

PALABRAS DEL LIC. OSCAR LEVÍN COPPEL EN EL XVIII SEMINARIO INTERNACIONAL DE SEGUROS Y FIANZAS

Sección 2: Revelación de Información y Disciplina de Mercado

28 de septiembre de 2006

Señoras y Señores:

Muy buenas tardes tengan todos ustedes. El tema de esta Mesa de trabajo no podría ser más adecuado para la participación de la Comisión Nacional de Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, la CONDUSEF.

Quizás sea preciso comenzar por señalar que las acciones fundamentales de la CONDUSEF se guían por una estrategia que hemos llamado coloquialmente de las “dos piernas”: en el aspecto preventivo, la promoción y difusión de la cultura financiera; y en el correctivo, la solución imparcial y expedita de las controversias entre los usuarios y las instituciones. En esta ocasión me referiré a la primera de ellas.

Elevar el nivel de la cultura financiera entre la población es una de las bases esenciales para la protección y defensa de los usuarios de servicios financieros, pues de este modo se propicia una relación más armónica y estable a través del tiempo entre el consumidor y las instituciones. Para lograrlo, debe partirse de un conjunto de valores y códigos éticos compartidos entre los oferentes, las autoridades y los usuarios, e impulsar decididamente la difusión información clara sobre los derechos y obligaciones que el marco normativo establece para cada una de las partes. Sin duda, con información accesible y suficiente de las características, costos o tasas y atributos de los diferentes productos, se podrá hacer un uso más responsable y un mejor aprovechamiento de lo que el mercado ofrece.

Hoy la gama de productos y servicios disponibles es más amplia, rica y atractiva que hace apenas tres años, aunque todavía existen notorias deficiencias en la información para el público. Para apreciar correctamente la importancia de este vacío debe tenerse en cuenta que quizás una de las principales características inherentes a la oferta de los productos y servicios financieros es su complejidad y la posibilidad de que, bajo el supuesto de que existe un adecuado conocimiento y dominio de los mismos, el usuario llegue, incluso, a registrar quebrantos patrimoniales.

En términos de nuestra propia experiencia, esta complejidad hace más difícil para el consumidor el proceso de conocer y más aún comparar los productos, lo que para muchos significa mantenerse al margen del mercado, hacer mal uso de los servicios que contrata, o perder la oportunidad de ahorrar dinero u obtener mejores condiciones en función de sus necesidades particulares.

Por ello, en la CONDUSEF estamos ciertos que contar con herramientas que permitan dar la batalla por la transparencia de la información y su fácil interpretación, así como con publicidad clara y puntual, alienta una sana competencia que no sólo permite al consumidor mejorar sus alternativas de elección, sino además contribuye a hacer un sistema financiero más eficiente, con costos más accesibles y socialmente responsable.

Hace tres años abordamos este reto por la transparencia en la información dando a conocer a través de nuestra página de internet un sencillo simulador que le permite a quien lo consulta un mejor aprovechamiento de su tarjeta de crédito, al mostrarle no sólo la tasa de interés, sino además el costo anual total, que incluye la tasa ordinaria, la comisión anual, los impuestos y demás gastos por cargos establecidos por la entidad. Esta herramienta proporciona, además, información sobre las características de cada tarjeta y compara simultáneamente la oferta de distintas instituciones, lo que en un principio, causó cierta polémica y discusión, pero al día de hoy las ventajas que ofrece tanto para los usuarios como para el mercado están fuera de duda.

Es más, su positivo impacto así como la favorable acogida que tuvo en los medios de comunicación, nos alentó a desarrollar otros proyectos similares como el Simulador de Crédito Hipotecario con Bancos, Sofoles y Apoyo Infonavit, y el de Crédito Automotriz con o sin seguro financiado, en donde se compara la oferta de Bancos, Sofoles y Financieras de Marca.

Más recientemente pusimos en operación la Calculadora de Envíos de Dinero, la cual está diseñada para proporcionar al paisano información sobre comisiones y tipo de cambio que aplican los diferentes agentes sin importar el monto a enviar, la cual se organiza con base en los lugares del envío en los Estados Unidos y de destino en nuestro país. Además, la Calculadora tiene como valor agregado un alto contenido de formación cultural para avanzar en la bancarización de los propios paisanos y de sus familiares en México, a fin de que el producto de su trabajo se aproveche de la mejor manera posible en la formación de un patrimonio.

Estas cuatro herramientas, consultadas mensualmente por un promedio de 83 mil 674 de los 732 mil usuarios que visitan nuestra página de Internet, además de la ayuda que les aportan para que tomen mejores decisiones o evalúen alternativas, han contribuido a que las instituciones realicen un esfuerzo más serio por reducir tasas y mejorar las condiciones de contratación en plazo y atributos, así como la información que ponen a disposición de sus clientes.

Visto de otra forma, con estas acciones hemos inducido un sesgo en el perfil del cliente actual que poco a poco demanda mayor calidad e información, y mejor servicio y cumplimiento contractual de lo que se ofrece.

Estas experiencias nos dieron la pauta para pasar a otro estadio en materia de información, que es el “Calificador de Información de Productos Financieros”. Se trata de un servicio novedoso y útil en muchos sentidos, ya que permite al público conocer a través de una sencilla ponderación la calidad de la información que aportan los proveedores de un producto o servicio financiero, pues evalúa los contratos de adhesión, el paquete publicitario, la información disponible en sus páginas de Internet y los estados de cuenta. Lo interesante aquí es que se evalúa la información y no al producto en sí. Actualmente, los productos que este Calificador ya ha analizado incluyen las tarjetas de crédito clásicas, las cuentas de cheques para personas físicas y los seguros de automóvil.

Adicionalmente, esta herramienta tiene el propósito de promover entre las instituciones la autoevaluación y la transparencia, pues al verse reflejadas en una calificación y poder comparar sus fortalezas y debilidades frente a productos similares de sus competidores, la mayoría han tomado las medidas conducentes para corregir lo que debe corregirse o mejorar lo que es susceptible de mejora, a riesgo de perder mercado. Para decirlo claramente, con el Calificador la CONDUSEF ha logrado en poco tiempo lo que no se pudo hacer en varios años. Preciso a ustedes: CONDUSEF no es una entidad reguladora, por lo que sus recomendaciones en esta materia se tomaban como meras sugerencias y no habían tenido el impacto suficiente en las instituciones financieras.

Al respecto, considero oportuno participales algunas experiencias concretas. En cuanto a la tarjeta de crédito clásica, el promedio que arrojó la evaluación a 13 bancos en abril pasado fue de 6.6, de un máximo de 10. Dos meses después ese promedio ya se situaba en 8.2 y de tres instituciones que tenían una calificación reprobatoria, dos superan ya el 9.5, y hoy se ubican en el primero y segundo lugares entre las calificadas.

En el caso de las 18 cuentas de cheques de personas físicas evaluadas, el promedio que arrojó la calificación en abril pasado fue de 6.4, que para junio ya había mejorado a 7.4 y actualmente de 6 instituciones con calificación inicial reprobatoria, dos aprueban con más de 8. Es decir, revelar información al mercado no sólo intensifica la competencia en términos más abiertos y eficientes, sino que también provoca que las instituciones orienten sus esfuerzos a elevar la calidad y disponibilidad de la información en torno a sus productos.

A principios de este mes se incorporaron al Calificador dos nuevos productos, uno relativo al crédito hipotecario a tasa fija y otro sobre el seguro de salud individual de las instituciones especializadas en la materia.

Uno podría considerar que si la compra de una vivienda por parte de las familias mexicanas es una decisión que se toma generalmente una sola vez en la vida, y tomando en cuenta que existe un marco regulatorio específico en torno a esta materia, la información alrededor de este producto debería ser accesible y clara; sin embargo, el promedio que arrojó la evaluación del contrato, el folleto explicativo, el estado de cuenta, la oferta vinculante, la página de Internet y la propia solicitud de crédito fue de sólo 6.4. Esto incluye tres instituciones que obtuvieron calificación reprobatoria y sólo cuatro que superaron la calificación de siete, aunque ninguna alcanzó el 8.5.

En mi opinión, el mensaje que mandamos a las instituciones con la puesta en marcha de este Calificador es que un producto bien diseñado pero con información deficiente demerita frente a otros; que ofrecer información pobre o insuficiente puede acarrear que sus clientes haga mal uso de los productos o servicios y, en consecuencia, se generen conflictos e incluso pérdidas; y que la calidad de la información es parte fundamental del servicio y del costo con que se ofrece. En conclusión, queremos hacer hincapié en que **la calificación que cada institución obtiene es, en última instancia, reflejo fiel de la preocupación que tiene por sus clientes.**

Como podrán ustedes observar, he dejado para el final el análisis de los resultados obtenidos al calificar la información que proporcionan las aseguradoras, y es que no estamos satisfechos con la respuesta que hasta ahora hemos tenido en este sector. Siendo la materia de seguros compleja para el común denominador de las personas, resulta preocupante que la calidad de la información que generan las empresas del ramo sea bastante deficiente.

En efecto, en abril fueron evaluadas 27 instituciones que ofertan seguros de automóvil, de las que sólo la mitad logró una calificación aprobatoria, siendo el resultado promedio de 5.2. Los aspectos evaluados incluyen las condiciones generales y la información disponible en sus páginas de internet, de acuerdo con la normatividad aplicable y los criterios de calidad propios de CONDUSEF. Con todo, lo más grave del caso es que partir de esa evaluación sólo tres aseguradoras se preocuparon de inmediato por mejorar los resultados obtenidos en beneficio de sus asegurados o potenciales clientes y, posteriormente, apenas siete expresaron su interés por mejorar la información y con ello su calificación, aportando datos que actualmente estamos evaluando.

Por su parte, en el caso de los seguros de salud, la calificación promedio de las 8 instituciones evaluadas resultó ser reprobatoria con un promedio de 5 y sólo 2 obtuvieron 6.

Lo anterior nos abre la oportunidad de tomar conjuntamente cartas en el asunto, analizando las condiciones que debe reunir la información que se ofrece a los usuarios para que efectivamente les permita conocer, entender mejor y aprovechar los seguros más comunes que ofrece el mercado. En consecuencia, propongo ante este importante foro que nos comprometamos, el sector asegurador y CONDUSEF, en un proyecto que se traduzca en un beneficio real y concreto para todos. Este proyecto tiene como propósito un ejercicio comparativo de los alcances, ventajas, riesgos y, en su caso, de los beneficios y costos asociados a un determinado tipo de seguro. Sé que el reto es difícil, la materia compleja, y muchos dirán que las múltiples variables a considerar hacen nugatorio este ejercicio. No obstante, la realidad de nuestra experiencia nos indica que con voluntad y deseo de cooperar esto es posible, y para muestra basten los ejercicios de información comparativa que hoy día resultan ya comunes para el sector bancario y el de las Afore.

En suma, todo el herramental que hemos venido desarrollando en CONDUSEF tiene como propósito último dotar al usuario de los elementos suficientes y accesibles que le permitan, con una mayor libertad, seguridad y certeza, ejercer su capacidad de elección y de contratación, a fin de situarlo en el lugar que le corresponde.

Al mercado, por su parte, la transparencia de la información le impulsa a intensificar la competencia en términos más abiertos y eficientes, que permitan elevar los índices de calidad de atención a usuarios y de los productos y servicios que se ofertan, que es el camino correcto para la ampliación de la demanda. A las autoridades supervisoras, la información generada les aporta elementos de apoyo para provocar cambios al marco normativo que permitan avanzar en el mejoramiento de los procesos de conocimiento, contratación e información de los productos y servicios financieros de uso más generalizado.

Desde luego, este esfuerzo no puede agotarse allí; debe contar con un apoyo más decidido del legislador para realizar mejoras al marco legal que permitan inducir condiciones óptimas de competencia.

De esta manera, la estrategia preventiva de la CONDUSEF, al incrementar la cultura financiera de la población e incidir en la mejora de los productos y servicios, contribuye a reducir las controversias y avanza en la ruta de convertirla, en un futuro cercano, en el Instituto de Calidad del Sector Financiero.

Muchas gracias.