

3. Facilitar la movilidad de clientes entre tarjetas de crédito.

PROBLEMA

Existen importantes costos de cambio (“switching costs”) de un banco a otro para los consumidores, ya que los productos muchas veces están atados (por ejemplo, un consumidor necesita tener una cuenta en el banco para obtener un crédito) y es común que el pago de servicios recurrentes se carguen automáticamente a la cuenta (domiciliación). Al tener que cambiar el cobro automático de servicios a otra cuenta, y sabiendo el consumidor que ya cuenta con varios productos en un banco que son complementarios, será poco probable que cambie de banco. A estos costos naturales de cambio se agregan costos “artificiales” como comisiones por cierre y por apertura de cuentas. El resultado de ello es que las personas rara vez se cambian de banco: en la Unión Europea se encontró que únicamente cerca de 5% de las personas con cuentas bancarias cambian de banco anualmente; esto implica que una persona promedio dura 20 años con su cuenta en un mismo banco. Esta inmovilidad de los clientes limita la competencia en el mercado de tarjetas de crédito (TC), siendo este de suma importancia para los mexicanos. Actualmente, el crédito a través de TC representa cerca del 60% de la cartera de crédito al consumo. Los costos de cambio, sin embargo, se pueden transparentar para facilitar la toma de decisiones de los consumidores.

¿QUÉ SE TIENE QUE HACER?

Para facilitar la movilidad del lado de la demanda el consumidor debe tener información útil acerca de los costos de los productos ofrecidos por las instituciones financieras. La información será más útil si se proporciona en el estado de cuenta que si se pone en la página de internet de Banxico o CONDUSEF, por ejemplo. Por el lado de la oferta, debe permitírsele a los bancos revisar el buró de crédito sin necesidad de firma autógrafa del consumidor, cuando menos para aquellos consumidores que así lo manifiesten. Asimismo, siguiendo el caso de Italia, debe facilitarse el cambio de bancos dándole derechos al banco receptor y obligaciones al que pierde el cliente. El caso italiano muestra que de poco sirve tener muchos participantes si efectivamente es difícil cambiarse de banco.

¿QUÉ SE LOGRA CON LA PROPUESTA?

Incrementar la libertad de los consumidores para migrar su tarjeta de crédito de banco incentiva a los bancos a ofrecer un mejor servicio y menores comisiones. La posibilidad de los consumidores de acceder a crédito más fácilmente y a un mejor costo, se ve reflejado en su consumo y decisiones de inversión, lo cual puede tener un importante efecto sobre la economía del país.

¿QUÉ SE HA HECHO?

En abril del 2009 se llevó a cabo una reforma a la Ley de Instituciones de Crédito (LIC) la cual, para facilitar la movilidad de usuarios entre bancos, estableció que las instituciones de crédito están obligadas a realizar las acciones conducentes para que sus clientes puedan dar por terminados los contratos de adhesión mediante un escrito en el que manifieste esto. La CONDUSEF establecerá mediante disposiciones de carácter general los requisitos y procedimientos

para llevar a cabo la mecánica de terminación de operaciones (Art. 48 Bis 5).

Sin embargo, la fuerza y éxito de este cambio depende en gran medida de la simplicidad que la CONDUSEF defina para el procedimiento y a las obligaciones que se establezcan para el banco que pierde la cuenta. Si existe una institución acreedora, debe dársele el suficiente poder para que ésta haga los trámites de cierre de la cuenta en el otro banco, para domiciliar los cobros a la nueva cuenta, y prohibir el cobro de cualquier comisión de cierre. Esto debe hacerse en un solo trámite del cliente. Aunque hubo una propuesta en estas líneas en el Congreso este marzo del 2009 (en la “iniciativa tope a tasas”), lo aprobado deja el procedimiento más abierto y en las manos de CONDUSEF.

FUENTE: COMPETENCIA EN EL MERCADO DE TARJETAS DE CRÉDITO EN MÉXICO: ALGUNAS REFLEXIONES. SEIRA.