



Colombia continúa transitando el sendero hacia la implementación de medidas que garantizan la Protección al Consumidor, mediante el controvertido Decreto 4809 del 2011.

Recientemente y mediante el Decreto 4809 del 20 de diciembre del 2011, se establecen nuevas obligaciones a las Instituciones Financieras en materia de “fijación, difusión, y publicidad de tarifas y precios de los servicios y productos ofrecidos al público”. Colombia cuenta con un modelo de Protección al Consumidor Financiero, que es ejemplo y líder en América Latina y sin duda no va a la zaga de los más avanzados del mundo. Lamentablemente algunos contenidos del nuevo decreto parecen no ser consecuentes con la filosofía del marco legal vigente.

Por Daniel Gerardo Perrotta
Enero del 2012.

El Decreto 4809 constituye un nuevo hito en el transitado sendero del nuevo régimen, cuyo punto de partida lo constituyó la Ley Nro. 1328 el 15 de Julio del año 2009, que estableció principios y reglas regulatorias en materia de protección al consumidor financiero.

En términos generales, puede afirmarse que el Decreto ratifica buenas prácticas ya contenidas en la mencionada Ley y en las sucesivas normas emitidas por la Superfinanciera, sin embargo contiene algunos puntos que sin duda generarán controversias, toda vez que parecieran no ser consecuentes con los principios contenidos en el espíritu del propio marco legal.

Principios: Fijación, Difusión y Publicidad de las Tarifas y Precios para servicios y productos regidos por contratos de adhesión

Establece el decreto, una serie de principios que deben ser considerados por las entidades para la fijación, difusión y publicidad las tarifas y precios, diferentes a la tasa de interés, para los productos y servicios regulados por contratos de adhesión. En general, estos principios no constituyen novedad alguna, por el contrario de manera explícita o implícita, ya formaban parte del plexo legal y normativo vigente. No obstante, algunos de ellos pueden entenderse aclaratorios o reafirmatorios de los mencionados.

En primer lugar, se establece que las Instituciones tendrán **libertad** para establecer de manera autónoma e individual los precios y tarifas, siempre en el marco obviamente de las disposiciones legales vigentes.

Asimismo desde la **legalidad**, deben observar las “normas y principios que propenden por la libre competencia”, principio éste de orden constitucional. Desde la concepción del modelo, se

Decisio S.A.

Asesoramiento y Capacitación en Gobierno Corporativo, Gestión Integral de Riesgos, Prevención del Lavado de Dinero y Protección al Consumidor Financiero



destacan en el articulado de la misma Ley 1328, dos principios que sin duda constituyen la base de la mencionada libre competencia, los cuales son el de transparencia e información cierta, suficiente y oportuna y el de educación para el consumidor financiero.

Reitera el Decreto como tercer principio, el ya contenido en la mencionada Ley 1328, **transparencia e información cierta, suficiente y oportuna**, en lo que se refiere a tarifas y precios especialmente, el detalle del “el precio total que pagarán por los servicios ofrecidos”.

Establece la **correspondencia**, entre los cobros y la prestación efectiva de un servicio, y la **estabilidad**, principio por el cual los precios y tarifas pactados con el Cliente no podrán ser incrementados en forma unilateral, sin dar preaviso con más la alternativa de dar por finalizado el contrato, en forma previa al cobro de los nuevos precios.

Finalmente, **determina la eficiencia de los costos**, por el cual exige a las Instituciones a “propender por la eficiencia de sus cadenas productivas, a fin de reducir costos y ofrecer productos y servicios más eficientes.

Nuevas obligaciones para los Establecimientos de Crédito

Reporte Especial

Se imponen entonces, nuevas obligaciones para los “establecimientos de crédito”, entendiendo por tales y de acuerdo a la definición del Decreto 2555 del 2010, a “los establecimientos bancarios, las corporaciones financieras, las compañías de financiamiento, las cooperativas financieras y los organismos cooperativos de grado superior de carácter financiero.”

Anualmente, deberán suministrar a sus clientes, “un reporte especial, distinto de los extractos mensuales, en el que se informará la suma total de todos los costos” abonados durante el año asociados a los servicios, “tales como cuotas de administración y manejo, tarifas por operaciones en cajeros, internet, consultas telefónicas”, como así también los abonados a terceros y las retenciones tributarias que la entidad hubiere realizado.

Un tema a considerar derivado de esta obligación consiste en la inclusión en dicho reporte de los costos abonados a terceros. Es práctica extendida que las entidades, perciban valores superiores a los que realmente les cobra el proveedor del servicio tercerizado. Si bien por obligación, la Entidad informará el costo cobrado al Cliente, puede esta medida generar un grado de exposición mayor que obre de alguna manera como limitante a esos valores diferenciales.

Decisio S.A.

Asesoramiento y Capacitación en Gobierno Corporativo, Gestión Integral de Riesgos, Prevención del Lavado de Dinero y Protección al Consumidor Financiero



Paquete de Servicios Básicos

Cómo medida impulsora se destaca el denominado Paquete de Servicios Básicos, el cual tiene dos características distintivas:

- Potestad de la SFC para definir los servicios que el mismo incluirá.
- Libertad de las Entidades para decidir su oferta.

La Superfinanciera, deberá revisar periódicamente su contenido y para su definición tendrá en cuenta los siguientes criterios:

- a) Demanda: Deberá contener los servicios básicos más demandados, entendiendo por tales los destinados a satisfacer las necesidades mínimas de un consumidor financiero.
- b) Costos: Deberá contener los servicios básicos que representen los mayores costos para el consumidor.
- c) Masividad: Deberá corresponder a los servicios básicos prestados de manera masiva.

Por su parte, los establecimientos de crédito que decidan ofrecer este paquete podrán promocionarlo como una oferta de inclusión financiera. La Superfinanciera reportará en su página web la lista de los establecimientos de crédito que provean este servicio y la tarifa que cobren por él.

Sin duda, esta es una medida interesante desde el punto de vista de su objetivo final, toda vez que se la interprete como una herramienta más dentro de un plan estratégico, ya que por sí sola difícilmente pueda alcanzar guarismos que puedan ser considerados exitosos.

Estas disposiciones orientadoras desde la oferta, ya sean productos y servicios y la apertura de canales alternativos, concatenadas con la educación financiera, constituyen elementos fundamentales para lograr objetivos en el tiempo. Sin duda entre los últimos avances realizados en esta materia se destacan la definición adoptada en el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, donde se establece la necesidad de definir una política general que incluya la educación financiera como parte de la educación básica y el articular las políticas públicas con las acciones de las entidades vigiladas, de organismos no gubernamentales y de la academia.

Atento al objetivo final, no resulta ilógico establecer la responsabilidad de la definición del contenido del paquete al Organismo de Vigilancia. La inclusión financiera, como política del estado, se estructura bajo la premisa que un consumidor que conoce sus derechos y obligaciones y cuenta con información cierta, suficiente y oportuna está en la capacidad de tomar mejores decisiones frente a los productos y servicios ofrecidos por las entidades. Existe una probada relación entre desarrollo financiero y crecimiento económico, y las problemáticas de inclusión, educación y protección al consumidor financiero.

Decisio S.A.

Asesoramiento y Capacitación en Gobierno Corporativo, Gestión Integral de Riesgos, Prevención del Lavado de Dinero y Protección al Consumidor Financiero



Por otro lado tampoco debería ser soslayada la oportunidad comercial de las Entidades. Sin duda es un reto importante atento a que existe un mercado desatendido, el cual tiene sus propias características, y para que las Entidades puedan abordarlo con éxito, deberán entenderlo, conocerlo y adaptar sus canales, procesos y herramientas tecnológicas.

Normas referentes a la divulgación y fijación de tarifas por operaciones en cajeros automáticos e Internet.

“El costo de las tarifas asociadas a las operaciones a través de cajeros electrónicos deberá ser informado al usuario antes de llevar a cabo las mismas, dándole la opción de cancelar la operación sin costo alguno” reza el nuevo decreto.

Las tarifas por retiro de dinero en cajeros electrónicos pertenecientes a otra entidad, sólo podrán ser mayores a veinte (20) Unidades de Valor Real (UVR), cuando de manera previa el establecimiento de crédito haya reportado y acreditado a la SFC, en la forma en que ésta determine, que los costos de la operación superan dicha suma. La tarifa máxima se calculará semestralmente, tomando la UVR certificada por el Banco de la República el 30 de junio y el último día de cada año.

Asimismo agrega el Decreto que los precios y tarifas que los establecimientos de crédito cobren a sus clientes, por consultas de saldo y transacciones a través de internet, en ningún caso podrán ser superiores a las cobradas por otros canales.

Este sin duda constituye el punto más controvertido del Decreto, toda vez que establece un tope máximo en una tarifa, en forma inconsecuente con la filosofía adoptada por la normativa colombiana en la materia, con la única excepción claro está, de la denominada “tasa de usura”. Ciertamente resulta de una fuerte polémica que sobre el tema se desatara en el Congreso de la República y reclamos de varios sectores al Gobierno de frenar los “excesos del sector”.

Por otro lado, la propia SFC impulsó el proyecto de transparencia y revelación de precios al consumidor financiero bajo el lema “Nosotros le informamos, usted decide”. Este proyecto tiene como objetivo asegurar que los consumidores financieros cuenten con información cierta, suficiente, comparable y oportuna para la toma de decisiones en relación con los productos y servicios ofrecidos por las entidades vigiladas.

Asimismo, el Organismo de Vigilancia considera conveniente el desarrollo y la promoción de canales alternativos y sistemas de banca móvil, atento a que es una tecnología conocida por los consumidores (el 63% de las transacciones efectuadas en el segundo semestre del 2010 han sido a través de cajeros automáticos, datafonos e internet), permite mantener estándares de protección al consumidor y los costos son sustancialmente menores a sus equivalentes en una sucursal bancaria.

Decisio S.A.

Asesoramiento y Capacitación en Gobierno Corporativo, Gestión Integral de Riesgos, Prevención del Lavado de Dinero y Protección al Consumidor Financiero



Así podrían ser citadas innumerables, decisiones, programas y recomendaciones que ratifican la visión de que esta decisión de aplicar topes a los valores comisionales no se enmarca en el espíritu normativo legal.

Cabe entonces preguntarse además si es factible considerar como escenario futuro el hecho que el Gobierno continúe revisando los costos de los servicios, y que eventualmente fije topes a aquellos que bajo algún supuesto político considere exagerados.

Entre otras importantes cuestiones, se destaca por ejemplo el conocer cuál será el impacto sobre aquellas entidades que no cuenten con redes propias de cajeros automáticos o si los topes máximos no afectarán la inversión de los bancos en el crecimiento y desarrollo de los canales tecnológicos alternativos, entre otros tantos, circunstancias estas que podrían obrar en sentido restrictivo de los fines perseguidos.

Desde el punto de vista legal, la reciente Reforma Tributaria (Ley 1430 de 2010), en su artículo 62 que se titula “Intervención de Tarifas y Precios”, establece que “el Gobierno Nacional dictará normas que deben observar las instituciones financieras para la fijación, y fusión y publicidad de las tarifas o precios que estas cobren siguiendo para ello los objetivos y criterios señalados para la intervención de dicho sector”.

Agrega que cuando “se establezca la no existencia de suficiente competencia en el mercado relevante correspondiente, ... el Gobierno Nacional deberá, además, intervenir esas tarifas o precios según corresponda a la falla que se evidencia mediante (i) el señalamiento de la tarifa o precio; (ii) la determinación de precios o tarifas máximos o mínimos; (iii) la obligación de reportar a la Superintendencia Financiera de Colombia y/o de Industria y Comercio las metodologías para establecer tarifas o precios”.

La cuestión radica entonces en la conceptualización del entorno subjetivo de si existe o no suficiente competencia en el mercado relevante. Lamentablemente las experiencias de la historia en distintos mercados, son demasiado ricas en la demostración que las intervenciones de este tenor no suelen alcanzar los efectos deseados.

Finalmente, y obviando la cuestión jurídica y legal, la competencia, la transparencia de la información y la educación al consumidor, sin duda constituyen armas más efectivas en lo que costos se refiere.

Estabilidad de tarifas.

Los establecimientos de crédito no podrán incrementar las tarifas cobradas a sus clientes, ni imponer obligaciones adicionales a las inicialmente pactadas, sin antes haberlo notificado a cada cliente por los canales usados habitualmente por la entidad para reportar los extractos mensuales, con antelación no inferior a 45 días calendario al día en que se efectúe el incremento. De no manifestar su inconformidad, se entenderá su aceptación tácita.

Decisio S.A.

Asesoramiento y Capacitación en Gobierno Corporativo, Gestión Integral de Riesgos, Prevención del Lavado de Dinero y Protección al Consumidor Financiero

En Argentina: 3 de Febrero 2823 - Piso 2 - C1429BFA - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Tel./Fax +54 - 11 - 4780-5967
En Colombia: Calle 90 No. 11-44 - Oficina 103 – Bogotá - Tel: 571-618-3777



En el evento en que el cliente no estuviere de acuerdo con la modificación propuesta, deberá, dentro de los 45 días, comunicárselo al establecimiento por cualquiera de los canales habilitados, teniendo la opción de rescindir el contrato sin que haya lugar a penalidad o cargo alguno. En todo caso, esta decisión no exime al cliente del pago de los saldos por pagar a favor del establecimiento.

La información es uno de los mecanismos principales de protección a los Consumidores Financieros. Establece la propia circular CE 038 del 2011 de la SFC que la “información cierta, suficiente, clara y oportuna, facilita la adopción de decisiones informadas y constituye uno de los principales mecanismos de protección para los consumidores...”.

Los antecedentes de dicha circular, según resalta Organismo de Contralor, se encuentran en la Ley 1328 de 2009 “Por la cual se dictan normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y se dictan otras disposiciones”, y en el artículo 97 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, que establece que las entidades vigiladas “tienen la obligación de suministrar a los consumidores financieros toda la información necesaria para que estos escojan las mejores opciones del mercado de acuerdo con sus necesidades”.

Además, la mencionada CE, ya impone la obligatoriedad de “notificación previa a las modificaciones de las condiciones contractuales, en los términos que en el mismo contrato se establezcan”. El incumplimiento de esta disposición permite al Cliente finalizar el contrato sin penalidad alguna, sin perjuicio de las obligaciones que deban atenderse.

Esta cláusula, si bien puede ser ponderada desde los fines políticos y sobre todo blandida como respuesta al debate del Congreso por algún sector ideológico, no augura éxitos importantes desde la mantención de los valores tarifarios. Nuevamente la transparencia y la educación financiera suelen ser más efectivas a estos efectos.

Conclusión

En términos generales puede decirse que el decreto más allá de insistir con algunas buenas prácticas ya incluidas en la normativa vigente, introduce dos aspectos novedosos, uno de los cuales generará controversias.

El primero tiene que ver con el Paquete de Servicios Básicos. En este caso, las Entidades Vigiladas se enfrentan a una nueva oportunidad para derribar el paradigma “exigencia normativa igual gasto innecesario”. Sin perder de vista, que el rol principal de la Alta Dirección es obtener ganancias, existen modelos en los cuales pueden establecerse estrategias diferenciadoras en materia de precios y calidad de servicio, que les permita acceder a ese mercado no bancarizado, que según datos de Asobancaria ascendería al 38% de la población de Colombia.

Decisio S.A.

Asesoramiento y Capacitación en Gobierno Corporativo, Gestión Integral de Riesgos, Prevención del Lavado de Dinero y Protección al Consumidor Financiero



El segundo aspecto se refiere a los topes en las comisiones. Según informes de la propia SFC, del análisis de los costos de la canasta del consumidor financiero, basada en la composición del gasto por utilizar cuentas de ahorro y tarjetas de crédito, resulta que la cuota de manejo de la Tarjeta de Débito más los costos por retiros en cajeros automáticos propios o de otras entidades, representan más del 59% del total del mismo. Bajo esta lógica, podría considerarse atendible la preocupación del Poder Ejecutivo por mantener estas tarifas en órdenes lógicos y controlados, sin embargo la gran cuestión es cuál será el impacto real de esta normativa en pos de los objetivos finales que se persiguen.

Colombia sin lugar a dudas, cuenta ya con un modelo de Protección al Consumidor Financiero, que es ejemplo en América Latina y sin duda no va a la zaga de los más avanzados del mundo. Es incipiente y requiere esfuerzos en el tiempo, pero eso no obsta sus valores diferenciales. Lamentablemente algunas de las nuevas exigencias parecen no estar a la altura del mismo marco. Por el bien del propio modelo se espera que se trate sólo de cuestiones marginales y circunstanciales y que de ninguna manera sienten bases para modificar sus fundamentos.

Decisio S.A.

Asesoramiento y Capacitación en Gobierno Corporativo, Gestión Integral de Riesgos, Prevención del Lavado de Dinero y Protección al Consumidor Financiero

En Argentina: 3 de Febrero 2823 - Piso 2 - C1429BFA - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Tel./Fax +54 - 11 - 4780-5967
En Colombia: Calle 90 No. 11-44 - Oficina 103 – Bogotá - Tel: 571-618-3777