban vulnerable consumers: underbanked people facing poverty and social exclusion. The results show that use difficulties are the prevailing ones, followed by perception difficulties. Bank pressure and lack of financial training stood out among the main causes of these difficulties. They paper conclude that poorer neighborhoods constitute a distinctive financial ecology produced by the 'discrimination' of a significant number of their inhabitants in the use of mainstream financial services.

Anyone clicking on this link before March 13, 2021 will access directly to the final version of the article on ScienceDirect, and we welcome you to read the paper and share your comments with us. No sign up, registration or fees are required.

<https://authors.elsevier.com/a/1cSJk3pILWM1->

SPANISH SUMMARY

El acceso a una cuenta bancaria se ha convertido en algo imprescindible para que una persona pueda llevar una vida normal. De hecho, la Directiva 2014/92/UE sobre cuentas de pago trata de garantizar que cualquier ciudadano de la UE disponga de una cuenta bancaria con la que gestionar sus ingresos, hacer transferencias, pagar facturas, y en definitiva hacer cualquier operación financiera común. No obstante, esta situación requiere que las entidades bancarias alcancen un delicado equilibrio: por un lado, deben

garantizar que sus clientes dispongan de una cuenta bancaria con la que realizar operaciones financieras básicas, pero por otro lado este tipo de clientes nos siempre es el más rentable, lo que choque con las crecientes exigencias de rentabilidad a las que se enfrentan. El resultado es que pueden darse situaciones en las que personas en una situación socioeconómica difícil tengan dificultades para acceder a una cuenta bancaria. Esto es lo que se conoce como exclusión financiera de los consumidores vulnerables.

El grupo de investigación en finanzas y responsabilidad social (FINRES), dirigido por la integrante del colectivo de Economía Fundacional Marta de la Cuesta González, ha publicado recientemente en la revista Geoforum un artículo denominado “*The relationship between vulnerable financial consumers and banking institutions. A qualitative study in Spain*” en el que se analiza este problema.

En el artículo, partiendo de enfoque de ecología financiera, se propone un marco teórico que analiza los diferentes **tipos de dificultades** que pueden tener los **consumidores vulnerables** en su relación con una entidad bancaria. Estas dificultades pueden ser de acceso, de uso o de percepción.



Por un lado, un consumidor vulnerable se enfrenta a las siguientes dificultades:

- De acceso. Imposibilidad de acceder a determinados productos o servicios bancarios, ya sea en general o a través de sucursales u canales online como una forma eficaz de cerrar las brechas de riqueza social e incluso las brechas de salud y bienestar. Servicios de pago y crédito e incluso servicios financieros avanzados como el ahorro o asesoramiento en gestión de inversiones.
- De uso. El desajuste entre la forma en que se venden los productos a los clientes o las características de los servicios financieros y las necesidades de las personas (altos costos y condiciones abusivas, incomprendimiento del lenguaje bancario, obligación de adquirir productos, trato discriminatorio, dificultades en el uso de los servicios de banca digital, distancia a la sucursal más cercana, falta de información o explicaciones).
- De percepción. Por motivos mentales (creencias del individuo) y factores emocionales (miedo, desconfianza, carga, vergüenza, enojo o incomprendimiento) que pueden afectar el consumo de productos financieros por una percepción deficiente del estado financiero del usuario, una comprensión baja de los productos ("confusión exclusión") o su adecuación a una situación personal concreta.

Por otro lado, la vulnerabilidad de un consumidor va a depender de varias causas, entre las que encontramos:

- Presión bancaria: falta de atención o actitud negativa de los empleados bancarios a nivel de sucursal; la presión para obtener ganancias conduce a la venta indebida de productos, abusos y falta de transparencia a nivel institucional; reducciones del número de sucursales y redireccionamiento de clientes a canales online y cajeros automáticos.

- Presión social. la necesidad de utilizar cuentas bancarias y tarjetas de crédito en la sociedad contemporánea actual; y la presión derivada de una sociedad basada en el consumo (materialismo, consumismo y fácil acceso a préstamos)
- Situaciones personales y económicas adversas: divorcio, problemas de salud, invalidez o regreso al país de origen, gastos inesperados, impagos anteriores, desempleo, quiebra.
- Capacitación financiera. Falta de conocimiento (educación financiera) y experiencia financiera

Este marco se usa para clasificar las dificultades que experimentaron un grupo de consumidores vulnerables que estaban en riesgo pobreza y exclusión social. Se organizaron cuatro *focus groups* en los que participaron un total de 30 personas. Además de llenar una breve encuesta para registrar su perfil socioeconómico, los participantes fueron entrevistados en grupo. Las entrevistas se estructuraron según un guion que era llevado por una moderadora.

Las conversaciones de las entrevistas se grabaron, transcribieron y analizaron usando un programa informático de análisis cualitativo (Nvivo). Los miembros del equipo de investigación etiquetaron aquellas frases de los entrevistados que aludían bien a causas, bien a dificultades a la hora de relacionarse con su entidad bancaria. Al final de proceso de codificación, las dificultades a las que más etiquetas se asignaron fueron las dificultades de uso, mientras que las causas más etiquetadas fueron relacionadas con la presión bancaria (ver imagen bajo).

Los resultados muestran que los consumidores vulnerables reconocen la necesidad de disponer de una cuenta bancaria, si bien esto no siempre es fácil debido principalmente a factores relacionados con la presión bancaria. En concreto, se encontraron evidencias de que las entidades bancarias discriminan precios en función del perfil del cliente. Debido a que las cuentas bancarias de clientes vulnerables ofrecen bajos niveles de rentabilidad, los bancos les aplican precios y comisiones más altos. La cuestión clave es si esta práctica genera un efecto de expulsión. La posición del cliente en las negociaciones es generalmente la de un tomador de precios.

La falta de capacitación financiera es otro factor crucial para los clientes vulnerables, ya que genera dificultades en el uso de productos y servicios bancarios. De hecho, observa falta de transparencia en la relación entre los clientes vulnerables y los bancos, que se debe en parte a la complejidad y especificidad del lenguaje bancario, así como a las condiciones financieras de los productos y servicios contratados.

Teniendo en cuenta lo expuesto, no es de extrañar que el estudio pusiera de manifiesto que los consumidores vulnerables tienen una percepción negativa de los bancos, pues consideran que abusan de una posición dominante en la relación que tienen con ellos. Esta percepción provoca sentimientos de incomprendimiento, enfado y miedo en los entrevistados.

Como conclusión, los autores sostienen que la Directiva 2014/92/UE sobre cuentas de pago podría no ser suficiente para garantizar el acceso de todos los ciudadanos a una cuenta corriente, siendo necesario considerar el acceso a una cuenta bancaria como un servicio público, lo que implicaría mayores obligaciones para las entidades bancarias a fin de asegurar su provisión.