

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS



**LAS ARBITRARIEDADES EN LOS SERVICIOS FINANCIEROS Y SU
RELACIÓN CON LA ATENCIÓN DE RECLAMOS REALIZADOS EN
LAS OFICINAS DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR DEL INDECOPI A
NIVEL NACIONAL, 2016 - 2019**

Tesis

Presentada por:

Bach. Carlos Raúl Tapia Florián
ORCID: 0009-0000-7739-3066

Asesor:

Dr. Juan Guillermo Aranibar Ocola
ORCID: 0000-0001-6850-5759

Para Obtener el Grado Académico de:
MAESTRO EN GESTIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS

TACNA – PERÚ

2023

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS

Tesis

**LAS ARBITRARIEDADES EN LOS SERVICIOS FINANCIEROS Y SU
RELACIÓN CON LA ATENCIÓN DE RECLAMOS REALIZADOS EN
LAS OFICINAS DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR DEL INDECOPI A
NIVEL NACIONAL, 2016 - 2019.**

Presentado por:

Bach. Tapia Florián Carlos Raúl

**Tesis sustentada y aprobada el 12 de 07 de 2023; ante el siguiente jurado
examinador:**

PRESIDENTE: DR. GERARDO RENATO ARIAS VÁSCONES

SECRETARIO: MAG. JULIO FRANCISCO GÁRATE DELGADO

VOCAL: DRA. LIBERTAD MERCEDES TERCEROS

ASESOR: DR. JUAN GUILLERMO ARANIBAR OCOLA

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo Tapia Florián Carlos Raúl en calidad de egresado de la Maestría en gestión y políticas públicas de la Escuela de Postgrado de la Universidad Privada de Tacna, identificado con DNI 45441942

Soy autor de la tesis titulada:

Las arbitrariedades en los servicios financieros y su relación con la atención de reclamos realizados en las oficinas de defensa del consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019, con asesor: Dr. Juan Guillermo Aranibar Ocola

DECLARO BAJO JURAMENTO

Ser el único autor del texto entregado para obtener el grado académico de Maestro en gestión y políticas públicas, y que tal texto no ha sido entregado ni total ni parcialmente para obtención de un grado académico en ninguna otra universidad o instituto, ni ha sido publicado anteriormente para cualquier otro fin.

Así mismo, de claro no haber trasgredido ninguna norma universitaria con respecto al plagio ni a las leyes establecidas que protegen la propiedad intelectual.

Declaro, que después de la revisión de la tesis con el software Tumin se declara 25% de similitud, además que el archivo entregado en formato PDF corresponde exactamente al texto digital que presento junto al mismo.

Por último, declaro que para la recopilación de datos se ha solicitado o la autorización respectiva a la empresa u organización, evidenciándose que la información presentada es real y soy conocedor de las sanciones penales en caso de infringir las leyes del plagio y de falsa declaración, y que firmo la presente con pleno uso de mis facultades y asumiendo todas las responsabilidades de ella derivada.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra o invención

presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar como causa del trabajo presentado, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontrasen causa en el contenido de la tesis, libro o invento.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Tacna.

Tacna, 12 de julio de 2023



Carlos Raúl Tapia Florián

DNI: 45441942

Dedicatoria

A toda mi familia, amigos y compañeros de trabajo que me inspiran a ser mejor persona cada día.

Agradecimientos

A mi madre por su fortaleza y toda mi familia por su apoyo incondicional.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Agradecimientos	v
Dedicatoria	vi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I.....	17
1. EL PROBLEMA.....	17
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.2.1 Interrogante Principal.....	19
1.2.2 Interrogantes Secundarias	20
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	22
1.4.1 Objetivo General	22
1.4.2 Objetivos Específicos.....	22
CAPÍTULO II	23
2. MARCO TEÓRICO	23
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	23
2.2 ARBITRARIEDADES EN LOS SERVICIOS FINANCIEROS.....	29
2.1.1 Servicios Financieros	32
2.1.2 Tipos de Servicios Financieros	34
2.1.3 El Estado y la promoción de Servicios Financieros.....	35

2.1.4	Abusos y falta de educación financiera.....	36
2.1.5	La nueva oferta financiera.....	37
2.3	ATENCIÓN DE RECLAMOS	38
2.3.1	Mapa de consumo	40
2.3.2	Protección del consumidor frente a la publicidad	42
2.3.3	Idoneidad de los productos y servicios	43
2.4	DEFINICIÓN DE CONCEPTOS	45
CAPÍTULO III		48
3.	MARCO METODOLÓGICO.....	48
3.1	HIPÓTESIS	48
3.1.1	Hipótesis General	48
3.1.2	Hipótesis Específicas	48
3.2	VARIABLES.....	49
3.2.1	Variable Asociada	49
3.2.2	Variable de Supervisión	49
3.3	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	50
3.4	NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN	51
3.5	ÁMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN	52
3.6	POBLACIÓN Y MUESTRA	52
3.6.1	Unidad de Estudio	52
3.6.2	Población.....	52
3.6.3	Muestra.....	54
3.7	PROCEDIMIENTO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	54

3.7.1	Procedimiento	54
3.7.2	Técnicas.....	55
3.7.3	Instrumentos.....	55
CAPÍTULO IV		56
4.	LOS RESULTADOS.....	56
4.1	DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO	56
4.2	DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	56
4.3	RESULTADOS	58
4.4	PRUEBA ESTADÍSTICA	68
4.5	COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS (DISCUSIÓN)	69
4.6	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	77
CAPÍTULO V		79
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	79
5.1	CONCLUSIONES.....	79
5.2	RECOMENDACIONES	81
ANEXO A: MATRIZ DE CONSISTENCIA		88
ANEXO B: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES		90
ANEXO C: ORGANIGRAMA DEL INDECOPI		92
ANEXO D: PLAN DE MEJORA.....		93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Descriptivos de la variable arbitrariedades en los servicios financieros.....	58
Tabla 2 Descriptivos de la variable atención de reclamos	63
Tabla 3 Prueba de normalidad de tarjetas de crédito y atención de reclamos.....	69
Tabla 4 Correlación entre tarjetas de crédito y atención de reclamos.....	70
Tabla 5 Prueba de normalidad de créditos de consumo y atención de reclamos	71
Tabla 6 Correlación entre créditos de consumo y atención de reclamos	72
Tabla 7 Prueba de normalidad de cuentas de ahorros y atención de reclamos	73
Tabla 8 Correlación entre volumen de operaciones y uso del cajero automático.....	74
Tabla 9 Normalidad de arbitrariedades servicios financieros y atención de reclamos	75
Tabla 10 Correlación de arbitrariedad servicios financieros y atención de reclamos.	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de consumo	41
Figura 2 Arbitrariedades en los servicios financieros por año	59
Figura 3 Cantidad de arbitrariedades en tarjetas de crédito	60
Figura 4 Cantidad de arbitrariedades en créditos de consumo.....	61
Figura 5 Cantidad arbitrariedades en cuentas de ahorros.....	62
Figura 6 Atención de reclamos por año	64
Figura 7 Cantidad de reclamos por motivos de idoneidad.....	65
Figura 8 Cantidad de reclamos por motivos de falta de información	66
Figura 9 Cantidad de reclamos por consumos fraudulentos	67

RESUMEN

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo y tiene como objetivo general determinar la relación entre las Arbitrariedades en los Servicios Financieros y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019. Para ello se realizó un análisis documental de las arbitrariedades en los servicios financieros y la atención de reclamos a nivel nacional. La investigación es tipo básica o pura, corte longitudinal, enfoque deductivo y naturaleza cuantitativa. La investigación corresponde al tipo Relacional y con un diseño No Experimental. La técnica utilizada para recoger la información es el análisis documental y el instrumento utilizado fue el registro. Para medir las variables en estudio se trabajó con una escala numérica discreta. El procesamiento estadístico se llevó a cabo en el programa SPSS 24.

Se utilizó el estadístico rho de Spearman para verificar las hipótesis de investigación. Se pudo observar un grado de correlación de 0.778 y un p – valor de 0.000, lo cual da cuenta de una correlación alta entre la variable arbitrariedades en los servicios financieros y la atención de reclamos. En ese sentido, con un nivel de confianza del 95% se comprueba la hipótesis general, concluyendo que las Arbitrariedades en los Servicios Financieros se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

Palabras clave: arbitrariedades financieras, reclamos, Indecopi, bancos.

ABSTRACT

This research has a quantitative approach and its general objective is to determine the relationship between Arbitrariness in Financial Services and the Attention of Claims made in the Indecopi Consumer Defense Offices at the national level, 2016 - 2019. For this, a documentary analysis of arbitrariness in financial services and the attention of claims at the national level. The investigation is basic or pure type, longitudinal cut, deductive approach and quantitative nature. The research corresponds to the Relational type and with a Non-Experimental design. The technique used to collect the information is the documentary analysis and the instrument used was the registry. To measure the variables under study, a discrete numerical scale was used. Statistical processing was carried out in the SPSS 24 program.

Spearman's rho statistic was used to verify the research hypotheses. It was possible to observe a degree of correlation of 0.778 and a p - value of 0.000, which accounts for a high correlation between the variable arbitrariness in financial services and the attention of claims. In this sense, with a confidence level of 95%, the general hypothesis is verified, concluding that Arbitrariness in Financial Services is significantly related to the Attention of Claims made by the Indecopi Consumer Defense Offices at the national level, 2016 - 2019.

Keywords: financial arbitrariness, claims, Indecopi, banks.

INTRODUCCIÓN

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, en adelante Indecopi, es un ente público adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros y fue creado mediante la Ley N° 25868. Su función principal es la protección y defensa de los derechos del consumidor, así como la promoción del mercado y la libre competencia. Dicha entidad cuenta con una oficina de defensa del consumidor, la cual atiende los reclamos presentados por los consumidores de productos y servicios de diversa índole, entre los cuales se encuentran aquellos del sector financiero. Tal es así, que, durante el 2016, 2017, 2018 y 2019 se han recibido 56103, 61298, 59500 y 70998 reclamos a nivel nacional respectivamente, lo cual demuestra que hay una gran cantidad de clientes de instituciones financieras que se encuentran insatisfechos con los servicios recibidos por parte de las diferentes instituciones bancarias que operan en el territorio nacional.

La cantidad de reclamos presentados a nivel nacional, muestran que se han cometido diferentes arbitrariedades en los servicios financieros ofrecidos, los cuales han generado perjuicios económicos para los contratantes (clientes o consumidores), esto demuestra un gran problema, puesto que las instituciones financieras deben brindar toda la información necesaria y prestar todas las condiciones mínimas de seguridad para que sus clientes estén satisfechos con los servicios recibidos, sin embargo, esto no viene sucediendo en la actualidad, ya que mes a mes cientos de reclamos son presentados en las oficinas de defensa del consumidor a nivel nacional.

Es claro que la competencia en el sector financiera es alta, por ello las entidades bancarias ponen en marcha vistosas y enormes campañas de marketing a través de la mayoría de los medios de comunicación, todo ello con la finalidad de captar el mayor número de clientes. Sin embargo, el objetivo lucrativo de las entidades financieras se está superponiendo al objetivo de brindar un servicio de calidad a sus clientes.

Las personas que hacen uso de los productos y servicios financieros no están recibiendo la información y orientación necesaria ya que muchas veces los analistas de las entidades financieras tratan de colocar (vender) un producto o servicio casi de manera coercitiva, ellos tratan de vender como sea con el fin de llegar a sus metas mensuales que les significan considerables comisiones y demás beneficios en los pagos de productividad y utilidades.

Es claro también, que la población no tiene una adecuada cultura financiera y por ello la mayoría de las veces se acepta un préstamo o tarjeta de crédito sin preguntar e informarse sobre las cláusulas de estos, generando perjuicios financieros que terminan por generar una mala experiencia y posterior desconfianza en las instituciones financieras.

Por lo antes expuesto, se considera necesario el desarrollo de la presente investigación titulada “Las arbitrariedades en los servicios financieros y su relación con la atención de reclamos realizados en las oficinas de defensa del consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019“, estructurándose para ello el trabajo en cuatro capítulos:

Capítulo I:

Corresponde al planteamiento del problema, formulación del problema, justificación de la investigación, objetivo general, objetivos específicos, conceptos básicos y los antecedentes de la investigación.

Capítulo II:

Trata sobre el Fundamento Teórico Científico, en donde se conceptualizan las dos variables en estudio como son: arbitrariedades en los servicios financieros y atención de reclamos.

Capítulo III:

Este capítulo corresponde al marco metodológico, en donde se presentan las hipótesis, se identifican y describen las variables, el tipo y diseño de la investigación, el ámbito de estudio, población y muestra y por último las técnicas e instrumentos utilizados.

Capítulo IV:

Contiene los resultados, en donde se mostrarán las tablas y figuras estadísticas con la información recogida en campo. Asimismo, se realiza la prueba estadística y por último la comprobación de hipótesis.

Finalmente, en el Trabajo de Investigación se consideran las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y los anexos respectivos, que complementan la información proporcionada y contribuyen a una mejor comprensión del mismo.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, en adelante Indecopi, es un ente público adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros y fue creado mediante la Ley N° 25868. Su función principal es la protección y defensa de los derechos del consumidor, así como la promoción del mercado y la libre competencia. Dicha entidad cuenta con una oficina de defensa del consumidor, la cual atiende los reclamos presentados por los consumidores de productos y servicios de diversa índole, entre los cuales se encuentran aquellos del sector financiero. Tal es así, que, durante el 2016, 2017, 2018 y 2019 se han recibido 56103, 61298, 59500 y 70998 reclamos a nivel nacional respectivamente, lo cual demuestra que hay una gran cantidad de clientes de instituciones financieras que se encuentran insatisfechos con los servicios recibidos por parte de las diferentes instituciones bancarias que operan en el territorio nacional.

La cantidad de reclamos presentados a nivel nacional, muestran que se han cometido diferentes arbitrariedades en los servicios financieros ofrecidos, los cuales han generado perjuicios económicos para los contratantes (clientes o consumidores), esto demuestra un gran problema, puesto que las instituciones financieras deben brindar toda la información necesaria y prestar todas las condiciones mínimas de seguridad para que sus clientes estén satisfechos con los servicios recibidos, sin embargo, esto no viene sucediendo en la actualidad, ya que mes a mes cientos de reclamos son presentados en las oficinas de defensa del consumidor a nivel nacional.

Es claro que la competencia en el sector financiera es alta, por ello las entidades bancarias ponen en marcha vistosas y enormes campañas de marketing a través de la mayoría de los medios de comunicación, todo ello con la finalidad de captar el mayor número de clientes. Sin embargo, el objetivo lucrativo de las entidades financieras se está superponiendo al objetivo de brindar un servicio de calidad a sus clientes.

Las personas que hacen uso de los productos y servicios financieros no están recibiendo la información y orientación necesaria ya que muchas veces los analistas de las entidades financieras tratan de colocar (vender) un producto o servicio casi de manera coercitiva, ellos tratan de vender como sea con el fin de llegar a sus metas mensuales que les significan considerables comisiones y demás beneficios en los pagos de productividad y utilidades.

Es claro también, que la población no tiene una adecuada cultura financiera y por ello la mayoría de las veces se acepta un préstamo o tarjeta de crédito sin preguntar e informarse sobre las cláusulas de estos, generando perjuicios financieros que terminan por generar una mala experiencia y posterior desconfianza en las instituciones financieras.

En la actualidad, el banco del que se recibe la mayor cantidad de reclamos a nivel nacional según el reporte que emite el Indecopi trimestralmente, es el Banco de Crédito (BCP) con 3035 reclamos acumulados desde enero a septiembre del 2019, el cual representa el 15,51% del total de reclamos presentados asociados al sistema financiero nacional. En segundo lugar, ¡está la Financiera Oh!, con un total de 2414 reclamos (12,34%). En tercer lugar, el Banco Internacional del Perú (Interbank) con 2277 reclamos (11,64%).

Es claro que las entidades financieras no están implementando medidas preventivas para mejorar la calidad de sus servicios (tarjetas de crédito, préstamos, cuentas de ahorros, etc.) ya que los reclamos vienen incrementándose sostenidamente, generando muchas veces que las personas sean reportadas a las principales centrales de riesgo, trayendo como consecuencia el bloqueo financiero automático, ya que quienes son reportados a las centrales de riesgo no pueden acceder a los productos o servicios financieros de ninguna entidad bancaria del territorio nacional.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Interrogante Principal

¿Qué relación existe entre las Arbitrariedades en los Servicios Financieros y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019?

1.2.2 Interrogantes Secundarias

- ¿Qué relación existe entre las Arbitrariedades en Tarjetas de Crédito y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019?

- ¿Qué relación existe entre las Arbitrariedades en Créditos de Consumo y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019?

- ¿Qué relación existe entre las Arbitrariedades en las Cuentas de Ahorros y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019?

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Justificación Teórica

El propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre las arbitrariedades que se vienen dando en los servicios financieros a nivel nacional, lo cual se relaciona con los reclamos que presentan los ciudadanos que hacen uso de la banca privada a través de tarjetas de crédito, préstamos, cuentas de ahorros, etc. La competencia en las instituciones financieras hace que muchas veces no se les informe adecuadamente a los clientes sobre las ventajas y penalidades inherentes a cualquier producto o servicio bancario. Asimismo, la presente investigación generará nuevo conocimiento respecto a la

evolución de las quejas a nivel nacional, lo cual indirectamente está asociado con un mayor nivel de cultura financiera de los ciudadanos.

Justificación Práctica

Estudiar la relación que existe entre las arbitrariedades de los servicios financieros, ofrece una valiosa información para que los ciudadanos que son usuarios de la banca privada hagan valer sus derechos y no se vean perjudicados por servicios poco adecuados o por falta de información respecto a las pro y contras de cualquier tipo de producto financiero. Asimismo, permitirá que los bancos adopten nuevas medidas para disminuir la cantidad de reclamos que mes tras mes se vienen presentando en las oficinas de atención al consumidor del Indecopi a nivel nacional.

Justificación Metodológica

La Investigación tomará en cuenta los principios del Método Científico, por lo tanto, los procedimientos y técnicas utilizados en la investigación tienen validez y confiabilidad, pudiendo ser estandarizados para ser empleados en otros trabajos de investigación. Es importante que los clientes del sistema bancario nacional se informen adecuadamente sobre los productos y servicios que adquieren de los bancos privados para generar mayor confianza y cultura financiera en cada una de las personas que hace uso de tarjetas de crédito, cuentas de ahorros, préstamos, etc.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General

Determinar la relación entre las Arbitrariedades en los Servicios Financieros y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Determinar la relación entre las Arbitrariedades en Tarjetas de Crédito y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.
- Determinar la relación entre las Arbitrariedades en Créditos de Consumo y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.
- Determinar la relación entre las Arbitrariedades en las Cuentas de Ahorros y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En la revisión a los antecedentes de investigación, se pudo verificar que existen estudios relacionados con el tema de investigación; entre los que encontramos estudios nacionales e internacionales, los cuáles son mencionados a continuación:

Internacionales:

Matamoros (2017) en su investigación de maestría: "*Nivel de satisfacción de clientes de la banca privada de Guayaquil, respecto a los canales de atención de reclamos*" presentada en la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil, Ecuador. Tuvo como objetivo analizar el nivel de satisfacción de los clientes de la banca privada de Guayaquil respecto a los canales de atención de reclamos. La muestra estuvo constituida por 385 clientes de las diferentes instituciones bancarias de la ciudad de Guayaquil. El estudio fue cuantitativo, no experimental, transversal, prospectivo, de campo y de nivel descriptivo. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. El trabajo concluye que los clientes encuestados respecto de los canales de atención de reclamos se encuentran satisfechos con el servicio. Sin embargo, un grupo minoritario pero importante manifestó su descontento con los servicios prestados, especialmente con el tiempo de respuesta a los reclamos presentados en los distintos canales de atención de las instituciones bancarias consideradas en la investigación

De igual Manera, en la investigación de González (2015), cuyo título es: "*Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a*

través de la escala Servqual”, presentada en la revista Ciencia e Ingeniería Neogranadina de la Universidad de Cienfuegos - Cuba; tuvo como objetivo evaluar y mejorar la calidad percibida de los servicios financieros con un enfoque de gestión por procesos y mejora continua. La población estuvo constituida por sucursales bancarias de la provincia de Cienfuegos (Cuba). Se utilizaron las siguientes técnicas: entrevistas, tormenta de ideas, revisión de documentos, trabajo con expertos, trabajo en equipo y observación directa. La investigación fue aplicada, transversal, no experimental y prospectiva. Se utilizó el instrumento Servqual para recoger la información de calidad percibida. La investigación concluye que el tiempo de servicio es la principal brecha que afecta negativamente en la percepción de calidad en las sucursales bancarias.

Asimismo, Castro y Contreras (2015) en su investigación de postgrado: *"Calidad del servicio al cliente en el sector bancario de la ciudad de Guayaquil período 2010-2014"* presentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, busca detectar y analizar la calidad del servicio de ocho bancos de Guayaquil. La muestra estuvo constituida por 384 clientes de las diferentes instituciones bancarias incluidas en la población. El estudio fue cuantitativo, no experimental, longitudinal, prospectivo, de campo y de nivel relacional. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. El trabajo concluye que la calidad de servicio de las instituciones financieras consideradas en el estudio es buena, no obstante, hay ciertos factores que aún se deben mejorar como la seguridad y las comisiones por transferencias y cambio de plaza, lo cual fue evaluado por los clientes encuestados como regular.

En la Investigación de Dávila y Flores (2008), cuyo título es: “*Calidad de servicio percibida por clientes de entidades bancarias de Castilla y León y su repercusión en la satisfacción y la lealtad a la misma*”, presentada en la revista Pecunia de la Universidad de León - España, tuvo como objetivo identificar los factores que determinan la calidad de servicio que perciben los clientes de las entidades bancarias de Castilla y León, así como la influencia de este factor en la lealtad de los clientes. La muestra estuvo constituida por 400 personas de la comunidad de Castilla y León. Para verificar las hipótesis se utilizó un modelo de ecuaciones estructurales con tres variables no observables. La investigación fue no experimental, transversal, explicativo y básica. El trabajo concluye que la calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción del cliente y que este influye en la lealtad hacia la entidad bancaria.

Nacionales

En la tesis de maestría de Gonzales (2018) cuyo título es: "***Ventas de Seguros por asesores de servicio y tipología de reclamos de clientes en productos ofertados en las agencias del BBVA continental. Trujillo 2018***", presentada en la Universidad César Vallejo, Trujillo. Tuvo como objetivo determinar la relación entre las ventas de seguros por asesor de servicio y la tipología de reclamos de clientes sobre productos ofertados en las agencias BBVA Continental. El diseño de investigación es no experimental, de corte transversal, nivel relacional, prospectivo, cuantitativo, básico y de campo. La población estuvo constituida por 1267 clientes del Banco Continental de la ciudad de Trujillo. Para la contrastación de hipótesis se utilizó la prueba R de Pearson. El trabajo concluyó que: "si existe relación directa positiva entre las ventas de seguros mensuales por asesor de servicio y la tipología de reclamos de clientes sobre productos ofertados en las agencias BBVA Continental – Trujillo 2018. Así mismo, se observa que esta relación entre variables es altamente significativa para este estudio".

En la tesis de maestría de Valdivieso (2017), cuyo título es: "***Gestión de reclamos y atención al cliente en el área de soluciones al cliente en Crediscotia Financiera S.A. de San Isidro, Lima 2017***", presentada en la Universidad César Vallejo, Lima. Tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la gestión de reclamos y la atención al cliente en Crediscotia Financiera. El diseño de investigación es no experimental, de corte transversal, nivel relacional, prospectivo, cuantitativo, básico y de campo. La población estuvo constituida por 25 trabajadores del área de soluciones al cliente de la entidad bancaria. Para la contrastación de hipótesis se utilizó la prueba R de

Pearson. El trabajo concluyó que: “existe relación significativa entre la gestión de reclamos y la atención al cliente en el área de Soluciones al Cliente en Crediscotia Financiera S.A., San Isidro – Lima 2017; puesto que el nivel de significancia calculada es $p < 0,05$ y el coeficiente de correlación de Spearman tiene un valor de 0,686”.

En la tesis de maestría de Bermúdez (2017), cuyo título es: "***La Calidad de Servicio y Gestión de Reclamos en Instituciones Financieras del distrito de Tarapoto, 2015-2016***", presentada en la Universidad César Vallejo, Tarapoto. Tuvo como objetivo establecer la relación que existe entre la calidad del servicio y la gestión de reclamos en instituciones financieras del distrito de Tarapoto. El diseño de investigación es no experimental, de corte transversal, nivel relacional, prospectivo, cuantitativo, básico y de campo. La población estuvo constituida por 140 reclamos interpuestos por los clientes de las principales entidades financieras de la ciudad como: BCP, Interbank, Mi Banco y BBVA Continental; que fueron registrados en el Indecopi. Para la contrastación de hipótesis se utilizó la prueba Chi Cuadrado. El trabajo concluyó que la calidad de servicio y la gestión de reclamos no se relacionan, debido a que las entidades no realizan una política adecuada de gestión de reclamos. Asimismo, el tipo de servicio más reclamado en instituciones financieras de la Región San Martín en el período 2015 - 2016 es por cobros indebidos en tarjetas de crédito, cuenta de ahorros, etc.

En la tesis de maestría de Céliz (2017), cuyo título es: "***Nivel de eficacia del reclamo como mecanismo alternativo de solución de conflictos en relación a los casos del rubro de servicios bancarios y financieros en la oficina regional de Indecopi en San Martín, período 2015***", presentada en la Universidad César Vallejo, Tarapoto. Tuvo como objetivo determinar el nivel de eficacia del reclamo como mecanismo alternativo de solución de conflictos

en relación a los casos del rubro de servicios bancarios y financieros en la Oficina Regional de Indecopi en San Martín. El diseño de investigación es no experimental, de corte transversal, nivel relacional, prospectivo, cuantitativo, básico y de campo. La población estuvo constituida por 107 reclamos relacionados a servicios bancarios y financieros interpuestos ante Indecopi durante el año 2015. El trabajo concluyó que: “el nivel de eficacia del reclamo como mecanismo alternativo de solución de conflictos en relación a los casos del rubro de servicios bancarios y financieros en la Oficina Regional de INDECOPI en San Martín durante el período 2015 es alta”.

De igual manera en la investigación de maestría de Quispe y Mamani (2016), cuyo título es: “*El sistema de gestión de los reclamos en la empresa compartamos financiera y modelo de actuación resolutive de reclamaciones, Arequipa 2016*”, presentada en la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa. Tuvo como objetivo identificar los problemas o factores que afectan la gestión de reclamos en la empresa y proponer un modelo de gestión de reclamos para la empresa Compartamos Financiera. El diseño de investigación es no experimental, estudio de caso, nivel explicativo, prospectivo, mixto (cuantitativo y cualitativo), aplicado y de campo. La técnica utilizada fue la observación, análisis de documentos y la entrevista. El trabajo concluyó que: “El incremento de Reclamos refleja la insatisfacción del cliente, mala imagen de la empresa, abandono del producto-servicio, carencia de actitud al servicio lo que conlleva a la pérdida de clientes”.

En la tesis de maestría de Abad (2015), cuyo título es: “*Diagnostico de la calidad de servicio en la atención a las quejas y reclamos de clientes con tarjetas de crédito en el BBVA Continental de Sullana*”, presentada en la Universidad César Vallejo, Tarapoto. Tuvo como objetivo determinar el nivel

de la calidad de servicio en la atención de reclamos de clientes con tarjetas de crédito del BBVA Continental. El diseño de investigación es no experimental, de corte transversal, nivel descriptivo, prospectivo, cuantitativo, básico y de campo. La población estuvo constituida por 118 clientes que poseen tarjeta de crédito del BBVA Continental. El trabajo concluyó que el personal de plataforma del BBVA Continental no informa adecuadamente sobre las condiciones y cláusulas de las tarjetas de crédito que ofrecen, lo cual genera perjuicios por las moras, intereses y penalidades que terminan pagando los clientes.

Locales

En la investigación de Ponce (2018) titulada: “Los conocimientos de propiedad intelectual y su influencia en la recaudación de derechos de autor en la ciudad de Tacna, periodo 2018”, tuvo como objetivo establecer la influencia de los conocimientos de propiedad intelectual sobre la recaudación de derechos. La investigación fue no experimental, de corte transversal, nivel explicativo, pura y enfoque cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 162 usuarios de Apdayc. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento utilizado fue un cuestionario para cada variable. El trabajo concluye que los conocimientos de propiedad intelectual explican el 37.50% del comportamiento de la recaudación de derechos de autor.

2.2 ARBITRARIEDADES EN LOS SERVICIOS FINANCIEROS

Son todos aquellos abusos cometidos por las entidades financieras violando los derechos del consumidor establecidos en la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor. En dicha normativa y en la Ley N°

28587, Ley de protección al consumidor en materia de servicios financieros. se establecen las condiciones bajo las cuales las entidades financieras pueden ofrecer sus productos y servicios al mercado. Es necesario que se respeten los derechos de las personas que adquieren una tarjeta de crédito, préstamo bancario, crédito hipotecario, seguro, etc. (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2019)

Los intereses de las entidades financieras y la presión que ejercen sobre sus trabajadores en cuanto a metas en colocaciones mensuales hacen que se transgredan los derechos básicos de los consumidores, ya que el objetivo es vender una tarjeta o un préstamo dejando de lado la orientación e información de los términos y condiciones de dichos productos bancarios. (Asmundson, 2011)

El Artículo 2° de la Ley N° 28587, manifiesta lo siguiente en cuanto a los derechos de los consumidores:

Las empresas sujetas a los alcances de la presente Ley están obligadas a brindar a los usuarios toda la información que éstos demanden de manera previa a la celebración de cualquier contrato propio de los servicios que brindan. Dicha obligación se satisface con la puesta a disposición de los usuarios de los formularios contractuales en sus locales, así como en la página web que tengan habilitada al efecto, debiendo designar personal especializado para brindar asesoría a sus clientes sobre los alcances de los mismos.

Es claro que las entidades financieras no vienen cumpliendo con lo estipulado en el artículo precedente, ya que las arbitrariedades y abusos se vienen presentando mensualmente a nivel nacional. Esto indudablemente, genera desconfianza entre los usuarios del sistema financiero, la cual es compartida y divulgada a través de todos los canales como redes sociales, reuniones, conversaciones, etc. (Bermúdez, 2017)

El Artículo 87° de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, indica lo siguiente:

Los consumidores tienen derecho a ser informados respecto a las condiciones aplicables a las distintas obligaciones que pueden ser asumidas en virtud de un mismo contrato de crédito, detallando para tal efecto las tasas de interés, demás cargos aplicables y la oportunidad de pago para cada una de dichas obligaciones, así como el orden de imputación de pagos de estas.

Esto es importante resaltar porque otras de las arbitrariedades cometidas por las instituciones bancarias es ocultar cierta información respecto a las tasas de interés, las cual pueden ser: Tasa Efectiva Anual (TEA) y Tasa Efectiva de Costo Anual (TCEA), Tasa Efectiva de Rendimiento Anual (TREA). Hay muchas diferencias entre ellas, y muchas veces los consumidores no conocen la diferencia entre ellas, además que el personal de las entidades bancarias no orienta sobre ello a sus clientes. (Escobar & Cuartas, 2006)

Las tasas de interés de los productos activos de las entidades bancarias varían de acuerdo con el tipo de crédito otorgado y al tipo de cliente que desea

obtenerlo, mientras más solvente y garantizado se encuentre el cliente, pues gozará de una mejor tasa de interés, lo que significa pagar menos por un producto o servicio determinado. (Castro & Contreras, 2015)

Es importante señalar que las tasas de interés deben ceñirse a lo estipulado en el Artículo 82° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, el cual establece lo siguiente:

Los proveedores de servicios financieros están obligados a informar a los consumidores o usuarios de manera clara y destacada la Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA) y la Tasa de Rendimiento Efectivo Anual (TREA), aplicable para operaciones activas en cuotas o pasivas, respectivamente.

Los consumidores a menudo tienen problemas con las tasas de interés de tipo castigadoras, es decir, las tasas compensatorias y moratorias, las cuales muchas veces superan el 90%, siendo abusivas para el tipo de producto o servicio ofertado, sin embargo, en un mercado de libre competencia, son las entidades de financieras las cuales disponen sus propias condiciones y cláusulas sobre este aspecto. Por ello es importante que los consumidores de productos y servicios bancarios estén bien informados antes de adquirirlos. (Santandreu, 2002)

2.1.1 Servicios Financieros

Para Asmundson (2011) los servicios financieros pueden definirse de la siguiente manera:

Un servicio financiero no es el bien financiero en sí —por ejemplo, un préstamo hipotecario para comprar una casa o una póliza de seguros de automóvil—, sino lo que podría definirse como el proceso de adquirir el bien financiero. En otras palabras, es la transacción necesaria para obtener el bien financiero (p. 46)

Las empresas del sector financiero han actuado como intermediarios entre agentes deficitarios y superavitarios, es decir, recibe dinero de las personas que ahorran para prestarlo a las personas que necesitan financiamiento. El negocio de las entidades financieras es la diferencial de tasa de interés que resulta de tasa de interés que paga por los ahorros (3% a 4% anual) y la tasa de interés que cobra por los préstamos que otorga (25% a 90%). (Castro & Contreras, 2015)

Según el portal de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, se menciona lo siguiente: “El Sistema financiero está compuesto por 54 empresas que realizan operaciones múltiples y poseen activos por más de S/ 464 mil millones”. (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2019)

Cabe precisar que el Sistema Financiero peruano está conformado en un 89,07% por la Banca Múltiple, la cual está constituida por las entidades financieras de mayor envergadura, las cuales son: Interbank, Banco de Crédito, Banco Continental, Mi Banco, etc. Asimismo, los depósitos crecieron un 11,4% durante el último año, lo cual demuestra que la cultura del ahorro se viene acentuando en las personas, lo cual es un indicador positivo de buena práctica financiera. (Escobar & Cuartas, 2006)

2.1.2 Tipos de Servicios Financieros

Para García (2015) los servicios financieros son todos aquellos relacionados al financiamiento o ahorro que ofertan las entidades financieras como pueden ser: depósitos bancarios, préstamos, créditos, acciones, obligaciones y fondos públicos.

Los servicios financieros pueden ser de dos tipos: activos y pasivos. La diferencia entre ambos radica en que mientras los productos pasivos generan tasas de interés a favor de los clientes, en los productos activos las tasas son a favor de la entidad bancaria. Aching (2006) los conceptualiza de la siguiente manera:

- Servicios Activos: son aquellos que generan tasas de interés activas a favor de la entidad financiera. Ejemplos: préstamos, tarjetas de crédito, créditos hipotecarios, créditos de consumo, etc.

- Servicios Pasivos: son aquello que generan tasas de interés a favor del cliente o persona que hace uso de dicho servicio. Ejemplo: Depósitos a plazo fijo, Fondos Mutuos, Cuentas de Ahorros, entre otros.

Las condiciones del mercado hacen que las entidades financieras cobren más por los servicios activos y paguen menos por los servicios pasivos. La diferencia entre ambos genera un margen de ganancia para la entidad, la cual en términos porcentuales (tasa de interés) se denomina spread (tasa activa – tasa pasiva). (García, 2015)

2.1.3 El Estado y la promoción de Servicios Financieros

Para Gonzales y Claudio (2008) el Estado cumple un rol fundamental en la promoción de y desarrollo de mercados en donde se oferten productos y servicios financieros de calidad, los cuales se encuentren disponibles a toda la población, desde los sectores económicos más pudientes hasta aquellos que presentan carencias de financiamiento. Los servicios financieros son armas sociales que permiten a las personas: desarrollar su negocio, iniciar un emprendimiento, ejecutar un proyecto, adquirir un activo, adquirir bienes de consumo, entre otros. Por tal motivo deben darse las condiciones adecuadas para que no se cometan abusos y atropellos con cláusulas de contratos abusivas e incumplibles. Existen tres características deseables en un mercado financiero y son:

- Eficiencia: se refiere a la capacidad de las empresas financieras de reasignar sus recursos hacia mejores usos alternativos de acuerdo a las condiciones del mercado. Se asocia los mercados eficientes con los mercados competitivos ya que la competencia reduce el monopolio de precios y obliga a las entidades financieras a replantear su oferta de productos y servicios ofreciendo mejores condiciones y beneficios para sus clientes.

- Estabilidad: Se refiere a la fortaleza que deben tener las entidades financieras ante hechos o circunstancias exteriores que amenacen la liquidez y rentabilidad del sistema financiero. Para ello las entidades financieras deben contar con recursos y estrategias que respondan a las externalidades negativas, ya que, de lo contrario, los más afectados serían las pequeñas empresas y la banca personal, porque ante

un efecto negativo en la estabilidad financiera del país, los créditos encarecerían a tal punto de que sea inaccesible para dichos sectores del país.

- Cobertura: Se refiere a la medida en la cual los productos y servicios financieros son accesibles para todos los ciudadanos de un determinado país. Muchas veces las personas de ciudades gozan de una oferta variada de productos y servicios financieras, sin embargo, las poblaciones más vulnerables y alejadas no pueden tener acceso a créditos y financiamiento que les permitan mejorar su calidad de vida.

En ese sentido, el estado promueve políticas de promoción de los servicios financieros en los lugares más alejados en los cuales la banca privada no puede llegar, tal es así que a través del Banco de la Nación se puede tener cobertura en casi el 100% del país, permitiendo que los peruanos de escasos recursos puedan acceder al sistema financiero para desarrollarse económicamente. (Gonzales C. , 2008)

2.1.4 Abusos y falta de educación financiera

Raccanello y Herrera (2014) hacen referencia a la revista Health and Retirement Survey, la cual menciona los abusos más comunes cometidos por las entidades bancarias en perjuicio de sus clientes, los cuales son: fraudes, cobro de comisiones y riesgo en las operaciones financieras, entre otros. Dichos abusos son cometidos por la falta de instrucción básica en finanzas, es decir, los clientes y las personas en general no tienen un adecuado nivel de cultura financiera, por ello los bancos aprovechan esa debilidad para colocar sus productos y servicios sin la debida orientación y explicación de los beneficios y cuidados que se deben tener cuando una persona adquiere tales servicios financieros.

El cobro de comisiones bancarias es otro de los conceptos que sorprenden a los clientes de las entidades bancarias, ya que las comisiones por traslado de fondos y otras operaciones como transferencias están sujetas a gastos bancarios que debe asumir el cliente sin habersele informado con anticipación. Un ejemplo de ello son las comisiones por traslado de fondos que cobra el Banco de Crédito, o las comisiones por retiro interplaza que realiza el Banco Continental, entre otros casos.

Las tarjetas de crédito también presentan abusos en cuanto a las elevadas tasas de interés, las fechas de corte, el pago de la cuota mínima, el pago en cuotas y otros. Es difícil para las personas adaptarse a la mecánica y funcionamiento de las tarjetas de crédito, y ello puede verificarse por la cantidad de reclamos presentados debido a ese motivo. Actualmente, según el último reporte de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), los créditos de consumo bajo la modalidad de tarjeta de crédito ascienden a más de 26 mil millones de soles a nivel nacional. (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2019)

2.1.5 La nueva oferta financiera

Igual (2016) menciona lo siguiente: “Las fintech (finance + technology) son empresas innovadoras que están emergiendo en estos últimos años y que ofrecen nuevas soluciones financieras con el soporte de las nuevas tecnologías” (p. 15).

Ante las pocas innovaciones ofrecidas por las entidades financieras, hoy aparecen un grupo de emprendimientos tecnológicos conocidos como Fintech, los cuales rompen los paradigmas de la banca tradicional al agregarle un fuerte componente tecnológico a las operaciones financieras comunes, además de reconsiderar los modelos de servicios financieros tradicionales, pudiendo llegar a más personas sin límite de tiempo ni espacio. Hoy en día las personas a través de sus teléfonos móviles pueden tener acceso a préstamos, capital semilla, fondos ángel, etc. Las Fintech son la amenaza moderna del ortodoxo sistema bancario que durante muchos años ha innovado poco, lo cual es algo negativo ya que se vuelven ineficientes, es decir, sus costos transaccionales son más caros, lo cual perjudica a los clientes.

Las Fintech presentan las siguientes características: orientadas a algún aspecto de las finanzas, fuerte soporte en las nuevas tecnologías, son muy innovadoras, representan una alternativa retadora para la banca. Es claro que estas ventajas inherentes de las Fintech no las posee el sistema bancario tradicional, por ello cada año las Fintech vienen posicionándose y ocupando una mayor cuota de mercado. Una respuesta de las instituciones bancarias ha sido comprar estas empresas para no verse derrotadas ante el imparable aumento del uso de las tecnologías móviles.

2.3 ATENCIÓN DE RECLAMOS

El Indecopi es: “la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor que fomenta en el mercado mejores decisiones de consumo, garantizando la protección de la salud y seguridad de los consumidores. Además de promover mecanismos para la prevención y solución de conflictos a nivel nacional”.

(Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, 2019)

Es imperante señalar que el Indecopi cautela los derechos de los consumidores para ello pone a disposición de todos los ciudadanos sus oficinas de atención de reclamos a nivel nacional.

La atención de reclamos es el servicio mediante el cual el Indecopi registra y procesa los reclamos presentados por las personas que consumen productos o servicios de cualquiera de las empresas que operan en el territorio nacional.

En el Artículo 1° del Código de Protección y Defensa del Consumidor se menciona en los literales g) y h) que los derechos de los consumidores se encuentran cautelados por el estado, tal es así que la autoridad competente debe poner a disposición de los ciudadanos los canales y medios adecuados para la presentación de reclamos o denuncias. Actualmente, el Indecopi cuenta con canales físicos como las oficinas de atención al ciudadano, así como canales virtuales como la plataforma web “Reclama Virtual”, mediante la cual todos los ciudadanos pueden registrar sus reclamos de forma rápida, simple y desde cualquier lugar. (Indecopi, 2019)

Asimismo, se cuenta con el servicio denominado “No Insista”, el cual está basado en la red de mensajería Whatsapp, la misma que permite denunciar aquellas prácticas comerciales agresivas de las llamadas telefónicas. Hoy en día, las instituciones financieras hacen uso y abuso de las comunicaciones telefónicas para ofertar sus tarjetas de crédito y préstamos, y realizan llamadas

sin que el cliente o persona las haya solicitado. Dichas prácticas tan utilizadas hoy en día atentan contra los derechos de los consumidores, ya que sólo con el consentimiento y autorización del cliente se pueden hacer tales ofertas de productos o servicios.

2.3.1 Mapa de consumo

El Mapa de Consumo es: “una herramienta informativa creada para que los consumidores que tengan conflictos de consumo conozcan ante qué entidad pública pueden acudir para presentar un reclamo o denuncia a nivel nacional”. (Indecopi, 2019)

Los entes reguladores están especializados en diversos productos o servicios que se ofrecen en el mercado, el objetivo es darle seguridad y protección al consumidor para que no sea timado por alguna empresa nacional o internacional.

La importancia del Mapa de Consumo radica en que:

- Es una herramienta que ayuda a consolidar los reclamos de todas las instituciones públicas que reciben reclamos del público a nivel nacional.
- Permite orientar a los consumidores sobre cuáles son las entidades, vías y procedimientos para presentar un reclamo o denuncia.
- Es una herramienta con un enfoque inclusivo ya que está accesible a toda la población incluso a aquellos que tienen limitaciones físicas o de lenguaje (quechua y aymara).

Figura 1

Mapa de consumo



Fuente: Indecopi (2019)

Las entidades que forman parte del Consejo Nacional de Protección al consumidor están especializadas en el control y protección del consumidor en los distintos reclamos o denuncias que se presenten por una prestación inadecuada del servicio ofrecido. Tal es así que tenemos a las siguientes entidades especializadas por sector:

- Indecopi: consumo de productos o servicios.
- Osiptel: sector telecomunicaciones.
- Osinergmin: sector energía y minería.
- Sunass: servicios de agua potable.
- Ositran: servicios de transporte público.
- SBS: servicios ofrecidos por las entidades del Sistema Financiero.
- Susalud: servicios de salud.

De lo anterior, se puede apreciar que los consumidores de servicios en el territorio nacional cuentan con entidades especializadas que se encaran de regular los servicios ofrecidos por las empresas de los diversos sectores económicos del país.

2.3.2 Protección del consumidor frente a la publicidad

Las empresas del sector financiero hacen campañas publicitarias aguerridas con la finalidad de captar nuevos clientes, sin embargo, estas prácticas se encuentran reguladas por el Decreto Legislativo N° 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal. Asimismo, el Subcapítulo II del Código de Protección y Defensa del Consumidor hace hincapié en este aspecto de la publicidad, ya que se protege al consumidor de la publicidad excesiva y de la publicidad engañosa, las cuales inducen a los ciudadanos a adquirir un producto o servicio que no presenta las condiciones ofrecidas en la publicidad.

Por ello es necesario regular la publicidad de las empresas para evitar que los consumidores no se vean perjudicados por propuestas llamativas, pero sin ninguna garantía o calidad.

El Artículo 13° de la Ley N° 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor, menciona lo siguiente: “... la protección del consumidor frente a la publicidad persigue que los anuncios no afecten el principio de adecuación social, evitando que induzcan a cometer actos ilegales o antisociales o de discriminación u otros de similar índole”.

Es importante señalar que las promociones en la publicidad son otra de las técnicas de mercadotecnia utilizada por las áreas de ventas y marketing de

las empresas. Se utilizan con la finalidad de incrementar exponencialmente su volumen de ventas o para terminar con el stock remanente de producto de temporadas que están a punto de terminar. El Artículo 14° de la Ley 29571 menciona los requisitos que deben cumplirse, los cuales son:

- Se debe precisar la duración de la promoción y la cantidad de productos que se encuentran en oferta.
- Se debe precisar con claridad las restricciones de acceso a las promociones.
- Se deben utilizar fuentes de información (páginas web o medios telefónicos) accesibles a todos los ciudadanos para que se informen sobre las condiciones y restricciones de las promociones.

La información complementaria no colocada en las propagandas debe ser consistente en las demás fuentes de información que la empresa utilice para llegar a sus clientes (página web, redes sociales, mensajes de texto, entre otros).

2.3.3 Idoneidad de los productos y servicios

La idoneidad en los productos y servicios se refiere al grado de convergencia entre lo que se espera y lo que se recibe. Muchas veces un determinado producto o servicio presenta ciertas características cuando aparece por los medios de comunicación, sin embargo, cuando se adquiere puede verificarse que no es tal y como se había ofrecido en las campañas publicitarias. Eso es algo que genera desconfianza y credibilidad en las empresas, ya que los clientes tienen cierta expectativa en lo que espera recibir, sin embargo, existen empresas que timan

a sus clientes ofreciéndoles algo que no pueden cumplir. El Artículo 18° de la Ley N° 29571 manifiesta lo siguiente al respecto:

Se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido, la publicidad e información transmitida, las condiciones y circunstancias de la transacción, las características y naturaleza del producto o servicio, el precio, entre otros factores, atendiendo a las circunstancias del caso.

Muchas veces en el sector financiero los clientes no perciben como idóneo los servicios recibidos, ya que el analista o personal de plataforma no orienta adecuadamente sobre las consecuencias negativas que puede tener cierto producto o servicio cuando se incumplen las condiciones, fechas, montos mínimos, comisiones, entre otros conceptos. Ello trae como consecuencia que el cliente tenga que perjudicarse económicamente por el pago de montos excesivos en tasas moratorias o compensatorias cuando se trata de préstamos o tarjetas de crédito. (Bermúdez, 2017)

Es necesario que las entidades financieras brinden toda la información a sus clientes, ya que la presentación de reclamos a nivel nacional se ha incrementado. Tal es así que, solo a diciembre del 2019, los reclamos presentados y relacionados a servicios financieros ascienden a más de siete mil a nivel nacional. Ello significa que los servicios financieros no presentan la identidad adecuada ya que los usuarios de dichos servicios no están satisfechos. (Castro & Contreras, 2015)

2.4 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

Actividad Financiera

Escobar y Cuartas (2006) la define como: “Actividad consistente en prestar y/o pedir prestado dinero, y en transar activos financieros. La intermediación financiera puede ser de corto plazo (menor de un año), mediano plazo (entre uno y cinco años) o de largo plazo (de cinco años en adelante)”. (p. 12)

Asimetría Informativa

El Artículo IV Numeral 7 del Código de Protección y Defensa del Consumidor lo describe de la siguiente manera: “Característica de la transacción comercial por la cual uno de los agentes, el proveedor, suele tener mayor y mejor información sobre los productos y servicios que ofrece en el mercado a los consumidores”.

Banco

Sanz (2002) lo define como: “Entidad financiera, normalmente sociedad anónima, que realiza las operaciones propias de la banca, es decir, captación de recursos y concesión de créditos básicamente”. (p. 19)

Consumidores

El Artículo IV Numeral 1 del Código de Protección y Defensa del Consumidor lo describe de la siguiente manera: “Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional”.

Comisión Bancaria

Santandreu (2002) lo define como: “Coste que aplica una entidad financiera a su cliente en concepto o contrapartida a la prestación de un servicio”. (p. 53)

Préstamo Hipotecario

Pavón (2012) lo define como: “aquel que se concede tras la aportación de una garantía real de hipoteca sobre bienes inmuebles propiedad del beneficiario del préstamo o de un tercero, que se constituye en avalista de la operación”. (p. 93)

Relación de Consumo

El Artículo IV Numeral 5 del Código de Protección y Defensa del Consumidor lo describe de la siguiente manera: “Es la relación por la cual un consumidor adquiere un producto o contrata un servicio con un proveedor a cambio de una contraprestación económica”.

Servicio

El Artículo IV Numeral 4 del Código de Protección y Defensa del Consumidor lo describe de la siguiente manera: “Es cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece en el mercado, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito, de seguros, previsionales y los servicios técnicos y profesionales. No están incluidos los servicios que prestan las personas bajo relación de dependencia”.

Tarjeta de Crédito

Ferro (2010) la define como:

Un documento, de tamaño reducido y de fácil manejo, que actúa como título valor de legitimación, permitiendo a su titular obtener bienes o servicios, sin necesidad de realizar su pago inmediato en dinero, limitándose éste en el momento de la adquisición a la firma de una factura o nota de cargo, que será presentada al establecimiento suministrador de la tarjeta, que abonará su importe y lo cargará posteriormente en la cuenta que mantiene con el titular (p. 14)

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 HIPÓTESIS

3.1.1 Hipótesis General

Las Arbitrariedades en los Servicios Financieros se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

3.1.2 Hipótesis Específicas

- Las Arbitrariedades en Tarjetas de Crédito se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.
- Las Arbitrariedades en Créditos de Consumo se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

- Las Arbitrariedades en las Cuentas de Ahorros se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

3.2 VARIABLES

3.2.1 Variable Asociada

3.2.1.1 Denominación de la Variable

Arbitrariedades en los servicios financieros

3.2.1.2 Indicadores

- Arbitrariedades en Tarjetas de Crédito
- Arbitrariedades en Créditos de Consumo
- Arbitrariedades en Cuentas de Ahorros

3.2.1.3 Escala para la Medición

Numérica (Ratio – Discreta)

3.2.2 Variable de Supervisión

3.2.2.1 Denominación de la Variable

Atención de reclamos

3.2.2.2 Indicadores

- Idoneidad
- Información
- Consumos fraudulentos

3.2.2.3 Escala para la medición

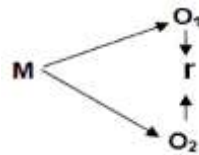
Numérica (Ratio – Discreta)

3.3 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

- Por su finalidad: Investigación Pura, porque se utiliza conocimientos teóricos para generar nuevo conocimiento.
- Por su orientación temporal: Longitudinal, porque el estudio se realizará en más de un periodo.
- Por el contexto en que se realiza: De campo, porque se observa el fenómeno en el ambiente natural.
- Por la naturaleza de la fuente: Empírica, porque se estudian las características del mundo real a través de la observación y la medición.
- Por el control de las variables: No Experimental, porque estudia los hechos tal y como suceden en la realidad, sin intervenir en ellos.

- Por su carácter: Cuantitativa, porque se utilizarán instrumentos de medición, es decir, la información es cuantificable numéricamente.
- Por el nivel de conocimiento: Correlacional, porque busca la asociación entre factores.

El diseño de la investigación es No Experimental Descriptivo - Correlacional



Dónde:

M: Muestra

O₁: Observación de la Variable Asociada

O₂: Observación de la Variable de Supervisión

r: Correlación entre dichas variables

3.4 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

El nivel de la presente investigación fue relacional ya que se busca conocer el nivel de relación de una variable asociada (Arbitrariedades en los servicios financieros) con una variable de supervisión (Atención de reclamos). Como el objetivo es encontrar la relación de una variable con otra, a este tipo de estudios se les denomina relacionales.

3.5 ÁMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

Es de ámbito nacional ya que se tomaron datos de ambas variables en estudio de la base de datos del Indecopi de los periodos 2016 al 2019.

3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.6.1 Unidad de Estudio

Hernández (2014) indica que la unidad de estudio es: “lo que se va medir” (p. 117). Asimismo, Supo (2016) menciona que: “Es la unidad de la cual se necesita información, es el individuo o conjunto de individuos de donde se obtiene el dato; la unidad de estudio corresponde a la entidad que va a ser objeto de medición y se refiere al qué o quién es sujeto de interés en una investigación” (p. 4).

Es posible que la obtención de dicha información pueda requerir pasos intermedios. La unidad de estudio es única en un trabajo de investigación. Para el presente trabajo de investigación, la unidad de estudio fue cada persona que presenta su reclamo en la Oficina de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional.

3.6.2 Población

Para Bernal (2006), la población es el conjunto de elementos o individuos que poseen características en común o similares y sobre los cuales se desea hacer inferencias. Es decir, la población viene a ser el total de elementos que sirven de referencia para verificar las hipótesis.

La población para el presente trabajo de investigación estuvo constituida por todos los reclamos que fueron atendidos y presentados en la Oficina de Defensa del Consumidor de forma mensual durante los años 2016, 2017, 2018 y 2019 en cualquiera de las oficinas del Indecopi a nivel nacional.

FECHA	AÑO	Arbitrariedades	Tarjeta_crédito	Créditos_consumo	Cuentas_ahorros
Ene-16	2016	1840	1077	115	65
Feb-16	2016	1788	984	147	46
Mar-16	2016	1843	1058	145	36
Abr-16	2016	1909	1062	163	35
May-16	2016	2043	1156	165	34
Jun-16	2016	1880	1018	182	42
Jul-16	2016	1924	1073	182	34
Ago-16	2016	2361	1302	230	45
Set-16	2016	2316	1386	175	35
Oct-16	2016	2414	1481	168	42
Nov-16	2016	2367	1341	207	48
Dic-16	2016	2365	1381	241	54
Ene-17	2017	2717	1958	207	59
Feb-17	2017	2221	1526	177	37
Mar-17	2017	2273	1518	189	51
Abr-17	2017	2022	1390	170	51
May-17	2017	2288	1515	202	41
Jun-17	2017	2074	1386	186	45
Jul-17	2017	2075	1402	200	38
Ago-17	2017	2579	1709	227	57
Set-17	2017	2320	1535	185	59
Oct-17	2017	2403	1606	212	51
Nov-17	2017	1805	1025	234	102
Dic-17	2017	1749	861	228	97
Ene-18	2018	1843	907	227	128
Feb-18	2018	1699	842	258	99
Mar-18	2018	1901	956	288	106
Abr-18	2018	1778	813	321	109
May-18	2018	1932	936	299	104
Jun-18	2018	1746	855	273	122
Jul-18	2018	1956	929	285	113
Ago-18	2018	1986	936	285	126
Set-18	2018	1956	997	232	118
Oct-18	2018	2192	1066	311	141
Nov-18	2018	2005	946	264	124
Dic-18	2018	1635	781	221	116
Ene-19	2019	2156	1078	263	130
Feb-19	2019	2007	952	346	145
Mar-19	2019	2170	1150	293	138
Abr-19	2019	2144	1098	259	146
May-19	2019	2336	1182	322	136
Jun-19	2019	2146	1141	259	115
Jul-19	2019	2301	1220	259	156
Ago-19	2019	2166	1193	260	130
Set-19	2019	2175	1161	242	162
Oct-19	2019	2345	1205	253	151
Nov-19	2019	2968	1550	335	175
Dic-19	2019	2730	1493	324	221

3.6.3 Muestra

Bernal (2006, p. 161) define la muestra como: “la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio”.

Para la presente investigación se utilizó toda la población en estudio (censo), en vista que se cuenta con la información necesaria, la cual será extraída de la base de datos del Indecopi.

3.7 PROCEDIMIENTO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.7.1 Procedimiento

La recolección de la información se hizo a través del Indecopi, para lo cual se accedió a su base de datos y reportes estadísticas que publica mensual y anualmente, en donde da cuenta de los reclamos presentados a nivel nacional por cada uno de los servicios que supervisa.

3.7.2 Técnicas

Para la presente investigación, se utilizó la técnica de observación y análisis documental para obtener información objetiva acerca de las variables a investigar y que serán procesadas mediante herramientas informáticas.

3.7.3 Instrumentos

En el presente estudio se utilizó el instrumento ficha de análisis documental, ya que, a partir de la información extraída de la base de datos del Indecopi, se procedió a procesarla en registros de Excel previa depuración de datos de ser necesario.

CAPÍTULO IV

4. LOS RESULTADOS

4.1 DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo tuvo que ver con la visita a Indecopi para conocer las funcionalidades y la percepción de los funcionarios respecto a la atención de reclamos presentados por los usuarios, especialmente aquellos que son clientes de empresas financieras como bancos, cajas municipales, financieras, entre otras.

Asimismo, se revisó la página de Indecopi para extraer la información pública que mensual y anualmente cuelgan en dicho portal.

4.2 DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

La información se procesó a través del programa SPSS Versión 24 en lo concerniente al tratamiento estadístico. Las tablas y figuras elaboradas en SPSS se trasladaron posteriormente a Microsoft Word.

La presentación de la información se realizó a través de tablas y figuras estadísticas, luego del procesamiento de ésta, se hizo una presentación escrita tabular y gráfica para la discusión y análisis de los resultados.

Se utilizaron técnicas y medidas de la estadística descriptiva e inferencial. En cuanto a la estadística Descriptiva, se utilizó:

- Tablas de frecuencia absoluta y relativa (porcentual). Estas tablas sirvieron para la presentación de los datos procesados y ordenados según sus categorías, niveles o clases correspondientes.
- Tablas de contingencia. Se utilizaron este tipo de tablas para visualizar la distribución de los datos según las categorías o niveles de los conjuntos de indicadores analizados simultáneamente.
- Se calculó el coeficiente de correlación de Spearman para determinar el nivel de correlación entre las variables de estudio y para la contrastación de hipótesis.

En este sentido, el coeficiente de correlación de Spearman, es ideal para variables cuantitativas. El Spearman valores de -1 a 1; es decir, mientras más cerca el valor a -1 se dice que hay una correlación fuerte negativa y mientras más cerca de 1 existe una correlación fuerte positiva.

Para calcular el Spearman se utilizó la siguiente fórmula:

$$r = \frac{\sum(x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum(x - \bar{x})^2 \sum(y - \bar{y})^2}}$$

Luego se comprobó la hipótesis sobre la correlación; es decir, la hipótesis nula significa la no correlación de las variables y la hipótesis de investigación indica la correlación que puede ser fuerte y positiva o fuerte y negativa.

$$h_0: r_s = 0 \qquad h_1: r_s \neq 0$$

4.3 RESULTADOS

De la información recolectada se tienen los siguientes resultados:

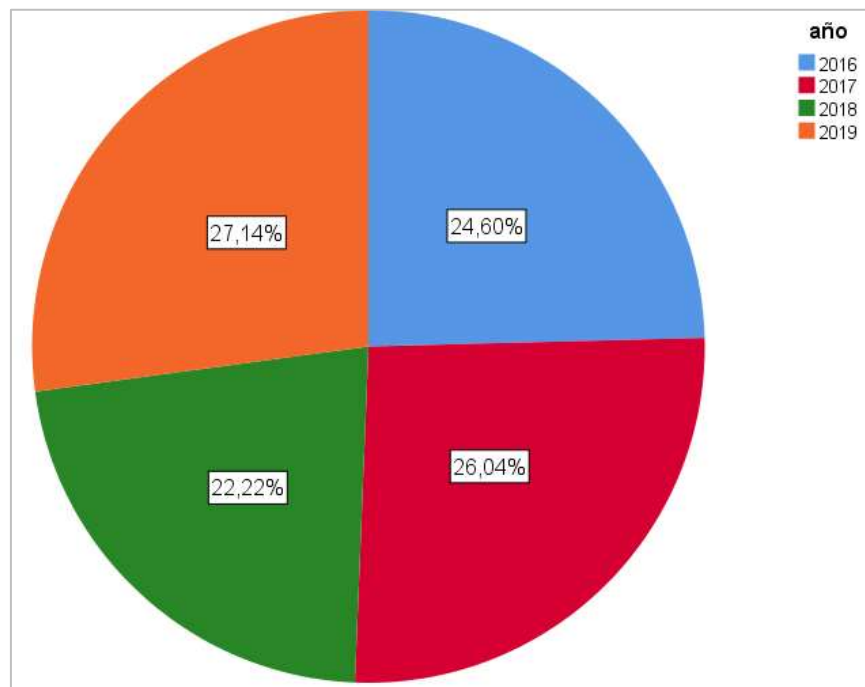
Variable: Arbitrariedades en los servicios financieros

Tabla 1
Descriptivos de la variable arbitrariedades en los servicios financieros

		Tarjeta de crédito	Créditos de consumo	Cuentas de ahorros
N	Estadístico	48	48	48
Mínimo	Estadístico	781	115	34
Máximo	Estadístico	1958	346	221
Suma	Estadístico	57137	11216	4415
Media	Estadístico	1190.35	233.67	91.98
	Desv. Error	38.572	8.044	6.902
Desv. Desviación	Estadístico	267.238	55.732	47.818
	Asimetría			
	Estadístico	0.657	0.103	0.413
	Desv. Error	0.343	0.343	0.343
	Curtosis			
	Estadístico	-0.060	-0.698	-0.696
	Desv. Error	0.674	0.674	0.674

Según se observa en la Tabla 1, la mayor cantidad de arbitrariedades se observa en las tarjetas de crédito, ya que su mínimo es de 781 y el máximo es de 1958. Asimismo, en las cuentas de ahorros se presentan el menor número de arbitrariedades, es decir, su mínimo es de 34 y su máximo es de 221.

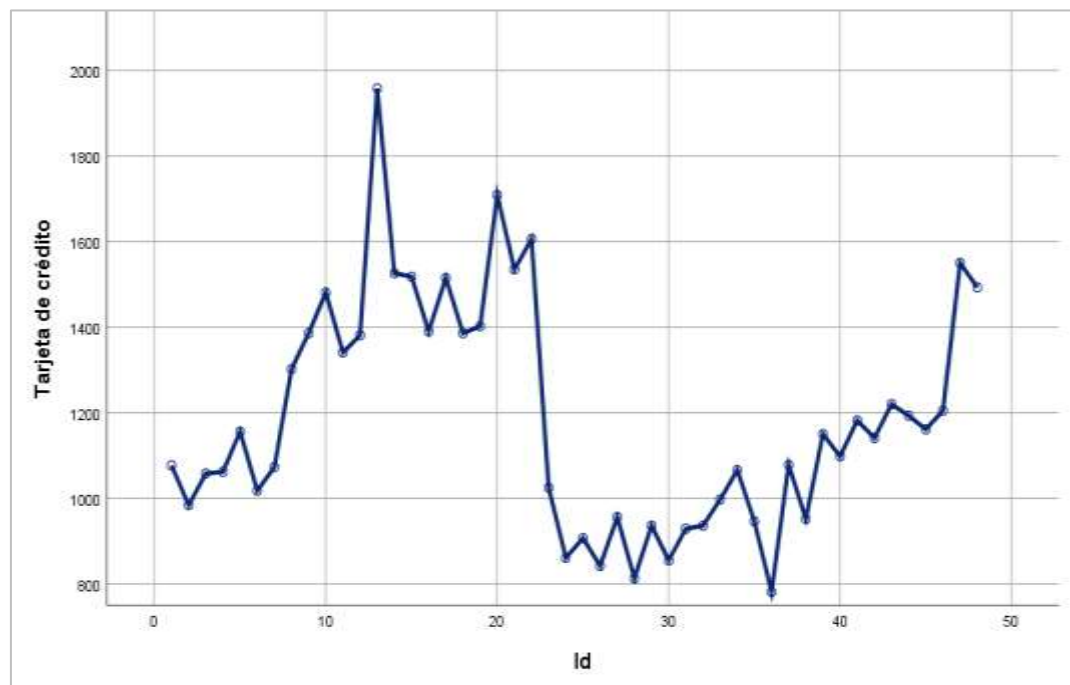
Figura 2
Arbitrariedades en los servicios financieros por año



Según se observa en la Figura 2, el mayor nivel de arbitrariedades se dio durante el año 2019, con un 27.14% que representan 27644 personas que se han visto afectadas por un inadecuado servicio de alguna institución financiera del país. Asimismo, durante el 2017 se dio el 26.04% que representan 26526 casos, durante el 2016 se dio el 24.60% que representan 25050 casos y durante el año 2018 se dieron 22629 casos que representan el 22.22% del total en el periodo analizado.

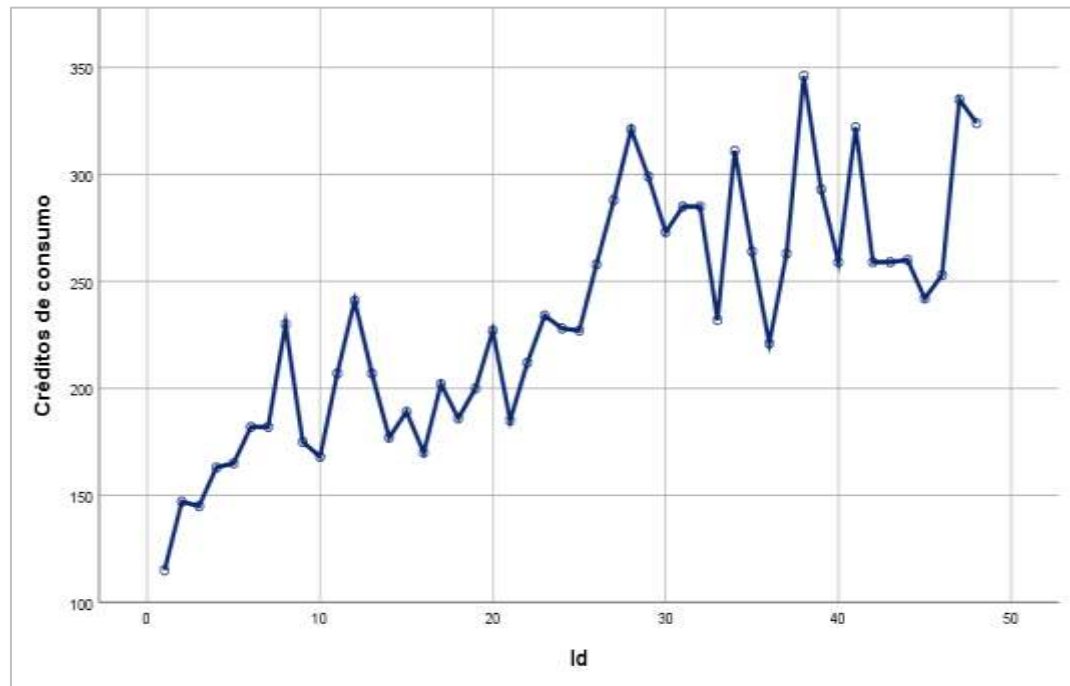
De igual manera, se debe señalar que la mayor cantidad de arbitrariedades se dieron en el producto tarjeta de crédito, 14319 casos en el 2016, 17431 casos en el 2017, 10964 casos en el 2018 y 14423 en 2019.

Figura 3
Cantidad de arbitrariedades en tarjetas de crédito



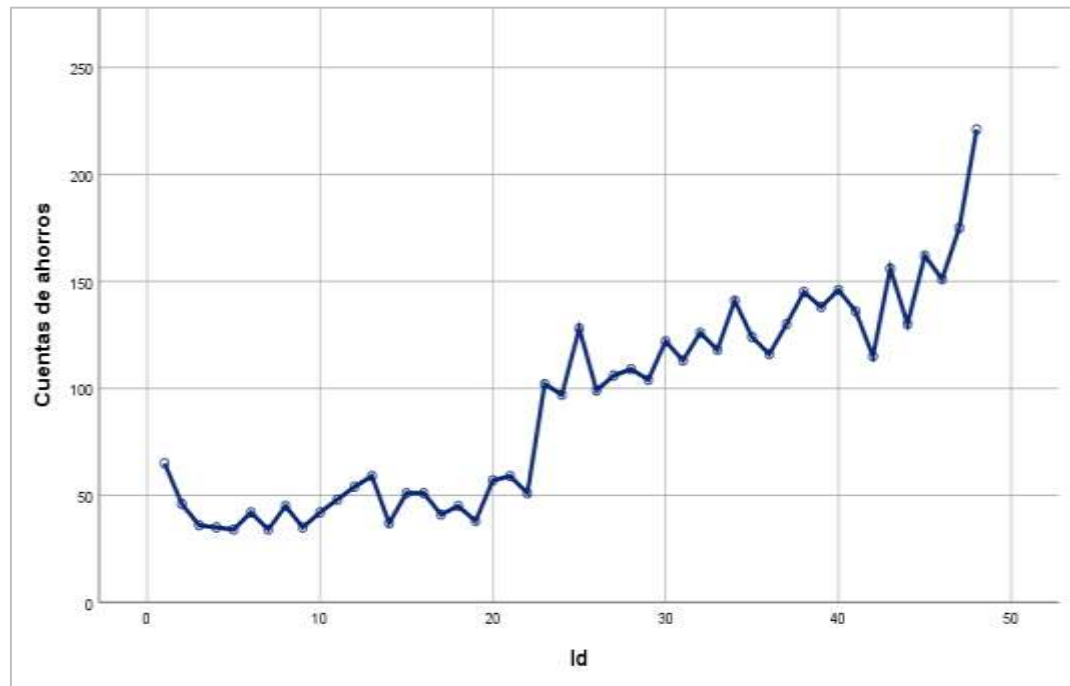
Según se observa en la Figura 3, la cantidad de arbitrariedades en tarjetas de crédito fue creciendo sostenidamente entre el 2016 y 2017, lo cual se puede explicar por la cantidad de tarjetas de crédito colocadas en el mercado, la competencia entre los bancos generó que la mayoría de la población bancarizada tenga una tarjeta de crédito para utilizarla en los centros comerciales super mercados, farmacias, etc. Sin embargo, esta competencia agresiva por colocar más tarjetas hizo que se pierda el factor orientación sobre el uso de dichas tarjetas, el pago de membresías, las altas tasas de interés, la falta de seguridad por no poseer clave, entre otros aspectos.

Figura 4
Cantidad de arbitrariedades en créditos de consumo



Según se observa en la Figura 4, la cantidad de arbitrariedades en créditos de consumo ha ido creciendo de forma sostenida desde el año 2016, lo cual refleja un inadecuado servicio por parte de las entidades financieras. Los créditos de consumo o comúnmente denominados préstamos son los productos más antiguos de los bancos, sin embargo, siguen generando perjuicios a los clientes, y esto debido a la evolución que ha tenido este producto, es decir, el préstamo bancario ahora viene amarrado con ciertos complementos denominados seguros, lo cuales pueden ser: seguro desgravamen, seguro cuota protegida, seguro de vida, seguro por despido, entre otros. La normativa señala que el único seguro obligatorio es el desgravamen, no obstante, a menudo el personal de los bancos aplica los seguros sin siquiera preguntarle a los clientes.

Figura 5
Cantidad arbitrariedades en cuentas de ahorros



Según se observa en la Figura 5, la cantidad de arbitrariedades en las cuentas de ahorros se viene incrementando sostenidamente, especialmente en el último año, y esto debido principalmente a la clonación de tarjetas, operaciones no autorizadas por internet o cargos indebidos en el estado de cuenta de los clientes. De los motivos antes mencionados, el más recurrente es retiro de efectivo por clonación de tarjeta o robo de claves. Los piratas informáticos a través del phishing pueden robar claves y códigos token de las tarjetas para realizar una serie de operaciones y que comúnmente son denunciados por televisión. En los contratos bancarios de cuentas de ahorros, los bancos expresan claramente que los clientes son los únicos responsables del manejo de su clave secreta por cuanto serían los responsables de cualquier retiro de efectivo de sus cuentas.

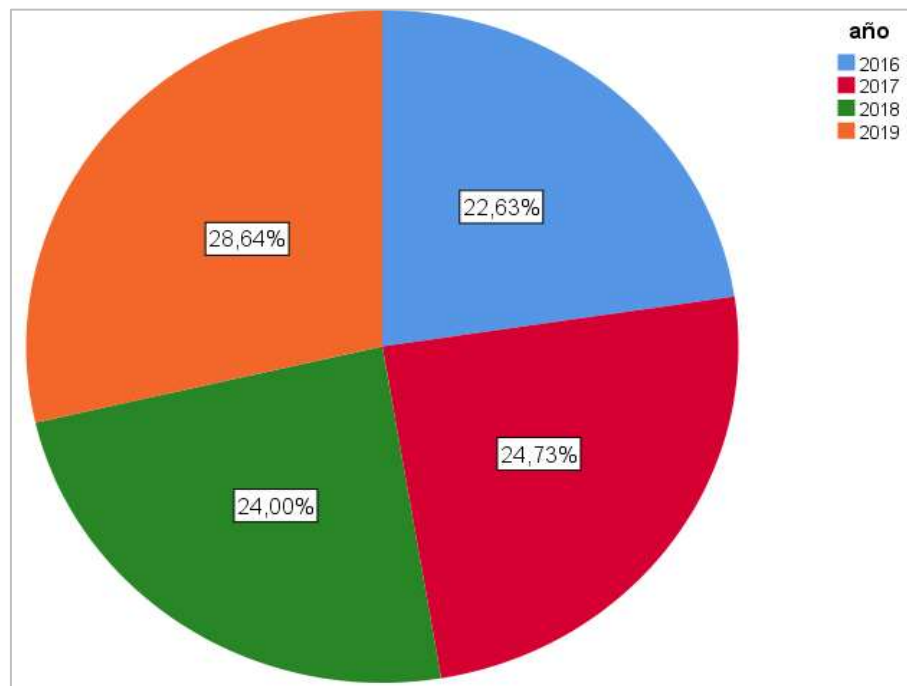
Variable: Atención de reclamos

Tabla 2
Descriptivos de la variable atención de reclamos

		Idoneidad	Información	Consumos fraudulentos
N	Estadístico	48	48	48
Rango	Estadístico	2737	170	349
Mínimo	Estadístico	3084	76	121
Máximo	Estadístico	5821	246	470
Suma	Estadístico	211489	7846	14046
Media	Estadístico	4406.02	163.46	292.63
	Desv. Error	88.810	6.725	13.098
Desv. Desviación	Estadístico	615.293	46.593	90.746
Varianza	Estadístico	378585.425	2170.892	8234.920
Asimetría	Estadístico	-0.203	0.087	0.542
	Desv. Error	0.343	0.343	0.343
Curtosis	Estadístico	-0.525	-0.908	-0.599
	Desv. Error	0.674	0.674	0.674

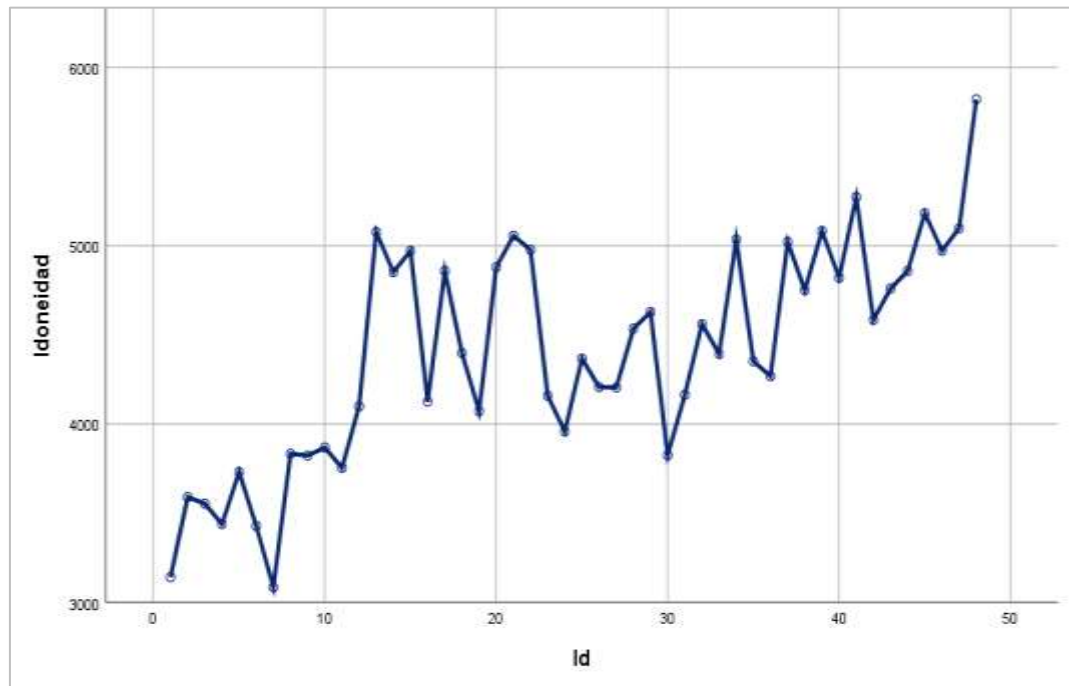
Según se observa en la Tabla 2, el mayor motivo de reclamos es la idoneidad siendo su máximo de 5821 reclamos, su mínimo de 3084 reclamos y una media de 4406.02 reclamos mensuales. En segundo lugar, se encuentran los consumos fraudulentos, con un mínimo de 121 reclamos, un máximo de 470 reclamos y una media de 292.63 reclamos mensuales. En último lugar se encuentra la falta de información, con un mínimo de 76 reclamos, un máximo de 246 reclamos y una media de 163.46 reclamos mensuales. El indicador idoneidad es el que mayor desviación estándar presenta (615.29), lo cual refleja su mayor variación, es decir, la cantidad de reclamos de este tipo es muy variable mes a mes, pudiendo presentar picos en meses claves como fine de año y meses de verano por el mayor uso que les dan a las tarjetas de crédito o débito los clientes.

Figura 6
Atención de reclamos por año



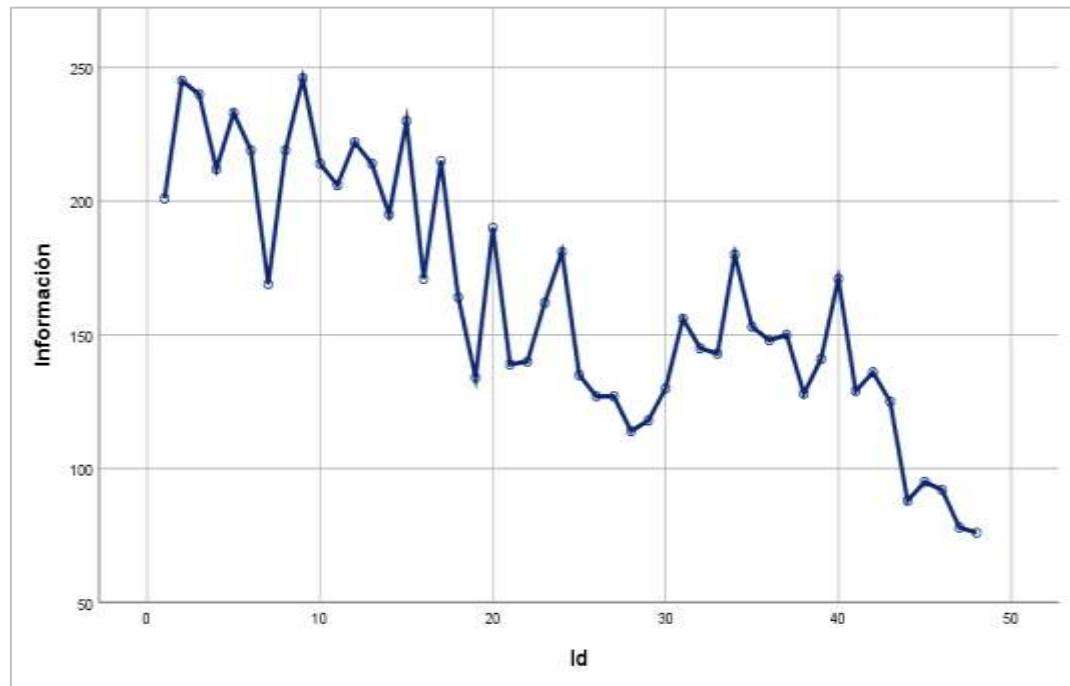
Según se observa en la Figura 6, la variable atención de reclamos ha mostrado una mayor cantidad durante el año 2019 (70998 reclamos), seguido del año 2018 (59500 reclamos), año 2017 (61298 reclamos) y por último el año 2016 (56103 reclamos). Las personas atendidas en Indecopi señalaron a la idoneidad como principal motivo de su reclamo, es decir, los productos contratados por los bancos no eran idóneos, causándoles perjuicios económicos. El segundo motivo con mayor cantidad de reclamos atendidos fueron los consumos fraudulentos, originados por fallas en la seguridad de las tarjetas de crédito o débito debido a una falla del cliente o del banco. Por último, la falta de información es otro de los aspectos clave en los productos financieros, ya que muchas veces, especialmente cuando hay bastantes clientes por atender, el personal del banco no dedica unos minutos a explicar detalladamente todas las condiciones y penalidades del producto otorgado.

Figura 7
Cantidad de reclamos por motivos de idoneidad



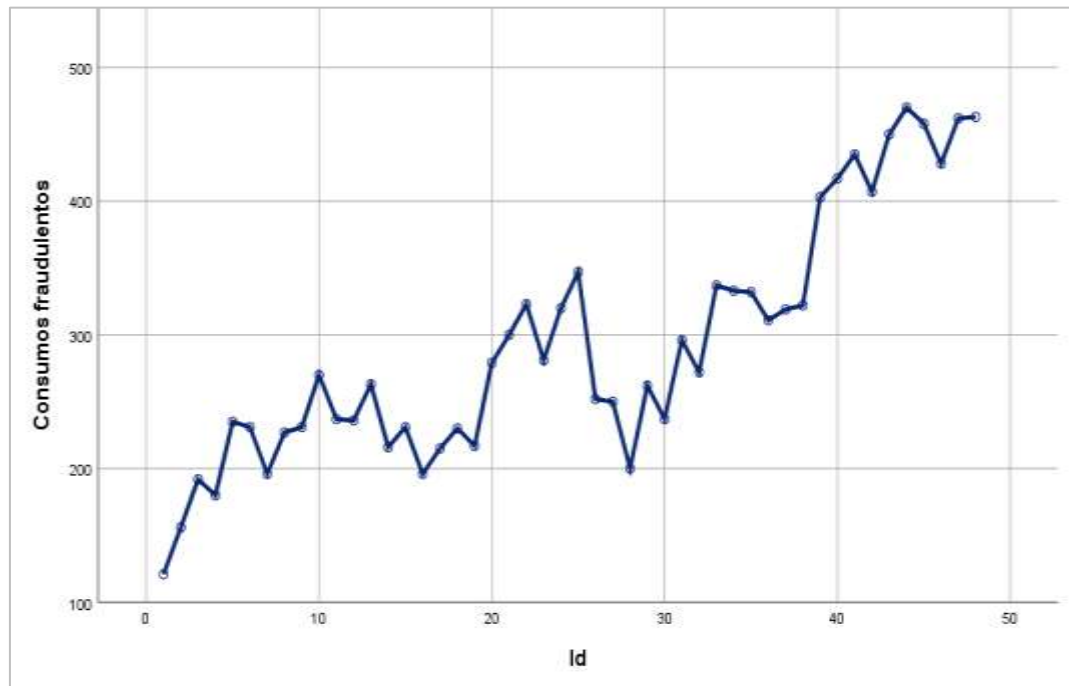
Según se observa en la Figura 7, la cantidad de reclamos por motivos de idoneidad de los productos financieros se viene incrementando sostenidamente durante todo el periodo de estudio presentando picos en los meses de fin de año. Este tipo de reclamos se debe a que los productos adquiridos no fueron como los clientes esperaron, es decir, tienen una serie de condiciones que terminaron generando perjuicios al cliente. Muchas veces, cuando los clientes utilizan sus tarjetas de débito o crédito y alguien retira efectivo de sus cuentas sin autorización, los clientes le reclaman al banco para que les devuelvan el dinero sustraído, sin embargo, el banco asume que el cliente es el único responsable toda vez que solo él sabe la clave de su tarjeta.

Figura 8
Cantidad de reclamos por motivos de falta de información



Según se observa en la Figura 8, la cantidad de reclamos por motivos de falta de información o información insuficiente ha ido disminuyendo a lo largo del periodo de estudio, y esto se puede explicar por la función reguladora y fiscalizadora que viene realizando la Superintendencia de Banca y Seguros, así como por la experiencia y cultura que van ganando las personas que hacen uso del sistema financiero. Antes las quejas eran por las comisiones, por los seguros no informados y por las penalidades en las cuotas de las tarjetas de crédito y/o préstamos. La cultura financiera en el Perú aún no es lo suficientemente madura, y esto por los niveles de bancarización que son menores al 50% a nivel nacional. No obstante, gracias a las campañas de la SBS orientadas a educarse financieramente, las personas ahora saben un poco más de los productos financieras y cómo utilizarlos responsablemente.

Figura 9
Cantidad de reclamos por consumos fraudulentos



Según se observa en la Figura 9, la cantidad de reclamos por consumos fraudulentos viene creciendo desde el 2016 al 2019, lo cual se explica por los múltiples casos de compras por internet no autorizadas, es decir, realizadas por un tercero que logró obtener la clave y número de tarjeta del titular de una cuenta de ahorros o tarjeta de crédito. Las plataformas preferidas son el correo electrónico y las redes sociales, ya que son los más usados para los delincuentes cibernéticos que se dedican a realizar phishing. La técnica consiste en diseñar páginas web similares a las de los bancos, para que el titular de una tarjeta de débito o de crédito ingrese su clave y demás datos personales para realizar compras por internet sin que el titular pueda evitarlo, ya que muchos de estos ataques se realizan desde el extranjero.

4.4 PRUEBA ESTADÍSTICA

Mediante el paquete estadístico de SPSS se realizó una prueba de normalidad para corroborar si la muestra presenta normalidad o no, en este caso los datos arrojaron que no existe normalidad y mediante esta se trabajara mediante una prueba no paramétrica que sería Spearman el cual se utilizaría la siguiente fórmula.

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum D^2}{n(n^2 - 1)}$$

Su interpretación va estar basado con los niveles que propone Derec (1984) que menciona que la variable presenta relación cuando tienen un rango entre .40 a .60 y es significativo cuando supera al .40 por adelante, asimismo de explicar que si el resultado es positivo lleva una correlación directa es decir cuando una variable sube la otra también y en caso fuera el resultado negativo sería una relación inversa cuando uno sube la otra baja.

4.5 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS (DISCUSIÓN)

A continuación, se comprobarán las hipótesis sobre la relación entre la variable volumen de operaciones y canales no tradicionales; es decir, la hipótesis nula significa que las variables no presentan correlación y la hipótesis alternativa indica que las variables si presentan correlación.

Hipótesis Específica N° 1:

H_0 : Las Arbitrariedades en Tarjetas de Crédito no se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

H_1 : Las Arbitrariedades en Tarjetas de Crédito se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

Primero se verifica el supuesto de normalidad, obteniéndose lo siguiente:

Tabla 3

Prueba de normalidad de tarjetas de crédito y atención de reclamos

	Tarjetas de crédito	Atención de reclamos
N	48	48
Shapiro-Wilk W	0.948	0.944
Shapiro-Wilk p	0.035	0.022

Según se observa en la Tabla 3, el indicador arbitrariedades en tarjetas de crédito y la variable atención de reclamos no se distribuyen normalmente puesto que su p – valor es menor a 5%. El criterio del p – valor indica que si es

mayor que 0.05 se dice que las variables presentan normalidad. En ese sentido, incumpléndose parcialmente el supuesto estadístico de la normalidad, se aplicó la prueba no paramétrica del coeficiente de correlación rho de Spearman.

Tabla 4
Correlación entre tarjetas de crédito y atención de reclamos

		Tarjetas de crédito	Atención de reclamos
Tarjetas de crédito	Spearman's rho	—	0.517 *
	p-value	—	0.000
	N	—	48
Atención de reclamos	Spearman's rho	0.517 *	—
	p-value	0.000	—
	N	48	—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Según se observa en la Tabla 4, el indicador arbitrariedades en tarjetas de crédito se relacionan significativamente (p – valor < 0.05) con la variable atención de reclamos puesto que el p – valor es 0.002. Asimismo, se puede decir que la relación es moderada ($0.40 < \rho < 0.60$).

Por lo antes indicado, y en función de los resultados de las Tablas 3 y 4, se puede afirmar a un nivel de confianza del 95% que, las Arbitrariedades en Tarjetas de Crédito se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

Por lo tanto, en función de los objetivos e hipótesis planteada queda verificada y aceptada la Hipótesis Específica 1.

Hipótesis Específica 2:

H_0 : Las Arbitrariedades en Créditos de Consumo no se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

H_1 : Las Arbitrariedades en Créditos de Consumo se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

Primero se verifica el supuesto de normalidad, obteniéndose lo siguiente:

Tabla 5
Prueba de normalidad de créditos de consumo y atención de reclamos

	Créditos de consumo	Atención de reclamos
N	48	48
Shapiro-Wilk W	0.982	0.944
Shapiro-Wilk p	0.646	0.022

Según se observa en la Tabla 5, el indicador arbitrariedades en créditos de consumo se distribuye normalmente mientras que la variable atención de reclamos no se distribuyen normalmente, todo ello basado en el criterio del p – valor, es decir, si p – valor es mayor que 0.05 se dice que las variables presentan normalidad. En ese sentido, no habiéndose cumplido el supuesto estadístico de

la normalidad, se utilizó la prueba no paramétrica de la correlación, es decir, el rho de Spearman.

Tabla 6
Correlación entre créditos de consumo y atención de reclamos

		Créditos de consumo	Atención de reclamos
Créditos de consumo	Spearman's rho	—	0.497
	p-value	—	0.000
	N	—	48
Atención de reclamos	Spearman's rho	0.497	—
	p-value	0.000	—
	N	48	—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Según se observa en la Tabla 6, el indicador arbitrariedades en tarjetas de crédito y la variable atención de reclamos se relacionan significativamente (p – valor < 0.05) puesto que el resultado del p – valor es 0.000.

Por lo antes indicado, y en función de los resultados de las Tablas 5 y 6, se puede afirmar a un nivel de confianza del 95% que, las Arbitrariedades en Créditos de Consumo se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

Por lo tanto, en función de los objetivos e hipótesis planteada se puede verificar y aceptar la Hipótesis Específica 2.

Hipótesis Específica 3:

H_0 : Las Arbitrariedades en las Cuentas de Ahorros no se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

H_1 : Las Arbitrariedades en las Cuentas de Ahorros se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

Primero se verifica el supuesto de normalidad, obteniéndose lo siguiente:

Tabla 7

Prueba de normalidad de cuentas de ahorros y atención de reclamos

	Cuentas de ahorros	Atención de reclamos
N	48	48
Shapiro-Wilk W	0.904	0.944
Shapiro-Wilk p	0.001	.022

Según se observa en la Tabla 7, el indicador arbitrariedades en cuentas de ahorros y la variable atención de reclamos no distribuyen normalmente, todo ello basado en el criterio del p – valor, es decir, si p – valor es mayor que 0.05 se dice que las variables presentan normalidad, sin embargo, el indicador arbitrariedades en cuentas de ahorros presenta un p – valor de 0.001, lo cual indica que no se distribuye normalmente. En ese sentido, no habiéndose cumplido el supuesto estadístico de la normalidad, se tuvo que utilizar la prueba no paramétrica de la correlación, es decir, el Rho de Spearman.

Tabla 8
Correlación entre volumen de operaciones y uso del cajero automático

		Cuentas de ahorros	Atención de reclamos
Cuentas de ahorros	Spearman's rho	—	0.597 *
	p-value	—	.000
	N	—	48
Atención de reclamos	Spearman's rho	0.597 *	—
	p-value	.000	—
	N	48	—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Según se observa en la Tabla 8, el indicador arbitrariedades en cuentas de ahorros se relacionan significativamente (p – valor < 0.05) con la variable atención de reclamos puesto que el p – valor es 0.000.

Por lo antes indicado, y en función de los resultados de las Tablas 7 y 8, se puede afirmar a un nivel de confianza del 95% que, las Arbitrariedades en las Cuentas de Ahorros se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

Por lo tanto, en función de los objetivos e hipótesis planteada queda verificada y aceptada la Hipótesis Específica 3.

Hipótesis General:

H_0 : Las Arbitrariedades en los Servicios Financieros no se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

H_1 : Las Arbitrariedades en los Servicios Financieros se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

Primero se verifica el supuesto de normalidad, obteniéndose lo siguiente:

Tabla 9
Normalidad de arbitrariedades en servicios financieros y atención de reclamos

	Arbitrariedades servicios financieros	Atención de reclamos
N	48	48
Shapiro-Wilk W	0.960	0.944
Shapiro-Wilk p	0.101	0.022

Según se observa en la Tabla 9, la variable arbitrariedades en servicios financieros se distribuye normalmente (p -valor > 0.05) mientras que la variable atención de reclamos no se distribuye normalmente (p -valor < 0.05), todo ello basado en el criterio del p – valor, es decir, si p – valor es mayor que 0.05 se dice que las variables presentan normalidad. En ese sentido, incumpléndose el supuesto estadístico de la normalidad, se aplicó la prueba no paramétrica del coeficiente de correlación rho de Spearman.

Tabla 10
Correlación de arbitrariedad en los servicios financieros y atención de reclamos

		Arbitrariedades servicios financieros	Atención de reclamos
Arbitrariedades servicios financieros	Spearman's rho	—	0.778 **
	p-value	—	0.000
	N	—	48
Atención de reclamos	Spearman's rho	0.778 **	—
	p-value	0.000	—
	N	48	—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Según se observa en la Tabla 10, la variable arbitrariedades en los servicios financieros se relacionan significativamente (p – valor < 0.05) con la variable atención de reclamos puesto que el resultado del p – valor es 0.000. Asimismo, se puede decir que la relación es alta ($0.60 < R < 0.80$).

Por lo antes indicado, y en función de los resultados de las Tablas 9 y 10, se puede afirmar a un nivel de confianza del 95% que, las Arbitrariedades en los Servicios Financieros se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.

Por lo tanto, en función de los objetivos e hipótesis planteada queda verificada y aceptada la Hipótesis General.

4.6 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Según los resultados encontrados, se pudo comprobar la hipótesis general concluyendo que las Arbitrariedades en los Servicios Financieros se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019. Lo cual significa que las instituciones financieras (bancos, cajas municipales, financieras, etc) vienen cometiendo abusos en contra de sus clientes. La competencia comercial en el sector financiero ha generado que más clientes presenten reclamos en Indecopi, los cuales algunas veces son improcedentes porque los contratos bancarios protegen a las entidades financieras, el problema es que los trabajadores de dichas entidades no informan y orientan adecuadamente a las personas.

Variable Arbitrariedades en los servicios financieros

Dávila y Flores (2008) en su investigación titulada: “Calidad de servicio percibida por clientes de entidades bancarias de Castilla y León y su repercusión en la satisfacción y la lealtad a la misma”, resalta la importancia de brindar una excelente calidad de servicio, orientando adecuadamente a los clientes sobre los productos financieros adquiridos, toda vez que eso repercutirá en una menor cantidad de reclamos o quejas ante los entes reguladores.

Castro y Contreras (2015) en su investigación: "Calidad del servicio al cliente en el sector bancario de la ciudad de Guayaquil período 2010-2014", resalta que las entidades financieras de Guayaquil deben mejorar la atención brindada a los clientes para generar confianza. Asimismo, las entidades

bancarias deben mejorar sus canales de atención de reclamos acortando los plazos y brindando soluciones justas.

Gonzales (2018) en su tesis cuyo título es: “Ventas de Seguros por asesores de servicio y tipología de reclamos de clientes en productos ofertados en las agencias del BBVA continental. Trujillo 2018”, se centra en la venta de seguros que son uno de los productos que más reclamos genera en las agencias del BBVA Continental, muchas veces por el incumplimiento de los beneficios sujetos a restricción que figuran en las cartillas de los seguros, tal es el caso de los seguros oncológicos, de vida, de autos, etc.

Variable reclamos atendidos

En la tesis de maestría de Valdivieso (2017), cuyo título es: "Gestión de reclamos y atención al cliente en el área de soluciones al cliente en Crediscotia Financiera S.A. de San Isidro, Lima 2017", coincide en que el área de reclamos de las entidades financieras es improductiva toda vez que no resuelven los reclamos adecuadamente, es más, la mayor parte de reclamos los declaran improcedentes abusando de su condición para resolver reclamos.

En la tesis de Abad (2015), cuyo título es: "Diagnostico de la calidad de servicio en la atención a las quejas y reclamos de clientes con tarjetas de crédito en el BBVA Continental de Sullana", se resaltan los problemas del área de reclamos de la agencia del Banco Continental en Sullana, la cual presenta tiempos muy largos para dar respuesta a los reclamos presentados por los clientes, los cuales a veces toman más de 60 días y al final terminar declarando improcedentes todos los reclamos, siendo una pérdida de tiempo y dinero para los clientes, quienes ante falta de solución recurren a otras entidades como Indecopi o la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

PRIMERA:

Se determinó estadísticamente a un nivel de confianza del 95% que las Arbitrariedades en Tarjetas de Crédito se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019. Se aplicó la prueba rho de Spearman, obteniéndose una fuerza de correlación de 0.517 (correlación moderada), siendo significativa por cuanto el p – valor es menor a 0.05.

Las arbitrariedades en tarjetas de crédito se deben principalmente a abusos en las tasas de interés, cobros de membresía y falta de información sobre las modalidades de pago como cuotas o revolvente.

SEGUNDA:

Se determinó estadísticamente a un nivel de confianza del 95% que las Arbitrariedades en Créditos de Consumo se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019. Se aplicó la prueba rho de Spearman, obteniéndose una fuerza de correlación de 0.497 (correlación moderada), siendo significativa por cuanto el p – valor es menor a 0.05.

Los créditos de consumo presentan reclamos respecto a las penalidades y cobros de comisiones por pagos fuera de fecha. Asimismo, los reclamos también tienen que ver con los seguros innecesarios que el personal de plataforma les vende sin consultar.

TERCERA:

Se determinó estadísticamente a un nivel de confianza del 95% que las Arbitrariedades en las Cuentas de Ahorros se relacionan directamente con la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019. Se aplicó la prueba rho de Spearman, obteniéndose una fuerza de correlación de 0.597 (correlación moderada), siendo significativa por cuanto el p – valor es menor a 0.05.

Los usuarios de cuentas de ahorros reclamaron respecto al retiro no autorizado de fondos de sus cuentas, los cuales se hacen desde internet a través del robo de información o por fallas de la seguridad de las entidades bancarias.

CUARTA:

Se determinó estadísticamente a un nivel de confianza del 95% que las Arbitrariedades en los Servicios Financieros se relaciona directamente con la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019. Se aplicó la prueba rho de Spearman, obteniéndose una fuerza de correlación de 0.778 (correlación alta), siendo significativa por cuanto el p – valor es menor a 0.05.

5.2 RECOMENDACIONES

PRIMERA

Se recomienda a Indecopi fomentar una campaña virtual sobre los derechos en materia de protección al consumidor de productos financieros, específicamente sobre cómo y en qué casos pueden presentar un reclamo los clientes afectados por el uso de tarjetas de crédito. Hoy en día el mayor producto financiero con reclamos son las tarjetas de crédito, por diversos motivos como: cobro de comisiones, desgravamen, membresía, pago mínimo, sistemas revolventes, entre otros.

SEGUNDA:

Se recomienda al área de reclamos del Indecopi tener acceso a copias de los reclamos presentados en los buzones de las entidades financieras respecto a los créditos de consumo, ya que muchas veces los clientes que solicitan un crédito desconocen los procedimientos para hacer valer sus derechos. Los créditos de consumo muchas veces son vendidos paralelamente con seguros que no son obligatorios como, por ejemplo: seguro de cuota protegida, seguro por despido, seguro de vida, seguro oncológico, entre otros. Estos seguros son vendidos sin el consentimiento del cliente, simplemente el personal de las entidades financieras lo hacen para cumplir con sus metas mensuales, perjudicando a los clientes que no saben o no conocen cómo revisar su tabla de amortización del préstamo.

TERCERA:

Se recomienda al Indecopi que trabaje juntamente con la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP para fortalecer el trabajo de protección al consumidor de productos y servicios financieros, que por desconocimiento en el manejo de cuentas de ahorros y tarjetas de débito son víctimas del robo de claves a través de internet o los cajeros automáticos, perdiendo todos sus ahorros y perjudicando la economía de sus familias.

CUARTA:

Se recomienda a Indecopi instalar módulos itinerantes dentro de las instituciones bancarias para recoger los reclamos de primera mano, es decir, acercarse al cliente de productos financieros de tal manera que pueda hacer valer sus derechos cuando se ve perjudicado por el inadecuado trato y atención cuando tiene problemas con las tarjetas de crédito, créditos de consumo o cuentas de ahorros.

Especialmente, orientar los esfuerzos hacia las personas de la tercera edad quienes muchas veces son víctimas de engaños, malos tratos, inadecuada información de los productos o servicios contratados, entre otros. Las entidades financieras no asumen la responsabilidad y resuelven los reclamos como no procedentes, dejando en la incertidumbre a los clientes que no saben o desconocen los mecanismos para defender sus derechos como se establecen en el Código de Protección y Defensa del consumidor y el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, R. (2015). *Diagnostico de la calidad de servicio en la atención a las quejas y reclamos de clientes con tarjetas de crédito en el BBVA Continental de Sullana*. (Tesis de Grado). Universidad Nacional de Piura.
<http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/458376>.
- Aching, C. (2006). *Matemáticas Financieras para la toma de decisiones empresariales*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
<https://books.google.com.pe/books?id=MwFPWoEn0K0C&lpg=PT196&dq=productos%20activos%20y%20pasivos&pg=PT196#v=onepage&q=productos%20activos%20y%20pasivos&f=false>
- Asmundson, I. (2011). ¿Qué son los servicios financieros? *Revista Finanzas & Desarrollo*, 1 (1) 46-47.
<https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2011/03/pdf/basics.pdf>
- Bermúdez, M. (2017). *La Calidad de Servicio y Gestión de Reclamos en Instituciones Financieras del distrito de Tarapoto, 2015-2016*. (Tesis de Maestría). Universidad César Vallejo, Tarapoto.
<http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/569101>.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. México: Pearson Education.
- Castro, Y., & Contreras, I. (2015). *Calidad del servicio al cliente en el sector bancario de la ciudad de Guayaquil período 2010-2014*. (Tesis de Grado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
<http://192.188.52.94:8080/handle/3317/3501>.

- Céliz, A. (2017). *Nivel de eficacia del reclamo como mecanismo alternativo de solución de conflictos en relación a los casos del rubro de servicios bancarios y financieros en la oficina regional de INDECOPI en San Martín, período 2015*. (Tesis de Grado). Universidad César Vallejo, Tarapoto.
<http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/570597>.
- Dávila, J., & Flores, M. (2008). Calidad del servicio percibida por clientes de entidades bancarias de Castilla y León y su repercusión en la satisfacción y la lealtad a la misma. *Revista Pecunia*, 1 (1). 105-128.
<https://buleria.unileon.es/handle/10612/1594>
- Derec, R. (1984). *Introducción a la estadística : un enfoque no matemático*. Bogota: Norma.
<https://biblioteca.usco.edu.co/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=13453>
- Escobar, H., & Cuartas, V. (2006). *Diccionario Económico Financiero*. Medellín: Editorial Sello.
<https://books.google.com.pe/books?id=O2U5GgwjKsC&lpg=PP1&dq=diccionario%20financiero&pg=PP1#v=onepage&q=diccionario%20financiero&f=false>
- Ferro, J. (2010). *Conductas Punitivas con Tarjetas de Crédito, Contratación Administrativa Y Propiedad Intelectual e Inmobiliaria*. Madrid: Editorial Liber Factory.
<https://books.google.com.pe/books?id=t9FembjN4QMC&lpg=PA20&dq=tarjeta%20de%20credito&pg=PA6#v=onepage&q=tarjeta%20de%20credito&f=false>
- García, I. (2015). *Gestión administrativa para el asesoramiento de productos y servicios financieros de pasivo*. Madrid: Ediciones Paraninfo.

<https://books.google.com.pe/books?id=FRKyBgAAQBAJ&lpg=PA17&dq=productos%20financieros%20activos%20y%20pasivos&pg=PR4#v=onepage&q=productos%20financieros%20activos%20y%20pasivos&f=false>

Gonzales, C. (2008). *El papel del Estado en la promoción de servicios financieros rurales*.

https://kb.osu.edu/bitstream/handle/1811/66765/1/CFAES_ESO_2529.pdf

Gonzales, C. (2018). *Ventas de Seguros por asesores de servicio y tipología de reclamos de clientes en productos ofertados en las agencias del BBVA continental. Trujillo 2018*. (Tesis de Grado). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo. <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/554281>.

González, R. (2015). Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala Servqual. *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 25(1), 113-135.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5136105>

Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.

Igual, D. (2016). *Fintech, lo que la tecnología hace por las finanzas*. Barcelona:

Profit Editorial. Obtenido de

https://books.google.com.pe/books?id=_NeADQAAQBAJ&lpg=PT6&dq=fintech&hl=es&pg=PT2#v=onepage&q=fintech&f=false

Indecopi. (13 de Noviembre de 2019). *Mapa de Consumo*.

<https://www.indecopi.gob.pe/documents/1902049/3749566/Gu%C3%ADa+Digital+Mapa+de+Consumo.pdf/fe69154e-e465-c368-a1fc-2bda26c05e18>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (13 de Julio de 2019).

<https://www.indecopi.gob.pe/quienes-somos>

Matamoros, R. (2017). *Nivel de satisfacción de clientes de la banca privada de Guayaquil, respecto a los canales de atención de reclamos*. (Tesis de Grado). Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador.

<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/14885>.

Pavón, M. (2012). *Diccionario Económico y Financiero*. Madrid: Ediciones Paraninfo.

<https://books.google.com.pe/books?id=q8uTusGjyfoC&lpg=PA121&dq=diccionario%20financiero&pg=PA4#v=onepage&q=diccionario%20financiero&f=false>

Quispe, D., & Mamani, C. (2016). *El sistema de gestión de los reclamos en la empresa compartamos financiera y modelo de actuación resolutive de reclamaciones, Arequipa 2016*. (Tesis de Grado). Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa.

<http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/240781>.

Raccanello, K., & Herrera, E. (2014). Educación e Inclusión Financiera. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 119-141.

<https://www.redalyc.org/pdf/270/27031268005.pdf>

Santandreu, E. (2002). *Diccionario de Términos Financieros*. Barcelona: Ediciones Granica.

<https://books.google.com.pe/books?id=rX8cVglvAgcC&lpg=PA133&dq=diccionario%20financiero&pg=PA6#v=onepage&q=diccionario%20financiero&f=false>

Sanz, C. (2002). *Diccionario Económico, Contable, Comercial y Financiero*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

<https://books.google.com.pe/books?id=ltxEMF-XJQkC&lpg=PP1&dq=diccionario%20financiero&pg=PA4#v=onepage&q=diccionario%20financiero&f=false>

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2019). *Sistema Financiero Peruano*.

<https://intranet2.sbs.gob.pe/estadistica/financiera/2019/Octubre/SF-0003-oc2019.PDF>

Supo, J. (2016). *Seminarios de Investigación Científica*. Universidad Nacional de Colombia <http://168.176.60.11/cursos/ciencias/1000012/un3/pdf/seminv-sinopsis.pdf>

Valdivieso, A. (2017). *Gestión de reclamos y atención al cliente en el área de soluciones al cliente en Crediscotia Financiera SA de San Isidro, Lima 2017*. (Tesis de Grado). Universidad Cesar Vallejo, Lima. Obtenido de: <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/553392>.

Villalba, P. (2014). *El riesgo operacional y su incidencia en la calidad de los productos y servicios financieros del Banco de Machala Sucursal Ambato*. (Tesis de Maestría). Universidad Técnica de Ambato - Ecuador. <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/8006>.

ANEXO A: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO DE LA TESIS:

LAS ARBITRARIEDADES EN LOS SERVICIOS FINANCIEROS Y SU RELACIÓN CON LA ATENCIÓN DE RECLAMOS REALIZADOS EN LAS OFICINAS DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR DEL INDECOPI A NIVEL NACIONAL, 2016 - 2019.

Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Metodología
¿Qué relación existe entre las Arbitrariedades en los Servicios Financieros y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019?	Determinar la relación entre las Arbitrariedades en los Servicios Financieros y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.	Las Arbitrariedades en los Servicios Financieros se relaciona directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.	<p>Independiente: Arbitrariedades en los Servicios Financieros</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arbitrariedades en Tarjetas de Crédito - Arbitrariedades en Créditos de Consumo - Arbitrariedades en Cuentas de Ahorros <p>Dependiente Atención de Reclamos</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Idoneidad - Información - Consumos Fraudulentos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Tipo de investigación</u> Pura o Básica 2. <u>Diseño de investigación</u> No experimental Retrospectivo 3. <u>Nivel de investigación</u> Correlacional. 4. <u>Población</u> Los usuarios atendidos en las oficinas de defensa del consumidor del Indecopi a nivel nacional. 5. <u>Muestra</u> Se tomará en cuenta toda la población en vista que se cuentan con los datos. 6. <u>Técnica</u> Análisis Documental
Problemas Secundarios	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		
¿Qué relación existe entre las Arbitrariedades en Tarjetas de Crédito y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 – 2019?	Determinar la relación entre las Arbitrariedades en Tarjetas de Crédito y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.	Las Arbitrariedades en Tarjetas de Crédito se relaciona directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.		
¿Qué relación existe entre las Arbitrariedades en Créditos de Consumo y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019?	Determinar la relación entre las Arbitrariedades en Créditos de Consumo y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.	Las Arbitrariedades en Créditos de Consumo se relaciona directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.		

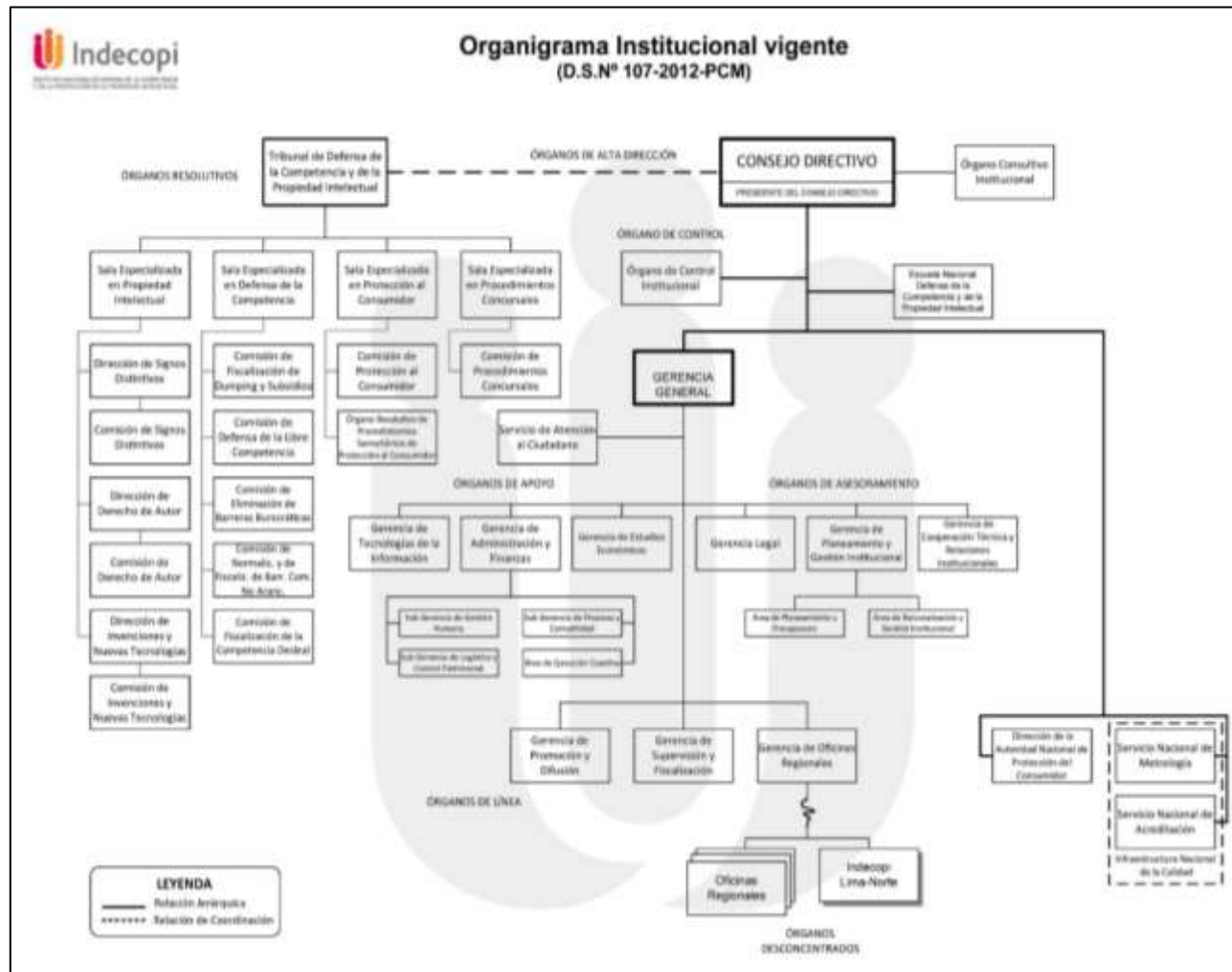
<p>¿Qué relación existe entre las Arbitrariedades en las Cuentas de Ahorros y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019?</p>	<p>Determinar la relación entre las Arbitrariedades en las Cuentas de Ahorros y la Atención de Reclamos realizados en las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.</p>	<p>Las Arbitrariedades en las Cuentas de Ahorros se relaciona directamente con la Atención de Reclamos realizados las Oficinas de Defensa del Consumidor del Indecopi a nivel nacional, 2016 - 2019.</p>		<p>7. <u>Instrumentos</u> Ficha de registro</p>
--	--	--	--	--

ANEXO B: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente	Indicadores	Conceptos	Valoración	Escala
Arbitrariedades en los Servicios Financieros	<u>Arbitrariedades en Cuentas de Ahorros</u>	Son los abusos cometidos en contra de los clientes de las entidades financieras que abrieron cuentas de ahorros.	Cantidad de abusos reportados por los usuarios de cuentas de ahorros en las oficinas de atención del Indecopi.	Ratio
	<u>Arbitrariedades en Créditos de Consumo</u>	Son los abusos cometidos en contra de los clientes de las entidades financieras que solicitaron créditos de consumo.	Cantidad de abusos reportados por los usuarios de tarjetas de créditos de consumo en las oficinas de atención del Indecopi.	
	<u>Arbitrariedades en Tarjetas de Crédito</u>	Son los abusos cometidos en contra de los clientes de las entidades financieras que utilizan tarjetas de crédito.	Cantidad de abusos reportados por los usuarios de tarjetas de crédito en las oficinas de atención del Indecopi.	
Variable Dependiente	Indicadores	Conceptos	Valoración	
Atención de Reclamos	<u>Consumos Fraudulentos</u>	Son aquellos cargos por operaciones no realizadas por los clientes.	Cantidad de reclamos presentados por motivos de consumos fraudulentos en los servicios financieros.	
	<u>Idoneidad</u>	Grado de relación entre lo que se espera y lo que se obtiene en los servicios financieros.	Cantidad de reclamos presentados por motivos de idoneidad de los servicios financieros.	Ratio

	<u>Información</u>	Se refiere a la orientación que brindan el personal de las entidades financieras sobre sus servicios.	Cantidad de reclamos presentados por motivos de información de los servicios financieros.	
--	---------------------------	---	---	--

ANEXO C: ORGANIGRAMA DEL INDECOPI



ANEXO D: PLAN DE MEJORA**PROPUESTA DE PLAN
DE MEJORA**

PLAN DE MEJORA

1. Introducción

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), es un organismo público especializado adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros. Inició sus actividades en noviembre de 1992, mediante Decreto Ley N°25868.

Tiene como funciones la promoción del mercado y la protección de los derechos de los consumidores. Asimismo, fomenta en la economía peruana una cultura de leal y libre competencia, resguardando todas las formas de propiedad intelectual: desde los signos distintivos y derechos de autor, hasta las patentes y biotecnología.

Como resultado de su labor en la promoción de las normas de leal y libre competencia entre los agentes de la economía peruana, el Indecopi es concebido como una entidad de servicios que impulsa el desarrollo de una cultura de calidad, para lograr la plena satisfacción de la ciudadanía, los empresarios y el Estado.

2. Misión

Defender, promover y fortalecer la competencia en los mercados, la creatividad e innovación y el equilibrio en las relaciones de consumo, en favor del bienestar de la ciudadanía, de forma transparente, sólida, predecible y en armonía con la libertad empresarial.

3. Visión

Garantizar el bienestar de la ciudadanía en el mercado, ejerciendo el rol de la autoridad de manera confiable, sólida y transparente.

4. Autoridad Nacional de Protección al Consumidor

La Autoridad Nacional coordina y dirige el funcionamiento del Sistema, y preside el Consejo Nacional de Protección del Consumidor que está conformado por miembros del Estado, los consumidores y el empresariado, y tiene como objetivo brindarte una mayor y eficaz protección de tus derechos.

Nos interesa que conozcas cómo debes ejercer tus derechos y deberes como consumidor o usuario. Además de velar por tu seguridad al momento de comprar productos o contratar servicios en establecimientos comerciales o plataformas para la venta en línea en todo el país.

5. Código de consumo

El Código de Protección y Defensa del Consumidor (Ley N° 29571) implica un cambio de visión, en beneficio de una mayor protección de tus derechos, a través de una actuación preventiva y proactiva, y coordinada con diversas instituciones del Estado, ciudadanos y empresariado; bajo la rectoría de la Autoridad Nacional.

Este Código es una norma integradora de lectura obligatoria, porque es un punto de partida para el conocimiento de tus derechos y cómo ejercerlos; además de informarte sobre un conjunto de disposiciones referidas a tu protección y tu relación con los proveedores en todo el país.

6. Libro de reclamaciones

El Libro de Reclamaciones es una herramienta útil para la protección de tus derechos, que debe estar disponible en todos los establecimientos comerciales o plataformas de ventas por internet que cuenten con una sucursal en el país.

Este libro te permite presentar tus quejas o reclamos por inconvenientes que surjan frente a la compra de un producto o adquisición de un servicio. El proveedor tiene la obligación de ponerlo a tu disposición cuando lo solicites, en formato físico o virtual.

7. Fundamentación

La materia de protección al consumidor de los servicios financieros prestados por las empresas supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones se rige por las disposiciones del presente Código, así como por las normas especiales establecidas en la Ley núm. 28587, Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros, y las normas reglamentarias emitidas para garantizar su cumplimiento.

La regulación y supervisión del sistema financiero, así como los productos y servicios se rige en virtud del principio de especialidad normativa por la Ley núm. 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros.

Los proveedores de servicios financieros están obligados a difundir y otorgar a los consumidores o usuarios, en todos los medios empleados que tengan por finalidad ofrecer productos o servicios, incluyendo el presencial, información clara y destacada de la tasa de costo efectivo anual (TCEA) y la tasa de rendimiento efectivo anual (TREA), aplicable a las operaciones activas o pasivas, respectivamente. En caso de que el consumidor o usuario solicite o se le otorgue información de forma oral, debe indicarse las mencionadas tasas.

La TCEA es aquella tasa que permite igualar el valor actual de todas las cuotas y demás pagos que serán efectuados por el cliente con el monto que efectivamente ha recibido del préstamo y la TREA es aquella tasa que permite igualar el monto que se ha depositado con el valor actual del monto que efectivamente se recibe al vencimiento.

La TCEA y la TREA deben comprender tanto la tasa de interés como todos los costos directos e indirectos que, bajo cualquier denominación, influyan en su determinación, de conformidad con lo dispuesto por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones mediante norma de carácter general.

La TCEA, en el caso de operaciones bajo el sistema de cuotas, corresponde al costo del crédito; y, en el caso de créditos otorgados bajo el sistema revolvente, atendiendo a sus características, a un patrón estandarizado de comparación de costos del producto.

La TREA, en el caso de depósitos a plazo fijo, corresponde al rendimiento del depósito realizado; y, en el caso de depósitos distintos al previamente indicado, a un patrón estandarizado de comparación de rendimiento del producto.

La Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones regula la información que las instituciones financieras deben proporcionar al consumidor o usuario en cualquier operación que conlleve el cobro de intereses, comisiones y gastos y la forma en que dicha información debe ser presentada a lo largo de toda la relación contractual."

8. Propuestas de mejora

En la publicidad de productos o servicios financieros de crédito que anuncien tasas de interés activa, monto o cuota, el proveedor debe consignar de manera clara y destacada la tasa de costo efectivo anual (TCEA) y presentada conforme a los parámetros que para tal efecto establezca la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones. Las empresas del sistema financiero no pueden denominar a un producto o servicio financiero pasivo como "libre" o "sin costo", o presentar algún otro término que implique gratuidad si bajo algún supuesto es posible que se trasladen conceptos a los consumidores como cargos por mantenimiento, actividad u otros".

Indecopi fomentar una campaña virtual sobre los derechos en materia de protección al consumidor de productos financieros, específicamente sobre cómo y en qué casos pueden presentar un reclamo los clientes afectados por el uso de tarjetas de crédito. Hoy en día el mayor producto financiero con reclamos son las tarjetas de crédito, por diversos motivos como: cobro de comisiones, desgravamen, membresía, pago mínimo, sistemas revolventes, entre otros.

Se recomienda al área de reclamos del Indecopi tener acceso a copias de los reclamos presentados en los buzones de las entidades financieras respecto a los créditos de consumo, ya que muchas veces los clientes que solicitan un crédito desconocen los procedimientos para hacer valer sus derechos. Los créditos de consumo muchas veces

son vendidos paralelamente con seguros que no son obligatorios como, por ejemplo: seguro de cuota protegida, seguro por despido, seguro de vida, seguro oncológico, entre otros. Estos seguros son vendidos sin el consentimiento del cliente, simplemente el personal de las entidades financieras lo hacen para cumplir con sus metas mensuales, perjudicando a los clientes que no saben o no conocen cómo revisar su tabla de amortización del préstamo.

Indecopi debe trabajar juntamente con la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP para fortalecer el trabajo de protección al consumidor de productos y servicios financieros, que por desconocimiento en el manejo de cuentas de ahorros y tarjetas de débito son víctimas del robo de claves a través de internet o los cajeros automáticos, perdiendo todos sus ahorros y perjudicando la economía de sus familias.

Se recomienda a Indecopi instalar módulos itinerantes dentro de las instituciones bancarias para recoger los reclamos de primera mano, es decir, acercarse al cliente de productos financieros de tal manera que pueda hacer valer sus derechos cuando se ve perjudicado por el inadecuado trato y atención cuando tiene problemas con las tarjetas de crédito, créditos de consumo o cuentas de ahorros.