



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

**La información en la contratación de servicios y productos
financieros en personas iletradas y quechuhablantes, como
presupuesto para su inclusión financiera, 2019**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Abogada**

AUTORA:

Mostacero Silva, Jeanina Nicol (ORCID: 0000-0001-6038-0621)

ASESOR:

Mg. Carranza Álvarez, Cesar Alberto (ORCID: 0000-0002-1676-1045)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Estudio Sobre los Actos del Estado y su Regulación entre los Actos
Interestatales

CHIMBOTE – PERÚ

2020

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis Padres Luis Mostacero y Jeanina Silva, por haberme dado la vida y haberme inculcado los valores y virtudes.

A mi tío Napoleón Silva, pieza importante en estos últimos años para poder lograr este ansiado sueño.

A mi esposo Luis Daza y a mi hijo Luis Rodrigo Daza, personas importantes y motivación constante para salir día a día adelante.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la vida y la salud todos los días para formarme como profesional

A mis docentes universitarios que aportaron en esta formación universitaria

A mi asesor Cesar Carranza Álvarez por su dedicación, enseñanza y ayuda para lograr la culminación de esta tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Tablas.....	iv
Resumen.....	v
Abstrac.....	vi
I.INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	2
III. METODOLOGÍA	19
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	19
3.2. Variables y Operacionalización.....	20
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.....	21
3.4. Técnica e instrumento de Recolección de Datos.....	21
3.5. Procedimientos.....	22
3.6. Método de Análisis de datos.....	22
3.7. Aspectos Éticos.....	23
IV. RESULTADOS.....	24
V. DISCUSIÓN	29
VI. CONCLUSIONES.....	34
VII. RECOMENDACIONES.....	35
REFERENCIAS.....	36
ANEXOS.....	40

ÍNDICE DE TABLAS

Sobre el instrumento N.º 01 . *El derecho a la información en la contratación de productos y servicios financieros.*

- Tabla N.º 01.** Considera usted que las entidades bancarias brindan información clara, accesible y de fácil comprensión al consumidor quechuhablante y analfabeto antes, durante y después de la adquisición de un producto y/o servicio financiero.....**24**
- Tabla N.º 02.** Cree usted que las entidades bancarias cuentan con un protocolo de atención al cliente idóneo para las personas analfabetas y quechuhablantes, teniendo en consideración la condición de consumidores vulnerable.....**25**
- Tabla N.º 03.** Cree usted que la entidades bancarias y financieras cuentan con personal capacitado para la atención a personas quechuhablantes y analfabetas que deseen obtener algún producto o servicio financiero, y puedan ser incluidas dentro del sistema financiero.....**26**
- Tabla N.º 04.** Considera usted que las entidades bancarias promueven la inclusión financiera pensando en acortar las brechas de desigualdad en consumidores vulnerables.....**27**
- Tabla N.º 05.** Considera usted que los mecanismos existentes, para otorgar una información de un producto o servicio financiero a un consumidor vulnerable garantiza el debido acceso la información.....**28**

RESUMEN

La investigación titulada “El derecho a la información en la contratación de productos y servicios financieros en personas quechuhablantes y analfabetas como presupuesto para su inclusión financiera -2019”, tuvo como objetivo determinar cómo debe materializarse el derecho a la información en la contratación de servicios y productos financieros como presupuesto para la inclusión financiera en personas iletradas y quechuhablantes, 2019. El tipo de investigación es básico, asimismo el método aplicado fue no experimental, el estudio fue descriptivo. Se consideró una población y muestra simultánea de estudio conformada por 10 Administradores, quienes se les aplicó un cuestionario para recoger información de las variables de estudio. Los respuestas permitieron conocer que el derecho a la información en la contratación de productos y servicios financieros en personas quechuhablantes y analfabetas como presupuesto para su inclusión financiera es determinante al momento de contratar con una entidad bancaria , asimismo nos permitió establecer que la mayoría de entidades bancarias no aplican una adecuada información a los consumidores quechuhablantes y analfabetos al momento de contratar un productos y servicios financieros como tal motivo no se lograría la inclusión de estos consumidores en el sistema financiero.

Palabras claves: Derecho de Información, contratación de productos, servicios financieros e Inclusión financiera

ASBTRACT

The research entitled "The right to information in the contracting of financial products and services in quechuhablantes and illiterate people as a budget for their financial inclusion -2019", aimed to determine how the right to information should materialize in the contracting of services and financial products as a budget for financial inclusion in illiterate and quechua-speaking people, 2019. The type of research is basic, also the method applied was non-experimental, the study was descriptive. A population and simultaneous study sample made up of 10 Administrators, who applied a questionnaire to collect information on the study variables, were considered. The responses allowed knowing that the right to information in the contracting of financial products and services in quechuhablantes and illiterate people as a budget for their financial inclusion is decisive when contracting with a bank, it also allowed us to establish that the majority of banks They do not apply adequate information to quechuhablantes and illiterate consumers when contracting financial products and services. As such, the inclusion of these consumers in the financial system would not be achieved.

Keywords: Right to Information, contracting of financial products and services, financial Inclusion

I. INTRODUCCIÓN.

Al pasar estos últimos años, se ha generado uno de los fenómenos más importante como es el uso de instrumentos digitales, siendo éste la principal herramienta para ingresar de manera más fácil al mundo de la información, teniendo así un mecanismo importante generador de una atracción muy significativa en el término de recolección y distribución de información.

Es allí que ingresamos al mercado de consumo siendo este el segmento dinámico e importante dentro del derecho del consumidor. A su vez es el encuentro de dos sujetos situados en diferentes lugares siendo el proveedor y el consumidor generando así relaciones de consumo diferentes o asimétricas, que tienen aspectos, como la información, ya sea de manera técnica y jurídica, que trae como consecuencia que el consumidor se encuentre siempre en desventaja respecto al proveedor.

Por esa razón el legislador dictó un conjunto de normas que están orientadas a reducir la asimetría existente entre los consumidores y proveedores, para asegurar que el consumidor no resulte perjudicado en el mercado. Es así que existe el derecho a la información en favor del consumidor, que supone, en otorgar la información de manera clara y concreta.

Es por esta razón que el artículo 65 de la Constitución “garantiza el derecho a la información que se encuentran a su disposición en el mercado”, en tanto el CPDC en el artículo 2 inciso 1 consagra, también en su favor, el derecho a ser informado que sostiene que el proveedor tiene la obligación de ofrecer la información de manera suficiente, entendible, accesible, para el consumidor.

El derecho de información otorgado para los consumidores, se aplica de manera general en todo los ámbitos ; ya sea civiles, económicos, sociales comerciales, financieros entre otros; sin embargo en esta investigación nos enfocaremos en el aspecto comercial y financiero ya que, no podemos ser ajenos a que en el mercado existen individuos que desean obtener algún servicio financiero, y tienen alguna condición diferente como es el que no

supiera leer ni escribir considerándose como analfabetos o si tienen un idioma diferente como el quechua. Es por ello que no todos los consumidores actúan en las mismas condiciones al momento de interactuar con los proveedores, diferencia que son por razones de edad, sexo, condición social, económica y capacidades diferentes estando más propensos a ver afectados sus derechos.

Por tal motivo, las personas iletradas y quechuhablantes deben tener una posición diferenciada al momento del acceso y procesamiento de la información previa a un contrato de un producto o servicio financiero, por ello deben dotarle de opciones mas accesibles e idóneas para que estos puedan también actuar dentro del mercado financiero teniendo una condición diferente ya que estamos frente a consumidores vulnerables.

Y es que el CPDC, ampara a estos grupos vulnerables, teniendo en consideración su condición social y asimismo la vulnerabilidad que este consumidor tiene en el mercado. El Art VI.4 del título preliminar nos establece que la norma tiene especial cuidado en las personas analfabetas, ancianos, menores, mujeres embarazadas, personas con discapacidad, así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza.

Es aquí el problema más importante en establecer que, las entidades bancarias y financieras, basándonos en la realidad; si bien es cierto otorgan la información a los consumidores vulnerables estos no tienen un debido acceso a la información ya que el problema no solo radica en el derecho de información sino, en la manera como se logra otorgar dicha información antes y durante la celebración de un contrato.

Entonces, ¿Qué deben hacer las entidades financieras para que el derecho a la información sea ejercido de manera plena y la obligación del proveedor se cumpla? ¿Cómo y de qué forma debería entregarse información a esos consumidores, que por sus condiciones especiales están en desventaja frente al proveedor?

Por todo lo expuesto, si bien la legislación peruana tutela al consumidor respecto al derecho de información, las respuestas a las interrogantes dadas anteriormente no son satisfactorias ya que al momento de contratar algún producto o servicio el consumidor se encuentra en desventaja dada las condiciones que este posee, es ahí que es necesario adoptar otras medidas en nuestra legislación de consumo y considerar esta importante problemática que se genera en este grupo de personas, asimismo, actualmente se emplea el testigo a ruego como mecanismo más viable para poder obtener algún producto o servicio por tal motivo es conveniente emplear otras medidas poder obtener algún producto o servicio, ya que al no hacerlas estaríamos frente a un tipo de discriminación en el sistema financiero.

Por todo lo anterior, *la formulación del problema de investigación* quedó planteado de la siguiente manera: ¿Cómo debería materializarse la información en la contratación de servicios y productos financieros en personas iletradas y quechuhablantes, como presupuesto para su inclusión financiera, 2019?

Esta investigación se *justificó*, por ser de suma importancia ya que es un problema que ocurre constantemente, y esto se genera al ofrecer una información poco clara, considerando así, una manera defectuosa. Asimismo, es relevante porque ocurre a diario, y son los consumidores vulnerables los más perjudicados. Por ello considerábamos que al cambiar la manera como se otorga la información al momento de contratar servicios financieros por parte de los iletrados y quechuhablantes, generará una inclusión financiera para estas personas siendo un beneficio importante generando así una mejora dentro del sistema financiero.

Estableciendo las perspectivas en las que se sustenta la justificación del problema, tenemos como finalidad que las entidades busquen la manera más idónea de materializar el derecho de información, para que estas personas no estén expuestas a la vulneración de su derecho a la información y se incorporen al sistema bancario, teniendo como función principal de éste la inclusión financiera para todas las personas en este caso consumidores y usuarios.

Los *objetivos* de esta investigación son los siguientes:

Objetivo General:

- Determinar cómo debe materializarse el derecho a la información en la contratación de servicios y productos financieros como presupuesto para la inclusión financiera en personas iletradas y quechuahablantes, 2019.

Objetivos Específicos

- Explicar cómo se aplica el derecho a información al contratar servicios y productos financieros como presupuesto para la inclusión financiera en personas iletradas y quechuahablantes, 2019.
- Identificar el nivel de asimetría informativa al contratar servicios y productos financieros como presupuesto para la inclusión financiera en personas iletradas y quechuahablantes, 2019.
- Explicar cómo se aplica el protocolo de atención al cliente al contratar servicios y productos financieros como presupuesto para la inclusión financiera en personas iletradas y quechuahablantes, 2019.

I. MARCO TEÓRICO

Considerando el problema a investigar, se encontró según nuestros ejes de investigación los siguientes *trabajos previos o antecedentes* a nivel Nacional y son los siguientes

- *Córdova (2012)* investigó sobre la influencia de la legislación peruana en torno a la contratación y la desprotección del Estado respecto de los derechos del consumidor; la autora concluye que el problema radica en aceptar contratos, desconociendo el derecho a la información siendo este un derecho al consumidor y teniendo la condición de relevante, asimismo contando si es que se brinda una información errada, el consumidor toma una decisión equivocada y esto daría opción a denunciar alguna arbitrariedad al momento de adquirir algún servicio y producto.
- *Venegas (2018)* investigó sobre bancarización e inclusión social de la población en Apurímac, el autor establece como conclusión que la población que tiene la condición de “excluida”, en la actualidad abarca un gran problema al adquirir un servicio bancario porque se desconoce el beneficio y los perjuicios que se genere a través de la contratación. Generando una exclusión financiera, dejando de lado el desarrollo financiero e inclusión.
- *Ferrando (2016)* investigó en su trabajo científico El Derecho a la Información concluyendo que, el derecho a la información genera un acceso oportuno a los servicios bancarios, pero, se debe establecer que el derecho a la información no es un derecho absoluto toda vez que su ejercicio debe ser compatible con los demás derechos establecido y reconocidos como calidad de persona.
- *Castillo (2019)* investigó en la tesis que lleva por nombre al problema del derecho a la información de las personas quechua hablantes y analfabetas para contratar servicios financiero llegando a la conclusión que, en la

actualidad es muy sencillo, dinámico y rápido acceder a todo tipo de servicios bancarios; el constante crecimiento de la tecnología ha permitido que las entidades bancarias dinamicen sus canales de atención para que el usuario o consumidor al momento de adquirir algún servicio éstas sean en las mismas condiciones en que lo hacen los demás, debido a que las entidades bancarias o financieras establecen procesos diferenciados de atención para este tipo de personas

- Quispe y Rivero (2018) investigo en la tesis que lleva por nombre “La asimetría informativa y los derechos de protección al consumidor en las cajas municipales de ahorro y crédito de Huancayo, 2018” concluyó que la información brindada por las entidades financieras es compleja para la comprensión del consumidor financiero, lo cual no contribuye a reducir la asimetría informática, en la referida relación de consumo.
- Merino (2000) investigo la tesis “La calidad del servicio bancario,2000”, concluyendo en que las entidades han generado enormes esfuerzos para mejorar la calidad del servicio esto a generado un deficiencia por parte de mercado financiero al no satisfacer la calidad de servicio, dejando de ser ésta la cualidad principal para ganar y satisfacer al cliente.

El *fundamento teórico* se rige bajo los siguientes ejes de investigación.

- *El derecho a la información, La contratación de productos y servicios financieros para los consumidores y la contratación de productos y servicios financieros en personas quechuhablantes y analfabetas en camino a su inclusión financiera.*

En una relación de consumo se tiene a dos sujetos intervinientes dentro de esta, el primero es el consumidor y el segundo es el proveedor respectivamente, a esto se le engloba a el interés de adquirir un determinado producto o servicio, mediante esta situación se genera una **asimetría**

informativa que es el hecho en el que uno de los participantes de esta relación, puede estar más informados respecto al producto o servicio que la otra parte.

A pesar que los proveedores suministran información al mercado, esta información no es totalmente completa. Es por ello que el consumidor se encuentra en una situación desventajosa ya que, generalmente, solo recoge la información que el proveedor o empresa brinda. Por ello, señala que existe asimetría informativa cuando los consumidores y proveedores disponen de datos no completos y hasta distintos. (Vega Mere,2001)

En palabras más sencillas cuando se genera esta asimetría de información uno de los agentes en este caso el proveedor cuanta con más datos importantes al momento de la contratación del bien o servicio que se va a adquirir (Roldan, 2016).

Según (Bullard Gonzales, 2001) es el desequilibrio generado de la información que poseen las partes intervinientes dentro de la relación, ya que siempre el productor o proveedor poseerá mayor información sobre el producto y/o el servicio que presta, de la que un consumidor del mismo podría adquirir, esto, ya que el productor posee el conocimiento de todos los procesos de investigación y desarrollo de los productos, es por ello que esta situación coloca al productor o proveedor en una posición privilegiada en la relación de consumo.

En el Perú, la Constitución, como máxima norma de nuestro ordenamiento Jurídico en su artículo 65 contempla y garantiza el **derecho a la información** que se encuentran a su disposición en el mercado asimismo, el CPDC, en el artículo 2 inciso 1 establece y consagra, también en su favor, “el derecho a ser informado que sostiene que el proveedor tiene la obligación de ofrecer la información de manera suficiente, entendible, accesible ,pertinente y veraz para el consumidor, existiendo así herramientas importantes para que el consumidor pueda tomar una decisión correcta de consumo”

- *Clara y comprensible*: La definición legal alude a ambos términos apuntan que el consumidor pueda entender el contenido que se le está ofreciendo

- *Veraz*: Esto consiste en no inducir al engaño al consumidor, es decir a que la información no se veraz. Cuando su contenido es engañoso respecto al contenido.
- *Suficiente*: Es decir que no se incurra en omisión de alguna información respecto al producto o servicio a ofrecer
- *Oportuna*: Que sea ofrecido al momento indicado, para que el consumidor tome la decisión de adquirir o no un producto o servicio.

Asimismo, el derecho a la información, señala el CPDC a un rol protector por parte del estado quien garantiza la información tanto de servicios como de bienes.

Además, la información debe ser pertinente se debe tomar en consideración el público al cual se dirige, pues no es lo mismo, ni puede tratarse de la misma manera un producto dirigido a los niños, que uno dirigido a los adultos, ni es lo mismo un producto que está orientado a personal profesional y altamente capacitado.

Es en este contexto surge la connotación ***la obligación de informar***, que recae por parte del proveedor que tiene como finalidad el otorgar la información bajo las características establecida para que el consumidor no sienta asimetría alguna dentro de una relación de consumo.

Esto se da al momento de contratar algún producto o servicio en el que se consigne la idoneidad del producto, la información relevante para el consumidor, pueda adquirir algún producto, bien o servicio de su necesidad (Vilela,2008)

El derecho a la información por parte del consumidor, es la condición brindada a los consumidores que, se fundamenta en ofrecer una debida información siendo ésta relevante e importante respecto a un determinado servicio y producto, para que el consumidor tenga la libertad de tomar decisión más apropiada para adquirir un determinado servicio y/o producto que sea adecuado a lo que este busca o desea adquirir. (Espinoza,2014)

Ahora bien, al generar un deber de información por parte del proveedor; al momento de la celebración contractual para adquirir algún producto o servicio, no brinda una adecuada información, se estaría frente a una desventaja para los consumidores ya que no se dispone de la suficiente información sobre el producto a ofrecer, respecto características o de ventajas del mismo.(Íñigo, 2010)

Asimismo, la información brindada por los proveedores debe ser suficiente, clara y de fácil comprensión para el consumidor. Esta información es un proceso de interacción entre los sujetos que cifran y descifran información es ahí donde las entidades bancarias deben considerar que el proporcionar información debe ser clara ya que el consumidor posee limitaciones de comprensión de contenido contractual.

La información no debe ser excesiva que no permita la sobre carga de información porque se afecta el discernimiento del consumidor ya que no podría procesar correctamente, produciendo un efecto de falta de información. (Gherzi y Weingarten, 2006).

Ahora este derecho a la información no solamente está establecido en las dos normas jurídicas que se detalla líneas arriba sino en la **ley de productos y servicios financieros** que engloba y regulan al sistema financieros y bancario, en este se considera a la ley 28587 “ .Ley complementaria a la ley de protección al consumidor en materia de servicios financiero sujetas a la regulación específica de la Superintendencia de Banca y Seguro.

- En el apartado que se desarrolla la *contratación de productos y servicios financieros por los consumidores*.

Se sostiene en su artículo 2 que las empresas tiene la obligación de brindar a los usuarios toda la información que estos demanden de manera previa a la celebración de cualquier contrato propio de los productos o servicios que brindan , y el artículo 3 establece que, las empresas están sujetas a presentar toda la información pertinente para los consumidores, ya sea folletos,

formularios y contratos en el que se tenga en consideración la redacción y términos empleados deben ser de fácil comprensión para los clientes.

El artículo IV.5 CPDC, establece a la relación de consumo por la cual un consumidor adquiere un producto o contrata un servicio con un proveedor a cambio de una contraprestación económica.

La principal característica dentro de una **relación de consumo** es adquisición de un determinado producto o servicio ofrecido por el proveedor y adquirido por el consumidor mediante un contrato, siendo este último, la unidad básica de intercambio mediante una contraprestación económica.

En estos últimos tiempos, el contrato ha sido considerado como un elemento importante para que la economía se desarrolle de manera rápida y dinámica, lo cual tiene como característica la masificación de contratos teniendo como importancias la rapidez y eficacia, la cual tiene como principal finalidad la celeridad de celebración de contratos en numeroso caso, sin dejar de lado la principal característica en una celebración de un contrato que es el consentimiento (Fernandez,2008)

Dentro de la **contratación de consumo masiva en el ámbito bancario y financiero**, tiene 3 funciones importantes, la primera es de carácter netamente jurídico ya que abarca el intercambio de servicios y bienes , la segunda es de carácter social porque tiene como principal característica la satisfacción de necesidades y la tercera es la de carácter económico, ya que nace dentro de la celebración de un contrato mediante una contraprestación dineraria.

Según (Villota, 2006) considera al contrato de consumo a la intervención de un proveedor y consumidor , con el objeto de adquirir un productos o servicios mediante una contraprestación económica y por último la protección existente por la asimetría generada en la que se encuentra el consumidor al momento de la celebración de un contrato. En la misma línea el artículo 45 del CPDC, considera que la relación de consumo tiene como objetivo la relación jurídica

patrimonial entre el consumidor y el proveedor para poder adquirir un producto o servicio mediante una contraprestación monetaria

En este caso, el proveedor es quien redacta el contrato bajo las cláusulas contractuales, mediante el cual por el principio de buena fe debe redactarlo de manera adecuada, usando las palabras y términos adecuados, asimismo se debe informar de manera clara y precisa a la otra parte. De no establecer una información clara, correcta y adecuada, se estaría en desequilibrio una de las partes, quien desconoce los términos del contrato a celebrar. (Arana, 2010)

Esta contratación de consumo masivo abarca a dos tipos de contratos el primero es el contrato de adhesión y el segundo las cláusulas generales de contratación. (Arias-Shreiber,2006)

El contrato por adhesión definido como el predominio de una voluntad al estandarizar de manera unilateral dejando al consumidor o contratante con la sola voluntad de consentimiento sin mediar negociación alguna. En consecuencia, se impone el predominio de una de las partes en este caso del proveedor (entidad bancaria) al establecer sus cláusulas y condiciones del contrato, con el solo hecho que el consumidor o adquirente tenga la opción de aceptar o rechazar el contrato en su totalidad. (De la Puente y Lavalle,1993).

Dentro de sus principales características más importantes, es redactado unilateralmente, no existe trato con el cliente siendo elaborado únicamente por el proveedor, No es necesario la negociación de los terminos y condiciones del contrato el consumidor ,no está en posición de discutir sobre ello. Las personas que adquieren un producto mediante un contrato por adhesión carecen de libertad contractual pues están obligadas a aceptar tal cual está establecido el contrato. (Torres,2011) señala que las ventajas que surgen en el contrato por adhesión se conocen por la agilidad y celeridad al momento de celebrarlo, asimismo, permiten la circulación y rapidez del aspecto económico.

Además, dentro de la contratación de consumo se desarrolla las **cláusulas generales de contratación**, teniendo como concepto aquellas que son redactadas de manera unilateral y de manera previa por una de las partes en este caso una persona o entidad, estas cláusulas son hechas para ser utilizadas en futuros contratos. Tienen como características el ser cláusulas abstractas y generales (Arias Shreiber,2000)

Considerado también como reglamento contractual establecido por la entidad bancaria, que tiene como finalidad reducir costos, siendo más útiles e idóneos para la facilidad y rapidez en la celebración de un contrato al momento de adquirir un producto o servicio.

Los elementos previos de las cláusulas de contratación es el carácter unilateral, la redacción previa por una de las partes, el carácter abstracto, aceptación en bloque (Soto,2005)

La finalidad jurídica de las cláusulas de contratación es acelerar el tráfico comercial de bienes y servicios, asimismo reducir los costos de negociación previa al contrato, teniendo a diferencia del contrato por adhesión cabe una cierta capacidad de negociación entre las partes, siendo pues un instrumento de contratación más flexible (Cárdenas, 2000)

Las entidades financieras, tienen la finalidad de gestionar e invertir el dinero de sus clientes asimismo , ofrecen una serie de *productos y servicios financieros* a los consumidores , teniendo como principal característica garantizar la seguridad de los consumidores así como también reforzar la económica y potenciarla a beneficio de sus clientes.

Es necesario deslindar los conceptos de productos y servicios financiero ya que en muchas ocasiones los consumidores suelen confundir estos conceptos. En principio el producto financiero es una herramienta que una persona física o jurídica puede obtener con el objetivo de ayudarle a ahorrar o invertir. Los

productos financieros, según sus características principales, se puede ajustar al usuario según lo que se necesita.

Por otro lado los servicios financieros son actividades que realiza la persona para poder movilizar sus recursos (dinero) asimismo es un complemento de los productos, tienen como función principal la de intermediación entre la entidad bancaria y la persona en este caso el consumidor.

Dentro de las **clases de los productos financieros**, tenemos a los créditos personales, crédito de consumo, créditos hipotecarios, entre otros asimismo tarjetas de crédito e hipotecas. Y respecto a las clases de servicios financieros cuenta de ahorro, cuenta de plazo fijo, CTS, Transferencias Bancarias, depósitos, etc.

- *La contratación de productos y servicios financieros en consumidores quechuhablantes y analfabetos en camino a su inclusión financiera, se considera al tercer capítulo de esta investigación.*

La vulnerabilidad tiene en cuenta las características individuales del consumidor, así como su entorno, la educación recibida, su situación social y financiera, como también el conocimiento de las nuevas tecnologías. Esto hace que se trate de un concepto cuya definición no sea fácil, lo que a su vez dificulta la posibilidad de establecer normas jurídicas específicas que traten los casos de vulnerabilidad debido a la fluidez de su concepto (Hernández, 2017)

En tanto , en el título preliminar del CPDC, en el artículo VI.4 nos establece la categoría de **consumidor vulnerable** y este tiene como concepto principal a aquel en el que el legislador tiene especial cuidado dentro de una relación de consumo, y es que este consumidor tiene cierta desventaja por la misma condición que posee, por ejemplo el código establece dentro de estas categorías a las personas mayores, embarazadas, niñas(os), analfabetos y aquellas en la que tengan alguna discapacidad especial que los haga vulnerable.

Esta investigación se centró en los analfabetos y quechuhantes que encajan debidamente en esta condición, teniendo en consideración a la premisa ya señala respecto a quienes el legislador considera consumidor vulnerable

Los consumidores vulnerables también pueden tener problemas para leer considerado así analfabeto lo que pone en evidencia o advertencia un problema particular para utilizar un producto que nunca antes han utilizado y el quechuhablante es aquella persona que tiene como idioma nativo el quechua, existiendo así una condición especial al momento de contratar o desenvolverse dentro del mercado de consumo ya que tienen dificultades para comprender las opciones que disponen, no conocen sus derechos, y se encuentran con más problema. (González, 2014)

Los consumidores vulnerables dentro del mercado. Este problema radica , en que el consumidor tiene dificultad al momento de contratar con el proveedor , por tal motivo surgiría problemas como acceso a la información sobre bienes y servicios , en tal sentido se considera para este tipo de consumidores que debe existir igualdad de oportunidades para que estos elijan de manera libre e informada, respecto a un bien o servicio que se desee contratar, considerando así las dificultades para acceder a la información y la comprensión de la misma , por lo que corren el peligro de ser inducidos a error o simplemente dejando de adquirir a un producto o servicio ya que no acceden a ello en las mismas condiciones que un consumidor sin esa característica

Dentro de un mercado de consumo, cuando el consumidor desea adquirir algún producto o servicio y este consumidor tiene alguna condición especial (analfabeto y quechuhablante), se establece estrategias para la inclusión financiera, y es que el estado promueve dicha inclusión mediante mecanismo estandarizados para lograr la obtención de algún producto o servicio. Es así que su labor principal es la defensa y protección para personas que tienen condiciones especiales, este es el caso de las personas analfabetas y quechuhablantes (condiciones diferentes)

Teniendo dentro del grupo de consumidores vulnerables a los analfabetos y quechuhablantes y siendo uno de los objetivo la inclusión financiera de estos en el sistema financiero, se debe tener en consideración las siguientes dimensiones : Uso, calidad y acceso:

- Se entiende por *acceso* a los puntos de atención para la prestación de servicios al alcance de todas las personas o consumidores que deseen adquirir algún producto
- Por otro lado, el *uso* es la frecuencia con la cual se emplea un servicio o producto financiero
- *La Calidad* es la presencia de productos que satisfagan las necesidades de la población o consumidores.

Según (Asbanc, 2012) se debe otorgar un adecuado cumplimiento de la obligación de informar por parte de los proveedores bancarios y financieros respecto a los consumidores analfabetos y quechuhablantes, esto permitirá que los consumidores tomen decisiones correctas, evitando así su afectación patrimonial y generando su inclusión financiera, siendo este el principal motivo dentro del sistema bancario y financiero.

Por otro lado ***la inclusión financiera de la personas analfabetas y quechuhablantes***, debe ser el principal motivo de ejecución de acciones y medida por parte de las entidades financieras para mejorar con ello la calidad de servicio y establecer políticas enfocadas en mejorar la condición tanto económicas como de mercado financiero. De esta forma, los grupos o personas vulnerables acortaran las brechas de exclusión tanto en el sistema bancario al momento de adquirir algún servicio, asimismo formalizar el uso del crédito y por otra parte promover la generación de ingresos.

Si bien es cierto el estado brinda enfoques estandarizados respecto a la inclusión financiera de personas vulnerables, principalmente en los tres pilares importantes en carácter multidimensional que incluye elementos tanto del lado de la oferta de productos financieros como del de la demanda, siendo sus dimensiones básicas el acceso, el uso, la calidad y el impacto sobre el bienestar financiero

En efecto, la inclusión financiera es un concepto de carácter multidimensional que incluye elementos tanto del lado de la oferta de productos financieros como del de la demanda, siendo sus dimensiones básicas las antes mencionadas. es por ello que el impacto generado sería el logro de incluirse en el sistema financiero a personas o consumidores vulnerables.

Con todo lo expuesto y desarrollado en el marco teórico, y considerando los estudios realizados surge una serie de aciertos y desacierto respecto a la información al momento de contratar un productos y servicios financieros en personas analfabetas y quechuhablantes , y es que en los últimos 15 años, en el Perú, las entidades financieras o bancarias han experimentado diversos mecanismos para consolidar su oferta respecto a productos y servicios financieros ,asimismo en operaciones y los resultados de estas.

Este proceso en crecimiento indicó un avance en las dimensiones que explicamos, es decir al uso y acceso responsable de los productos y servicios, sin embargo con el tema de los reclamos y denuncias presentadas por los clientes ha ido en aumento ya que no hay una información responsable de los productos y servicios que ofrecen estas entidades.

Según (Indecopi,2019) en los casos analizados, sostiene que gran parte del problema radica en la educación financiera y el derecho a la información, cabe destacar que el estudio que lleva por nombre “Problemas de información entre entidades y consumidores del sistema financiero: Una revisión de los casos analizados por el Indecopi desde las perspectivas de la educación financiera, economía conductual y costos de cambio” ,constituye un dato importante para el fortalecimiento de las actividades de Protección y Defensa del Consumidor.

En principio sostiene que, la educación financiera es uno de los pilares para que se logre la inclusión de los consumidores en el sistema financiero, indicando así a que las entidades deben educar respecto a los productos y servicios que se ofrecen asimismo , fomentar el conocimiento de las personas a procesar la información dada para así poder tomar una decisión correcta ,si bien es cierto el uso y el acceso son pilares para lograrlo, pero, en muchas partes de nuestro país, están ajenas a esta situación y es ahí que surge un

problema, en como educar en el ámbito financiero respecto a términos y condiciones si al momento de contratar estas personas no tienen la misma condición de vulnerabilidad que un consumidor habitual.

Por otro lado, se tiene a la información en la contratación de productos y servicios, es otro de los motivos en el que existe una disconformidad por parte del usuario o consumidor, se considera la falta de comprensión de la información ya que muchas veces suele ser más técnica siendo esta una herramienta negativa para el consumidor. Sin embargo ASBANC promueve una iniciativa en la que objetivo es que las personas accedan a información relevante, simple y clara que les permita elegir el producto financiero que más les convenga, sin embargo la controversia se producen en la relación de consumo, entre las entidades del sector financiero y sus clientes siendo el principal problema el de información que aún no pueden ser mitigado ya que existe una gran parte de consumidores que tienen la condiciones de vulnerables, siendo estos ajenos a contratar un producto o servicio ya que al momento de hacerlo no celebran el contrato de la misma manera que un consumidor sin esta condición. El problema radica en que las entidades financieras no cuentan con personas capacitado para este tipo de consumidores que existen en el mercado.

Por todo lo señalado en los capítulos anteriores, consideramos que, la figura del testigo a ruego, como opción para contratar es insuficiente.

En el informe de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera, realizada en el año 2019 por el MEF señala que gran porcentaje de la población aun no accede a incorporarse en el Sistema Financiero, sabiendo las entidades financieras las políticas establecidas (uso, acceso, calidad) las que se deberían poner en práctica para que los consumidores puedan adquirir un producto o servicio de manera más idónea, satisfaciendo la necesidad que estos tienen.

Sostengo que por todo lo desarrollado en esta investigación respecto al derecho de información de los quechuhablantes y analfabetos al momento de contratar un producto o servicio se debería materializar implementando políticas internas en cada entidad financiera con atención diferenciada,

teniendo en cuenta la condición del consumidor (quechuhablante y analfabeto), por otro lado, contratando personal exclusivo con habilidades y conocimiento que le permitan brindar una información clara, adecuada y fácil comprensión con la finalidad que el consumidor se sienta con la facilidad de adquirir un producto o servicio en las mismas condiciones que un consumidor que no posee esta condición, considerando así que estos consumidores vulnerables abarcan el 24.8% de la población peruana, es una realidad que no podemos ser ajenos ni mucho menos dejar de lado, por tal motivo las entidades financieras deben brindar recursos eficaces para que estos consumidores adquieran un servicio con normalidad y que se cumpla el propósito que es la inclusión financiera.

Asimismo considero que son mecanismos importantes tanto para la entidad financiera y para los consumidores, para el primero, porque cumplirá con uno de las finalidades que toda entidad financiera tiene, de lograr que el consumidor adquiera un producto financiero logrando así la inclusión financiera, y para el consumidor es necesario para satisfacer la necesidad que lo condujo a adquirir un servicio o producto y a la misma vez lograr una posición en el sistema financiero, que le abre puertas para adquirir otros más, acortando así las brechas de desigualdad.

II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo y diseño de Investigación:

El tipo de investigación que se utilizó, es tipo básico , porque estuvo encaminada a raíz de un conocimiento completo, generado mediante de una comprensión de aspectos importantes de hechos que son observables a raíz de relaciones establecidas por sujetos.

Diseño de Investigación

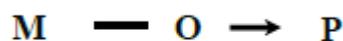
Se utilizó un diseño *no experimental*, en la medida que esta investigación no pretendió modificar el comportamiento de las variables, sino describirlas y analizarlas.

El *diseño no experimental* es aquella investigación metódica y positiva donde las variables no son manipulables, por el contrario se analizan tal y como se encuentran (Hernández, 2001)

Del mismo modo, se trata de un *estudio descriptivo*, ya que tiene como objetivo principal el estudio o análisis de fenómenos o situaciones.

Esta clase de estudio, tiene como objetivo la descripción clara de un problema o circunstancia que se genera, estableciendo sus características. (Landeau, 2007)

Presentación gráfica del diseño no experimental correlacional.



Dónde:

M: Muestra de estudio

O: Observación de las variables

P: Propuesta

2.2. VARIABLE Y OPERACIONALIZACIÓN

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
El derecho de información	Derecho regulador y protector de las libertades de expresión y de información reconocidas en la Constitución. (Escobar, 2000, p.16)	Es el uso del derecho de información, adoptada por las entidades financieras al momento de ofrecer un servicios y producto financiero	Aplicación del derecho a la información	Brinda información accesible para el consumidor	Itms 1	
				Explica de manera clara la información accesible brindada al consumidor		
				Ofrece servicios y productos adecuados al consumidor		
			Asimetría informativa	Adecuada información por parte del proveedor	Itms 2	
				Otorga la información en la que el proveedor conozca del producto a ofrecer		
				El proveedor otorga información de fácil comprensión para el consumidor		
			Protocolo de atención al cliente	Brinda información clara por parte del personal a los consumidores	Itms 3	
				Adecuada atención del proveedor al consumidor vulnerable		
				Ofrece una información del producto o servicio a contratar.		
Contratar servicios bancarios y financieros	Mecanismos de celebración de un acto jurídico entre una entidad bancaria y usuarios, en los cuales se acepta el contenido contractual o se rechaza. (Alpa, 2009, p. 26.)	Es la manifestación de voluntad por parte tanto del proveedor y consumidor al momento de contratar un servicio y producto bancario y/o financiero.	Contracción de productos y servicios.	Celebración de contratos para la adquisición de servicios financieros	Itms 4	
				Brinda información pre y post celebración contractual		
				Brinda recursos adecuados para los consumidores analfabetos y quechuhablantes	Itms 5	

2.3. Población, muestra , muestreo

La *población o centro de interés* estuvo conformado por administradores y gerentes de entidades financieras.

El investigador, utilizo el criterio de inclusión de este grupo poblacional incluyendo a solo administradores de entidades financieras de nuevo Chimbote, dejando excluido a los gerentes de Chimbote considerando la coyuntura social en la que nos encontramos, asimismo la celeridad del trabajo, basándose en el criterio de intencionalidad justamente para poder desarrollar la tesis y dar una justificación debida por ser de suma importancia.

Respecto a la *muestra*; se tiene la siguiente:

Administradores y Gerentes de entidades financieras de incluyendo solo a 10 administradores en entidades financieras que ofrecen productos financieros inmersos en microfinanzas considerando el expertise en el ámbito de derecho comercial y consumidor.

En cuanto al *muestreo*;

De acuerdo a las características de la investigación, fue elegida bajo el criterio de conveniencia del investigador debido a la facilidad de acceso al grupo investigado. Asimismo, fue referido por el interés del investigador por tal motivo es intencional

2.4. Técnica de Instrumento y recolección de datos

La *técnica*, en la ejecución de este informe de investigación se aplicó una encuesta dirigida administradores de entidades financieras que laboran en entidades bancarias de la ciudad de Chimbote

El *instrumento* que se utilizo fue el cuestionario, que estuvo integrado por cinco (05) ítems o preguntas . Estas se formularon de manera cerrada, siendo que se buscó orientar y delimitar las respuestas de las personas encuestadas dentro de la muestra.

En la *validación del instrumento* que se elaboró durante la ejecución de esta investigación, se contó con la validación de tres expertos: uno, en metodología de investigación, en tanto los otros dos, en temas de derecho del consumidor y derecho comercial

2.5. Procedimientos:

El presente informe de investigación se generó a raíz de la realidad problemática del derecho a la información al contratar productos y servicios financieros en personas quechuhablantes y analfabetas como presupuesto de su inclusión financiera, posteriormente se realizó la búsqueda de trabajos previos a esta investigación y del fundamento teórico que le servirá de sustento; se hará la justificación del caso y se formularán los objetivos que orientarán el trabajo asimismo se elaboró un instrumento que fue otorgado a las personas que forma parte de mi población con la finalidad de obtener resultados , los mismo que fueron discutidos para poder llegar a la formulación de conclusiones

2.6. Método de análisis de datos

Los métodos de análisis de datos para esta investigación se enmarcaron en el método de análisis cuantitativo de la **estadística descriptiva**:

Distribución de frecuencias: se muestra la información de forma tabulada detallada y ordenada, permitiendo un análisis rápido y objetivo.

Gráficos que complementan la información presentada en las tablas de distribución de frecuencias.

Se utilizó software especializado para el tratamiento de los datos. Luego de la compilación de una base de datos con la información de la encuesta se procede a su análisis y presentación. Los programas estadísticos usados son: Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) y Microsoft Office Excel 2010

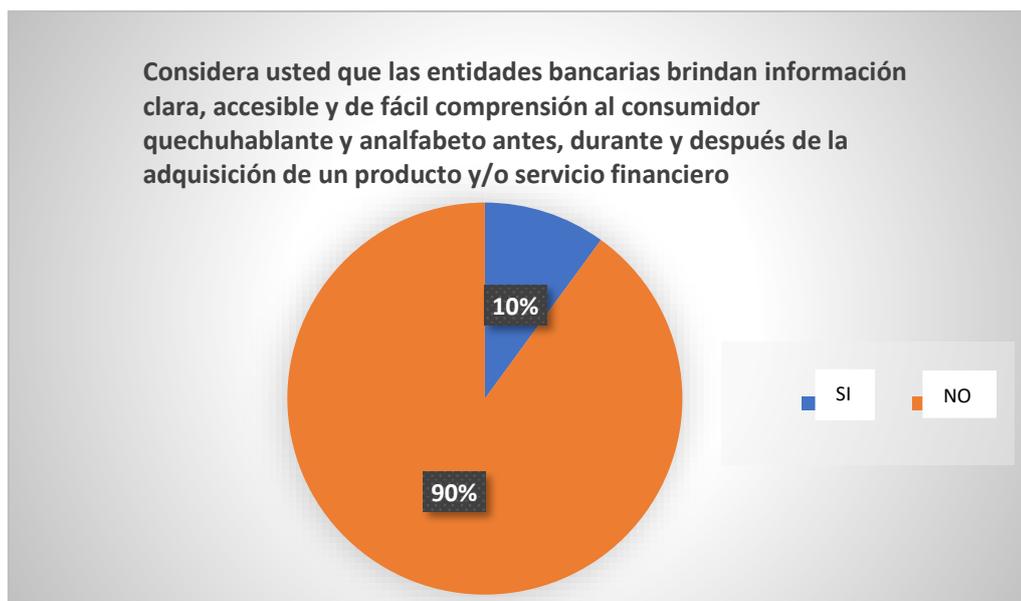
2.7. Aspectos éticos

- La autora declaró que la presente investigación es original, considerando la aplicación de software turnitin que aseguró la originalidad de la información consignada en el presente proyecto de investigación.
- En cuanto al tratamiento de la información se ejecutó guardando la debida confidencialidad; requiriéndose a administradores el debido consentimiento informando para la aplicación del instrumento de recolección de datos que se indicó en este documento
- Para este efecto, se utilizó las normas APA, según disposición de la reglamentación existente sobre investigación científica en la Universidad César Vallejo.

III. RESULTADOS

1. **Considera usted que las entidades brindan información clara , accesible y de fácil comprensión antes y durante la adquisición de un producto**

GRAFICO N ° 01.

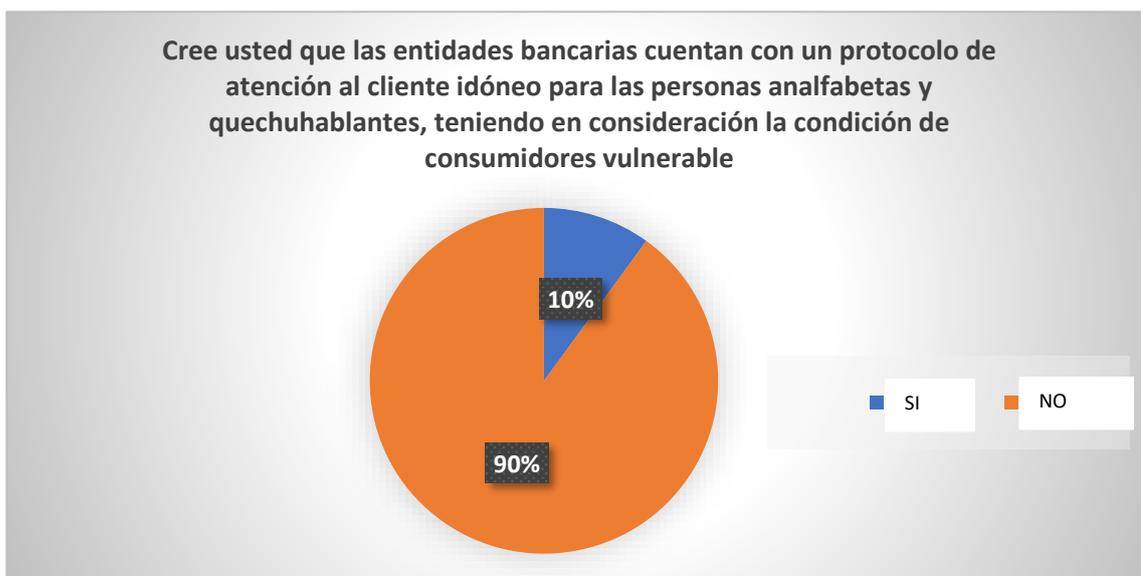


Fuente : Encuesta aplicada a administradores de entidades financieras

- **Descripción:** De acuerdo a los encuestados el 90 % estableció que las entidades financieras NO brindan una información clara, accesible y de fácil comprensión antes , durante la adquisición de un producto mientras que el 10% Considera que las entidades financieras SI brindaron una información clara accesible y de fácil comprensión antes , durante la adquisición de un producto financiera.

2. Cree usted que las entidades bancarias cuentan con un protocolo de atención al cliente idóneo para las personas analfabetas y quechuhablantes, teniendo en consideración la condición de consumidores vulnerables

GRAFICO N° 02.

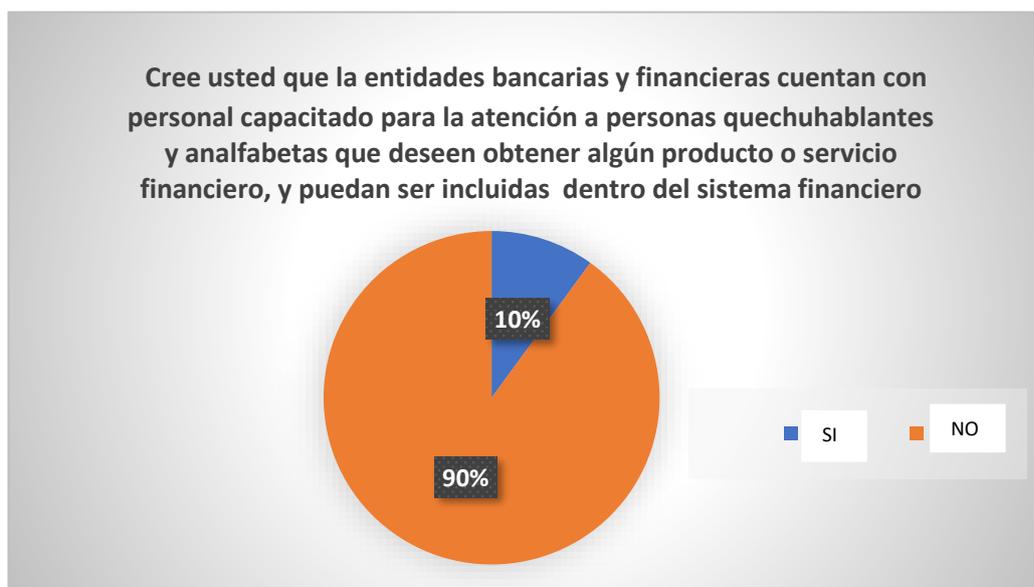


Fuente : Encuesta aplicada a administradores de entidades financieras

- **Descripción:** De acuerdo a los encuestados el 90% estableció que las entidades financieras NO cuentan con un protocolo de atención al cliente idóneo para las personas analfabetas y quechuhablantes, teniendo en consideración la condición de consumidores vulnerables , mientras que el 10 % SI contaban con un protocolo de atención al cliente idóneo para las personas analfabetas y quechuhablantes, teniendo en consideración la condición de consumidores vulnerables

3. **¿Cree usted que la entidades bancarias y financieras cuentan con personal capacitado para la atención a personas quechuhablantes y analfabetas que deseen obtener algún producto o servicio financiero, y puedan ser incluidas dentro del sistema financiero?**

Grafico N° 03

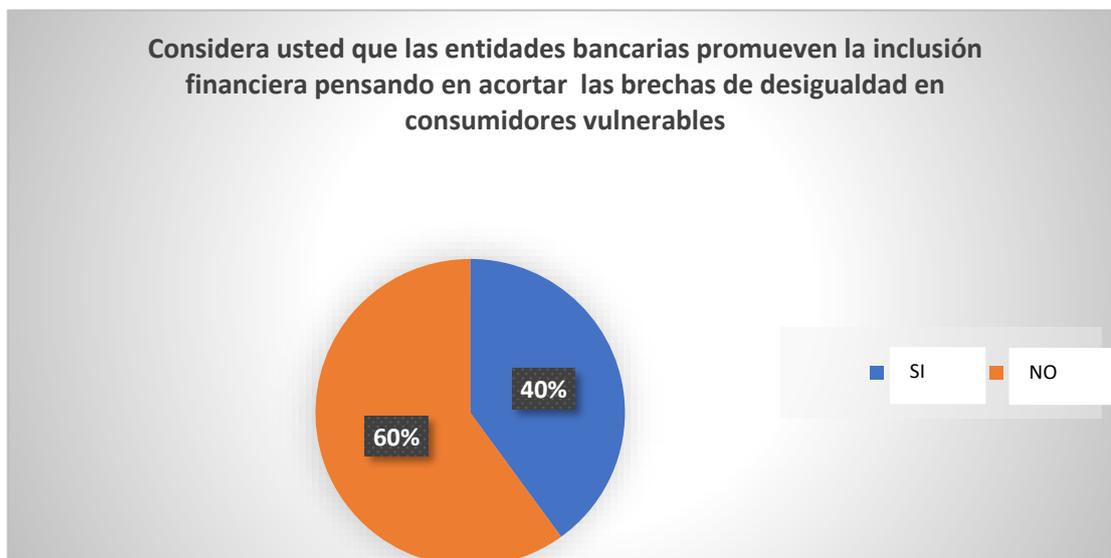


Fuente : Encuesta aplicada a administradores de entidades financieras

- **Descripción :** De acuerdo a los encuestados el 90% estableció que las entidades financieras NO cuentan con personal capacitado para la atención a personas quechuhablantes y analfabetas que deseen obtener algún producto o servicio financiero, y puedan ser incluidas dentro del sistema financiero, mientras que el 10 % SI contaban con personal capacitado para la atención a personas quechuhablantes y analfabetas que deseen obtener algún producto o servicio financiero, y puedan ser incluidas dentro del sistema financiero

4. **Considera usted que las entidades bancarias promueven la inclusión financiera pensando en acortar las brechas de desigualdad en consumidores vulnerables?**

Grafico N° 04

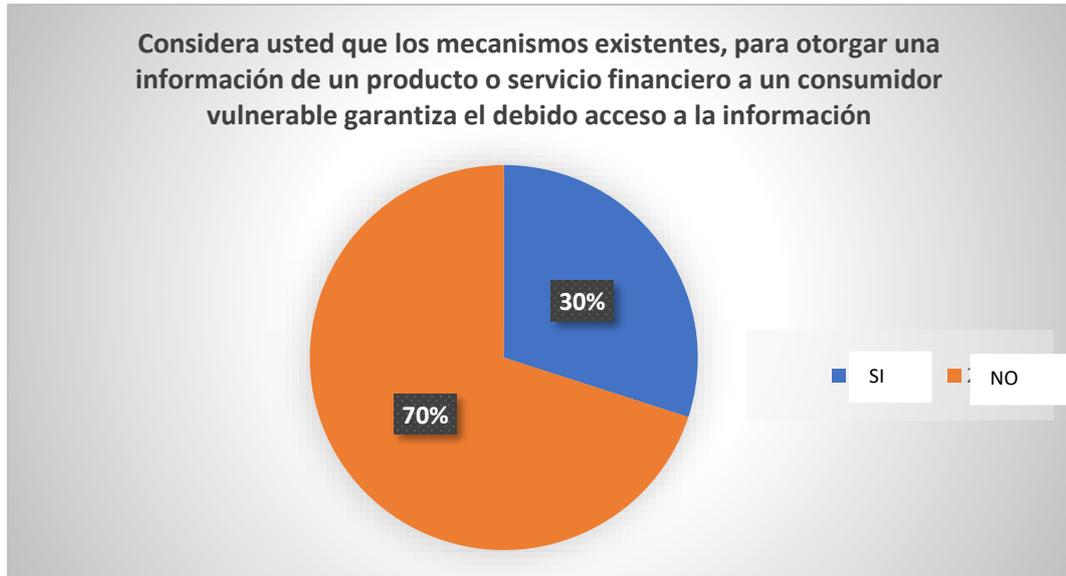


Fuente : Encuesta aplicada a administradores de entidades financieras

- **Descripción:** De acuerdo a los encuestados el 60% consideró que las entidades financieras NO promueven la inclusión financiera pensando en acortar las brechas de desigualdad en consumidores vulnerables, mientras que el 40 % consideró que las entidades bancarias SI promueven la inclusión financiera pensando en acortar las brechas de desigualdad en consumidores vulnerables

5. Considera usted que los mecanismos existentes, para otorgar una información de un producto o servicio financiero a un consumidor vulnerable garantiza el debido acceso a la información

Gráfico N.º 05



Fuente : Encuesta aplicada a administradores de entidades financieras

- **Descripción:** De acuerdo a los encuestados el 70% que consideró que los mecanismos existentes, para otorgar una información de un producto o servicio financiero a un consumidor vulnerable NO garantiza el debido acceso a la información , mientras que el 30% consideró que los mecanismos existentes, para otorgar una información de un producto o servicio financiero a un consumidor vulnerable SI garantiza el debido acceso a la información

IV. DISCUSION

En el estudio El derecho a la información en la contratación de productos y servicios financieros en personas iletradas y quechuhablantes, como presupuesto para su inclusión financiera en la tabla N.º 01 en la pregunta *Considera usted que las entidades brindan información clara , accesible y de fácil comprensión antes y durante la adquisición de un producto*, el resultado obtenido , el 90% sostiene que no se brinda la información clara accesible y de fácil antes , durante la adquisición de un producto , mientras que un 10% establece que si se brinda una información clara , accesible y de fácil comprensión antes y durante la adquisición de un producto. Del mismo modo en esa misma dirección coincide con la investigación realizada por Quispe y Riveros (2018) en su tesis denominada *“La asimetría informativa y los derechos de protección al consumidor en las cajas de ahorro y crédito de Huancayo 2018”* un 59.10% indicaron que las entidades financieras no brindan información correcta, mientras que un 29.6% considera que si brindan una información correcta a los usuarios y un 18.5% establece que a veces una entidad financiera brinda una información correcta. Esto se basa en un documento de trabajo N°03/2019/GEE realizado por Indecopi en el que se da a conocer los problemas de información entre los consumidores y las entidades bancarias para lo cual se ha basado mediante los reclamos y denuncias ante los distintos órganos resolutive de la institución, en materia de servicios financieros esto entre los años 2014 y 2018.

Mi posición es totalmente a favor de los estudios y documentos señalados líneas arriba, por tal motivo considero que, la información dada por la entidad financiera al momento de contratar un producto o servicio financiero es dada de manera técnica y muchas veces incomprensible, generando así un perjuicio al consumidor dejando este muchas veces de contratar por desconocimiento de los términos y condiciones a contratar.

En la tabla 02, en el cuestionario que indica *cree usted que las entidades bancarias cuentan con un protocolo de atención al cliente idóneo para las personas analfabetas y quechuhablantes, teniendo en consideración la condición de consumidores vulnerable*, el 90% considera que no cuentan con un protocolo de atención al cliente idóneo mientras que un 10% sostiene que si cuentan con un protocolo de atención idóneo para personas quechuhablantes y analfabetos. Del mismo modo Castillo (2019) en la tesis denominada *La problemática del derecho de información de las personas quechuhablantes y analfabetas al momento de la contratación de productos bancarios*, un 65% establece que las entidades financieras no brindan una atención adecuada a un consumidor vulnerable, el 25% establece que si brindan una atención adecuada a un consumidor vulnerable, mientras 10% sostiene que a veces se brindan una adecuada atención a un consumidor vulnerable al momento de contratar algún producto bancario. Esto se basa en un artículo de investigación publicado en la universidad complutense de Madrid que lleva por nombre “Consumidor Vulnerable” en el que la vulnerabilidad, de un consumidor se encuentra en una situación de una brecha de desigualdad entre la entidad financiera y las características individuales por ejemplo su entorno externo, sus criterios como al educación, la situación social y la financiera (acceso y uso de las entidades financieras), por desconocimiento de créditos o productos ofrecidos por las entidades bancarias.

Bajo las líneas señaladas líneas arriba, la posición frente a esto es que si bien es cierto, las entidades financieras tienen un protocolo de atención para los consumidores o clientes, estos son generalizados en su totalidad, dejando de lado a los consumidores quechuhablantes y analfabetos que si bien pertenecen a nuestra población, no son tomados en cuenta, ya que no tienen un protocolo de atención adecuado para estos consumidores que poseen esta condición especial de vulnerabilidad.

En el cuestionario presentado, la tabla N°03 señala *cree usted que la entidades bancarias y financieras cuentan con personal capacitado para la atención a personas quechuhablantes y analfabetas que deseen obtener algún producto o servicio financiero, y puedan ser incluidas dentro del sistema financiero* 90% estableció que las entidades financieras no cuentan con personal capacitado para

la atención a personas quechuhablantes y analfabetas que deseen obtener algún producto o servicio financiero, y puedan ser incluidas dentro del sistema financiero, mientras que el 10 % si contaban con personal capacitado para la atención a personas quechuhablantes y analfabetas que deseen obtener algún producto o servicio financiero, y puedan ser incluidas dentro del sistema financiero .Así también Venegas (2018) en la investigación que lleva por nombre *“La bancarización e inclusión social de la población en Apurímac*, el 45% considera que las entidades bancarias no ofrecen un adecuada atención al cliente a consumidores , el 35% considera que las entidades bancarias si brindan una adecuada atención al cliente , mientras que 20% considera que rara vez existe una adecuada atención a cliente. Esto se sustenta en un artículo publicado por Indecopi respecto a los problemas de información entre entidades financieras y consumidores del sistema financiera en el que se concluye que, en la práctica, se observan muchas brechas en la comprensión de la información brindada a los consumidores, debido a que las entidades financieras podrían estar brindándola de forma muy técnica, extensa y/o compleja de procesar o interpretar..

Estoy totalmente de acuerdo con los resultados señalados en párrafos anteriores, ya que entidades financieras al no tener un protocolo de atención diferenciado para los consumidores quechuhablantes y analfabetos, mucho menos contratarán ni capacitarán al personal de atención al cliente, logrando así generalizar la atención al cliente tanto quechuhablante o analfabeto como al cliente que no tenga esta condición en particular. Esto recae en la tarea de capacitar para que las personas encargadas de brindar la información la hagan de manera más adecuada al consumidor al momento de contratar productos y servicios financieros

El cuestionario N°04, en la interrogante *considera usted que las entidades bancarias promueven la inclusión financiera pensando en acortar las brechas de desigualdad en consumidores vulnerables* el 60% considera que consideró que las entidades financieras no promueven la inclusión financiera pensando en acortar las brechas de desigualdad en consumidores vulnerables, mientras que el 40 % consideró que las entidades bancarias si promueven la inclusión financiera pensando en acortar las brechas de desigualdad en consumidores vulnerables.

Bajo la misma línea esto se sustenta en la tesis de Córdova (2012) denominada “*La influencia de la legislación peruana en torno a la contratación y la desprotección del Estado respecto de los derechos del consumidor*”, el 80% considera estar en desacuerdo en que el estado promueve la inclusión financiera, el 20% establece estar de acuerdo que el estado promueve la inclusión financiera. Estas posiciones se sustentan en la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera en el año 2019 en el que se establece que si bien es cierto el estado ofrece una serie de mecanismos y políticas como herramientas que promueven la inclusión social y el desarrollo en el aspecto económico generando una relevancia a nivel global , generando una brecha de desigualdad entre el consumidor y la entidad financiera por ello mediante esta estrategia Nacional se generó la necesidad de establecer los lineamientos necesarios para articular las políticas e intervenciones promotoras de inclusión financiera, para que los consumidores accedan a servicios financieros , mediante el uso, acceso y calidad reflejando así la inclusión de los consumidores, generando la cobertura de productos y servicios.

Por lo señalado anteriormente mi posición es que, las entidades financieras si bien es cierto que poseen lineamientos establecidos que deben practicar para que los consumidores accedan al sistema financiero, en la práctica no se realiza, señalando y basándome en el informe realizado por el MEF en el año 2019, en el que señala que el Perú a aumentado el acceso del sistema pero este es insuficiente en cuanto al nivel internacional, es decir las entidades financieras aun no logran acortar la desigualdad generada en los consumidores.

En el cuestionario N.º 05 en la interrogante *considera usted que los mecanismos existentes, para otorgar una información de un producto o servicio financiero a un consumidor vulnerable garantiza el debido acceso a la información* el 70% que consideró que los mecanismos existentes, para otorgar una información de un producto o servicio financiero a un consumidor vulnerable no garantiza el debido acceso a la información , mientras que el 30% consideró que los mecanismos existentes, para otorgar una información de un producto o servicio financiero a un consumidor vulnerable si garantiza el debido acceso a la información. De este modo Merino (2000) en la tesis que lleva por nombre “*La calidad del servicio*

Bancario” el 65 % considera que no se otorga la calidad del servicio respecto a la información garantizando así el debido acceso a la información, mientras que el 35 % considera que si se otorga la calidad del servicio respecto a la información garantizando así el debido acceso a la información. Esto se sustenta en un artículo realizado por la Asociación de banca y seguro denominado “Inclusión financiera como determinante de la reducción de pobreza”, concluyendo en que se comprueba el aumento de la inclusión financiera entre los años 2007 y 2018 ayudó a reducir el nivel de pobreza a nivel departamental en el Perú. Sin embargo, por el contrario, aun no se logra mejorar lo relacionado con el aspecto de la con la calidad de servicio prestado y percibido por la entidad. Refiriéndose así a la atención al cliente, tratos por parte del personas, errores del personal y la burocracia así como también la competencia del personal generando así que el consumidor deje de contratar y acceder a un producto financiero generando así la falta de acceso al sistema financiero

Considero estar totalmente de acuerdo con lo señalado en las encuestas esto refleja la realidad del sistema financiero, en la que las entidades bancarias aun no lograr materializar de manera adecuada la información, el consumidor quechuhablante y analfabeto no logra comprender la información brindada, dejando así de contratar un producto o servicio que este busca. Asimismo, como se señaló en el marco teórico de este trabajo, las entidades deben brindar la información de acuerdo al consumidor que contrata viendo la condición de este, y cumpliendo con uno de las finalidades en la que el consumidor adquiera un servicio adecuado y contratando en las mismas condiciones.

V. CONCLUSIONES

- Se determinó que la información se debería materializar implementando políticas internas en cada entidad financiera con atención diferenciada, teniendo en cuenta la condición del consumidor que va a contratar un producto o servicio financiero
- La información otorgada por las entidades bancarias es compleja para la comprensión del consumidor analfabeto y quechuhablante, lo cual no ayuda a reducir la asimetría informática, en la relación de consumo.
- Los consumidores analfabetos y quechuhablantes del sector financiero se encuentran en desventaja en la relación de consumo con la entidad bancaria, al estar limitados de conseguir toda la información que debería ser entregada por los encargados de atención al cliente
- La cantidad de información , incompleta, escasa y poco clara al momento de ofrecer un producto o servicio afecta los derechos del consumidor analfabeto y quechuhablantes , teniendo así que dejar de contratar con la entidad bancaria e incluirse al sistema financiero

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que las entidades financieras deben otorgar mecanismos para poder ofrecer y dar a conocer sus servicios de manera más clara y eficaz, con la capacitación contante de los funcionarios para que puedan brindar una información actualizada y correcta.
- La información que se ofrece a los consumidores quechuhablante y analfabeto debe ser más adecuada, dinámica y técnica , ya que las necesidades de estos consumidores son diferentes y no se podría informar de la misma manera que un consumidor que no posee esta condición.
- Se debe inculcar a los funcionarios financieros buenos principio, buena fe al momento de ofrecer la información teniendo siempre en consideración la condición del consumidor, el beneficio que este busca al contratar un producto o servicio

REFERENCIAS

- Asbanc (2016). *La inclusión Financiera como determinante en la reducción de la pobreza en el Perú*. Lima .
- Castaño R. Weingarten C y Gherzi C. (2003) *Contrato Medico y consentimiento informado*. Buenos Aires
- Castillo C, M. A (2019) . *El problema del derecho a la información de las personas quechua hablantes y analfabetas para contratar servicios*. Tesis. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado por <http://tesis.pucp.edu.pe:8080/repositorio/handle/20.500.12404/14047>
- Weingarten , C y Gherzi , C (2006). *Publicidad e Información. Responsabilidad*. Buenos Aires.
- Córdova C, Y. (2012) *Las cláusulas generales de contratación en el Perú y su relación con el estado de desprotección de los derechos del consumidor*. Tesis. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/Cordovacy.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Delgado, J. (1993). *Publicidad,Regimen Juridico y Practica Comercial*. Lima: 1ra Edicion
- Durand, J. B. (2008). *El derecho al consumidor como disciplina juridica autonoma*. Lima: Instituto Pacifico.
- Escobar Serna, L. (2000). *Principios del Derecho de la Información*. Madrid: Dikinson.
- Espinoza, E.J (2004). *Ley de Proteccion al Consumidor* . Lima: Rodhas ..
- Farina J. (2005). *Defensa del Consumidor y de Usuario*. Buenos Aires: Astrea.

- Ferrando, G. (2012) *El Derecho a la Información*. Revista Ius Veritas. Enero-Junio, 2012.pp 12. Pontificia Universidad Católica del Perú ,Lima, Perú.
Recuperado <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/11483/12003>
- Finanzas (2015). *Estrategia Nacional de Inclusión Financiera* . Lima .
- Hernandez, F. (2001). *Metodología de la Investigación* . Mexico: Mc Graw Hill .
- Indecopi (2017). *El indecopi empodera a personas con discapacidad en sus derechos como consumidores* . Lima: Portal Indecopi
- Landeau, R. (2007). *Elaboración de Trabajos de Investigación* . Caracas : Editorial Alfa .
- Lorenzetti (2003). *Consumidores* Santa Fe: Rubinzal-Culzoni Editores .
- Olivares, I. G. (2017). *Derecho de los Contratos*. Buenos Aires: Astrea.
- Perez, A. B. (2018). *Servicios Financieros* . España: Enciclopedia Financiera
- Quiroz, C. (1998). *Las cláusulas generales de contratación y el control de cláusulas abusivas*. Lima: Ius et Veritas
- Hernandez S., R.; Fernández C., C. y Baptista L., M. (2010) *Metodología de la Investigación Científica* Mexico D.F : Interamerica Editores S.A
- Venegas S., A.J. (2018) *Bancarización e inclusión social de la población del distrito de Juan Espinoza Medrano en Apurímac*. Tesis. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/9695/Venegas.sj.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vilela, C. J,E (2008). *La protección al consumidor en la jurisprudencia de Indecopi* .Lima: Grijley.

- Bullard, G. A (2006). *Contrato e intercambio económico en derecho y economía. El análisis económico de las instituciones legales*. Lima: Palestra
- Soto, C. A (2005). *La transformación del derecho de contratos*. Lima: Grijley
- Cárdenas, J. C (2000). *Contrato y mercado*. Lima: Gaceta Jurídica
- Del puente, L. M (2001). *El contrato General. Comentarios a la selección VII Código Civil*. Lima: Palestra
- Torres, V. A. (1993) . *Código civil tomo II* . Lima : Inkari
- SHREIBER, P. M(2006) .*Exegesis del código civil peruano de 1984*. Lima : Gaceta Jurídica
- Fernández, F. C (2018) Contratos masivos en trafico económico recuperado <http://revistas.unife.edu.pe/index.php/lumen/article/view/508>
- Arana . M (2010) . *Contratación de consumo: clausulas abusivas*. Lima : Grijley
- Villota , C. M (2006) *El contrato de consumo. Protección mínima del consumido* Recuperado http://www.administracion.usmp.edu.pe/institutoconsumo/wp-content/uploads/2015/12/EL_CONTRATO_DE_CONSUMO.pdf
- Quispe , H. E y Riveros, M. C(2016). *La asimetría informativa y los derechos de Protección al consumidor en las cajas Municipales de ahorro y crédito de Huancayo, 2016” Tesis* . Universidad Peruana Los Andes. Recuperado por <http://repositorio.upla.edu.pe/handle/UPLA/443>
- Ley N° 26702 - Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia
- Vega, M. Y (2004). *Contratos de Consumo: Estudio sobre el Derecho del Consumidor*. Lima : San Marcos

- Muñoz, C.H (2012). *El Derecho a la Información en la esfera de Protección Del Consumidor.* Recuperado por <https://revistas.udea.edu.co/index.php/derypol/article/view/12326>
- Durand, C. J (2012). El Derecho del Consumidor y sus efectos en el Derecho Civil, frente a la contratación de consumo en el mercado. Recuperado por <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ElDerechoDelConsumidorYSusEfectosEnElDerechoCivilF-5171123.pdf>
- Kronmam, A (2004). *Error, deber de revelar información y derechos de contratos.* Recuperado <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/857>
- Aspeg (2019) *Código de Buenas Practicas y Atención al Cliente* . Lima
- Rodríguez, C. G(2008). *¿Asimetría informativa o desigualdad en el mercado?: apuntes sobre el verdadero rol de la protección al consumidor.* Recuperado por <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/forojuridico/article/view/18500>
- Ley N° 28587- Ley complementaria a la ley de protección al consumidor en materia de servicios financieros

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 3. Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	VARIABLES	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Marco Teórico	Método
¿Cómo se materializa el derecho a la información en la contratación de servicios y productos financieros como presupuesto para la inclusión financiera en personas iletradas y quechuahablantes, 2019?	Objetivo general Determinar cómo se materializa el derecho a la información en la contratación de servicios y productos financieros como presupuesto para la inclusión financiera en personas iletradas y quechuahablantes, 2019	Derecho a la información	Aplicación del derecho a la información	Brindar Información accesible para el consumidor	Ítem 1	Derecho a la información se establece tanto en la Constitución Política del Perú como en el Código de Protección y defensa del consumidor, como el acceso de manera directa con la información deberá ser clara, accesible y de fácil comprensión entre los consumidores, proveedores y usuarios, asimismo es un rol protector por parte del estado quien garantiza la información tanto de servicios como de bienes. Por otro lado es un deber que tiene el proveedor de brinda una información correcta al consumidor para que este adquiera algún servicio o producto adecuado de servicios bancarios y financieros se basa en los contratos de consumo, que tiene	Tipo de investigación: Cuantitativa Nivel: Descriptivo Diseño: Descriptivo propositivo M - O - P Población: Muestra Técnica: cuestionario Instrumentos: Entrevista
				Explicar de manera clara la información accesible brindada al consumidor			
				Ofrecer servicios y productos adecuados al consumidor			
			Asimetría informativa	Adecuada información por parte del proveedor	Ítem 5		
				Otorgar la información en la que el proveedor conozca del producto a ofrecer			
				El proveedor otorgue la información de fácil comprensión para el consumidor			
Protocolo de atención al cliente	Adecuada atención del proveedor al consumidor vulnerable	Ítem 2					
	Ofrecer una información del producto o servicio a contratar.						
Objetivos específicos Explicar cómo se aplica el derecho a información al contratar servicios y	Contratación de servicios	Contracción de productos y servicios.	Brindar información de un producto o servicio por parte del	Ítem 3			

Problema	Objetivos	VARIABLES	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Marco Teórico	Método
	<p>productos financieros como presupuesto para la inclusión financiera en personas iletradas y quechuahablantes, 2019.</p> <p>Identificar el nivel de asimetría informativa al contratar servicios y productos financieros como presupuesto para la inclusión financiera en personas iletradas y quechuahablantes, 2019.</p> <p>Explicar cómo se aplica el protocolo de atención al cliente al contratar servicios y productos financieros como presupuesto para la inclusión financiera en personas iletradas y quechuahablantes, 2019.</p> <p>Proponer una modificación normativa para mejorar la información en la contratación de servicios y productos financieros como presupuesto para la inclusión financiera en personas iletradas y quechuahablantes, 2019.</p>	bancarios y financieros		<p>personal bancario o financiero</p> <p>Brindar recursos adecuados para los consumidores analfabetos y quechuahablantes</p>		<p>como objeto la relación jurídica patrimonial al momento de adquirir un servicio y productos a cambio de una contraprestación económica, Así tambien se establece que, las empresas están sujetas de manera directa a otorgar a los usuarios la información que éstos requieran previo a la celebración de cualquier contrato.</p>	
			Mediante la contratación de servicios se logra la inclusión financiera	Al adquirir servicios y productos los quechuhablantes e iletrados se incluyen al sistema financiero	Ítem 4		

Anexo 04. Instrumento de Recolección de Datos



CUESTIONARIO PARA EVALUAR

EL DERECHO A LA INFORMACION AL CONTRATAR PRODUCTOS Y SERVICIOS BANCARIO POR PERSONA ANALFABETAS Y QUECHUAHABLANTES

INSTRUCCIONES: *Estimado(a), especialista en derecho al consumidor, y Administradores de entidades financieras.*

A continuación, se le presenta un conjunto de preguntas relacionados con el derecho a la información al contratar productos y servicios bancarios por personas analfabetas y quechuahablantes. Cada pregunta tiene 5 alternativas de respuesta, seleccione aquella con la que se identifique más, marcando con una “X” en la casilla correspondiente. Se le agradecerá responder con la mayor sinceridad, porque de ello depende el éxito de esta investigación.

N°	ÍTEMS	CRITERIO DE RESPUESTA	
		(1) SI	(2) NO
EL DERECHO A LA INFORMACIÓN			
01	¿Considera usted que las entidades bancarias brindan información clara, accesible y de fácil comprensión al consumidor quechuhablante y analfabeto antes, durante y después de la adquisición de un producto y/o servicio financiero?		
02	¿Cree usted que las entidades bancarias cuentan con un protocolo de atención al cliente idóneo para las personas analfabetas y quechuahablantes, teniendo en consideración la condición de consumidores vulnerables?		
03	¿Cree usted que la entidades bancarias y financieras cuentan con personal capacitado para la atención a personas quechuhablantes y analfabetas que deseen obtener algún		

	producto o servicio financiero, y puedan ser incluidas dentro del sistema financiero?		
04	¿Considera usted que las entidades bancarias promueven la inclusión financiera pensando en acortar las brechas de desigualdad en consumidores vulnerables?		
05	¿Considera usted que los mecanismos existentes, para otorgar una información de un producto o servicio financiero a un consumidor vulnerable garantiza el debido acceso a la información?		

Anexos 05. Validación de Instrumento. Constancia de validación

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO :Cuestionario SERVQUAL – Percepción de los usuarios del acompañamiento pedagógico del programa estratégico de logros de aprendizaje (PELA 2017)

OBJETIVO : Determinar cómo debe materializarse el derecho a la información en la contratación de servicios y productos financieros como presupuesto para su inclusión financiera.

DIRIGIDO A : Funcionarios de Indecopi, Abogados especialista en el derecho Comercial - Consumidor y Administradores o encargados de financieras y/o Bancos.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO

:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

NOBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR

: CÉSAR CARRANZA ÁLVAREZ
: MAGÍSTER EN DERECHO DE LA EMPRESA / PUCP



DNI 18139640

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO :Cuestionario SERVQUAL – Percepción de los usuarios del acompañamiento pedagógico del programa estratégico de logros de aprendizaje (PELA 2017)

OBJETIVO : Determinar cómo debe materializarse el derecho a la información en la contratación de servicios y productos financieros como presupuesto para su inclusión financiera.

DIRIGIDO A : Funcionarios de Indecopi, Abogados especialista en el derecho Comercial - Consumidor y Administradores o encargados de financieras y/o Bancos.

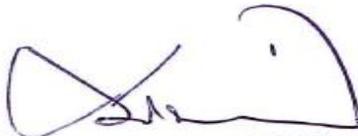
VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO

:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

NOBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR

: **LINCOLN ULLIANOFF VILLON FARACH**
: **MAGISTER**



LINCOLN U. VILLON FARACH
ABOGADO
Reg. C.A.B. 127

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO :Cuestionario SERVQUAL – Percepción de los usuarios del acompañamiento pedagógico del programa estratégico de logros de aprendizaje (PELA 2017)

OBJETIVO : Determinar cómo debe materializarse el derecho a la información en la contratación de servicios y productos financieros como presupuesto para su inclusión financiera.

DIRIGIDO A : Funcionarios de Indecopi, Abogados especialista en el derecho Comercial - Consumidor y Administradores o encargados de financieras y/o Bancos.

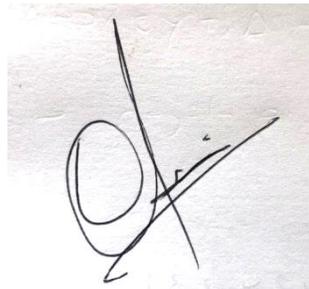
VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO

:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
				X

NOBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR

: OLGA ALEJANDRA ALCANTARA FRANCIA
: MAGISTER EN DERECHO



Anexo 06. Documentación de Oficios

GERENTE DE INFORMACIÓN INVERSIONES LA CRUZ

 ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE DERECHO

"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

Nuevo Chimbote, 24 de Junio de 2020

OFICIO N° 0023-2020/EAD-UCV-CHIMBOTE

Señor(a) Dr. (a):
Napoleón Silva Estrada
Gerente de Tecnología de la
Información INVERSIONES LA
CRUZ

Presente. -

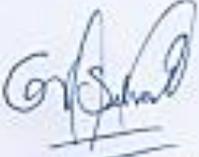
ASUNTO: APLICACIÓN DE ENTREVISTA

Es grato dirigirme a usted para hacerle extensivo nuestro saludo institucional y a la vez solicitarle brinde las facilidades necesarias a la alumna del XII ciclo de la Escuela Profesional de Derecho JEANINA NICOL MOSTACERO SILVA, a fin que pueda realizarle una entrevista; dado que, ello resulta de suma importancia en la investigación que realiza la alumna para su Tesis titulada: "La información en la contratación de servicios y productos financieros en personas iletradas y quechuhablantes, como presupuesto para su inclusión financiera, 2019".

Sin otro particular, agradezco por anticipado la atención que le brinde a la presente.

Atentamente,


CÉSAR CARRANZA ÁLVAREZ
Coordinador



NAPOLEÓN SILVA

ADMINISTRADOR COMPARTAMOS FINANCIERA



ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE DERECHO

“AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD”

Nuevo Chimbote, 24 de Junio de 2020

OFICIO N° 0024-2020/EAD-UCV-CHIMBOTE

Señor(a) Dr. (a):

Hugo Carrasco Mendoza
Administrador de Compartamos

Financiera Presente. -

ASUNTO: APLICACIÓN DE ENTREVISTA

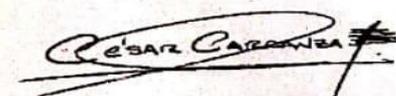
Es grato dirigirme a usted para hacerle extensivo nuestro saludo institucional y a la vez solicitarle brinde las facilidades necesarias a la alumna del XII ciclo de la Escuela Profesional de Derecho **JEANINA NICOL MOSTACERO SILVA**, a fin que pueda realizarle una entrevista; dado que, ello resulta de suma importancia en la investigación que realiza la alumna para su Tesis titulada: “La información en la contratación de servicios y productos financieros en personas iletradas y quechuhablantes, como presupuesto para su inclusión financiera, 2019”.

Sin otro particular, agradezco por anticipado la atención que le brinde a la presente.

Atentamente,



HUGO CARRASCO MENDOZA
Gerente de Agencia
Compartamos Financiera



CÉSAR CARRANZA ÁLVAREZ
Coordinador

ADMINISTRADOR FINANCIERA CREDITO MÓVIL



ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE DERECHO

AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD

Nuevo Chimbote, 24 de Junio de 2020

OFICIO N° 0028-2020/EAD-ECV-CHIMBOTE

Señor(a) Dr. (a):

Luis Daza Colchado
Gerente de Crédito Móvil

Financiera Presente. -

ASUNTO: APLICACIÓN DE ENTREVISTA

Es grato dirigirme a usted para hacerle extensivo nuestro saludo institucional y a la vez solicitarle brinde las facilidades necesarias a la alumna del XII ciclo de la Escuela Profesional de Derecho JEANINA NICOL MOSTACERO SILVA, a fin que pueda realizarle una entrevista; dado que, ello resulta de suma importancia en la investigación que realiza la alumna para su Tesis titulada: "La información en la contratación de servicios y productos financieros en personas iletradas y quechuhablantes, como presupuesto para su inclusión financiera, 2019".

Sin otro particular, agradezco por anticipado la atención que le brinde a la presente.

Atentamente

CÉSAR CARRANZA ÁLVAREZ

Luis Daza Colchado
Admin. Ofic. Chimbote
CREDITO MOVIL

22/06/2020

1226 HUS

JEFE DE SERVICIOS SCOTIABANK



ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE DERECHO

“AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD”

Nuevo Chimbote, 24 de Junio de 2020

OFICIO N° 0025-2020/EAD-UCV-CHIMBOTE

Señor(a) Dr. (a):

**Rachel Encinas Salazar
Jefa de Servicios-**

Scotiabank Presente. -

ASUNTO: APLICACIÓN DE ENTREVISTA

Es grato dirigirme a usted para hacerle extensivo nuestro saludo institucional y a la vez solicitarle brinde las facilidades necesarias a la alumna del XII ciclo de la Escuela Profesional de Derecho **JEANINA NICOL MOSTACERO SILVA**, a fin que pueda realizarle una entrevista; dado que, ello resulta de suma importancia en la investigación que realiza la alumna para su Tesis titulada: **“La información en la contratación de servicios y productos financieros en personas iletradas y quechuhablantes, como presupuesto para su inclusión financiera, 2019”**.

Sin otro particular, agradezco por anticipado la atención que le brinde a la presente.

Atentamente,

CÉSAR CARRANZA ÁLVAREZ
Coordinador

Recibido 24-06-20

EJECUTIVO DE CRÉDITOS CAJA SULLANA



ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE DERECHO

“AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD”

Nuevo Chimbote, 24 de Junio de 2020

OFICIO N° 0030-2020/EAD-UCV-CHIMBOTE

Señor(a) Dr. (a):

Victor Escalante Carreño Ejecutivo de Servicios

Presente. -

ASUNTO: APLICACIÓN DE ENTREVISTA

Es grato dirigirme a usted para hacerle extensivo nuestro saludo institucional y a la vez solicitarle brinde las facilidades necesarias a la alumna del XII cido de la Escuela Profesional de Derecho JEANINA NICOL MOSTACERO SILVA, a fin que pueda realizarle una entrevista, dado que, ello resulta de suma importancia en la investigación que realiza la alumna para su Tesis titulada “La información en la contratación de servicios y productos financieros en personas iletradas y quechuhablantes, como presupuesto para su inclusión financiera, 2019”.

Sin otro particular, agradezco por anticipado la atención que le brinde a la presente.

Atentamente,

CÉSAR CARRANZA ÁLVAREZ

Coordinador

1/1

Caja Sullana
Victor L. Escalante Carreño
ASESOR DE NEGOCIOS

ANEXO N° 07. COSTO DE IMPLEMENTACIÓN DE AUDIO Y VIDEO EN ENTIDADES FINANCIERAS.

- COSTO DE GRABACIÓN EN VIDEO :**

 Hewlett Packard Enterprise	HEWLETT - PACKARD PERU S.R.L. Av. Javier Prado Este N° 478 Torre Orquídeas – Piso 18 San Isidro, Lima – Peru Telfs.: 411-2000 * Fax: 422-0595	R.U.C. 20335020872 FACTURA ELECTRONICA F001 N° 00271396
	DOC. IDENTIDAD : RUC 20538763072 SEÑORES : ENTIDAD DE DESARROLLO A LA PEQUEÑA Y MICRO EMPRESA INVERSIONES LA CRUZ S.A. - EDPYME DIRECCIÓN : AV. GUARDIA CIVIL NRO. 1280 URB. CORPAC, LIMA - LIMA - SAN ISIDRO, 0000, PE Nro Ref. Interna : 112400447192 FECHA DE VENC. : 31/03/2020 Lugar del Servicio : Cuentas Por pagar Código Postal : 0000 País : PE	FECHA DE EMISION : 04/03/2020 TIPO DE MONEDA : DOLAR AMERICANO ORDEN DE COMPRA : A1153 AN017 CÓDIGO CLIENTE : 4755403207 TÉRMINOS DE PAGO : 39/39 NRO CONTRATO : A1153 AN017

LÍNEA	N° DE PARTE	DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID.	VALOR VTA. UNITARIO	PRECIO VTA. UNITARIO	DESCTO. UNIT.	VALOR TOTAL
1		Contrato de Arrendamiento DOCUMENTOS REFERENCIADOS FACTURA ELECTRONICA F001-271396 Referencia de Pago: A1153 AN017 112400447192	1	NIU	198.27	233.96	0.00	233.96

*Camara de Video \$50.00

- COSTO DE GRABACION EN AUDIO**

Tipo de Cambio	3.55				
Central Telefonica	4,401.75				
Sueldo de Operador mas Carga laboral	1,770.00				
Consumo de Energia 20 equipos	1,200.00				
Alquiler de 20 Equipos de Computo Mensu	830.70				
Total de Costo S/.	8,202.45				
Desembolsos Estimados de Illetrados al me	1,000	Un Operador puede atender hasta 50 desembolsos al día			
Costo por Desembolso S/.	8.20				

ANEXO N° 08 – RESULTADOS TABLAS

- **TABLA N.º . 01**

1. **INTERROGANTE:** *Considera usted que las entidades brindan información clara ,accesible y de fácil comprensión antes y durante la adquisición de un producto*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	10
NO	9	90
TOTAL	10	100

ESTADÍSTICA GRÁFICA.

RESULTADO DE ESTADÍSTICA	
Media	50
Error típico	40
Mediana	50
Moda	#N/D
Desviación estándar	56.5685425
Varianza de la muestra	3200
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	80
Mínimo	10
Máximo	90
Suma	100
Cuenta	2

- TABLA N^o. 02

2. **INTERROGANTE:** Cree usted que las entidades bancarias cuentan con un protocolo de atención al cliente idóneo para las personas analfabetas y quechuhablantes, teniendo en consideración la condición de consumidores vulnerables

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	10
NO	9	90
TOTAL	10	100

ESTADÍSTICA GRÁFICA

RESULTADO DE ESTADÍSTICA	
Media	50
Error típico	40
Mediana	50
Moda	#N/D
Desviación estándar	56.5685425
Varianza de la muestra	3200
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	80
Mínimo	10
Máximo	90
Suma	100
Cuenta	2

- **TABLA N°. 03**

- **3. INTERROGANTE** *¿Cree usted que la entidades bancarias y financieras cuentan con personal capacitado para la atención a personas quechuhablantes y analfabetas que deseen obtener algún producto o servicio financiero, y puedan ser incluidas dentro del sistema financiero?*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	10
NO	9	90
TOTAL	10	100

ESTADÍSTICA GRÁFICA

RESULTADO ESTADÍSTICO	
Media	50
Error típico	40
Mediana	50
Moda	#N/D
Desviación estándar	56.5685425
Varianza de la muestra	3200
Curtosis	#¡DIV/0!
Coeficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	80
Mínimo	10
Máximo	90
Suma	100
Cuenta	2

TABLA N°. 04

- *Considera usted que las entidades bancarias promueven la inclusión financiera pensando en acortar las brechas de desigualdad en consumidores vulnerables?*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	40
NO	6	60
TOTAL	10	100

ESTADÍSTICA GRÁFICA

RESULTADO	ESTADÍSTICO
Media	50
Error típico	10
Mediana	50
Moda	#N/D
Desviación estándar	14.1421356
Varianza de la muestra	200
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	20
Mínimo	40
Máximo	60
Suma	100
Cuenta	2

TABLA N°. 05

- **5. INTERROGANTE:** *Considera usted que los mecanismos existentes, para otorgar una información de un producto o servicio financiero a un consumidor vulnerable garantiza el debido acceso a la información*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	30
NO	7	70
TOTAL	10	100

ESTADÍSTICA GRÁFICA

RESULTADO ESTADÍSTICO	
Media	50
Error típico	20
Mediana	50
Moda	#N/D
Desviación estándar	28.2842712
Varianza de la muestra	800
Curtosis	#¡DIV/0!
Coficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	40
Mínimo	30
Máximo	70
Suma	100
Cuenta	2