



COSTO Y BENEFICIO N°07

Boletín editado por Contribuyentes Por RESPETO - Asociación de Contribuyentes del Perú

INTRODUCCIÓN

La investigación de agosto de **Contribuyentes Por Respeto**, contenida en **Costo y Beneficio No.7**, está dedicada a evaluar la política de la SBS de eliminar comisiones bancarias y requerir el sustento técnico y económico de los cargos que pagamos por créditos y depósitos, a fin de determinar si resulta beneficiosa para los consumidores.

El mercado bancario tradicionalmente considerado como concentrado o poco competitivo viene evolucionando. Así, por ejemplo, en esta investigación se destaca que las menores barreras económicas y la participación de diversos tipos de entidades financieras han generado una menor concentración y una mayor competencia en los mercados de créditos a microempresas y de consumo. Es decir, las empresas más pequeñas y los ciudadanos de a pie tenemos actualmente un importante número de fuentes de financiamiento disponibles, incluso por encima de nuestro vecino del sur (Chile). El incremento de la competencia también se viene presentando en el segmento de los depósitos a plazo, mercado que puede considerarse prácticamente desconcentrado, gracias a la competencia de las cajas municipales.

Para hacer aún más competitivo un mercado, la transparencia de información puede ser una importante herramienta. Con mayor transparencia, se generan más posibilidades de que los consumidores puedan escoger entre las distintas alternativas que el mercado ofrece. A su vez, los oferentes tendrán incentivos para mejorar sus productos y servicios y así captar la atención de los consumidores.

La SBS aparentemente habría detectado un problema de transparencia en el cobro de comisiones bancarias. Sin embargo, la solución por la que ha optado no está dirigida a generar más transparencia, sino que tiene el efecto de restringir flexibilidad y dinamismo al mercado.

La política regulatoria de la SBS viene aproximándose mucho a una regulación de condiciones comerciales y eventualmente a una regulación de precios. La SBS ha pasado de admitir la libertad de fijación de comisiones, a requerir que se encuentren "debidamente" sustentadas y hasta a prohibir ciertas comisiones.

Esta política prohibitiva se encuentra reñida con la posibilidad de diferenciar precios, práctica que beneficia a los consumidores. Por ejemplo, a partir de la reciente eliminación de la comisión por mantenimiento, que se cobraba a quienes utilizaban sus tarjetas de crédito en determinado período, Interbank y Banco Ripley incrementaron las tasas de interés de créditos de consumo en un promedio de 10%. En tanto, Falabella empezó a cobrar comisiones que antes exoneraba, como envío de estado de cuenta y renovación o membresía. Así, los cargos que eran asumidos por quienes requerían el servicio terminaron siendo asumidos por todos los consumidores.

En nuestra opinión, la solución al problema de la asimetría informativa –que la SBS busca eliminar con estas medidas– pasa por hacer más transparente el mercado facilitando que los consumidores se informen, en vez de hacerlo más inflexible. El primer paso se ha dado difundiendo la TCEA y la TREA. El siguiente paso, que apunta directamente a incentivar la transparencia y la competencia en el cobro de comisiones bancarias, debería ser el de dar mayor accesibilidad y difusión a los sistemas de comparación de comisiones con los que cuenta actualmente la SBS en su portal web. El sistema actual pone énfasis únicamente en las tasas efectivas anuales, que solo incluyen las comisiones recurrentes, pero no un gran número de comisiones variables relacionadas con un evento determinado como uso de cajeros, penalidad por pago atrasado, reposición de tarjeta por pérdida, etc. Por ello, desde **Contribuyentes Por Respeto**, recomendamos una difusión más prominente de estos sistemas de comparación tanto en el portal de la SBS, como en el de los bancos y la ASBANC, que incluyan el mayor número posibles de comisiones bancarias, bajo nomenclaturas uniformes, que faciliten la transparencia y la competencia. Finalmente, la transparencia también se puede lograr potenciando el trabajo de fiscalización ex post que realizan la SBS y el INDECOPI, a fin de sancionar y desincentivar el cobro de aquellas comisiones que resulten engañosas para el consumidor.

La SBS debería reevaluar el sentido de su política a fin de promover un mercado más transparente y a la vez flexible, en beneficio de los consumidores.

EN ESTE NÚMERO

LAS COMISIONES BANCARIAS: TRANSPARENCIA Y FLEXIBILIDAD	3
La competencia en el sector bancario	3
La creciente regulación de las comisiones bancarias	5
Información y transparencia para generar más competencia	7

CONTRIBUYENTES
Por RESPETO
Asociación de Contribuyentes del Perú

Año 3, N°07 - Setiembre 2 013

Boletín editado por la Asociación de Contribuyentes del Perú
Contribuyentes Por RESPETO

Editor
Andrés Calderón L.

Director Ejecutivo
Fernando Cáceres F.

Investigadores
Andrés Calderón
Juan José García
Fernando Cáceres

Diagramación
MagooBTL

LAS COMISIONES BANCARIAS: TRANSPARENCIA Y FLEXIBILIDAD

La competencia en el sector bancario

Descripción del mercado

El sector bancario peruano está conformado por el grupo de entidades financieras encargadas en captar fondos en forma de depósitos y reingresarlos al sistema en forma de créditos. Las entidades típicas en el sector financiero son los Bancos, las Cajas de Ahorro, las Cajas Municipales, las Cooperativas de Créditos, entre otros. Los instrumentos más comunes ofrecidos en este sector son los créditos de consumo e hipotecarios y los depósitos de ahorro y a plazo fijo.

El sector está regulado por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) y también se encuentra sujeto a las políticas monetarias aplicadas por el Banco Central de Reserva del Perú.

En el Perú existen actualmente catorce bancos, pero cuatro de ellos concentran la mayor parte de la actividad financiera: BBVA, Banco de Crédito del Perú (BCP), Interbank y Scotiabank. Sin embargo, debe recordarse que el sector bancario forma parte del gran sector financiero, lo cual obliga a los bancos a competir con otro tipo de empresas que ofrecen servicios (usamos indistintamente, servicios o productos) muy similares, las ya mencionadas Cajas Municipales, Financieras, Cajas Rurales, etc. Esta competencia limita las posibilidades de los bancos de ejercer libremente su poder de mercado sobre sus clientes.

Dado que en el Perú hay más de sesenta entidades financieras compitiendo en productos relativamente similares, estas entidades compiten por la captación de clientes y diferenciando algunos aspectos de su oferta. La competencia también es posible debido a los bajos costos que representa para un cliente el cambiar de entidad financiera. La SBS colabora con el equilibrio del poder entre oferta y demanda, haciendo más transparente el mercado y brindando información actualizada acerca de la oferta en favor de los consumidores, en aspectos en los que las entidades financieras compiten, como las tasas de interés y las comisiones.

Otro factor importante a mencionar es las barreras a la entrada al mercado. La principal barrera de entrada, sobre todo para captar depósitos de ahorro, es el tamaño de los canales de distribución: red de agencias, cajeros y agentes. También son relevantes las economías de escala que se pueden generar al poder administrar un mayor número de agencias con el mismo *back office*. Asimismo, la propia supervisión de la SBS es otra importante barrera que impacta transversalmente en todos los productos sectoriales. Más allá de tener que cumplir con un capital mínimo que garantice trabajar con los ahorros del público (cerca de S/. 15 MM para bancos), las empresas del sector deben pagar contribuciones por supervisión que llegan a los S/. 10MM anuales en el caso de algunos bancos, y cada vez deben invertir en dar cumplimiento a mayores exigencias de información y seguridad respecto de los productos que ofrecen.

La concentración en el sector bancario

Una metodología tradicionalmente utilizada para medir los niveles de competencia de un mercado es el análisis de concentración de mercado a través del Índice de Herfindahl-Hirschman ("HHI"). El HHI se calcula a través de la suma de los cuadrados de las participaciones individuales de las empresas en un mercado. Así, mientras menor sea el número de empresas y mayor

sean las participaciones de mercado individuales, más elevado será el resultado del índice, entendiéndose en ese caso que un mercado es concentrado. Las agencias de competencia a nivel internacional, como el Departamento de Justicia y la Federal Trade Commission de Estados Unidos¹, consideran los siguientes parámetros de concentración:

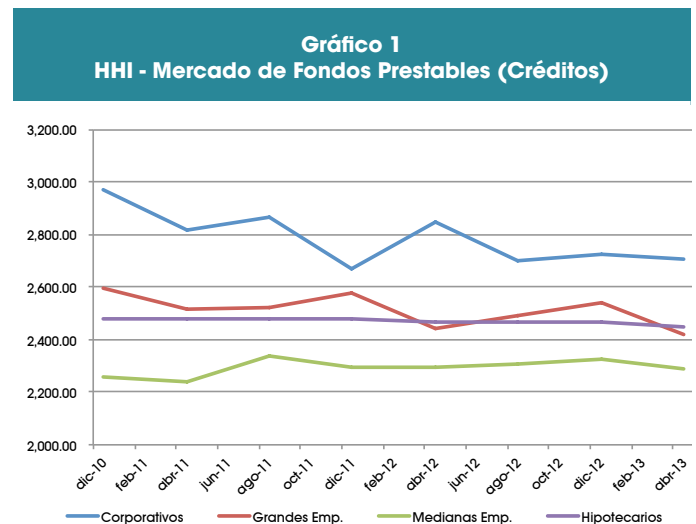
- Mercado desconcentrado: HHI debajo de 1500
- Mercado moderadamente concentrado: HHI entre 1500 y 2500
- Mercado altamente concentrado: HHI encima de 2500

Debe anotarse, sin embargo, que un mercado concentrado o moderadamente concentrado no necesariamente indica un mercado no competitivo o ineficiente. Puede que exista concentración por determinadas características, como las elevadas barreras de entrada, pero es posible que los competidores sean muy agresivos y con ello todos los participantes sean tomadores de precios, es decir, las empresas no podrían fijar unilateralmente sus precios sin tener en cuenta la posible respuesta de sus competidores ni la influencia de los consumidores.

Análisis de concentración en el Perú

En los gráficos que se aprecian a continuación, tanto para servicios de créditos como de depósitos, el HHI del sector presenta en promedio un índice cercano a 2070, vale decir, se puede aseverar que el sector bancario peruano es en general moderadamente concentrado.

Para analizar la concentración en el mercado crediticio se consideraron los créditos otorgados por los bancos y las empresas financieras. Es importante incluir ambos tipos de empresas, ya que ambos atienden la misma demanda de créditos, es decir, un crédito otorgado por un banco es un sustituto muy cercano a uno otorgado por una empresa financiera.



Fuente: SBS

Elaboración: Contribuyentes Por Respeto

Competencia, más allá de la concentración

Un estudio realizado por el Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico (Eduardo Morón et al., 2010) resalta que el nivel de concentración de un mercado no es el único indicador (ni necesariamente el más concluyente) del nivel de competencia de un mercado.

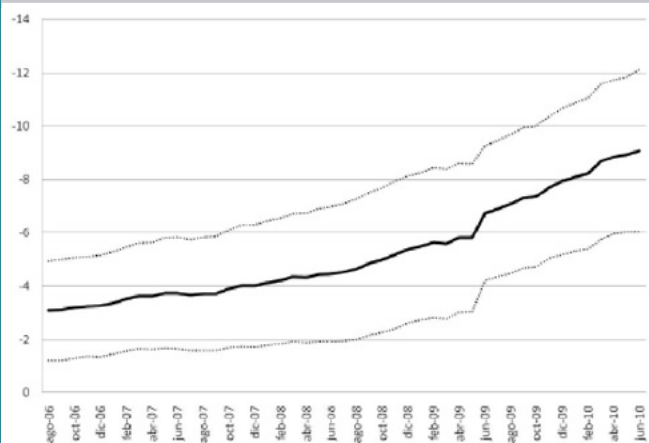
A través de un modelo econométrico, este estudio estimó la elasticidad de la demanda residual en el mercado bancario peruano entre agosto de 2002 y julio de 2010, como un indicador del nivel competitivo de dicho mercado. Esta elasticidad tenderá a ser mayor mientras mayor competencia exista.

El resultado del estudio muestra una mayor y creciente elasticidad en los segmentos de créditos corporativos, créditos MYPE, créditos hipotecarios, y depósitos de ahorro y a plazo. Entre los cuales, destacan los segmentos de créditos corporativos y depósitos a plazo.

La constatación de mayor elasticidad y competencia en el mercado de créditos corporativos es congruente con la posibilidad que tienen los demandantes de este servicio de acceder a financiamiento bancario local, internacional o al mercado de bonos.

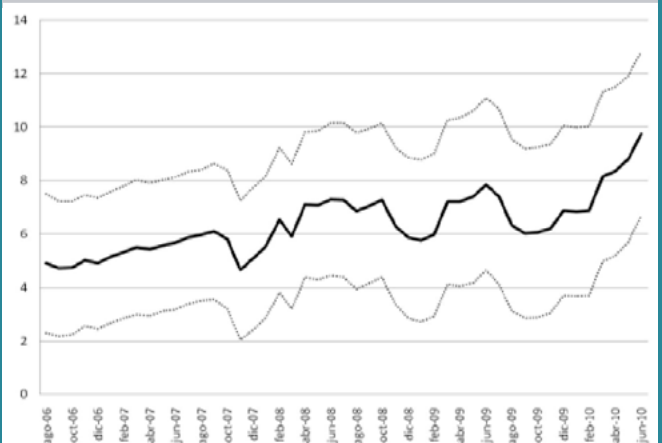
Por su parte, en el caso de los depósitos a plazo, la competencia se dinamizó gracias a la apertura del mercado limeño a las cajas de ahorro. Además, a diferencia del segmento de depósitos de ahorros, la tasa ofrecida por los competidores importa más que la amplitud de la red de distribución: agencias, cajeros y agentes.

**Elasticidad de la demanda residual:
Créditos Corporativos**



Fuente: Universidad del Pacífico

**Elasticidad de la demanda residual:
Depósitos a plazo**



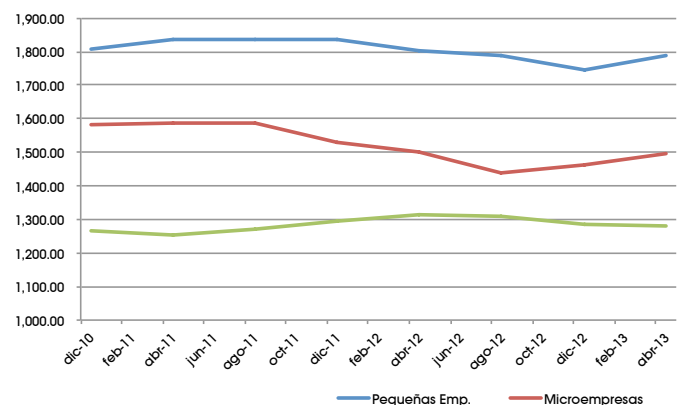
Fuente: Universidad del Pacífico

Los resultados de este análisis evidenciaron que a medida que crece el tamaño del crédito requerido también crece la concentración, dado que los créditos mayores solo pueden ser administrados por entidades financieras que cuentan con un capital de gran envergadura. Así, a este año se observa un HHI altamente concentrado para créditos corporativos (2700), moderadamente concentrado para créditos a grandes empresas (2450) y un poco menos concentrado para medianas empresas (2300).

Más bien, el análisis de los créditos otorgados a pequeñas y microempresas, así como a los créditos de consumo, evidencia que en estos nichos la concentración es mucho más baja. Así, por ejemplo, se puede afirmar que los créditos a microempresas y de consumo ya son actualmente mercados desconcentrados (HHI menores a 1500), lo cual muestra que las empresas más pequeñas y los ciudadanos de a pie tienen un importante número de fuentes de financiamiento disponibles y, por tanto, se enfrentan a un menor poder de mercado de parte de alguna entidad financiera.

En relación a la captación de fondos, los bancos compiten directamente con las cajas municipales y rurales, sobre todo en depósitos a plazo en los que la extensión de la red de distribución (agencias,

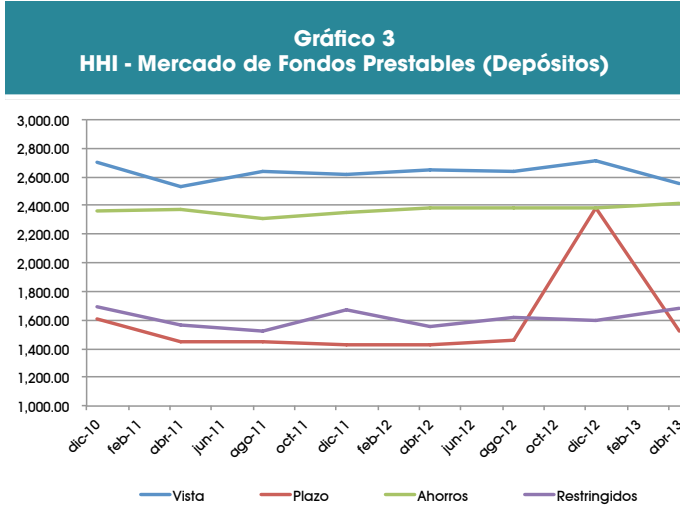
**Gráfico 2
HHI - Mercado de Fondos Prestables (Créditos)**



Fuente: SBS

Elaboración: Contribuyentes Por Respeto

cajeros y agentes) no es tan relevante para el consumidor. Dado que las cajas ofrecen un mayor retorno a la inversión y cuentan con el respaldo del Fondo de Seguro de Depósitos de la SBS, son en la práctica una competencia directa de los bancos. Así, mientras el HHI de los depósitos de ahorro es de 2368 en promedio (moderadamente concentrado) el de los depósitos a plazo es de 1589 en promedio (muy cerca de ser un mercado desconcentrado).



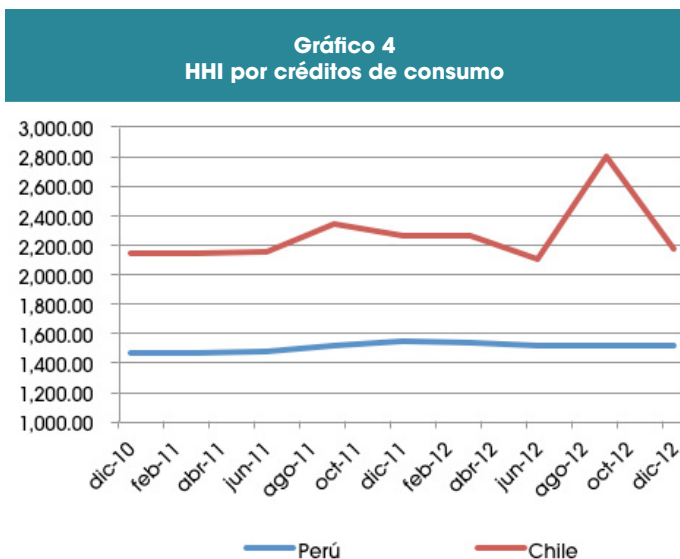
Fuente: SBS

Elaboración: Contribuyentes Por Respeto

Benchmarking de los niveles de concentración

Al comparar parte del sistema bancario peruano con el chileno, a través del HHI, saltan a la vista dos características importantes. Por un lado, respecto de los créditos corporativos, la banca peruana es más concentrada que la chilena, con un HHI promedio de 2788 en comparación con un HHI promedio de 1316 en Chile. Este es un indicio de que la competencia en Perú sobre los créditos corporativos es menos agresiva que en Chile, probablemente por la mayor cantidad de negocios de gran envergadura del país sureño.

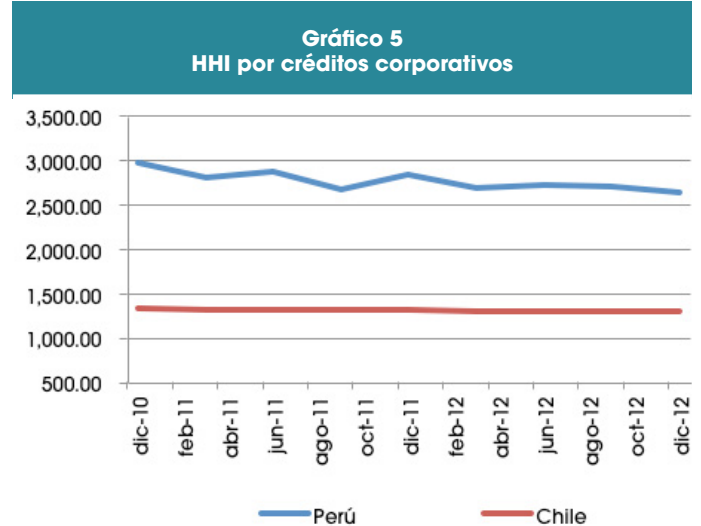
Por otro lado, respecto a los créditos de consumo, la banca peruana es mucho menos concentrada que la chilena, con un HHI promedio de 1283 en Perú comparado con un HHI promedio de 2266 en Chile. Esto es un indicio de que habría más competencia



Fuente: SBS, SBIF

Elaboración: Contribuyentes Por Respeto

sobre los créditos de consumo en el Perú en comparación con nuestro país vecino. Este resultado nuevamente refuerza la idea de que el peruano promedio tiene un gran número de fuentes de financiamiento a su disposición, que reducen las posibilidades de que las entidades financieras ejerzan poder de mercado.



Fuente: SBS, SBIF

Elaboración: Contribuyentes Por Respeto

La creciente regulación de las comisiones bancarias

En una economía de mercado, los precios no se fijan de manera centralizada, sino que estos responden a la interacción descentralizada entre oferentes y demandantes del mercado. Así, bajo el sistema de competencia, los oferentes no pueden fijar unilateralmente el precio al que se venderá un determinado producto, ni los consumidores están en capacidad de que el precio sea el que ellos escojan. Las empresas son tomadoras de precios, es decir, la influencia de sus competidores y consumidores determinan el precio que ofrecerán en el mercado.

La fijación o regulación de precios en los mercados donde es posible la competencia genera distorsiones. Si el precio se fija artificialmente por encima del precio de equilibrio de mercado se generaría un exceso de oferta, es decir, habría un gran número de oferentes y un reducido número de demandantes para dicho bien. En sentido inverso, si el precio es fijado artificialmente por debajo de este equilibrio, habrá un exceso de demanda, es decir, un gran número de consumidores buscará aprovechar ese precio "reducido" pero no habrá suficientes oferentes dispuestos a satisfacer dicha demanda.

Lo explicado se aplica también a la fijación de las condiciones comerciales de los bienes y servicios, lo cual incluye qué y cuántos bienes ofrecer, cómo configurar la oferta, qué calidad asignarle a cada bien, etc. Estas condiciones tampoco responden a deseos unilaterales de oferentes y consumidores, sino a la interacción de un sinnúmero de transacciones comerciales que van moldeando la(s) oferta(s) en el mercado. Así, si un ente regulador, por ejemplo, fijara condiciones específicas para un determinado producto, se corre el riesgo de que estas condiciones no reflejen el equilibrio de mercado y, por lo tanto, genere un exceso de oferta (si las condiciones fijadas están por debajo del equilibrio) o un exceso de demanda (si las condiciones fijadas se encuentran por encima del equilibrio).

En buena cuenta, las condiciones de los productos o servicios son como los precios, responden a las condiciones del mercado. Y fijarlas, desde el Estado, es una manera indirecta de fijar precios. Asimismo, estos factores interactúan normalmente en la política comercial de las empresas, que pueden optar por una combinación de condiciones y precio que se asemejen a los equilibrios de mercado. Así, por ejemplo, si una empresa es forzada –vía regulación– a cobrar un precio demasiado bajo, podría reaccionar mediante la reducción de la calidad de las condiciones con el fin de aminorar costos.

Las comisiones bancarias en el Perú: ¿supervisión o fijación?

Siguiendo los principios descritos anteriormente, las tasas de interés y las comisiones en el Perú son fijadas libremente, habiéndose confiado a la interacción entre oferta y demanda, como mecanismo para encontrar el equilibrio de mercado. Así está previsto en el artículo 9 de la Ley 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, y en el artículo 6 de la Ley 28587, Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en materia de Servicios Financieros. Adicionalmente, este último artículo también disponía que “las comisiones o gastos deben implicar la prestación de un servicio efectivo, tener justificación técnica e implicar un gasto real y demostrable para el proveedor del servicio”. El objetivo de este dispositivo era el de que bajo los conceptos de ‘comisiones’ y ‘gastos’ no se escondieran cobros adicionales que en principio deberían corresponder a las tasas de interés como réditos a obtener por los bancos. Por ello, las comisiones y gastos debían responder a servicios efectivamente prestados. Sin embargo, ello no implicaba un control sobre las condiciones (qué es lo que se podía cobrar) ni sobre los precios (cuánto es lo que se podía cobrar).

Este panorama, no obstante, ha ido cambiando paulatinamente hacia un control mayor por parte de la SBS sobre las comisiones, al punto de aproximarse mucho al escenario de una regulación de condiciones y eventualmente de precios. Ello se da a partir de que la SBS considera que se encuentra facultada para decidir qué se puede cobrar bajo el concepto de comisión y qué no.

Así, en junio del 2012, se promulgó la Ley 29888 que modifica el Código de Protección y Defensa del Consumidor y la mencionada Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en materia de Servicios Financieros.

Una de las principales medidas de esta nueva ley consiste en utilizar la tasa de costo efectivo anual (TCEA) y la tasa de rendimiento efectivo anual (TREA), prácticamente, como únicos factores de competencia entre los bancos, para sus servicios de crédito y depósito, respectivamente. Así, además de disponer que en la publicidad de estos servicios bancarios se consignen de manera clara y destacada la TCEA y la TREA, según corresponda, la nueva ley también establece que “(n)o está permitido, bajo ninguna denominación, hacer referencia a tasas de interés distintas a la indicada en el cuerpo principal del anuncio, las que podrán incluirse en las notas explicativas, en caso de que corresponda”.

Por otra parte, la Ley 29888 también modificó el referido artículo 6 de la Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en materia de Servicios Financieros. Si bien reconoce que las comisiones y gastos son fijados libremente, la nueva ley también autoriza a la SBS a señalar las categorías o denominaciones bajo las cuales deben presentarse las comisiones.

Posteriormente, la SBS emitió la Resolución 8182-2012, un nuevo Reglamento de Transparencia de Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero, vigente a partir del 1 de enero de 2013, y que reemplazó a la antigua Resolución 1765-2005. A diferencia del predecesor que simplemente definía los conceptos de comisiones y gastos y señalaba algunos ejemplos a manera enunciativa, este nuevo Reglamento tiene una aproximación prohibitiva antes que explicativa. Así, se introduce el artículo 10 en el cual se señala que las empresas

“no podrán establecer comisiones y gastos respecto a operaciones y/o servicios esenciales o inherentes a las operaciones activas o pasivas que hayan sido contratadas por el cliente”, y señala una serie de criterios para determinar en qué consiste una operación y/o servicio esencial. En esa línea, el Anexo 3 del Reglamento contiene un listado de 18 tipos de cargos cuyo cobro se prohíbe ahora a las entidades financieras. Este listado es solo enunciativo, y por ende, la SBS podría optar por prohibir más tipos de cargos.

Como se puede apreciar, al indicar qué se puede cobrar y qué no, la SBS incurre en una regulación de condiciones del servicio, con los riesgos de distorsionar el equilibrio de mercado y generar un exceso de oferta o demanda. Sin embargo, como será ilustrado más adelante, esta regulación prohibitiva genera también un efecto redistributivo en el precio de los servicios. Es decir, lo que no se pueda cobrar por un servicio, será cobrado por otro.

Adicionalmente, el nuevo Reglamento también incorpora en el artículo 11 el deber de las empresas de tener a disposición de la SBS “el sustento técnico y económico de las comisiones y gastos que cobren, en los términos que se señale para tal efecto”. Esta exigencia de sustento técnico y económico podría eventualmente convertirse en una supervisión de costos y una eventual regulación de precios. Así, la SBS podría llegar a argumentar que una comisión no se puede cobrar porque no está “debidamente” sustentada o que el sustento no es “suficiente” para el precio cobrado. Ello implicaría en el peor escenario una regulación directa de precios, distorsionando el esquema de libre interacción de oferta y demanda, descrito con anterioridad.

Prohibición de comisiones: Inflexibilidad en perjuicio del consumidor

Uno de los principales problemas de la política regulatoria adoptada por la SBS es que resta flexibilidad al mercado, flexibilidad que podría ayudar a hacerlo más competitivo.

Precisamente, las comisiones dan mayor flexibilidad al mercado bancario y permiten diferenciar la oferta. Así, en lugar de que un banco cobre a todos sus consumidores un solo precio (tasa de interés) por una operación activa, puede además ofrecer servicios diferenciados y cobrar comisiones a los consumidores que estén dispuestos a tomar estos servicios. De este modo, se evita cobrar una suerte de “tarifa plana” aplicable a todos los consumidores, lo que perjudicaría a algunos y beneficiaría a otros. Perjudicaría a quienes tendrían que asumir los costos (comisiones) de servicios que no desean que formen parte del servicio que se les brinda y beneficiaría a otro grupo de consumidores que sí desean tales servicios, pero no pagan completamente por ellos, ya que una parte se encuentra subsidiado por el primer grupo de consumidores.

En buena cuenta, la política regulatoria de la SBS se encuentra reñida con las políticas comerciales de diferenciación de precios, que benefician a los consumidores y generan una mayor eficiencia social, riesgo que también proviene del Congreso desde donde se busca eliminar incluso comisiones autorizadas por la propia SBS (ver cuadro).

El Congreso como Regulador

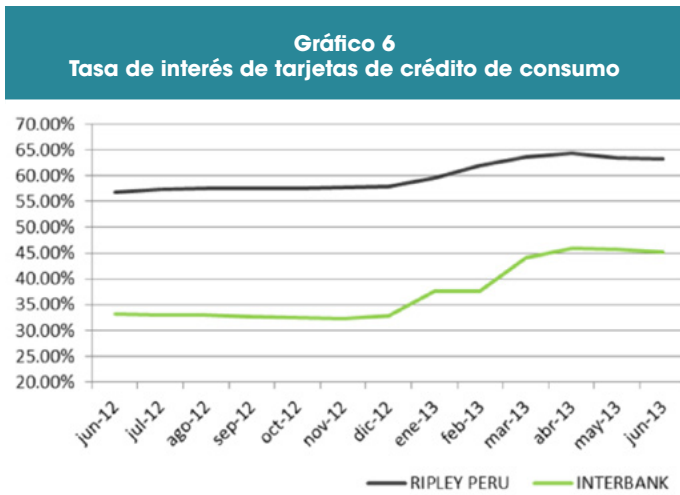
A pesar de que la eliminación de comisiones no solo es discutible sino también compleja, también viene ocurriendo que los congresistas insatisfechos por la labor de la SBS proponen, incluso, eliminar más comisiones. Este es el caso del proyecto de ley 1838 del congresista Jaime Delgado, quien propone prohibir la comisión de membresía o renovación de tarjetas de crédito, pues en su criterio no hay justificación para este cobro.

Sin perjuicio de ello, la efectividad de las medidas regulatorias de la SBS también se encuentra en duda. Como habíamos adelantado, las condiciones y los precios de los servicios interactúan continuamente, y la prohibición de una condición puede generar un incremento del precio del servicio, del mismo modo que un tope tarifario puede propiciar una reducción en la calidad de las condiciones del servicio.

Un ejemplo real en el que se puede apreciar que la eliminación de comisiones afecta al mercado es en el de la eliminación de la comisión por mantenimiento de las tarjetas de crédito (también llamada comisión por administración de créditos bajo el sistema revolvente). Dicha comisión consistía en un cobro que realizaban los bancos a los usuarios que efectivamente utilizaban sus tarjetas de crédito para realizar compras o disponer de efectivo en determinado período. Mientras tanto, los usuarios que no tuvieran movimientos estaban exonerados de dicho cobro. Esta comisión fue eliminada en el mes de octubre del 2012, a través de la Resolución 8181-2012, y vigente a partir de enero de 2013, lo cual generó dos distorsiones en el mercado.

Por un lado, se generó a partir de esa fecha y hacia abril del 2013 un incremento sostenido en la tasa de interés al crédito por consumo, cobrada por algunos bancos como el Interbank y Banco Ripley, de en promedio 10%. Cabe resaltar que ambos bancos abarcan una parte importante en el sector de los créditos de consumo de la banca peruana.

Para corroborar la hipótesis de que este incremento se produjo a raíz de la entrada en vigencia de la eliminación de la comisión por mantenimiento, efectuamos un ejercicio econométrico para ambos casos. Por ejemplo, para la muestra analizada del Banco Interbank encontramos que la eliminación de la comisión por mantenimiento explica un incremento de 10% en la tasa de interés con un nivel de predicción de precisión del 72% (coeficiente estadísticamente significativo a un nivel de confianza del 95%). El ejemplo anterior muestra que la eliminación de ciertas comisiones únicamente genera una redistribución de costos. Lo que se impide cobrar por un servicio es trasladado a otro factor, en este caso, a la tasa de interés.



Fuente: ASBANC

Elaboración: Contribuyentes Por Respeto

Por otro lado, este traslado de costos también se puede efectuar a otro tipo de comisiones sí permitidas. Así, por ejemplo, la eliminación de esta misma comisión generó que el Banco Falabella, a mayo del 2013, empiece a cobrar el envío de estado de cuenta físico a todos los usuarios (\$/. 3.50) y renovación anual o membresía por mantener la línea de crédito activa anualmente (\$/. 39.00); comisiones que no se cobraban a diciembre del 2012.

Además, cabe resaltar que la comisión por renovación o membresía solía ser exonerada por el constante uso de la tarjeta de crédito. Esto perjudica a los consumidores que no tenían que pa-

gar la comisión ahora prohibida, pero que luego empezaron a pagar las comisiones de envío de estados de cuenta y renovación anual o membresía. Asimismo, se observan aumentos en el cobro del seguro de desgravamen (pasa de \$/. 1.00 a \$/. 4.90 al mes) y de uso de ATM por disposición de efectivo (pasa de \$/. 4.90 a \$/. 7.50 al mes).

En buena cuenta, con la eliminación de algunas comisiones, la SBS limita la posibilidad de que los bancos diferencien entre los consumidores que toman un servicio y los que no lo toman y cobrar solo a los primeros. Al impedirse esto, los bancos trasladan ese costo a otro factor más general (tasa de interés u otras comisiones), que no permite la diferenciación, generando una distorsión, en la que unos clientes terminan pagando los servicios que sí toman otros.

Información y transparencia para generar más competencia

La razón aparente que ha motivado tanto al Congreso como a la SBS a poner en práctica una tendencia prohibitiva que elimina un gran número de comisiones bancarias, sería la existencia de un gran número de comisiones, de diversa nomenclatura, y que ello generaría confusión en los consumidores.

Asumiendo la existencia de este problema, aquél no es premisa para la política regulatoria adoptada. Si el problema es de confusión, o falta de transparencia que se refleja en la dificultad para que los consumidores se informen adecuadamente, la solución debería pasar por corregir el problema, es decir, por hacer más transparente el mercado, no por hacerlo más inflexible y menos competitivo.

En **Contribuyentes Por Respeto** creemos que el camino para eliminar la asimetría informativa en el mercado bancario es abriendo canales que permitan a los consumidores informarse adecuadamente y tomar decisiones financieras óptimas.

Un primer paso consiste en la educación a los consumidores de servicios financieros, enseñándoles a comparar las tasas efectivas activas y pasivas, TCEA y TREA, que incluyen no solo las tasas de interés sino también los gastos y comisiones recurrentes (no eventuales). Ello con el objetivo de generar más competencia.

Un segundo paso consiste en buscar uniformizar los nombres de las comisiones bancarias, para facilitar su comparación por parte de los consumidores, tarea que pudo realizarse por vía de auto-regulación (para no eliminar comisiones que sirven para diferenciar precios y servicios), y que se ha producido a través de la intervención de la SBS, que en la Circular B2005 estableció las categorías y denominaciones de las comisiones autorizadas.

Un tercer paso es perfeccionar el sistema de transparencia que usa actualmente la SBS en su portal web (<http://www.sbs.gob.pe/app/retasas/paginas/retasasInicio.aspx#>) para permitir a los consumidores la comparación de las comisiones bancarias. Actualmente, este mecanismo está claramente enfocado en la comparación de las TCEA y TREA; y solo una vez que se ha efectuado esta comparación en el portal web, se puede acceder a la información comparativa de las comisiones bancarias, a través de un enlace que no es muy distinguible en la propia página web. Adicionalmente, este comparativo está basado únicamente en las comisiones recurrentes -incorporadas en las TCEA y TREA - como por ejemplo, la prima del seguro de desgravamen o la renovación anual o membresía, mas no incluye aquellas varias otras relacionadas con un evento determinado como el uso de cajeros, penalidad por pago atrasado, reposición de tarjeta por pérdida, entre otras. Por ello, recomendamos una difusión más prominente de estos sistemas de comparación tanto en el portal de la SBS, como en el de los bancos y la ASBANC, que incluyen el mayor número posibles de comisiones bancarias, bajo nomenclaturas uniformes, que faciliten la transparencia y la competencia.

Así, por ejemplo, un consumidor que desee tomar un crédito hipotecario podría comparar no solo tasas sino también comisiones para elegir la entidad financiera que mejor le acomode. Tomando el caso de un crédito hipotecario por S/. 240,000 a 15 años, según el Portal de la SBS, mientras el Scotiabank cobra S/. 317 por tasación del inmueble, Mibanco cobra S/. 180. Y, en el mismo ejemplo, mientras Interbank cobra 3% de comisión por interés moratorio, BanBif cobra 15% y la CMAC Trujillo 181%, consideraciones que los consumidores con ingresos variables podrían tener en cuenta al decidir por qué entidad inclinarse.

Finalmente, debemos tomar en cuenta que la transparencia no solo se puede generar con iniciativas ex ante (como la implementación de este portal), sino también mediante el trabajo de fiscalización ex post que realizan la SBS y el INDECOPI, a fin de sancionar y desincentivar el engaño al consumidor a través del cobro de comisiones.

Mecanismos de transparencia como el descrito permite que el mercado financiero goce aún de la flexibilidad de las comisiones bancarias, de modo tal que los consumidores aprovechen los beneficios de la diferenciación de precios y condiciones. Y al mismo tiempo, se dispone de una herramienta práctica que permitirá una mejor comparación entre entidades financieras y mayor competencia en el mercado. (RESPETO.pe)

1. Department of Justice and Federal Trade Commission. Horizontal Merger Guidelines, 19 de agosto de 2010, disponible en <http://www.justice.gov/atr/public/guidelines/hmg-2010.html#foot9>.

Apoya nuestra causa

DONA AHORA

Cuenta Corriente Scotiabank No. 9967982

o escríbenos a info@respeto.pe



¡Bacán!... Ya me eliminaron las comisiones por evaluación crediticia, por reclamos, por envío de estado de cuenta... Pero si yo que uso el servicio, no pago, entonces... ¿quién paga?...

¡PAGAMOS TODOS LOS CONSUMIDORES!



CONTRIBUYENTES
Por RESPETO
Asociación de Contribuyentes del Perú