



Konsument na rynku finansowym

Czy dokładnie wiesz, z jakiej usługi korzystasz

PARTNER CYKLU:



GDZIE SZUKAĆ INFORMACJI | Nazwa produktu finansowego może być myląca. Aby uniknąć rozczarowania, należy sięgnąć do regulaminu, ogólnych warunków ubezpieczenia lub do prospektu informacyjnego

PIOTR CEREGRA

Każda lokata i rachunek bankowy ma regulamin opisujący zasady działania. Podobnie do każdej polisy dołączone są ogólne warunki ubezpieczenia, a do każdego funduszu inwestycyjnego – prospekt informacyjny i skrót tego prospektu. Lektura tych dokumentów wystarczy, by poznać zasady oszczędzania lub ubezpieczenia. Jeśli zamiast tego klient będzie się sugerował tylko nazwą produktu, treścią ulotki reklamowej lub zapewnieniami sprzedawcy, może się rozczarować.

Nim skusisz się na zysk, poznaj ryzyko

Wiele osób wciąż sięga po produkty finansowe, których działania nie rozumie.

Świadczą o tym chociażby protesty klientów funduszy inwestycyjnych.

Przed kryzysem finansowym wiele osób zainwestowało pieniądze, kierując się głównie historycznymi wynikami funduszy. Swoje zrobiła też perswazja sprzedawców, zachwalających fundusze jako sposób na zarobienie znacznie więcej niż na lokacie.

Część klientów kupowała więc jednostki funduszy akcyjnych i mieszaných bez świadomości ryzyka, jakie wiąże się z tą formą oszczędzania. A dziś skarżą się, że zostali wprowadzeni przez sprzedawców w błąd.

Nazwa nie powie wszystkiego

Mniej wyedukowanych inwestorów w błąd wprowadzają nie

tylko nieprofesjonalni sprzedawcy, ale niekiedy też same nazwy produktów.

Określenie „lokata” długo zarezerwowane było dla produktów oferowanych przez banki. Oznaczało produkt ze znanym z góry oprocentowaniem; jeśli zmieniało się ono, to raczej nieznacznie i w dosyć przewidywalny sposób.

Obecnie jako lokaty sprzedawane są też produkty inwestycyjne, których rentowność zależy od sytuacji na rynkach kapitałowych. I to określenie może już być mylące.

Z kolei polisa to produkt, który powinien zapewniać odszkodowanie w sytuacji, gdy dojdzie do zdarzenia objętego ochroną. Ubezpieczający płaci niewysoką składkę, by w określonych okolicznościach otrzymać

znacznie wyższą sumę. Nie brakuje jednak produktów, które wykraczają poza tę formułę.

Formę ubezpieczenia na życie i dożycie mają też produkty, których jedynym celem jest pomnażanie kapitału. Są „opakowane” w ubezpieczenie tylko po to, by uwolnić inwestora od obowiązku płacenia podatku Belki.

Warto jednak zdawać sobie sprawę z tego, że przystąpienie do takiego ubezpieczenia rodzi nieco inne konsekwencje niż wpłacenie pieniędzy na klasyczną lokatę terminową (patrz rozmowa poniżej).

Polisy chronią, ale pod warunkiem, że...

Polisa może rozczarować również z innego powodu. Ochrona ubezpieczeniowa ni-

gdy nie jest bezwzględna, a polisy chronią przed określonym ryzykiem dopiero po spełnieniu wielu dodatkowych warunków. Ta zasada dotyczy zwłaszcza tanich polis towarzyszących produktom bankowym.

Jeżeli dokładane do kredytu ubezpieczenie ma zadziałać w razie utraty pracy przez klienta, nie oznacza to wcale, że ochrona obowiązuje zawsze i wszędzie. Odszkodowanie może być wypłacone na przykład tylko wtedy, gdy ubezpieczony był zatrudniony na pełnym etacie, utrata pracy nastąpiła z winy pracodawcy, a nie za porozumieniem stron, a zwolniony natychmiast po tym zdarzeniu zarejestruje się w urzędzie pracy. W dodatku wysokość świadczenia może być znacznie niższa od oczekiwanej.

Nawet gdy w materiałach promocyjnych przeczytamy, że ubezpieczyciel przejmie spłatę rat kredytu, może to oznaczać na przykład spłatę maksymalnie trzech rat i w kwocie nie wyższej niż średnie wynagrodzenie w kraju.

Aby nie przeżyć rozczarowania, należy zamiast ulotki reklamowej przeczytać uważnie ogólne warunki ubezpieczenia (OWU), szczególną uwagę zwracając na listę ryzyk objętych ochroną, listę wyłączeń odpowiedzialności towarzystwa i maksymalną kwotę odszkodowania, jaką zapewnia ubezpieczyciel.

@masz pytanie, wyślij e-mail do autora

p.ceregra@rp.pl

ROZMOWA

DLA „RZECZPOSPOLITEJ”

Mylące nazwy, nierzetelne reklamy

Co robić, by nie wydać pieniędzy na produkt finansowy, który nie spełnia naszych oczekiwań?

BOŻENNA ZIELIŃSKA-KURPIEL: Przede wszystkim klient musi mieć świadomość, co kupuje. Czy rzeczywiście będzie ją miał, w dużej mierze zależy od tego, w jaki sposób się zachowuje i co mówi sprzedawca. Problem zaczyna się na przykład wtedy, gdy sprzedawca w okienku zachwala polisę-lokatę jako produkt dokładnie taki sam jak klasyczna lokata, tylko z wyższym oprocentowaniem dzięki temu, że nie płaci się podatku od dochodów kapitałowych. Klient może wyciągnąć wtedy błędny wniosek, że to też jest lokata bankowa. Różnice jednak są, i to istotne. Depozyty w bankach do wysokości 50 tys. euro są gwarantowane w 100 proc. przez Bankowy Fundusz Gwarancyjny. Jeśli jednak klient zainwestuje w polisę-lokatę, środki są gwarantowane na innych zasadach, określonych w ustawie o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnym i Polskim Biurze Ubezpieczycieli Komunikacyjnych. UFG zaspokaja tylko 50 proc. roszczeń osób uprawnionych, w dodatku nie więcej niż 30 tys. euro. Oczywiście te gwarancje są potrzebne dopiero wtedy, gdy podmiot oferujący ubezpieczenie upadnie, a to jest mało prawdopodobne, jednak klient powinien zdawać sobie z tego sprawę. Kolejna różnica jest jeszcze ważniejsza. Po zakończeniu tradycyjnej lokaty bankowej, jeśli tylko nie została wybrana opcja jej automatycznego odnowienia, pieniądze klienta od razu wpłyną na wskazany rachunek bankowy. W przypadku polisy-lokaty jest inaczej. Jest to świadczenie ubezpieczeniowe, więc zgodnie z kodeksem cywilnym zakład ubezpieczeń ma na wypłatę świadczenia 30 dni. W warunkach takich ubezpieczeń spotykałam się z zapisami, które nakazywały

klientowi czekać na pieniądze aż 30 dni. Zdarzają się też produkty, w których ten okres jest skrócony np. do trzech – czterech dni. To po raz kolejny pokazuje, że przed podpisaniem umowy należy starannie zapoznać się z jej warunkami. Gdy uwzględnisz długi czas oczekiwania na pieniądze, polisę-lokatę bez podatku wcale nie musi być korzystniejsza niż klasyczna lokata z podatkiem.

Gorzej wyedukowanemu konsumentowi może być trudno odróżnić lokatę od polisy przypominającej lokatę.

Dlatego KNF walczył o uporządkowanie tej materii, myśląc, że z dobrym skutkiem. Spotykaliśmy się z materiałami reklamowymi, w których promowano lokatę strukturyzowaną i tylko drobnym drukiem informowano, że tak naprawdę jest to grupowe ubezpieczenie na życie.

Wprawdzie w przepisach nigdzie nie ma definicji lokaty, ale klienci są przyzwyczajeni do tego, że tak nazywa się produkty bankowe zapewniające określony zysk, więc nazwanie tak innego produktu może ich wprowadzać w błąd. W takich sytuacjach interweniowaliśmy w zakładach ubezpieczeń, tłumacząc, że to one firmują produkt i to do nich klienci będą mieli pretensje, gdy zorientują się, że kupili nie to, co chcieli. Nazywanie produktów ubezpieczeniowych lokatami w zasadzie udało się wyeliminować.

W przypadku umów ubezpieczenia na życie i dożycie, w których świadczeniem z tytułu dożycia jest wpłacona składka powiększona o określony wskaźnik ubezpieczeniowy, przyjęła się potoczna nazwa polisa-lokata. Niezłe oddaje ona istotę tych produktów. Na pewno lepiej niż ich długie, formalne nazwy zapisane w warunkach ubezpieczenia.

Czy przy innych produktach też możliwe są takie pomyłki?



BOŻENNA ZIELIŃSKA-KURPIEL

GLÓWNY SPECJALISTA W DEPARTAMENCIE OCHRONY KLIENTÓW URZĘDU KOMISJI NADZORU FINANSOWEGO

Szczególnej uwagi wymagają ubezpieczenia z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. Pod tą nazwą ukrywają się dwie grupy produktów. Niektóre polisy mają charakter inwestycyjno-ochronny. Część składki jest inwestowana w ubezpieczeniowe fundusze kapitałowe, ale oprócz tego klient może się zdecydować na wiele umów stricte ochronnych. Są też produkty, gdzie element ochronny jest zredukowany do minimum, a większość składki jest inwestowana. Produkty z żadnej z tych grup nie są gorsze ani lepsze, są po prostu inne. Pojawia się za to problem, jakie informacje o polisie otrzyma klient.

Czytajmy więc warunki ubezpieczenia, najlepiej przed podpisaniem umowy, a jeśli wtedy o tym zapomnimy, to choćby po podpisaniu. I pamiętajmy, że jeżeli umowa ubezpieczenia na życie dotyczy okresu dłuższego niż sześć miesięcy, mamy prawo od niej odstąpić w ciągu 30 dni od jej zawarcia.

Nazwa produktu może być myląca, ale chyba jeszcze więcej szkody powodują nierzetelne materiały reklamowe?

Kwestię reklam i wprowadzania w błąd przekazem reklamowym reguluje ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Zgodnie z nią praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli w jej wyniku przeciętny konsument podejmuje (lub może podjąć) decyzję, która inaczej by nie zapadła. Ustawa mówi też o zaniechaniu wprowadzającym w błąd, czyli pominięciu istotnych informacji, które są potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy. Przedsiębiorcy muszą się zatem liczyć z konsekwencjami łamania przepisów określonych w prawie.

rozmawiał Piotr Ceregra