



Día mundial de los derechos del consumidor 2012 Campaña por el "derecho a elección" en los servicios financieros

El derecho a escoger: poder escoger a partir de una gama de productos y servicios ofrecidos a precios competitivos con garantía de calidad suficiente.

Este es uno de los cuatro derechos fundamentales de los consumidores formulados por el Presidente estadounidense JF Kennedy, el 15 de marzo de 1962

"Las ventajas de una competencia plena y efectiva en el sector financiero son una mayor eficiencia, la entrega de mejores productos a los consumidores finales, mayor innovación, precios más bajos y una mejorada competencia internacional. La mayor competencia facilita además el ingreso y la expansión de los bancos eficientes en el mercado, desplazando a los bancos poco eficientes. Es por eso que la competencia debería alentarse, facilitarse y, cuando corresponda, protegerse dentro del sector financiero. Esto incluye eliminar todas las restricciones innecesarias impuestas a la competencia, lo que puede proporcionar a los bancos una importante fuente de rentabilidad"¹.

*La competencia y los mercados financieros: conclusiones claves,
OCDE, 2009*

Introducción

El derecho a escoger es uno de los ocho derechos básicos de los consumidores. Un consumidor debe poder escoger a partir de una gama de productos y servicios ofrecidos a precios competitivos con garantía de calidad suficiente. Esto le da al consumidor la libertad de escoger las mejores condiciones, y obliga a los proveedores a responsabilizarse por el producto o servicio entregado.

Para la economía en general, el derecho a escoger es fundamental para la creación de un mercado genuinamente competitivo que estimule la innovación y recompense a aquellas empresas que entregan productos y servicios al cliente de calidad, castigando a aquellas que no lo hacen. Los consumidores no deberían verse obligados a tolerar cobros excesivos, servicios de mala calidad o conductas corporativas irresponsables como resultado de la falta de alternativas.

Pero este derecho básico de los consumidores es socavado en el sector de los servicios financieros, uno de los más importantes tanto para los consumidores como para la economía. Aún cuando estén hartos de su banco, o de otro proveedor de servicios financieros, muchos consumidores sienten que cambiar de proveedor es demasiado difícil, o que no vale la pena. El resultado es que los bancos y demás proveedores de servicios financieros suelen tener pocos incentivos para mejorar sus servicios o para rebajar sus costos.

Este informe es un breve resumen de los problemas reseñados en el trabajo de las organizaciones miembros de CI y de una serie de otras organizaciones de la misma naturaleza².



¿Qué impide que los consumidores elijan?

Los consumidores son frecuentemente desalentados de cambiar de proveedor debido a las dificultades y riesgos que se perciben como inherentes al proceso, los que pueden incluir:

- El tiempo requerido para cambiar de proveedor y la complejidad del proceso.
- El costo directo que existe en cerrar o transferir las cuentas.
- El riesgo que se percibe con respecto a que puedan perderse los pagos o aparecer costos adicionales.
- Las promociones vinculantes que exigen que el consumidor se comprometa con un producto o servicio durante un periodo de tiempo o los paquetes de ofertas, que exigen que el consumidor compre otros productos además del que deseaba comprar en realidad.
- La falta de información clara que explique las diferencias entre los distintos proveedores.

Sin embargo, aún cuando el consumidor esté preparado para salvar estos obstáculos, puede que muchos de ellos sigan dudando acerca del sentido de cambiar sus cuentas. La noción de que "son todas iguales" es generalizada, y en muchos casos, los consumidores están en lo cierto, ya que suele haber una verdadera falta de opciones reales en este mercado controlado por un pequeño grupo de empresas.

Francia: carente de competencia

El mercado bancario de Francia es muy concentrado y es uno de los más costosos de Europa. A una tasa anual de 7,5%, Francia tiene también una baja tasa de traslado de cuentas bancarias. Una serie de estudios demostró que es poco probable que los consumidores se cambien a un banco diferente, ya sea por lealtad o porque consideran que el proceso es demasiado engorroso.

Un estudio realizado por la organización miembro de CI UFC-Que Choisir sobre tarifas bancarias y movilidad de cuentas concluyó que existe un fuerte vínculo entre los elevados cobros y la baja tasa de cambio de proveedor en Francia. UFC encontró además que había muy poca competencia en los precios entre los bancos: incluso donde existían ligeras variaciones entre los diferentes productos y servicios rivales, la diferencia en el precio de una "cesta de compras" de servicios financieros promedio era muy leve. También se concluyó que los bancos ofrecen escasa ayuda a los consumidores que buscan cambiar de proveedor, ¡aún tratándose de un posible nuevo cliente! En lugar de eso, la estrategia del banco se centra en venderles productos y servicios adicionales a los clientes existentes y no en atraer a nuevos clientes. La investigación de UFC persuadió al regulador del gobierno para que iniciara una investigación sobre los problemas en torno a la movilidad de cuentas en ese país. En octubre de 2011, UFC participó en un "Observatorio de precios" a nivel nacional, que concluyó que los bancos cobraban tarifas más elevadas por aquellos servicios para los cuales había pocas o ninguna alternativa para los consumidores (las tarjetas de débito, por ejemplo).



Facilitarle al consumidor el cambio de proveedores

En muchos países hay evidencias de una difundida insatisfacción con los bancos y con muchos proveedores de servicios financieros. Por ejemplo:

- En China, un estudio reveló que más del 40% de las personas están disconformes, con los cobros injustificados que se les imponen³.
- En el Reino Unido, la autoridad de Servicios financieros recibió más de 1,7 millones de reclamos de consumidores durante el segundo semestre de 2010⁴.
- En la India, la oficina del Defensor de clientes bancarios recibió 79.266 reclamos relacionados con los servicios bancarios durante el periodo entre 2009 y 2010⁵.
- En Brasil, durante 2009, el sector financiero clasificó en segundo lugar en cuanto a la cantidad de reclamos recibidos por el Departamento de protección y defensa del consumidor provenientes de todos los consumidores brasileños. El Banco Central de Brasil también recibe reclamos de los consumidores de servicios financieros.
- En Francia, el 15% de los consumidores desea cambiar de banco, pero apenas el 5% lo concreta.

EE.UU.: la amenaza de los proveedores de trasladar sus cuentas en protesta por las prácticas desleales vale la pena

A comienzos de octubre de 2011, Bank of America anunciaba que a partir de enero de 2012 comenzaría a cobrar a gran parte de sus clientes de cuentas corrientes una tarifa mensual de 5 dólares por el uso de sus tarjetas de débito al efectuar sus compras. Varios bancos más, incluido JP Morgan Chase, Wells Fargo y SunTrust, estaban considerando sumarse a la iniciativa con tarifas similares. Estas propuestas provocaron una tormenta entre los consumidores, y Consumers Union (CU), miembro de CI en EE.UU., comenzó a presionar activamente a los bancos implicados para que retiraran estos planes, exigiéndole además al Congreso que investigara la tarifa a fin de determinar si los bancos estaban procediendo en forma desleal con los consumidores.

Como parte de su movilización, CU creó una serie de herramientas en línea destinadas a la participación de los consumidores. La iniciativa incluyó la publicación de un video en Youtube, "[Break up with Bank of America](#)", que mostraba la indignación de los usuarios de largo plazo del banco, quienes ahora consideraban abandonar el banco al ver que su lealtad era recompensada con el cobro de una tarifa por el acceso a su propio dinero. Los espectadores, por otro lado, fueron alentados a publicar sus propias experiencias de "ruptura" por medio de un video. CU produjo además una guía en línea en formato de video sobre "[Cómo trasladar su dinero](#)" con orientaciones para el consumidor y consejos acerca de cómo cambiarse a otro banco. Una iniciativa conjunta con el sitio Web "The Consumerist" de producir una serie de relatos de consumidores sobre "Cómo trasladé mi dinero" recibió más de 6.000 contribuciones.



Aproximadamente 780.000 activistas en línea de CU fueron también notificados por medio de un correo electrónico llamado "Unfee-lievable!", algo así como "tarifa imposible", y alentados a completar una acción en línea en apoyo del llamado al Congreso a iniciar una investigación. Al cabo de 24 horas, casi 40.000 consumidores habían completado la acción. CU envió además una carta a todos los gerentes de bancos exigiéndoles el retiro de sus planes, e incluyó la carta en un [comunicado de prensa](#) que se envió a los periodistas bancarios. Para fines de octubre de 2011, tres de los cuatro bancos que habían servido de objetivo de la campaña desechaban sus planes de aplicar la tarifa mensual al uso de las tarjetas de débito. Bank of America terminó descartando sus planes el 1 noviembre de 2011.

Con todo, el cambio no es habitual

En la Unión Europea, apenas el 9% de los consumidores cambió de proveedor de cuenta entre 2007 y 2008, mientras que el 25% de consumidores cambió los seguros de sus automóviles y el 22% cambió de proveedor de Internet⁶. En Australia, el 7,6 por ciento de las personas entrevistadas por la organización miembro de CI, Choice, había cambiado sus cuentas bancarias durante los últimos dos años.⁷

Fomentar la competencia en el mercado, al igual que, cambiar de proveedor, son importantes maneras que permiten que los consumidores exijan a los bancos que rindan cuentas. Los consumidores deben poder expresar su opinión yéndose a otro lado si sienten que no están recibiendo un trato justo de parte de sus proveedores de servicios.

Se identificó una serie de medidas que pueden facilitar el cambio a los consumidores

Portabilidad del número de cuenta: Una manera de facilitar el proceso de cambiarse de banco es que los consumidores puedan mantener el mismo número de cuenta al trasladar sus fondos hacia otro proveedor. Aunque esto ha recibido el apoyo de varias comisiones nacionales, este cambio ha encontrado la oposición de la industria, que afirma que los costos serían prohibitivamente altos. En Suecia ya se cuenta con una versión de portabilidad de número de cuenta (BankGiro), y la evolución de la tecnología hace cada vez más factible que se encuentre una solución rentable para esto.



SUECIA: portabilidad del número de cuenta

El sistema Bankgiro es en la actualidad el único sistema de portabilidad de número de cuenta que hay en el mundo. Todos los bancos participantes les entregan a los consumidores un número Bankgiro universal, que puede vincularse a cualquier cuenta bancaria y que funciona como punto de referencia para realizar transacciones directas. Los consumidores pueden transferir con facilidad su número Bankgiro a una nueva cuenta con el fin de aprovechar las mejores condiciones disponibles. Sin embargo la organización miembro de CI, Sveriges Konsumenter, concluyó que este sistema es utilizado en su mayor parte por las entidades comerciales y que los consumidores prefieren gestionar sus transacciones por medio de la banca en línea. Muchos consumidores siguen considerando el cambio de cuenta como algo difícil y posiblemente arriesgado. Otra posible explicación de la baja tasa de traslados es la falta de confianza en los bancos, la que, entre 1990 y 2010 se redujo drásticamente entre los consumidores suecos.

Las reglas del cambio: El cambio de proveedor bancario también puede facilitarse al consumidor si el banco al cual el consumidor se está mudando se responsabiliza por notificar a su proveedor anterior asegurándose de que todos los pagos serán transferidos a la nueva cuenta. Establecer reglas que especifiquen las responsabilidades del banco y los plazos y costos implicados puede simplificar mucho el proceso. Los Principios comunes para el traslado de cuentas bancarias es un código voluntario elaborado por el Comité de la industria bancaria de Europa, que en 2009 entró en vigor en todos los estados miembros de la Unión Europea, además de Noruega. Si bien esto es un paso hacia una mayor claridad en los procesos, debe afinarse la aplicación de este código.

Reducir los costos directos de cambiarse: Los bancos pueden imponer un alto costo al cierre o a la transferencia de una cuenta corriente o de una cuenta de ahorros. El propósito de estas tarifas, completamente artificiales, es el de desalentar el traslado de las cuentas al disminuir el costo de oportunidad asociado a un traslado. Estas tarifas deben disminuir para aumentar la movilidad.

Mejor información para los consumidores: es demasiado habitual que los consumidores no deseen cambiar a sus proveedores porque sencillamente no pueden comparar las diferentes condiciones disponibles en el mercado. Para poder confiar en un cambio, y contar con la información necesaria para realizar una elección informada, los consumidores necesitan disponer de información comparativa de calidad. Esta información ayudará también a combatir las "triquiñuelas" que atraen a los consumidores hacia servicios que no representan las condiciones ideales.



Los Países Bajos: servicio de traslados

El servicio de traslado de cuenta bancaria 'Overstapservice' se introdujo en los Países Bajos en 2005 con el fin de ofrecer un mecanismo que permitiera a los consumidores cambiar con facilidad sus cuentas a un nuevo proveedor bancario. Por medio del servicio, el banco anterior le entrega al nuevo banco una lista de las órdenes de pago permanentes que deben transferirse a la nueva cuenta. El servicio redirige además, automáticamente, todos los pagos de la cuenta anterior hacia la nueva cuenta durante un periodo de 13 meses, y le proporciona también al consumidor tarjetas con la nueva información de cuenta, que pueden enviarse a las partes interesadas. A fines de 2011, Consumentenbond realizó una encuesta a 1.918 usuarios del servicio de traslados en colaboración con la Asociación bancaria holandesa. La encuesta reveló que el servicio se había mantenido estable, entre 80.000 y 100.000 traslados anuales, y los consumidores informaron de una tasa de satisfacción de 8,5 puntos en una escala de 0 a 10, (aumentando desde los 7,1 puntos en 2006). Sin embargo, pese a la favorable conclusión sobre el servicio de cambios, Consumentenbond piensa que la mejor alternativa sería la de un sistema de portabilidad numérica para las cuentas en toda Europa.

Francia: mejorar la información al consumidor

En 2010, Consommation, Logement et Cadre de vie (CLCV) realizó un estudio para evaluar el nivel de cumplimiento con un servicio de cambio basado en un estándar profesional que había sido implementado recientemente por la Federación bancaria francesa. El estudio, que consideraba el nivel y calidad de la información proporcionada por los bancos a los consumidores y la efectividad del servicio de traslados, descubrió que la percepción de los consumidores acerca de este servicio era baja, y que los cobros de los bancos seguían siendo elevados. Sin embargo otro informe del supervisor prudencial de noviembre de 2011, que comprobaba también el cumplimiento con la norma, encontró que los bancos habían mejorado sus prácticas en cuanto a proporcionar información al consumidor. CLCV publica además un estudio anual que compara tarifas y cobros de más de 100 bancos, con el propósito de estimular a los consumidores a analizar el mercado en busca de las mejores condiciones y estimular la mayor competencia.



Abordar las prácticas comerciales desleales tales como las promociones vinculantes y los paquetes: con demasiada frecuencia los consumidores no pueden cambiar sus productos financieros ya sea debido a que están comprometidos con un paquete durante un periodo prolongado o porque el producto forma parte de un paquete que les exige la compra de un producto para tener acceso a otro. Este tipo de prácticas dificultan el cambio o lo hacen imposible.

Mejorar las posibilidades de elegir de los consumidores: facilitar a los consumidores el cambiarse de proveedor ayudará a aumentar la competencia en los servicios financieros. Sin embargo es importante señalar que, en sí solas, las medidas que apuntan a estimular el cambio de proveedor no deberían considerarse como la única solución para la falta de competencia efectiva en el sector bancario. Por ejemplo:

- El cambio puede no ser un incentivo lo suficientemente poderoso para que las empresas mejoren las ofertas de precios y servicios para sus clientes existentes.
- Los proveedores pueden responder a la amenaza del cambio desarrollando productos e incluso información aún más complejos sobre estos, intensificando de este modo la inercia de los consumidores.
- Aún con estas medidas, los consumidores siguen enfrentando una importante desigualdad en su relación con los bancos, con una falta de opciones y productos que pueden dejar de estar a su disposición o cambiar su naturaleza.

Por lo tanto, paralelamente a las medidas que promuevan el cambio, es necesario que los gobiernos desempeñen su papel y garanticen que sus medidas no entorpezcan la competencia.

Son demasiados los países en los que el sector financiero es controlado por una cantidad pequeña de proveedores muy grandes, un problema que ha empeorado durante los últimos años. En un estudio realizado recientemente por CI, 21 miembros de nuestra organización percibían un aumento de la concentración en el sector bancario:

- En EE.UU. la concentración ha aumentado en forma espectacular, siendo en 2010 la participación de mercado de los principales 50 bancos equivalente a la participación compartida en 2008 por los principales 150 bancos.
- En Australia, los cuatro mayores bancos daban cuenta del 81% de los préstamos familiares y 78% de todos los depósitos bancarios.
- En el Reino Unido, en 2010 los cinco mayores bancos compartían 87% del mercado.
- En Brasil en la actualidad los cinco mayores bancos mantienen 75% de todos los depósitos del sistema financiero. Hace 10 años esa participación era de 52,5%.
- En Alemania, los principales seis bancos mantenían el 68% de todos los depósitos minoristas.
- En Francia, seis grupos bancarios controlan el 90% de los depósitos, 80% de los préstamos bancarios, 60% de los seguros de vida, 20% de los seguros de propiedades y 15% del mercado de bienes raíces.



En muchos países la concentración del mercado aumentó a consecuencia de la crisis financiera, y los gobiernos de Francia, España, el Reino Unido y Estados Unidos estimularon la adquisición de bancos con el propósito de mantener la estabilidad financiera. Este proceso no sólo redujo la competencia para los consumidores, sino que además fue a costa de los contribuyentes y se precipitó, con escasa participación del público. Puede que estas decisiones hayan sido necesarias tratándose de defender la economía a escala más amplia y los intereses de los consumidores en lo álgido de la crisis. Sin embargo, a medida que los países salen adelante de la crisis inmediata, las reglas de la competencia no deberían considerarse un lujo que los países ya no pueden permitirse.

La eliminación de las empresas estatales

La intervención del gobierno en el sector financiero puede ser necesaria y hasta legítima en el corto plazo durante una crisis, pero en el largo plazo debe restaurarse la competencia efectiva en el sector⁸.

En muchos países el estado ha anunciado su intención de eliminar su participación en los bancos completa o parcialmente nacionalizados. En Europa, la Comisión europea le exigió a los bancos que recibieron ayuda del estado que efectúen desinversiones, llegando a pedirles la venta de sus activos, y en algunos casos la venta de filiales que atienden a consumidores minoristas.

Sin embargo, existe el peligro de que a menos que estas disposiciones consideren de manera apropiada la necesidad de aumentar la competencia, estas desinversiones, y las organizaciones completamente privadas, pueden terminar vendiéndose a otros grandes grupos bancarios, consolidando aún más la falta de competencia para los consumidores.

Si los gobiernos adoptan una perspectiva cortoplacista en su intento por maximizar el ingreso proveniente de estas ventas, todos los consumidores tendrán que pagar un alto precio debido al costo incrementado de los servicios financieros, durante muchos años. Las decisiones sobre desinversiones tienen un inquietante precedente en algunos países.

Problemas de competencia planteados por bancos que son "demasiado grandes como para fracasar"

Desde la pasada crisis financiera hemos visto un esfuerzo internacional dirigido por el G20 y el Consejo de estabilidad financiera, que apunta a identificar aquellas "organizaciones financieras sistémicamente importantes", o, expresado en términos comunes, que son "demasiado grandes como para fracasar". Estos bancos son ahora el foco de pruebas para garantizar la solidez de sus finanzas, y en ciertos casos se les pide que mantengan niveles de capital más altos con el fin de protegerse de las crisis.

Aunque estos procesos tienen por objeto mejorar la estabilidad del sector, existen evidencias de que pueden tener repercusiones nefastas en términos de competencia. Los mercados les ofrecen a estos enormes bancos tarifas más bajas basándose en la suposición de que, sin importar lo riesgoso de sus actividades, el estado irá en su ayuda en caso de ser necesario. Este "subsidio implícito" distorsiona el mercado y dificulta aún más el ingreso de nuevos bancos. Existen ejemplos, donde incluso consejeros financieros personales han



recomendado a bancos identificados como organizaciones financieras sistémicamente importantes como una "inversión segura", puesto que por definición son "demasiado grandes como para fracasar".

Estas consecuencias destacan las limitaciones del enfoque y la necesidad de tomar medidas adicionales como por ejemplo la de separar las funciones de inversión y minorista de los grandes bancos.

Reino Unido: reforma bancaria

A consecuencias del salvavidas de centenares de millones de libras que envió el gobierno británico al sector, Which?, una organización miembro de CI en el Reino Unido, ha realizado campañas a favor de una reforma bancaria. Mejorar la competencia ha sido una preocupación clave para Which? como parte de su campaña.

El 12 de septiembre de 2011, Sir John Vickers entregó el informe de la influyente Comisión bancaria independiente, ICB, al gobierno del Reino Unido. El informe proponía planes sobre cómo la industria bancaria debía reformarse radicalmente para evitar otra crisis financiera y eliminar la garantía de los contribuyentes contra un fracaso bancario. Entre sus recomendaciones, la comisión propone blindar la banca minorista con respecto de la banca de inversiones. Which? apoya esta medida, la cual permitiría a los bancos de inversiones, de mayor riesgo, fracasar si toman malas decisiones o manejan su actividad en forma imprudente, y limitar que en el futuro la responsabilidad del salvataje de los bancos recaiga sobre los contribuyentes.

Como parte de las desinversiones requeridas por la Comisión Europea, el Banco Real de Escocia vendió 318 de sus filiales al Banco Santander. Which? consideró esta venta de un gran banco hacia otro de igual magnitud como una enorme pérdida de la oportunidad de inyectar un poco de la tan necesaria competitividad en el mercado del Reino Unido. El informe de la Comisión recomienda además que las filiales de Lloyds sean vendidas a un "rival viable" en el sector bancario con el fin de aumentar la competencia para el gran público. Aún después de que se hayan ejecutado las desinversiones requeridas, Lloyds seguirá controlando más del 25% del mercado de cuentas corrientes, y aproximadamente 20% de los mercados de crédito hipotecario, de cuentas de ahorro y de préstamos no garantizados. Which? exhortó a la Comisión de competencia del Reino Unido para que investigue el asunto en caso de que Lloyds se niegue a vender más activos.



La falta de competencia y las prácticas comerciales desleales en las remesas internacionales

Un ejemplo patente de la falta de competencia en los servicios financieros se puede apreciar en los mercados de remesas internacionales, que suelen caracterizarse por la falta de opciones, lo complejo de la fijación de precios y la falta de información para los consumidores.

La consecuencia es que los consumidores pagan regularmente cánones que superan con mucho lo que puede justificarse por lo que en realidad es una transacción relativamente sencilla. Pese a los progresos alcanzados en algunos "corredores entre países", los consumidores pagan regularmente por encima del 5% recomendado por el G8, llegando algunas empresas a cobrar hasta 40% por transferir dinero entre dos países.

CI exige que:

- Las autoridades de competencia investiguen prácticas como las de "acuerdos de exclusividad" que prohíben que establecimientos, como por ejemplo los minoristas, trabajen con una serie de empresas.
- Fijación de precios más clara de modo que los consumidores comprendan qué es lo que se les cobra, y puedan comparar entre los diferentes proveedores.
- Más información para los consumidores a fin de que sepan qué servicios hay disponibles.

Noruega: comparación de precios de las transferencias de dinero

El Consejo del consumidor noruego, (NCC, por su sigla en inglés) examinó primero el mercado de remesas noruego en el informe [Legal, Rapid and Reasonably Priced?](#) de 2007. En noviembre de 2010, el NCC inició [Sending Money Home](#), un sitio Web de comparación de precios disponible en noruego e inglés. El servicio se desarrolló al alero de su ya existente sitio [Finansportalen.no](#), y les permite a los consumidores la comparación de precios de una serie de distintos proveedores de servicios que ofrecen transferencias hacia 25 países de ingresos medios y bajos.

Conclusión

En muchos países del mundo las organizaciones miembros de CI están llamando la atención sobre la falta de competencia en los servicios financieros y las repercusiones que esto tiene para los consumidores.

CI desea que todos los consumidores tengan acceso a mercados de servicios financieros seguros, justos y competitivos. La competencia es parte clave de esto y es un mecanismo que posibilita que los consumidores elijan y responsabilicen de sus productos, servicios y conducta a los proveedores.



Junto a nuestros miembros en todo el mundo pedimos a los gobiernos que:

- Investiguen aquellos mercados en los que haya inquietudes acerca de la falta de competencia.
- Garanticen que sus medidas relacionadas con la intervención del estado o con la estabilidad cautelar contribuyan al fomento de la competencia en bien del interés público.
- Tomen medidas que les faciliten a los consumidores el cambiar de proveedor.

¹ La competencia y los mercados financieros: conclusiones clave, 2009, OCDE. Disponible en <http://www.oecd.org/dataoecd/9/22/43067294.pdf>

² *¿Facilidad en el cambio? – un largo camino por recorrer*, Informe de Monitoreo de la Oficina Europea de Uniones de Consumidores (BEUC) sobre los *Principios comunes para el traslado de cuentas bancarias* Enero de 2011
<http://docshare.beuc.org/docs/1/OGHGAMLANJOPHKENGKFAOCNPDWY9DBYC69DW3571KM/BEUC/docs/DLS/2011-00183-01-E.pdf>

³ Informe anual 360° de evaluación bancaria de China, 2010, publicado por Bankrate Network.
http://www.bankrate.com.cn/a_2011_0114_55280.html

⁴ http://www.fsa.gov.uk/pages/Library/Other_publications/commentary/aggregate_com/prev_agg_com/index.shtml

⁵ En <http://www.rbi.org.in/Scripts/PublicationsView.aspx?id=13049#3R> encontrará más información. Otros organismos de gobierno, tales como el Defensor del cliente de seguros, la Dirección de fomento y reglamentación de las compañías de seguros, la Junta de Intercambio de Valores (SEBI), se encargan también de las quejas relacionadas con servicios financieros de los consumidores pero la información acerca de los reclamos que manejan no está disponible en sus sitios Web.

⁶ Estudio de la Comisión Europea, 2009

⁷ Informe *Better banking* de Choice, 2011. Disponible en <http://www.choice.com.au/reviews-and-tests/money/banking/saving-money/banking-report.aspx>

⁸ *La competencia y los mercados financieros: conclusiones clave*, 2009, OCDE. Disponible en <http://www.oecd.org/dataoecd/9/22/43067294.pdf>