



Guía completa sobre comercialización y asesoramiento a usuarios de productos bancarios

Es recurrente, en los litigios que los abogados especialistas en el derecho bancario tenemos a diario contra las entidades financieras, el **argumento empleado por los bancos para defender el quebranto** que han producido del derecho a la información que le corresponde protege al consumidor y usuario de productos bancarios.

La génesis del problema no es otra que el momento de concertar un contrato con una entidad financiera, donde en numerosas ocasiones, la comercialización de productos desconocidos para el cliente y presuntamente denominados “*chollos de rentabilidad y seguridad de la inversión*” por el propio empleado del banco, se convierte en un asesoramiento de la entidad al consumidor y usuario, para “colocarle” estos productos estrella, que de otro modo sería difícil hacerlos llegar al cliente medio, al carecer de atractivo, no estar rodeados de una campaña de publicidad previa y sobre todo, que son recomendados por el empleado bancario al cliente de “toda la vida”, poseedor de productos sin riesgo y conservador, preferiblemente de edad avanzada y previamente seleccionado por la propia oficina bancaria.

La desinformación o el ocultamiento de las características del producto que contrata el cliente con la contratación, junto la no advertencia por parte del comercial de la oficina financiera del riesgo que corre el consumidor de pérdida de la inversión al suscribir ese producto fina ...