



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE DERECHO

“ALCANCES DE LA IDONEIDAD EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL
CONSUMIDOR DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS Y EL ROL DE
INDECOPI-PIURA DURANTE EL PERIODO 2017”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
ABOGADA

AUTORA:

Br. Astrid Everling Torres Morales (ORCID: 0000-0002-7987-3167)

ASESORES:

Dr. Cristian Jurado Fernández (ORCID: 0000-0001-9464-8999)

Dr. José Arquímedes Fernández Vásquez (ORCID: 0000-0002-3648-7602)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Derecho del Consumidor

PIURA - PERÚ

2018

PÁGINA DEL JURADO

DEDICATORIA

A Dios.

Por permitirme llegar hasta aquí, por haberme dado salud y paciencia para cumplir este objetivo, además de su inmensurable bondad y amor.

A mis padres.

Por ser mi ejemplo de esfuerzo y lucha constante para alcanzar mis metas, porque a pesar de las adversidades, nunca me abandonaron en este sueño.

A Calixto.

Mi ángel de luz, que guiará mi camino hoy y siempre.

A Aarón.

Por motivarme siempre a seguir adelante y a alcanzar mis objetivos.

A mi familia.

Por creer en mí.

Astrid.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por dejarme la mejor herencia de todas “mi educación”, por mostrarme el camino hacia la superación, por nunca decir “no puedo”, porque gracias a ustedes y a Dios, he llegado hasta este punto de mi carrera, a mis profesores que compartieron sus enseñanzas conmigo y me llevaron por el camino correcto, y finalmente a todas las personas que me ayudaron poniendo un granito de arena en el desarrollo de esta investigación de manera desinteresada.

¡Muchas gracias!

Astrid.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Astrid Everling Torres Morales, con DNI N.º 71375054, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Derecho, Escuela Profesional de Derecho, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se muestran en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos, como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, julio, 2018.



Astrid Everling Torres Morales

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
ÍNDICE	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad problemática.	1
1.2. Estudios previos.	3
1.3. Teoría relacionada al tema.	4
1.4. Formulación del problema	26
1.5. Justificación del estudio	27
1.6. Hipótesis	28
1.7. Objetivos	28
II. MÉTODO	29
2.1. Diseño de la investigación.	29
2.2. Variables, operacionalización.	29
2.3. Población y muestra	30
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	30
2.5. Métodos de análisis de datos	32
2.6. Aspectos éticos	33
III. RESULTADOS	34
3.1. Descripción de los resultados de la encuesta aplicada a abogados especializados en derecho del consumidor	34
	vi

3.2. Descripción de resultados obtenidos en la encuesta aplicada a consumidores financieros.	41
3.3. Descripción de los resultados de la entrevista realizada al Abogado de la entidad financiera Caja Piura, el señor Jhordan Pinillos.	60
IV. DISCUSIÓN	65
V. CONCLUSIONES	74
VI. RECOMENDACIONES	75
REFERENCIAS	76
ANEXOS	77

RESUMEN

La presente investigación titulada “*Alcances de la idoneidad en materia de protección al consumidor de los productos y servicios financieros y el rol de Indecopi-Piura durante el 2017*” se ha llevado a cabo atendiendo a los problemas existentes en el ámbito de las relaciones de consumo establecidas entre los consumidores y las entidades del sistema financiero, respecto a los productos y servicios que estos últimos ofrecen al mercado.

En este sentido, el objetivo que persigue la presente investigación es evaluar cuáles son los alcances de la idoneidad en los productos y servicios financieros según los criterios establecidos por Indecopi durante el periodo 2017, en el ejercicio de su rol como organismo destinado a la protección y defensa del consumidor.

El diseño de la investigación fue de tipo no experimental, así mismo se utilizó las técnicas de la entrevista y análisis de documentos, así como la encuestas a 60 informantes entre consumidores de productos y servicios financieros y operadores del derecho del Consumidor, para llevar a cabo el proceso de recolección de datos.

Del estudio realizado se llegó a la conclusión que los alcances de la idoneidad bajo el rol tuitivo del Indecopi durante el periodo 2017 consisten en un adecuado acceso a la información, transparencia en la misma, adecuada prestación y protección al consumidor financiero, los cuales se aplicarán según el caso en concreto.

Palabras claves: consumidores, entidades financieras, idoneidad, Indecopi, relación de consumo.

ABSTRACT

The present research entitled "Scope of the suitability in financial products and services and the role of Indecopi-Piura period 2017", has been carried out taking into account the existing problems in the field of consumer relations established between consumers and entities of the financial system, with respect to the products and services that the latter offer to the market.

In this sense, the objective pursued by this research is to assess the scope of suitability in financial products and services according to the judgment established by Indecopi during the 2017 period, in the exercise of its role as an organization dedicated to the protection and consumer Defense.

The design of the research was of a non-experimental nature, as well as the techniques of interviewing and document analysis, as well as the surveys of 60 informants, among consumers of financial products and services and Consumer Law operators, to carry out the process of data collection.

From the study carried out, it was concluded that the scope of the suitability under Indecopi's tuitive role during the 2017 period consists of adequate access to information, transparency in it, adequate provision and protection to the financial consumer, which will be applied according to the specific case.

Keywords: consumers, financial entities, suitability, Indecopi, consumption relation.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática.

Hoy en día, el sistema financiero es uno de los pilares esenciales para el desarrollo de la economía de un país, podría ser comparado con el cerebro de la economía, pues su función está orientada a canalizar el dinero obtenido de las personas con un excedente capital hacia personas cuyo capital es escaso, de modo que se genere una mayor productividad y liquidez entre los consumidores de este sistema (Stiglitz, 2006).

No obstante, la relación de consumo que existe entre las entidades bancarias y el cliente no se encuentra libre de diversos problemas, pues por la especialidad de los temas en la que versa, el número de denuncias, incertidumbres y reclamos contra el sistema es alarmante, siendo uno de los sectores económicos más quejados hace ya varios años.

La complicación en esa línea, radica principalmente en la medida que siendo los intervinientes de la misma una entidad financiera y en su mayoría de veces una persona natural, la primera posee mayor alcance respecto a las circunstancias de la comercialización del producto y/o servicio, mientras que la segunda el alcance que posee no es el mismo, ello como consecuencia de su ajenedad a este sector empresarial, lo que conlleva a una situación de asimetría informativa.

Así las relaciones contractuales en este sector, se llevan a cabo por contratos de adhesión, los cuales previamente han sido determinados por la entidad, pues es esta quien estipula las cláusulas a las cuales van a estar sometidos los consumidores, teniendo estos últimos la única opción de aceptar o no y pues encontrándose en una situación de necesidad económica no es de extrañarse que sus derechos se vean mermados.

La ausencia de un acuerdo antes de la celebración del contrato, además de la complejidad de los temas en el que versa el mismo, conlleva a un desnivel entre los intervinientes y sin duda es el comprador o cliente el más afectado,

siendo la confianza de que el producto y/o servicio que contrata es el mismo que recibirá, lo determinante para convenir y por ende establecer una relación de consumo. Sin embargo, esto no siempre es así, ya que en la actualidad existen muchos consumidores insatisfechos con el servicio o producto que recibieron por parte de una entidad financiera, ya que estos no fueron los mismos que esperaban.

Las denuncias y reclamos hacia el sistema financiero datan ya hace varias décadas, representando de esta forma un sector muy cuestionado en lo que concierne a nuestra región piurana, ello en atención a las estadísticas registradas en el año 2016 por el Anuario de Estadísticas Institucionales – AEI-2016, en donde se ha consignado un porcentaje de 45,58% de reclamos.

Dentro de los hechos sancionados más frecuentes, se pueden mencionar el incumplimiento al deber de brindar información de los productos y/o servicios, la no atención de los reclamos, el reporte indebido a las centrales de riesgos, entre otras cosas en su mayoría relacionadas a la idoneidad de los productos y/o servicios, entendida en líneas generales como “la concordancia entre lo que el consumidor espera y efectivamente recibe” (Ley N° 29571.- Código de Protección y Defensa del Consumidor, 2010, art. 18).

Bajo este escenario, nace la importancia del rol que desempeña la máxima autoridad de consumo -Indecopi- como un organismo especializado en la protección del consumidor, siendo además el obligado a perseguir el cumplimiento de la suficiencia en los productos y servicios financieros.

Esto genera la necesidad de plantearse la interrogante, por qué si existe un ente especializado en proteger al consumidor, existe aún tanto consumidor insatisfecho con el producto y/o servicio obtenido en el sistema financiero.

¿Cuáles son los alcances que Indecopi determina de la idoneidad en los productos y servicios financieros frente al rol tuitivo que desempeñó durante el periodo 2017?

1.2. Estudios previos.

Nivel Internacional

A nivel internacional, se tiene los siguientes estudios:

Villalba (2011), destaca como una de sus conclusiones que en una relación contractual siempre va a ver una parte más dominante que la otra como consecuencia de la situación de desigualdad en la que se encuentran, generada ya sea porque una de ellas posee mayor información que la otra, tiene mejores facultades de negociación o porque su condición económica le da tal ventaja.

Casas (2015), señala que la aceptación del consumidor emana del conocimiento del acto jurídico que va a celebrar, conteniendo los derechos y deberes que le corresponden, así como evaluar sus beneficios y posibles riesgos, sin que se entienda como un abuso del derecho a la información.

Aguilar (2012), recalca que la asimetría informativa constituye para los consumidores un grave problema al no permitirles desempeñar de la mejor manera posible su lugar contractual, ya sea por la insuficiente información que reciben o porque esta no es entendida correctamente.

Nivel Nacional

A nivel nacional se tienen las siguientes investigaciones:

Herrera, Neira y Tassara (2016), afirman que hasta el año 2016 no existía una correcta relación de consumo entre proveedores y consumidores, quedando constatado en la alta cantidad de reclamos y quejas que se presentaban. El sistema financiero no está exento de esto, puesto que es el lugar en dónde más quejas y reclamos se presentan, siendo necesaria la adopción de nuevas políticas públicas, destinadas a mejorar la relación de consumo en este sector, de modo que se desarrollen en un ambiente armonioso con los derechos e intereses de los consumidores.

Respecto a los hechos más reclamados que se ventilan ante Indecopi, sobre los productos y servicios financieros, tenemos los resultados obtenidos por Viguria (2015), de los cuales cabe resaltar que la mayoría de estos están vinculados a la idoneidad de los productos y servicios ofrecidos por los bancos, lo que permite una vez más sustentar lo que se viene desarrollando en la presente investigación, toda vez que la idoneidad es el aspecto que más se viene infringiendo.

Por otro lado, Machuca (2015), pone en cuestionamiento el rol de Indecopi como protector del consumidor financiero, ya que al tener una amplia jurisdicción como ente protector de productos y servicios de diversa índole, puede acarrear insuficiencias tales como un conocimiento escaso en los hechos que resuelve, resultando necesario contar con un ente especializado en resolver los conflictos que se presente entre las entidades y los consumidores, a fin de tomar decisiones informadas y que no transgredan los intereses y derechos de ambas partes.

1.3. Teoría relacionada al tema.

1.3.1. Derecho comparado

Colombia

En dicha Legislación, la ley que protege al cliente de los productos y servicios financieros es la Ley N° 1328, la misma que acoge la obligación de idoneidad en su art. 3 inc. A, como la debida diligencia que deben emplear las entidades del sistema financiero, para ofertar sus productos y servicios en el mercado, procurando que los consumidores reciban la cantidad de información necesaria para tomar una decisión informada en atención a sus beneficios personales, pues en aras a este principio el consumidor tiene derecho a recibir lo contratado, de acuerdo a las circunstancias acordadas con la entidad financiera.

Chile

En Chile, la ley que contiene las normas de protección al consumidor es la Ley 19.496, la misma que establece como un derecho básico del consumidor, el acceso a una información clara y pertinente respecto a los servicios y productos ofrecidos por los proveedores en el mercado, pues depende de la información que reciben los consumidores su decisión de iniciar o no una relación de consumo. Si bien hasta el 2011 la mencionada ley no tenía facultades al respecto, estas fueron atribuidas a través de Ley 20.555, precisándose los lineamientos que deben seguirse en el marco de una relación de consumo entre las entidades del sistema financiero y los consumidores; los mismos que son custodiados por el organismo competente para la protección y defensa del consumidor financiero, este es el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC).

1.3.2. Consumidor

1.3.2.1. Concepto

Doctrinariamente podemos resaltar dos nociones de consumidor, una abstracta y otra concreta.

Teniendo como referencia a Acedo (S.F), consumidor en una noción abstracta, puede ser cualquier persona que ansía ostentar mejor clase de vida, atribuyéndoseles derechos de manera común, como lo son: educación, información y derecho a la libre de elección; por lo tanto, no se podrían ejercer derechos a título personal, sino más bien para actuar de manera colectiva en defensa de los derechos del consumidor. Una idea contraria es la estipulada en una noción concreta, en la cual el cliente sí podría ejercitar sus derechos de manera personal, bajo sus propios intereses; así dentro de la noción concreta resaltan 02 concepciones de consumidor, la primera de ellas en sentido amplio que asemeja al consumidor como cliente y una concepción restrictiva que entiende al antes indicado como destinatario final.

En lo que respecta a la concepción en sentido amplio, define al cliente como el sujeto que adquiere productos o servicios para atender necesidades ya sean personales, profesionales o empresariales; en esta concepción no importa el destino final del producto o servicio, mientras que, en la concepción en sentido restrictivo, sí importa el destino final de estos; por lo tanto, solo serán consumidores aquellos que adquieren productos o servicios para atender fines estrictamente personales, quedando fuera de la esfera de esta concepción las personas que los adquieren para atender fines empresariales y/o profesionales.

El ordenamiento jurídico peruano, entiende como consumidor a aquella persona natural o jurídica que adquiere como destinatario final un producto o servicio para su propio beneficio, en un escenario distinto a su acción patronal o laboral. Asimismo, enmarca dentro de la figura, a los pequeños empresarios que adquieren productos o servicios que no forman parte del giro empresarial en el que se desenvuelven; es decir, que estos no sean esenciales para el progreso de su actividad económica del microempresario, de modo que se encuentre en una situación de desigualdad respecto a la información que posee frente a su suministrador (Ley N° 29571.- Código de Protección y Defensa del Consumidor, 2010).

1.3.2.2. Marco legal que regula al consumidor.

Entre las principales normas que regulan al consumidor se tiene:

Constitución Política del Perú

La constitución Política del Perú, en su artículo 65° prescribe que, el Estado vela por los intereses y derechos del consumidor, garantizando el acceso a la información de los servicios y productos que adquiere en el mercado.

Así, en una Economía Social de mercado, régimen económico peruano, la protección de los consumidores es de suma importancia, debido a que su correcto ejercicio depende que las relaciones comerciales se desarrollen respetando la libre elección y el trato justo y equitativo. Siendo así, el Estado avala el derecho del consumidor a recibir información verdadera, transparente e idónea relacionada a los productos o servicios que desea adquirir en el

mercado, para que sus decisiones se lleven a cabo de manera correcta e informada, orientada a la satisfacción de sus intereses personales.

Ley N° 29571- “Código de Protección y Defensa del Consumidor”

Bajo la norma en comento, se define al consumidor o al usuario como la persona natural que obtiene un producto o servicio como destinatario final, exceptuando a los microempresarios, los cuales son considerados consumidores siempre y cuando se evidencie una situación de asimetría informativa frente al proveedor respecto a productos y servicios que no sean esenciales para el desarrollo del negocio al que se dedica.

En ese sentido, solo será considerado como consumidor a efectos de gozar de la protección que el Código emana, las personas o microempresarios que adquieran los productos o servicios como destinatarios finales. No obstante, el Código no establece una definición para la figura de consumidor final, originando que los órganos jurisdiccionales que apliquen la norma se vean en la necesidad de definir dicha figura con el propósito de reparar la laguna incurrida por el legislador.

Así, se pueden citar los “Lineamientos de Protección al Consumidor” (2017) de Indecopi, referidos al consumidor final:

En primer orden, se puede citar la habitualidad de la actividad económica; es decir, el simple hecho que una persona haya realizado una actividad económica, no le quita la calidad de consumidor final, ya que debe tenerse en cuenta la periodicidad con la que esta persona la realiza.

Como segundo punto, se ve la posibilidad de utilizar eventualmente un producto de uso personal para el avance de su actividad empresarial, la misma que constituiría un uso mixto del producto; sin embargo, no se le puede quitar la calidad de consumidor final por haber destinado el producto para sus fines empresariales, ya que al momento en el que lo adquirió se encontraba en una situación de desnivel informativo.

El Indecopi a través de los Lineamientos (2017) sobre protección al consumidor, establece como posición general usada en la solución de las controversias por parte de sus órganos, si el producto o servicio fue adquirido para asistir intereses particulares; o en el caso de un microempresario, si este adquirió el producto o servicio en una esfera ajena a su actividad comercial y en todo caso, determinar si la persona al momento de adquirirlo se ubicaba en una situación de disimetría informativa.

1.3.2.3.Principios de protección al consumidor.

La Ley N° 29571 (Código de Protección y Defensa del Consumidor, 2010) establece como principios que protegen al consumidor:

“Principio de Soberanía del Consumidor”, el Estado motiva las decisiones libres de los clientes, para que sean sus voluntades las que orienten las mejoras de los productos y servicios en el mercado.

“Principio Pro Consumidor”, establece que se debe hacer una interpretación favorable al consumidor cuando se encuentre ante una duda insalvable del sentido de la norma.

“Principio de Transparencia”, se exige a los proveedores una adecuada actuación en el mercado, brindando una información veraz y apropiada a los consumidores, sobre los productos y servicios que estos adquieren.

“Principio de Corrección de la Asimetría”, intenta enmendar los daños generados por la circunstancia de desventaja en la que se encuentra el consumidor frente al proveedor en el mercado.

“Principio de Buena Fe”, busca que las relaciones de consumo en el mercado, se realicen en armonía con el principio de buena fe y lealtad entre las partes.

Principio “Pro Asociativo”, las relaciones de consumo en el mercado, son facilitadas por el Estado, siempre y cuando las partes actúen de manera responsable y sin transgredir las normas del Código de Protección y Defensa del consumidor.

Principio de “Primacía de la Realidad”, solo se considerará el verdadero propósito de la conducta que subyace el acto jurídico que la enuncia.

1.3.2.4.Derechos del consumidor.

En el mercado interactúan los proveedores, quienes venden una variedad de productos y servicios; y, por otra parte, los consumidores finales que adquieren estos productos o servicios para la atención de fines personales, estableciéndose así una relación de consumo.

Por ende, para una adecuada relación de consumo, es necesario dotar al comprador de derechos que sirvan como herramienta para reducir la situación de desventaja frente al proveedor y para establecer límites y obligaciones a la conducta de este último, guiando su actuar acorde al principio de buena fe entre las partes.

Así, se pueden citar los derechos básicos del consumidor:

1. Recibir información veraz, oportuna e idónea sobre los productos o servicios que le interese adquirir.
2. Derecho a expresar libremente sus dudas, acotaciones, reclamos o quejas frente al proveedor.
3. Elegir libremente los productos o servicios, a mayor variedad de estos mejor será su elección.
4. A no ser discriminado por su origen, raza, sexo, ideología, o por cualquier otra índole.
5. Derecho a adquirir productos o servicios que no atenten contra su salud y a ser advertido de algún riesgo o peligro que pueda correr ante el uso de estos.
6. Derecho a efectuar pagos anticipados si así lo desea, con la pertinente disminución de intereses, armadas y los gastos que esto genere.

1.3.3. Consumidor financiero

1.3.3.1. Definición

El ordenamiento jurídico peruano no contempla dicha figura con tal, enmarcando su amparo dentro de la noción general que el Código de Consumidor establece, esto es: “la persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta como destinatario final productos o servicios, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando en una esfera ajena a su actividad profesional o empresarial” (Ley N° 29571.- Código de Protección y Defensa del Consumidor, 2010).

En el Perú, el consumidor financiero es el más perjudicado por la disimetría en la información existente en sus relaciones. Al tratarse de relaciones sobre productos o servicios relacionados a temas legales (como las cláusulas del contrato) temas económicos (como el cálculo de los intereses compensatorios, moratorios, etc.), no todos los consumidores conocen las implicancias de estas. Siendo la información, la herramienta más adecuada para reducir significativamente la desventaja en la que se encuentran los consumidores financieros al momento de contratar con un banco; pero no solo basta con entregar los instrumentos que contengan la información, sino que esta información debe ser ofrecida de tal manera que el consumidor la entienda y conozca los alcances del contrato.

1.3.3.2. Derechos del consumidor financiero

En este sector, destacan por un lado los bancos, que son los que canalizan los fondos captados por las personas que depositan su dinero, y las personas que necesitan solventarse de liquidez, siendo este el escenario de una relación de consumo, en la cual el consumidor adquiere los servicios o productos que le vende el banco, a razón de una contraprestación monetaria.

Así, a pesar de que sea el consumidor quien tenga la última palabra; es decir, sea este quien elija contratar o no, no siempre está contento con el producto o servicio que adquirió. El origen de este desagrado surge en la información que recibió antes de elegir contratar, ya sea porque recibió una escasa información

o tal vez porque la información que recibió no fue comprendida de manera correcta.

Es bajo este contexto, que resalta la necesidad de dotar de mayor protección a los consumidores financieros, pues sus relaciones se desarrollan en un campo totalmente especializado, en la que el Estado juega un papel muy importante como protector de sus derechos.

Así dentro de los derechos principales del cliente financiero tenemos:

1. Derecho a recibir una información y publicidad transparente de los productos o servicios, que no lo lleven a hacer valoraciones erradas.
2. Derecho a recibir productos o servicios de calidad y seguros, cumpliendo con las características pactadas en el contrato.
3. Derecho a que sus relaciones con una entidad financiera, se lleven a cabo con una debida diligencia.
4. Derecho a consignar pagos anticipados sin ninguna restricción por parte de la entidad financiera.
5. Derecho a ser educado financieramente y a hacer valer sus derechos y obligaciones cuando lo estime pertinente.

1.3.3.3.Marco legal que protege al consumidor financiero.

Entre las disposiciones legales referidas a la protección del consumidor financiero resaltan las siguientes:

Ley 28587- Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros- la cual define parámetros para la correcta protección a los consumidores financieros. Fue reformada mediante Ley 29888, de fecha veinticuatro de junio de dos mil doce, la cual además de reformar la Ley 28587, toca temas comprendidos en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, referidos a la transparencia en la información de los productos o servicios financieros, publicidad en los productos o servicios

financieros de crédito y a la publicidad en los servicios y productos pasivos.

En cuanto a las modificaciones que efectuó la Ley 29888 en la Ley 28587, las mismas están referidas a la transparencia de la información, modificaciones contractuales y al cobro de intereses, comisiones y gastos. Aunado a ello, se agrega el artículo 12°, cuyo objetivo es instituir el criterio relacionado al mantenimiento de las condiciones de pago en los contratos que celebran los consumidores financieros.

Resolución SBS N° 8181-2012, Reglamento de Transparencia de Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero; fue creado para reglamentar las disposiciones de la Ley N° 29888, así como para determinar nuevos métodos que permitan mantener a un consumidor informado, antes de la celebración del contrato. Resaltaba la importancia de la transparencia de la información, la cual estaba referida al costo real de los productos y servicios, la prohibición de las entidades financieras a variar las tasas de intereses sin previo consentimiento del consumidor, y establecía cuales eran las comisiones indebidas y las cláusulas abusivas.

Resolución SBS N° 3274-2017, a través de esta resolución se deroga la Resolución SBS N° 8181-2012 y se aprueba el Reglamento de Gestión de Conducta e Mercado del Sistema Financiero, el cual entró en vigencia el primero de noviembre de dos mil diecisiete, con la finalidad de regular de una manera más amplia las conductas que debe ejercer el proveedor de productos y servicios financieros con los consumidores, poniéndose énfasis en la transparencia de la información, el procedimiento de los reclamos y la oferta en los productos y servicios.

1.3.4. Organismos de protección al consumidor financiero.

El Estado en su objetivo por proteger al consumidor financiero, pone a su disposición diferentes instancias a las cuales el consumidor puede acudir cuando considere se le han vulnerado sus derechos. Así se puede señalar:

1.3.4.1. Instituto nacional de defensa de la competencia y de la protección de la propiedad intelectual (Indecopi)

Considerado la máxima autoridad de protección al consumidor, creado mediante Decreto Ley número 25868. Tiene entre sus ejercicios principales, custodiar las buenas prácticas en el mercado a favor de los individuos que intervienen en él, procurando el respeto de sus derechos e intereses, la prohibición de prácticas que limiten la libertad de competencia, así como la protección de la propiedad intelectual.

Como ente protector del consumidor, tiene bajo su tutela a los consumidores del sistema financiero, disponiendo para tal efecto instancias destinadas a la solución de controversias suscitadas en las relaciones entre consumidores y entidades financieras.

Así se tiene el Sistema de Atención al Ciudadano- SAC- quien como primer paso llama a convenio a los intervinientes, de no mediar conciliación entre ellas, el consumidor puede presentar su denuncia ante los órganos del Indecopi, estos son el Órgano Resolutivo de Procedimiento Sumarísimo y la Comisión de Protección al Consumidor, los cuales mediante un procedimiento sancionador emitirán una solución al conflicto, evaluando cada caso en concreto

1.3.4.2. Superintendencia de banca, seguros y fondos privados de pensiones (SBS)

Creado en 1931 como un organismo regulador del sistema financiero, tiene como fin primordial vigilar por la conveniencia de las personas que depositan sus fondos en las entidades financieras bajo su regulación, así como los intereses de los pensionistas afiliados al “SPP” -Seguro Privado de Pensiones, cuidando de que las condiciones en las que se desarrolle la actividad financiera sean las adecuadas.

No obstante, no deja de ser un organismo de protección al consumidor, pues a través de sus disposiciones otorga a los consumidores derechos adicionales a los ya reconocidos por el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

La SBS a diferencia de Indecopi, ofrece una protección indirecta, pues aquí no existirá una protección individualizada, sino más bien se protegerá a una colectividad de individuos; para tal efecto, se creó la “Plataforma de Atención al Usuario”- PAU- como medio para asistir los reclamos presentados por los consumidores en contra de las entidades financieras bajo su regulación, a través del cual la SBS toma conocimiento de las posibles infracciones cometidas con el fin de remediarlas y sancionar a las entidades responsables.

En otras palabras, la SBS no solucionará un conflicto entre un individuo en particular y una entidad financiera, sino que sancionará a la entidad por el incumplimiento de alguna norma que afecte el buen desarrollo del sistema financiero.

1.3.4.3. Defensor del cliente financiero (DCF)

El cual ha sido creado como otro mecanismo de solución de pugnas entre las entidades del sistema financiero y los consumidores; a diferencia de Indecopi en el que no es necesario presentar el reclamo primero en la entidad, en el DCF será requisito indispensable para su admisibilidad.

Tiene competencia para atender reclamos que no superen los \$ 20,000.00 o su semejante en dinero nacional. El consumidor tiene la libertad de aceptar o no la decisión tomada por el DFC, en el caso de que esté conforme, esta surtirá todos sus efectos; pero de no ser el caso, el consumidor podrá acudir a cualquier otra instancia destinada a la defensa del consumidor financiero.

1.3.5. Idoneidad

El Estado en cumplimiento de su deber como defensor de los consumidores, crea a Indecopi como una instancia administrativa competente para la resolución de las denuncias interpuestas contra los proveedores de bienes y servicios, el cual a través de sus sentencias establece criterios que complementan las disposiciones del Código de Consumo. Uno de los aspectos que Indecopi más analiza en la fiscalización a los proveedores, es la denominada “idoneidad”, la cual se ha convertido en unos de los requerimientos más importantes en el Código de Consumo y propósito de

análisis en la presente investigación.

En este escenario, la información constituye un factor muy importante a la hora de evaluar la idoneidad de los productos o servicios, pues las expectativas que el consumidor se haga de ellos, será en función a la calidad y cantidad de información que este hubiera recibido. Necesitando la información ser veraz, oportuna y clara para conocer los alcances de los productos y servicios, de modo que el consumidor satisfaga sus intereses. Es necesario precisar que aun cuando el suministrador cumpla con entregar toda la información pertinente, pero no realiza la del producto o servicio convenido, nos encontraremos ante la vulneración al “Principio de idoneidad”.

No todas las expectativas del consumidor serán tuteladas, sino solo aquellas que resulten del discernimiento de un consumidor razonable, estándar recogido por nuestra legislación y que ha sido objeto de cuestionamiento a nivel doctrinal. El punto de tal discusión radica en que el proteger únicamente a un consumidor razonable implicar dejar desprotegidos a muchos consumidores que no tienen una capacidad de discernimiento para hacer una valoración razonable, máxime en un país como este; proponiéndose que se ampare el consumidor ordinario o promedio.

En efecto, el Código de Protección y Defensa del consumidor, señaló jurisprudencialmente que el consumidor tutelado, era quien actuaba con razonabilidad y diligencia ordinaria, pero ¿por qué un patrón de consumidor razonable?

Proteger a un consumidor ordinario o promedio, implica desincentivar la práctica de una educación de consumo sensato, pues el cliente ya no se sentirá motivado a actuar diligentemente, debido a que será protegido aun cuando haya actuado con negligencia.

Por el contrario, proteger a un consumidor razonable, no se refiere a proteger únicamente a un consumidor extremadamente exigente, perspicaz, capaz de analizar a cabalidad cada detalle del producto o servicio antes de contratar; sino se refiere a proteger a un consumidor que actúe con la cautela que se le

podría exigir a cualquiera. No se protege a un consumidor razonable, asumiendo que todos lo sean, sino que se hace como una forma de promover un actuar diligente en los consumidores, generando una cultura de consumo responsable.

En consecuencia, la idoneidad se materializa en que los servicios y productos que han sido adquiridos por el consumidor en el mercado, satisfagan las expectativas que este haya hecho sobre ellos, siempre y cuando hayan sido construidas atendiendo a un juicio razonable.

1.3.5.1. Modelo de idoneidad

Para verificar la idoneidad de los productos o servicios, se realiza un modelo de idoneidad que se compara con lo que el consumidor ha recibido en la realidad. Si lo que efectivamente ha recibido guarda correspondencia con el modelo entonces si habrá idoneidad, de lo contrario esta se habría infringido, debiendo el proveedor asumir con las consecuencias que de ello se originen.

Este modelo de idoneidad se hace sobre el análisis de tres variables denominadas por la ley como garantías, así tenemos: garantías legales, garantías explícitas y garantías implícitas, las cuales tienen un orden de preeminencia entre sí, donde las garantías legales no pueden ser apartadas por las explícitas, ni las explícitas por las legales.

Las garantías legales, son dadas por la ley y no pueden ser eliminadas por las garantías explícitas ni implícitas, ya que no resulta lógico que los proveedores ofrezcan a los consumidores, productos o servicios infringiendo la normatividad vigente. Por ejemplo, una entidad financiera no puede pactar en el contrato que un reclamo efectuado por el proveedor podrá ser atendido hasta después de 60 días, ya que el Código de Protección y Defensa del Consumidor establece que el plazo máximo para la atención de un reclamo es de 30 días.

El segundo nivel lo constituye las garantías explícitas, las cuales se forman a partir de las cláusulas estipuladas en el contrato, así como la información y publicidad ofrecida al consumidor. Pueden ser eliminadas por las garantías legales, pero se sobreponen a las garantías implícitas.

Finalmente, el tercer nivel está constituido por las garantías implícitas, las cuales ante la omisión de las garantías explícitas, se tomará en cuenta la naturaleza del producto o servicio. A continuación, se verá cómo trabaja ese modelo en la casuística:

Pongamos una situación en la que un cliente que celebra un contrato de préstamo de dinero con una entidad bancaria, entre las cláusulas del contrato se establece: a) la garantía del consumidor de poder solicitar reprogramaciones del pago de sus cuotas, b) la exigencia del consumidor de cancelar una tasa de interés moratorio, y acumulativamente una penalidad por el atraso de sus cuotas c) y la exigencia al consumidor de que en caso de querer ejercer la garantía establecida en la cláusula a) siga el procedimiento debido, que implica estar al día en sus pagos y hacerlo como mínimo un día hábil antes del vencimiento de su cuota más próxima.

Podemos encontrarnos frente al caso que el consumidor haya formulado una denuncia contra el sistema financiero, argumentando que la entidad se negó a hacer una reprogramación del pago de sus cuotas, dado que tenía que avisar como mínimo un día antes del vencimiento de su cuota que estaba a punto de vencer, hecho que no había sucedido en el presente caso, ya que el consumidor lo hizo pasando dos días después del vencimiento de esta. Asimismo, alega haber presentado un reclamo al banco por la cláusula abusiva que establece el pago de interés moratorio y una penalidad por la demora en la amortización de sus cuotas.

Para continuar con nuestro ejemplo, supongamos que todo esto versa en un cuestionamiento sobre la idoneidad del producto adquirido por el consumidor en el sistema financiero, esto es el préstamo de dinero.

En el caso en cuestión, el “Modelo de Referencia de Idoneidad”, se encuentra compuesto por lo establecido en las cláusulas “a” y “c”, pero no por lo establecido en la “b”, ya que según las disposiciones dadas por la SBS establece que no se pueden pagar por el atraso de las cuotas de pago, penalidades y adicionalmente interés moratorio, debiendo ser solo una de ellas. Esta garantía legal no puede ser inobservada por lo que se establece en el contrato, ya que como hemos dicho anteriormente, las garantías legales no pueden ser desplazadas por las garantías explícitas, por cuanto no se puede pactar en contra de la normatividad vigente. En consecuencia, existiría una infracción a la idoneidad por parte del banco.

Respecto a la no aceptación de la solicitud de reprogramación del pago de las cuotas, hecha por el consumidor, debe señalarse que en el contrato se ha establecido una garantía explícita. En tal sentido, más allá de lo que el consumidor hubiera querido, lo razonablemente previsible no era que aceptaran su solicitud dos días después del vencimiento de la cuota, sino que se respetara lo que se establece en el contrato.

Siendo así, el consumidor debió llamar como mínimo un día antes del vencimiento de la cuota más próxima para presentar su solicitud de reprogramación del pago de las cuotas, y no esperar dos días después para recién presentarla. Debiendo ser su denuncia declarada infundada, porque la cláusula “c” se encuentra debidamente integrada en el “Modelo de Referencia de Idoneidad”.

Cabe señalar, que este criterio de idoneidad solo se verá infringida cuando las condiciones del producto o servicio adquirido sean menos beneficiosas a las que se tienen en “el modelo de referencia de idoneidad”; por el contrario, no existirá vulneración a la idoneidad cuando el proveedor haya entregado mucho más de lo que un consumidor razonable se hubiera esperado, ya que la infracción a la idoneidad opera cuando se ha producido un perjuicio al consumidor, pese a no haber coincidencia con lo que se tiene en el “Modelo De Referencia De Idoneidad”.

Por otro lado, la práctica ha ido desarrollando diversos criterios sobre el cumplimiento de las garantías al evaluar la idoneidad, así se pueden mencionar algunos alcances:

El hecho de que exista una garantía implícita no quiere decir que va a ser el proveedor quien siempre resulte responsable, ya que el desperfecto del producto o servicio puede haberse dado por una causa que no le sea imputable, ya sea por caso fortuito o fuerza mayor, o por el mismo descuido del consumidor. De la misma manera, una garantía implícita puede verse desplazada por una garantía explícita que haya estado debidamente informada al consumidor, ya sea en el contrato o en cualquier otro medio que haya podido ser conocible por el consumidor usando el esmero ordinario, teniendo el proveedor la carga de probar que cumplió con el deber de idoneidad y que tal desperfecto de ese bien o servicio no le es atribuible.

Así podemos poner como ejemplo, el caso de un consumidor que adquiere una tarjeta de crédito en un banco. En uno de los puntos del contrato se establece que no podrá hacer compras en internet, ya que el banco no garantiza un nivel de prevención y protección adecuado contra fraudes.

Puede darse el caso, que el consumidor realice compras en internet, ingresando datos confidenciales en páginas no confiables, que generen que estos sean robados y en consecuencia su tarjeta de débito sea clonada. El consumidor presenta un reclamo contra la institución bancaria por infracción a la idoneidad en su producto, al no haberse tomado las medidas necesarias para prevenir ese tipo de situaciones, ni haber garantizado la seguridad en las operaciones que realiza vía internet.

En el caso en concreto, podríamos determinar como una garantía implícita de la tarjeta de débito, el poder hacer compras por internet, ya que es un uso normal que se le da actualmente en el mercado. Sin embargo, el proveedor del producto le ha eliminado dicha garantía a través de una garantía explícita que le impide realizar compras por internet, la cual fue informada al consumidor al momento de adquirir dicho producto. Entonces bajo esta línea, la carga de probanza recaerá sobre el banco, a quién le bastará solo acreditar la existencia

de la garantía explícita que le limitaba el uso de la tarjeta en compras por internet, la cual será oponible al consumidor.

A modo de conclusión se puede decir que, la “idoneidad” y la “información” se encuentran estrechadas entre sí, ya que, como se ha venido mencionando, la idoneidad es lo que el consumidor espera y lo que efectivamente recibe, dependiendo de la naturaleza del producto o servicio, la circunstancias que rodean al hecho y por la información que se le ha brindado al cliente.

Asimismo, para analizar la idoneidad, se tendrán en cuenta tres fases, la primera consiste en construir un modelo de referencia de idoneidad en base a tres garantías (legales, explícitas e implícitas), en la segunda se organizará lo que ocurrió en la realidad y en la tercera se comparará los hechos de la realidad con lo que se tiene en el “Modelo De Referencia De Idoneidad”. Así de existir compatibilidad entre el modelo y lo que ocurrió en la realidad, se habrá cumplido con la idoneidad, pero si existe diferencia entre el modelo y los hechos ocurridos, entonces si habrá una infracción a la idoneidad, teniendo el proveedor que asumir las responsabilidades que de esto se generen.

1.3.6. Rol de Indecopi-Piura respecto a la idoneidad

Entre una de las políticas públicas que el Estado establece en la Constitución, es garantizar procedimientos administrativos o judiciales eficaces destinados a la solución de conflictos y resarcimiento de daños. Así, nace Indecopi como órgano estatal que establece procedimientos administrativos especializados en la protección y la defensa del consumidor, destinados a la resolución de conflictos que se originen en el ejercicio de las distintas actividades económicas llevadas a cabo por los proveedores y consumidores, velando por los intereses y derechos de estos últimos, que son la parte más débil en la relación de consumo.

Indecopi cuenta con dos procedimientos para solucionar los conflictos suscitados entre los consumidores y proveedores, así se tiene dos procedimientos: el sumarísimo y el ordinario.

Con la finalidad de poner en manifiesto el procedimiento sumarísimo, el legislador creó los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos (ORPS) como un mecanismo ágil y célere para la resolución de casos en que ello se requiera por la materia o cuantía discutida (Ley N° 29571.- Código de Protección y Defensa del Consumidor, 2010, art. 24). Los ORPS tienen competencia en primera instancia únicamente para asuntos en los que versen sumas menores de 3UIT.

Por otro lado, tenemos el procedimiento ordinario para temas en el que el servicio o producto adquirido supere las 3 UIT'S, o sea inapreciable en dinero, por actos de discriminación o tratos diferenciados, cuando se afecten intereses colectivos o difusos, o cuando se trate de servicios médicos, los cuales serán resueltos por la Comisión de Protección al Consumidor- CPC-.

En resumen, se puede decir que a efectos de que se cumpla con la política pública del Estado de garantizar procedimientos administrativos rápidos e idóneos para la resolución de conflictos y resarcimiento de daños en materia de protección al consumidor, se cuenta con dos vías administrativas destinadas al cumplimiento de tal fin, como lo son el Órgano Resolutivo de Procedimiento Sumarísimo a través de un procedimiento sumarísimo, y la comisión de protección al Consumidor, a través de un procedimiento ordinario.

1.3.6.1. Análisis del rol de Indecopi a través de resoluciones sobre la idoneidad en los productos y servicios financieros.

Es a través de los procedimientos mencionados en el apartado precedente, que se han venido resolviendo en la región Piura durante el periodo 2017, una gran cantidad de casos referidos a la aparente transgresión de la idoneidad en productos y servicios financieros; de los cuales, a juicio del investigador, se ha creído conveniente analizar las siguientes resoluciones expedidas por la Comisión de la Oficina Regional del Indecopi Piura a fin de juzgar el rol que desempeña Indecopi, respecto a los alcances de la idoneidad en los productos y servicios financieros y su capacidad como organismo destinado a la defensa y protección del consumidor de los mismos.

RESOLUCIÓN N° 194-2017/INDECOPI-PIU

CUESTIÓN EN DISCUSIÓN: si el hecho que el banco le atribuyó al consumidor un retiro de dinero de su cuenta de ahorros, pese a que el cajero no dispuso la suma dineraria en mención, constituye una infracción a los artículos 18° y 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Se trata de una denuncia interpuesta por el señor Eduardo Ramírez contra el BBVA Continental por presunta infracción al Código de Protección y Defensa del Consumidor, toda vez que el 15 de julio, se acercó al banco a retirar su gratificación, pero como consecuencia de que el cajero del banco no estaba en funcionamiento, se dirigió al cajero de Maxi Ahorro para retirar el monto de S/ 440.00; sin embargo, al realizar la operación, el cajero no dispuso el dinero, ni emitió el voucher correspondiente después de realizar la operación. Entre los fundamentos de defensa del banco refiere que, lo denunciado por el señor Ramírez constituye una mera afirmación subjetiva, ya que se encuentra debidamente acreditado que el cajero sí dispuso el dinero requerido y debitado de la cuenta de ahorros del denunciado, presentando la copia de la impresión del Sistema Informático denominado “Listado de Operaciones Centro Autorizador MC-31”, que registra todas las operaciones realizadas válidamente por los usuarios de tarjeta de crédito y débito; asimismo, el mencionado medio probatorio acredita que el retiro de dinero fue procesado sin inconveniente alguno por el sistema y conforme a la instrucción del consumidor.

La Comisión al resolver el caso se centró en verificar si el banco brindó al consumidor un servicio responsable e idóneo, capaz de generar seguridad en cada una de las operaciones que realice.

Partiendo desde este punto, consideró que, al tratarse de un hecho negativo, como lo es la no dispensa del dinero ni la emisión del voucher respectivo, era imposible ser acreditado por el consumidor; por lo tanto, la carga de la prueba recaía sobre el banco, quien debía acreditar que el cajero automático si dispuso el dinero requerido y emitió el voucher correspondiente después de efectuada la transacción. Para tal efecto, el banco presentó como medio

probatorio la wincha auditora del cajero cuestionado; sin embargo, esta no genera convicción a la Comisión, por cuanto solo acreditaría la existencia de la operación, más no que esta se concretó con la dispensa del dinero y la emisión del voucher respectivo.

Además, considera que resultaría paradójico pretender probar la idoneidad del servicio brindado por el banco, con documentos obtenidos a través de su sistema cuya idoneidad está siendo cuestionada, más aún si el banco no acreditó la inviolabilidad de su sistema. En consecuencia, se resuelve declarar fundada la denuncia, en tanto no quedó acreditado que el cajero automático dispensó el dinero después de efectuada la operación.

Del caso bajo análisis se advierte que, el alcance de la idoneidad esgrimido por la Comisión, está constituido por los mecanismos de seguridad que el proveedor del servicio financiero debe implementar con la finalidad de brindarle seguridad al consumidor al momento de realizar operaciones con su tarjeta en un cajero automático. A juicio del investigador, el criterio adoptado por la Comisión para probar la idoneidad del servicio, tiene un carácter tuitivo a favor del consumidor ya que, al ser la parte más débil de la relación, le es difícil acreditar fehacientemente que el dinero no le fue entregado, resultando una medida muy acertada trasladarle la carga de la prueba al banco, ya que es este quién está en mejores condiciones para probar que el hecho denunciado no le es imputable.

RESOLUCIÓN N° 441-2017/ INDECOPI-PIU

CUESTIÓN EN DISCUSIÓN: Si el cobrar una tasa de interés diferente a la que se le habría ofrecido al consumidor, constituiría una infracción a los artículos 18° y 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

La denuncia interpuesta por la señora Rosa del Pino contra el Scotiabank Perú S.A.A por presunta infracción a los artículos 18° y 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, toda vez que, con la finalidad de obtener un préstamo, creó una cuenta de pago de haberes con el banco, con una tasa preferencial de 12.50%; sin embargo, el banco al momento de hacer

el desembolso del préstamo de su cuenta de haberes, la realizó con una tasa efectiva anual de 13.50%.

La comisión al resolver el presente caso se centró en determinar la cantidad y transparencia de la información que el banco brindó a la consumidora sobre el producto, previamente a la celebración del contrato. Así advirtió que, este le entregó un tríptico informativo de la cuenta de haberes del banco, ofreciéndole una tasa preferencial al obtener un crédito. Beneficio que consistía en una tasa de interés de 12.50% en crédito por descuento por planilla, con la condición de trabajar en el poder judicial y trasladar el pago de los haberes a una cuenta creada en el banco, el cual estaba vigente a la fecha en la que la consumidora suscribió el contrato y creó la Cuenta Club de Sueldo, pese a que esta se creó dos días después de suscrito el contrato, motivo por el cual no había justificación alguna para que la consumidora no pueda acceder a dicho beneficio. En consecuencia, se declaró fundada la denuncia, al haberse acreditado que el banco le cobró una tasa de interés que no fue la misma que se le ofreció.

El alcance de la idoneidad esgrimido por la Comisión, está compuesto por la correspondencia entre lo que el consumidor espera y lo que efectivamente recibe, según la información que se le hubiere ofrecido, la misma que debe ser idónea y transparente, para poder analizar las condiciones que rodean el producto y construir sus expectativas en base a ellas. En este caso, se acreditó la vulneración de la misma, ya que el banco le ofreció a la consumidora la garantía explícita de cobrarle una tasa preferencial del 12.50% si trasladaba el pago de sus haberes a una cuenta del banco, lo que llevó a la consumidora a realizar tal traslado, entonces es razonable creer que la tasa de crédito que tendría que pagar era de 12.50%, no del 13.50% que fue lo que efectivamente se le cobró, lo que involucra una violación a la idoneidad del producto y al deber de idoneidad del proveedor de los mismos, por no respetar la garantía explícita ofrecida a la consumidora.

RESOLUCIÓN N° 144-2017/INDECOPI-PIU

CUESTIÓN EN DISCUSIÓN: La atribución de un retiro de dinero a la cuenta de ahorros del consumidor, el cual no reconoce y el no contar con la medida de seguridad consistente en la existencia de cerradura eléctrica en la puerta de acceso al establecimiento, constituyen una infracción al artículo 18° y 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

La acusación interpuesta por doña Irma Silva contra la entidad BBVA Continental por presunta infracción al Código de Protección y Defensa del Consumidor, toda vez que el banco atribuyó a su cuenta de ahorro un retiro de dinero ascendente a S/ 2,440.00, realizado con su tarjeta que fue arrebatada minutos antes en las instalaciones del cajero automático del banco, lo cual no debería haber sucedido, puesto que las personas que arrebataron su tarjeta no contaban con la clave de acceso a su cuenta de ahorros. Asimismo, denuncia el hecho de que el banco no le haya dado la seguridad consistente en las cerraduras eléctricas en las puertas del establecimiento de los cajeros automáticos, ocasionando que individuos le arrebaten su tarjeta.

La comisión al resolver el caso se centró en verificar si el banco brindó a la consumidora un servicio responsable e idóneo, capaz de generar seguridad en las operaciones que realice; teniendo en cuenta la responsabilidad objetiva en la actuación del proveedor, la cual debe ser analizada de acuerdo a las normas que regulan la carga de la prueba; es decir, corresponde primero al consumidor acreditar la existencia del defecto en el servicio brindando, y después debe ser el proveedor quien acredite que tal defecto no le es imputable. Sin embargo, al versar el presente caso sobre la acreditación de un hecho negativo, como lo es la no realización del retiro de S/ 2,440.00, le es imposible al consumidor acreditar la existencia del mismo, siendo el banco quien está obligado a acreditar que la operación se efectuó válidamente, por ser quien se encuentra en mejor posición para hacerlo.

La comisión considera, que las pruebas aportadas por el banco solo acreditan la existencia de la operación, mas no acredita que tal operación se haya hecho de manera válida, ingresando la clave personal de la cuenta, máxime si la

denunciada manifiesta que en ningún momento reveló su clave a las personas que le arrebataron su tarjeta, por lo tanto se concluye que el banco no brindó las medidas de seguridad necesarias para evitar que personas extrañas a la titular de la tarjeta accedan a la cuenta de ahorros de la misma. En consecuencia, declara fundada la denuncia, por cuanto el banco no acreditó que la operación se realizó correctamente.

Por otra parte, la Comisión considera que el banco no estaba obligado a contar con la medida de seguridad consistente a la cerradura eléctrica en las instalaciones del establecimiento, máxime si la consumidora no ha presentado prueba alguna de que el banco le haya ofrecido tal garantía explícita; por lo tanto, la denuncia deviene en infundada en este extremo.

El alcance de la idoneidad en este caso, está compuesto por la idoneidad y seguridad que el banco debió brindarle a la consumidora, respecto al uso del cajero automático, pues el banco debe asegurarse que nadie pueda acceder a la cuenta de ahorros de una persona sin haber ingresado su clave personal, lo cual no sucedió en el presente caso, pues en ningún momento el banco pudo demostrar que la operación se realizó empleando la clave personal del titular de la cuenta.

Por otra parte, no existe infracción a la idoneidad en el hecho de que el banco no le haya brindado la seguridad consistente en la cerradura eléctrica en las puertas del establecimiento, en tanto no existe prueba alguna de que el banco le haya ofrecido tal garantía explícita en el contrato.

1.4. Formulación del problema

¿Cuáles son los alcances que Indecopi-Piura determina de la idoneidad en los productos y servicios financieros frente al rol tuitivo que desempeñó durante el periodo 2017?

1.5. Justificación del estudio

La presente tesis justificó su estudio en los aportes teóricos que se desarrollaron en ella, referidos a la idoneidad en los productos y servicios financieros. Resultó necesario hacer un análisis exhaustivo de esta, puesto que la infracción a la misma es uno de los supuestos que más se invocan en las denuncias que los consumidores interponen contra las entidades del sistema financiero, declarándose en su mayoría fundadas, lo que llevó a preguntarse la dimensión de los alcances que Indecopi le atribuye en cada caso en concreto, como para que les resulte a las entidades tan complicado cumplir con el respeto a la misma.

La determinación de los alcances de la idoneidad beneficiarán significativamente tanto al consumidor como al proveedor de los productos y servicios financiero, pues al primero le servirá como una referencia sobre lo que puede exigirle al proveedor de los productos y servicios que está contratando, en aras del respeto de la idoneidad en los mismos, y a los segundos, estos alcances le servirán como guía de las dimensiones que el Indecopi evalúa al momento de resolver un caso en el que se cuestiona la idoneidad en los productos y servicios, pues al tenerlos identificados se le hará más fácil cumplirlos, lo que llevará a una gran mejora en las relaciones de consumo, lo que además significaría fortalecer la confianza de los consumidores, quienes acudirán frecuentemente al sistema financiero confiando en que la entidad financiera cumplirá con la idoneidad en los productos y servicios; ¿y por qué no hablar de la ventaja que significaría para el sistema económico? Pues al haber más consumidores satisfechos, se celebrarán más contratos con las entidades financieras, habrá más consumidores solventándose de liquidez y se realizarán más actividades de consumo e inversión que traerán consigo una economía productiva en el país.

Finalmente, la presente se realizó también para determinar el rol de Indecopi-Piura como un organismo capacitado para defender y proteger los derechos del consumidor financiero, a través del análisis de los criterios adoptados para resolver los casos referidos a la idoneidad en los productos y servicios; todo ello en beneficio del consumidor.

1.6.Hipótesis

Los alcances de la idoneidad en los productos y servicios financieros frente al rol tuitivo de “Indecopi-Piura”, consisten en un adecuado acceso a la información, así como transparencia en la misma, una adecuada prestación y protección al consumidor.

1.7.Objetivos

1.7.1. General

Determinar los alcances de la idoneidad en los productos y servicios financieros frente al rol tuitivo de Indecopi-Piura en la aplicación de los mismos durante el periodo 2017.

1.7.2. Específicos

1. Analizar los criterios adoptados por Indecopi-Piura en sus resoluciones, al momento de resolver casos referidos a la infracción de la idoneidad en los productos y servicio financieros durante el periodo 2017.
2. Determinar si los criterios adoptados por Indecopi-Piura para una adecuada aplicación de los alcances de la idoneidad en los productos y servicios financieros en beneficio del consumidor, son los adecuados.
3. Determinar si Indecopi-Piura aplicó un rol tuitivo en beneficio del consumidor en la evaluación de la idoneidad en productos y servicios financieros durante el periodo 2017.
4. Determinar si Indecopi-Piura es un ente capacitado para proteger al consumidor financiero.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de la investigación.

Para la presente investigación, se empleará el diseño denominado como no experimental, en el cual el autor no tiene un manejo libre de las variables independientes, puesto que los hechos ya ocurrieron, limitándose únicamente a la observación de los escenarios ya existentes y construyendo sus hipótesis en base a ellos.

Esta investigación tiene como objeto de estudio analizar la idoneidad en materia de protección al consumidor de los productos y servicios financieros y el rol del Indecopi-Piura en base a situaciones que ya han tenido lugar en el año 2017.

2.2. Variables, operacionalización.

2.2.1. Variables

Variable Independiente:

Alcances de la idoneidad

El propósito de estudio de esta variable es dar un debido análisis a los alcances de la idoneidad en los productos y servicios financieros y, por ende, al deber de idoneidad de los proveedores frente a los consumidores en una relación de consumo.

Variable Dependiente:

Productos Y Servicios Financieros Y El Rol De Indecopi-Piura

Para una debida relación de consumo, en la que ambas partes estén en una situación de equilibrio, es necesario que exista un ente especializado para dotar de protección al consumidor. De ahí radica la importancia de Indecopi y el rol que este desempeña, ya que, como ente máximo de protección al consumidor, debe velar para que en el marco de una relación de consumo no se vulneren los derechos e intereses del consumidor, asegurando la protección

de éste con el cumplimiento de distintitos principios destinados a tal fin.

2.2.2. Operacionalización.

Cuadro 1. Operacionalización de las variables.

VARIABLES	DIMENSIONES – INDICADORES	TÉCNICA
V.I. Alcances de la idoneidad.	<ul style="list-style-type: none"> – Idoneidad del servicio y/o producto. – Productos y servicios financieros. 	Encuesta Entrevista
V.D. Productos y servicios financieros y el rol del Indecopi-Piura	<ul style="list-style-type: none"> – Protección del consumidor financiero. – Rol tuitivo del Indecopi en aplicación del principio de idoneidad. 	Análisis documental Entrevista

Fuente: Elaboración propia.

2.3.Población y muestra

2.3.1. Población

La población en el presente estudio la constituyen los abogados especializados en derecho del consumidor, los consumidores financieros y las entidades del sistema financiero.

2.3.2. Muestra

La constituirán 10 abogados especializados en derecho del consumidor financiero y 50 consumidores financieros del departamento de Piura, sin distinción de género.

2.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Las técnicas de recolección de datos, representa la forma mediante la cual se obtendrá la información, por ejemplo: la observación directa, análisis documental y análisis de contenido; mientras que los instrumentos constituyen el medio concreto mediante el cual se recogerá y almacenará la información (Arias, 1999, p.25).

2.4.1. Técnicas

Las técnicas que se utilizarán para la presente tesis son:

2.4.2. Análisis documental

Técnica a través de la cual el documentalista debe realizar un proceso de interpretación y análisis de la información contenida en los documentos para luego sintetizarlo (Castillo, 2004).

2.4.3. Entrevista

Técnica en la cual las partes tienen contacto directo y roles diferentes, con objetivos claros y predeterminados (Silva y Pelachano, 1979).

2.4.4. Observación

Esta técnica permite obtener una información de primera mano y confiable, siempre y cuando se haga a través de un procedimiento coordinado y controlado, se puede realizar mediante la ayuda de medios audiovisuales (Bernal, 2010, p. 194).

2.4.5. Instrumentos de recolección de datos.

Para la realización de esta tesis se usará como instrumento de recolección de datos la encuesta, la cual está compuesta por una determinada cantidad de preguntas que se construyen con el objetivo de recolectar información de las personas (Bernal, 2010).

El instrumento ha sido planteado por el autor teniendo en cuenta los lineamientos establecidos por la operacionalización de las variables, además de lo observado en el proceso del presente estudio, teniendo como objetivos de aplicación a los consumidores del sector financiero y a los operadores del derecho.

2.4.6. Validez y confiabilidad.

“La validez responde a la pregunta “¿cuán representativo es el comportamiento elegido como muestra del universo que intenta representar?” (Corral, 2009, p. 230).

“La confiabilidad responde a la pregunta ¿con cuánta exactitud los ítems, reactivos o tareas representan al universo de donde fueron seleccionados?” (Corral, 2009, p. 238).

La validez y confiabilidad del presente estudio han sido dadas por la evaluación y análisis de los especialistas en el tema, quienes determinaron si los instrumentos que se han utilizado en la presente investigación, han sido preparados con la dedicación científica debida para obtener los resultados que se esperan.

2.5. Métodos de análisis de datos

2.5.1. Método hermenéutico.

Se entiende a la Hermenéutica como el ejercicio interpretativo mediante el cual se puede captar el sentido de los textos en los diferentes contextos que haya atravesado la humanidad en el tiempo (Ricoeur, 1984).

2.5.2. Selección de la información.

Este método permite clasificar la información que sirve y la que no sirve. Para ello debe tenerse en cuenta dos criterios, el primero referido a la pertinencia, por el cual debe tomarse solo lo que se relaciona con el tema de investigación; y el segundo criterio referido a la relevancia, por el cual de la información pertinente solo se tomará la que resulte más relevante para la investigación (Cisterna, 2005).

2.5.3. Interpretación de la información

Es el momento hermenéutico como tal, en donde se construye un nuevo conocimiento. Para realizar correctamente este método, se debe partir de los elementos teóricos de base, que permitan razonar claramente para organizar

coherentemente la información (Cisterna,2005).

2.6.Aspectos éticos

La presente investigación lleva a cabo su proceso de realización en virtud a una realidad problemática actual, la misma que se ha sustentado en fundamentos obtenidos a través de la investigación en distintas fuentes bibliográficas, virtuales, entre otras tantas, cumpliendo con la realización de las citas correspondientes, evitando cualquier supuesto de plagio que atente contra los derechos de autor, cumpliendo la presente investigación con aspectos éticos para su realización.

III. RESULTADOS

3.1. Descripción de los resultados de la encuesta aplicada a abogados especializados en derecho del consumidor

A efectos de tener un mayor alcance sobre el tema de la presente, se aplicó una encuesta a los especialistas en derecho del consumidor en la cual se establecieron algunas interrogantes destinadas a conocer su perspectiva sobre los alcances de la idoneidad en productos y servicios financieros.

La primera interrogante ¿Dónde se encuentra regulada la idoneidad de los productos y servicios financieros? tiene como finalidad acreditar el perfil de la persona que estaba siendo encuestada. Así se tiene que 100% de los especialistas encuestados respondieron que la norma que regula la idoneidad en los productos y servicios, son los artículos 18 y 19 del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

La presente pregunta tiene su asidero en que resulta necesario asegurarse de que se está trabajando con profesionales que conozcan donde se encuentra regulada la idoneidad en los productos y servicios, toda vez que resultaría paradójico preguntarle la perspectiva que tiene sobre los alcances de la idoneidad a alguien que ni siquiera conoce donde se encuentra el fundamento legal de la misma.

La segunda interrogante ¿ha tenido algún caso en su camino profesional, sobre la idoneidad de los productos y/o servicios financieros? El 100% de los abogados encuestados contestó que, durante su desarrollo profesional como especialistas en derecho del consumidor, sí han tenido casos que versen sobre la idoneidad en los productos y servicios financieros.

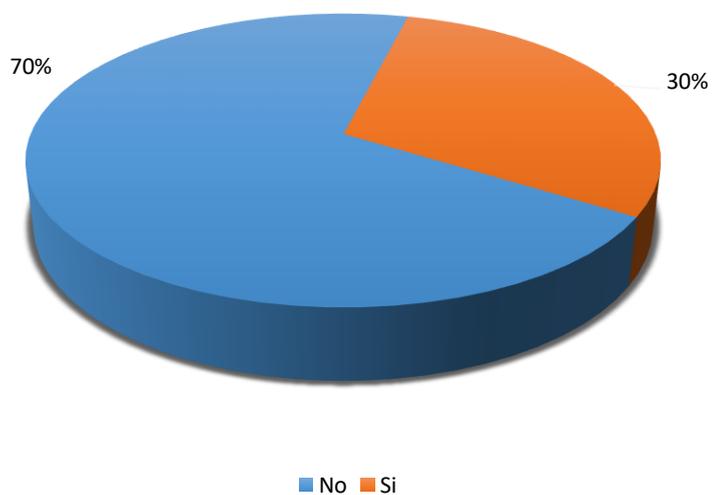
Como tercera interrogante ¿Le pareció correcta la forma en cómo Indecopi aplicó el criterio sobre la idoneidad de los productos y/o servicios financieros en su caso? los resultados podemos advertir que el 70% de los profesionales encuestados contestaron negativamente. No obstante, el 30 % respondió positivamente a la premisa, tal como se muestra en el gráfico a continuación.

Cuadro 2: Grado de satisfacción de los abogados respecto al criterio de idoneidad que el Indecopi aplicó al resolver su caso en concreto

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	3	30%
No	7	70%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a profesionales en derecho del consumidor.

Figura N° 1: Grado de satisfacción de los abogados respecto al criterio de idoneidad que el Indecopi aplicó al resolver su caso en concreto



Fuente: Elaboración propia.

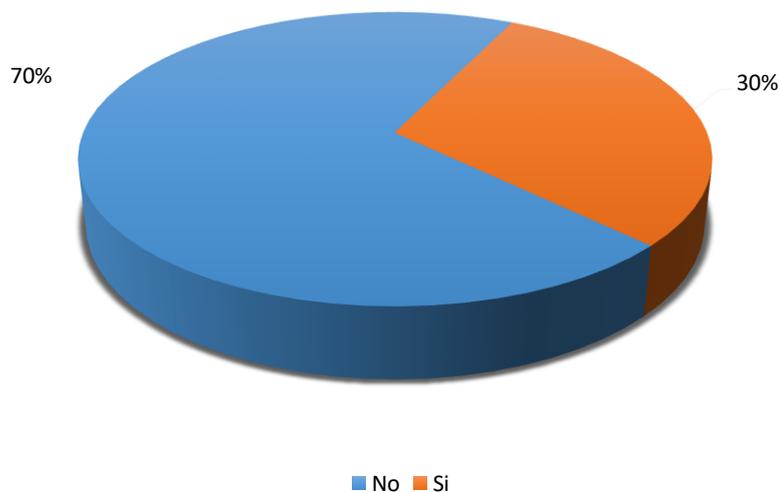
De la misma forma se preguntó ¿considera que Indecopi hace un análisis tuitivo sobre la idoneidad en los productos y/o servicios financieros? de los datos obtenidos en la encuesta aplicada, el 30% considera que Indecopi si realiza un análisis tuitivo de la idoneidad al aplicarlo en un caso en concreto, mientras que el 70% considera que no lo hace.

Cuadro 3: Consideran que el Indecopi hace un análisis tuitivo de la idoneidad

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCETAJE
Sí	3	30%
No	7	70%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a profesionales en derecho de consumidor.

Figura N° 2: Consideran que el Indecopi hace un análisis tuitivo de la idoneidad



Fuente: Elaboración propia.

A efecto de obtener más información sobre la opinión de los abogados que contestaron negativamente en la pregunta anterior, se presentó la interrogante ¿por qué consideraron que Indecopi no hace un análisis tuitivo de la idoneidad? de los resultados obtenidos, se evidencia que un 70% de las personas muestreadas considera que Indecopi solo se centra en verificar si el banco efectuó la prestación, más no analiza la cantidad de información que se le brindó al cliente sobre el producto y/o servicio, previamente a la contratación del mismo y si esta fue transparente y relevante para conocer sus verdaderos alcances y poder construir expectativas razonables, mientras que el 30% no contestó al haber considerado que Indecopi si hace un análisis tuitivo de la idoneidad.

Cuadro N° 4: Razón por la cual se considera que Indecopi no hace un análisis tuitivo de la idoneidad.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Se enfoca solo en verificar si se efectuó la prestación, sin tener en cuenta la cantidad de información que recibió el consumidor y si esta fue transparente y relevante.	7	70%
No responden	3	30%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a abogados especializados en derecho del consumidor.

Figura N° 3: Razón por la cual se considera que Indecopi no hace un análisis tuitivo de la idoneidad.



Fuente: Elaboración propia.

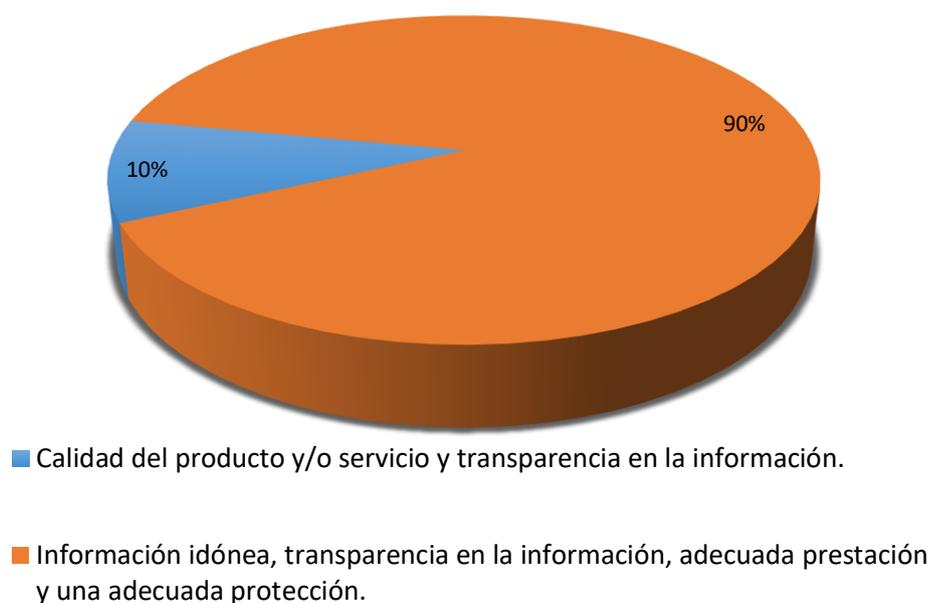
Para tener una perspectiva sobre lo que los abogados encuestados consideran que son los alcances de la idoneidad se presentó la interrogante “¿cuál cree que sea el alcance de la idoneidad en los productos y servicios financieros?” de las respuestas obtenidos se advierte que para el 10% considera como el alcance de la idoneidad, la calidad del producto o el servicio que se está brindado, más la transparencia de la información sobre los mismos, mientras que para el 90% de los encuestados, los alcances de la idoneidad están constituidos por la información relevante que se le debe brindar al consumidor sobre el producto y servicio, la cual debe ser transparente, de modo que se ajuste a las expectativas que el cliente ha creado en base al conocimiento obtenido; una prestación adecuada brindada por el banco, así como la protección que se le debe brindar al consumidor en el marco de una relación de consumo.

Cuadro 5: Alcances sobre la idoneidad

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad del producto y/o servicio y transparencia en la información.	1	10%
Información idónea, transparencia en la información, adecuada prestación y una adecuada protección.	9	90%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a abogados especializados en derecho del consumidor.

Figura N° 4: Alcances de la idoneidad



Fuente: Elaboración propia.

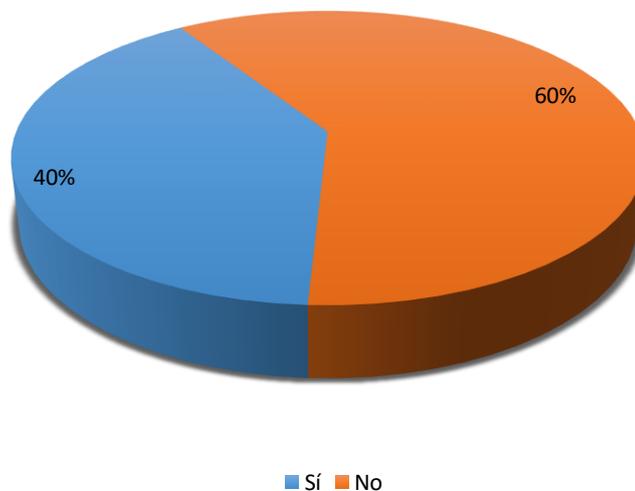
Se creyó pertinente conocer la opinión de los abogados sobre la capacidad de Indecopi como ente facultado a resolver problemas que se susciten entre las entidades del sistema financiero y los consumidores, lo cual se logró a través de la interrogante ¿considera a Indecopi como un organismo capacitado para hacer frente a los casos referidos a la idoneidad en los productos y/o servicios financieros? como resultado se tiene que el 40% si lo considera como el único organismo capaz de proteger al consumidor frente a casos referidos a la infracción a la idoneidad en los productos y servicios financieros, mientras que el 60% de los abogados considera que Indecopi no debería ser el organismo encargado de solucionar los conflictos de esta naturaleza, debiendo ser trasladada a una entidad más especializada.

Cuadro N°6: Indecopi como ente capacitado para resolver casos referidos a idoneidad en productos y servicios financieros.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	4	40%
No	6	60%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a abogados especializados en derecho del consumidor.

Figura N° 5: Indecopi como ente capacitado para resolver casos referidos a idoneidad en productos y servicios financieros.



Fuente: Elaboración propia.

3.2.Descripción de resultados obtenidos en la encuesta aplicada a consumidores financieros.

Los resultados de la encuesta realizada, frente a la interrogante ¿ha contratado alguna vez con un banco? se puede advertir que el 100% de los consumidores encuestados ha contratado con una entidad del sistema financiero.

Lo que permite comprobar lo que se ha venido afirmando a lo largo de esta investigación, pues la totalidad de los consumidores encuestados resultaron ser personas naturales, que contrataron los servicios y productos de una entidad del sistema financiero; siendo así, permite ratificar la situación de desigualdad que existe en esta relación de consumo, lo que genera la obligación de equilibrar el desnivel en que se hayan los consumidores, adoptando las medidas necesarias destinadas a la protección de los mismos, tales como una aplicación adecuada de la idoneidad en los productos y servicios, cuyos alcances se centren en revestir de protección al consumidor.

En respuesta a la segunda interrogante: ¿Con qué frecuencia contrata con un banco? el 22% de los consumidores encuestados respondió hacerlo mensualmente, el 34% respondió hacerlo semestralmente, mientras que un 44% respondió hacerlo anualmente.

Partiendo de este escenario, se tiene que la frecuencia con la que una entidad del sistema financiero, entabla relaciones de consumo con personas naturales, catalogadas comercialmente como consumidores financieros, es muy alta. Siendo así, resultaría casi imposible no hablar de la cantidad de conflictos que se presentan a diario en torno a ellas, en las que es el consumidor financiero siempre el más afectado, dado que es la parte más débil de esa relación. El común denominador de estos conflictos, es la infracción en la idoneidad de los productos y servicios financieros; entendida, en líneas generales, como la correspondencia entre lo que el consumidor espera y efectivamente recibe en función a lo que se le hubiere ofrecido, ya que al tratarse de temas tan complejos es poco probable que una persona normal conozca a detalle el producto o servicio que está pactando, pese a que la entidad ponga al alcance de esta toda la información necesaria para tal fin, así como que poco probable

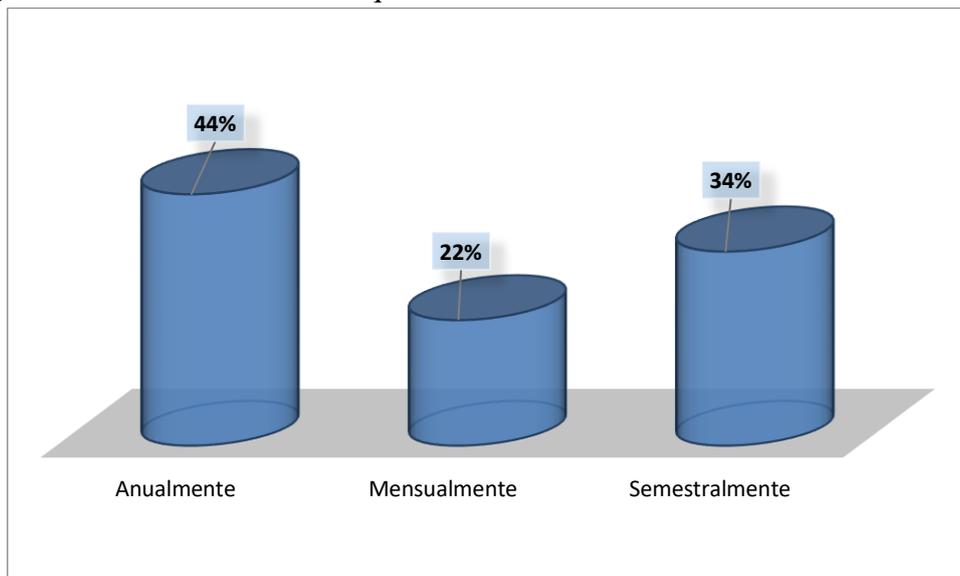
que una entidad se preocupe fielmente en asegurarse de que ese consumidor haya entendido cuáles serán los alcances del producto o servicio que está adquiriendo.

Cuadro 7: Frecuencia con la que el consumidor contrata con un banco

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Anualmente	22	44%
Mensualmente	11	22%
Semestralmente	17	34%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores financieros.

Figura N° 6: Frecuencia con la que el consumidor contrata con un banco



Fuente: Elaboración propia.

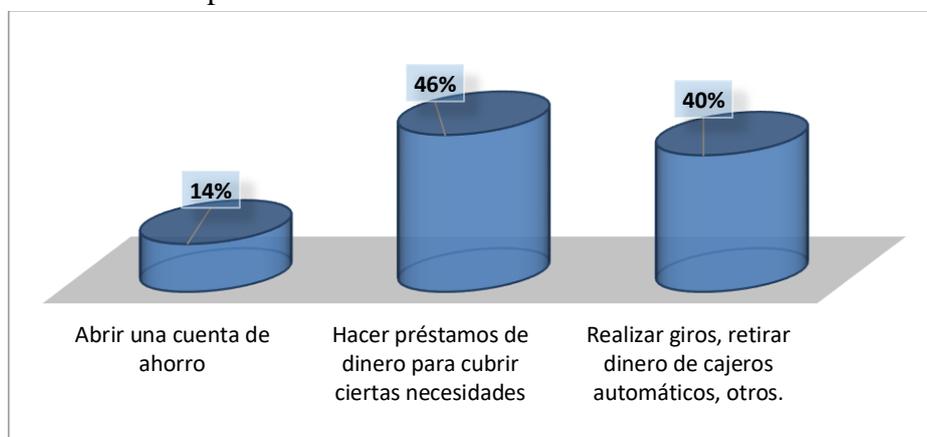
A efectos de conocer cuál es la razón que lleva a una persona a entablar una relación de consumo con una institución bancaria, se presentó la interrogante ¿Cuál es la razón que lo lleva a contratar con un banco? cuyos resultados arrojan que el 14% de los consumidores contrata con un banco para asegurar una estabilidad económica a través de cuentas de ahorro, el 40% lo hace para utilizar los servicios que estos ofrecen, tales como realizar giros, retirar dinero a través de los cajeros automáticos, etc.; finalmente, el 46% señaló que la razón principal por la cual establecen una relación de consumo con un banco es para solventarse liquidez a través de préstamos crediticios con la finalidad de cubrir necesidades personales.

Cuadro N° 8: Razón para contratar con un banco

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Abrir una cuenta de ahorro	7	14%
Hacer préstamos de dinero para cubrir ciertas necesidades	23	46%
Realizar giros, retirar dinero de cajeros automáticos, otros.	20	40%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores financieros.

Figura N° 7: Razón para contratar con un banco



Fuente: Elaboración propia.

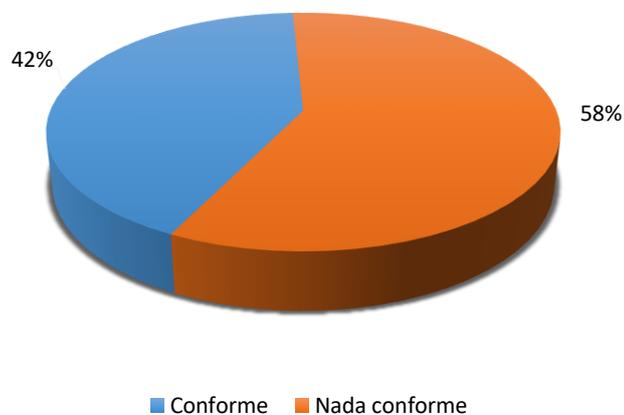
Del mismo modo, para conocer el grado de satisfacción del cliente sobre el producto o servicio obtenido, se planteó la interrogante ¿cuán conforme se encuentra con el producto y/o servicio que contrató? se tiene que el 42% de consumidores manifiestan estar conformes, mientras que el 58% respondió no estar conforme con el producto o servicio que contrataron al banco, lo que dejaría en evidencia el alto grado de disconformidad que existe en las relaciones de consumo con las entidades bancarias.

Cuadro N° 9: Grado de conformidad con el producto y/o servicio contratado

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Conforme	21	42%
Nada conforme	29	58%
TOTAL	50	100%

Fuente: Consumidores financieros.

Figura N° 8: Grado de conformidad con el producto y/o servicio contratado



Fuente: Elaboración propia.

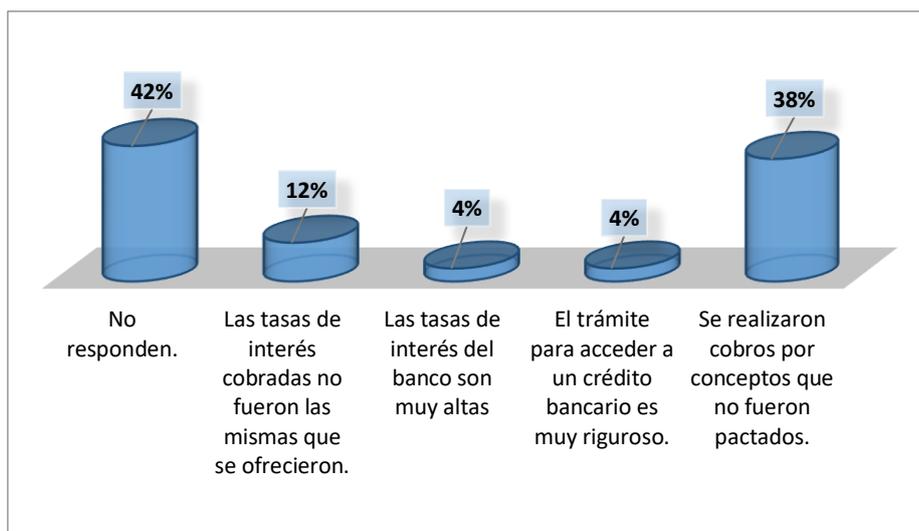
En adición a la pregunta precedente, se planteó la premisa “de no estar conforme con el producto y/o servicio contratado, especifique por qué”, de los resultados obtenidos se tiene que el 4% de los consumidores encuestados respondieron no estar conformes con el producto o servicio que se les brindó porque le cobraron tasas de intereses muy altas, otro 4% respondió que el trámite para acceder a un crédito financiero es muy riguroso, el 12% respondió haberseles cobrado intereses que no fueron pactados, mientras que un 38% respondió haberseles cobrado conceptos que no se establecieron en el contrato. De estos resultados, podemos advertir que los dos últimos hechos alegados por los consumidores, se encuentran directamente relacionados a la infracción de la idoneidad en los productos o servicios financieros. Pues, el hecho de cobrar intereses que no fueron los que el banco le ofreció al consumidor, difiere totalmente de las expectativas que este construyó de ese producto o servicio al momento de decidir si entablar o no una relación de consumo. Asimismo, el cobrar conceptos que no fueron pactados en el contrato infringe también la idoneidad en ese producto y/o servicio, ya que un consumidor razonable, no esperaría que le cobren por conceptos que no se le ofrecieron al momento de adquirirlo.

Cuadro N° 10: Razón de la disconformidad con el producto y/o servicio adquirido

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No responden.	21	42%
Las tasas de interés cobradas no fueron las mismas que se ofrecieron.	6	12%
Las tasas de interés de la entidad son muy altas	2	4%
El trámite para acceder a un crédito financiero es muy riguroso.	2	4%
Se realizaron cobros por conceptos que no fueron pactados.	19	38%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores financieros.

Figura N° 9: Razón de la disconformidad con el producto y/o servicio adquirido



Fuente: Elaboración propia.

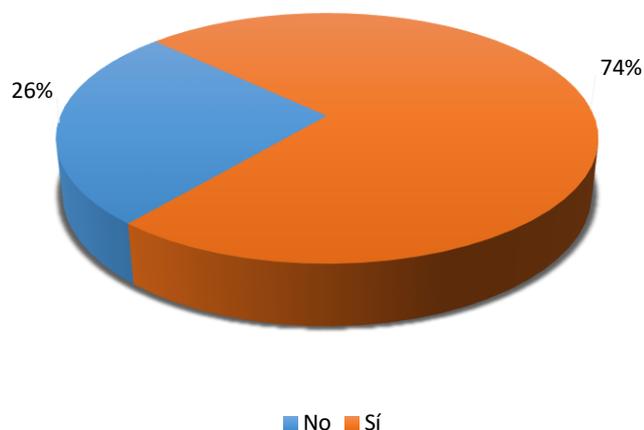
Con la finalidad de comprobar si el banco brinda información al consumidor sobre el producto y/o servicio antes de celebrar el contrato, se planteó la interrogante ¿le brindaron información sobre el producto o servicio que contrato? del gráfico que se muestra a continuación se advierte que, el 26% de los consumidores encuestados manifestó que no se les brindó la información necesaria sobre el producto o servicio que contrataron, mientras que un 74% manifestó si haber recibido tal información.

Cuadro N° 11: ¿Se le brinda información al consumidor sobre el producto y/o servicio antes de adquirirlo?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No	13	26%
Sí	37	74%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores financieros.

Figura N° 10: ¿Se le brinda información al consumidor sobre el producto y/o servicio antes de adquirirlo?



Fuente: Elaboración propia.

En aras de verificar si el consumidor comprendió la información que le brindó el banco sobre el producto o servicio que adquirió, se planteó la interrogante ¿comprendió la información que se le brindó? de la cual se obtuvo que el 60% de los consumidores no comprendió la información que la entidad financiera le brindó, mientras que el 40% contestó si haberla comprendido.

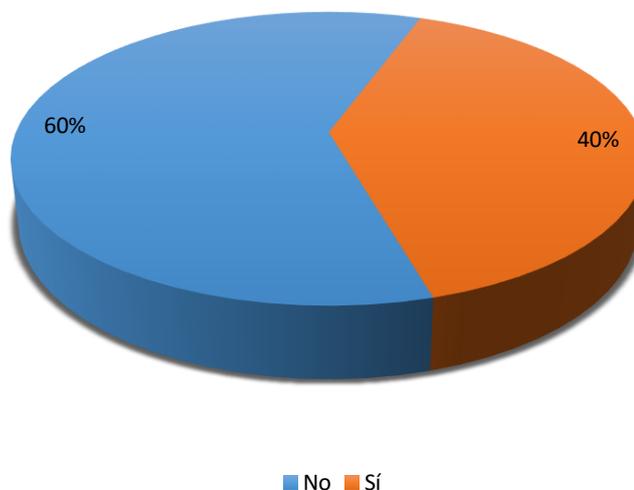
De los resultados obtenidos en esta pregunta se puede inferir que, si bien es cierto, la entidad financiera cumple con otorgarle al consumidor la información que necesita sobre los productos y servicios que planea contratar, esta información no siempre va a ser bien comprendida por el mismo, dado a la compleja que resulta ser para el entender de cualquier persona que no esté familiarizada con temas financieros, lo que podría generar que el consumidor construya sus expectativas en base a una información malinterpretada y que a la larga se lleve una decepción con el producto o servicio que contrató, por cuánto no cumplió con sus expectativas, teniéndose de esta manera, una gran cantidad de consumidores disconformes con los productos o servicios adquiridos en una entidad financiera.

Cuadro N°12: ¿Comprendió la información que se le brindó?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No	30	60%
Sí	20	40%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores financieros.

FIGURA N°11: ¿Comprendió la información que se le brindó?



Fuente: Elaboración propia.

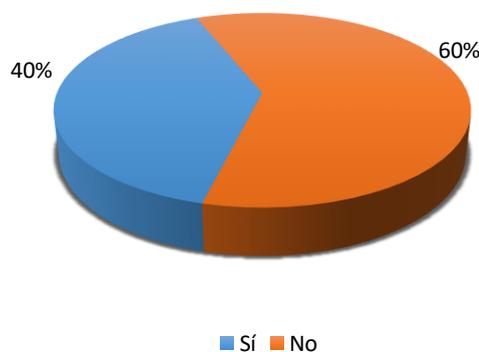
Del mismo modo, para comprobar si el consumidor recibió el producto y/ o servicio que contrató en las mismas condiciones en las que se le fueron ofrecidos se planteó la interrogante ¿recibió el producto y/ o servicio que contrató en las condiciones y características que le prometió el banco y/o caja? se tiene que el 40% respondió afirmativamente, mientras que el 60% respondió que no. De los resultados se puede advertir que la mayoría de consumidores no vieron satisfechas sus expectativas que construyeron sobre los productos o servicios que contrataron en una entidad del sistema financiero, pese a que recibieron la información sobre los mismos antes de adquirirlos, lo que implica una vulneración a la idoneidad. Pues, un consumidor razonable esperaría que el producto o servicio que contrató tenga las mismas características que le ofreció la entidad, así como que este cumpla con el fin para el cual fue adquirido.

Cuadro N° 13: Concordancia entre lo que el consumidor espera y efectivamente recibió

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	20	40%
No	30	60%
TOTAL	50	100%

Fuente: Consumidores financieros.

Figura N° 12: Concordancia entre lo que el consumidor espera y efectivamente recibió



Fuente: Elaboración propia.

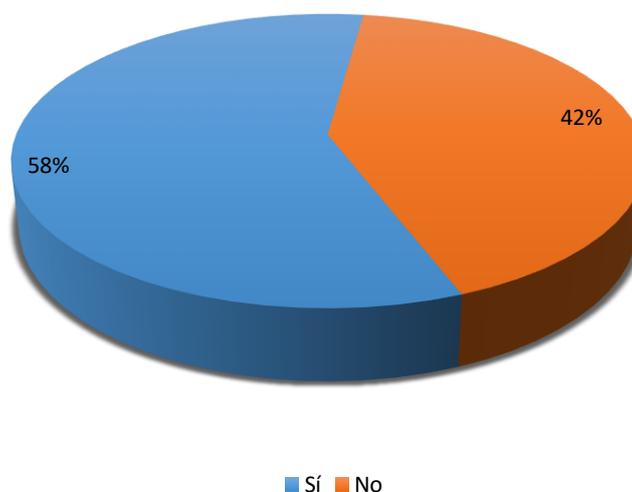
A efectos de conocer si alguna vez los consumidores encuestados habrían realizado alguna denuncia ante Indecopi referida a la infracción de la idoneidad en los productos y servicios financieros, se planteó la pregunta:

¿Ha denunciado alguna vez ante Indecopi porque no estuvo de acuerdo con el producto y/o servicio que contrató?, de la cual el 42% contestó negativamente, mientras que el 58% contestó si haber interpuesto una denuncia por la infracción a la idoneidad en el producto o servicio contratado.

Cuadro N° 14: ¿Denunció a la entidad por infracción a la idoneidad?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	29	58%
No	21	42%
TOTAL	50	100%

Figura N° 13: ¿Denunció a la entidad por infracción a la idoneidad?



Fuente: Elaboración propia.

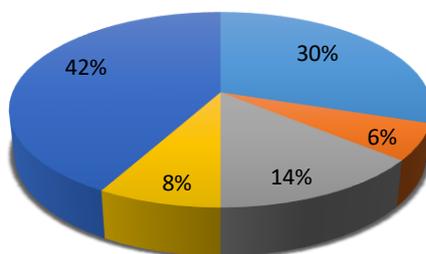
A fin de obtener mayor información sobre los hechos mayormente denunciados por los consumidores, se planteó la interrogante ¿cuál fue el hecho que denunció?, de la cual se obtuvo que el 6% de los consumidores respondió reporte indebido a Infocorp, el 8% denunció falta de atención a los reclamos, el 14% denunció el incumplimiento de las condiciones señaladas en el contrato, el 30 % denunció consumos no reconocidos en tarjeta de crédito, mientras que el 42% de los consumidores no contestó.

Cuadro N° 15: ¿Cuál fue el hecho que denunció?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Consumos no reconocidos en las tarjetas de crédito	15	30%
Reporte indebido a centrales de riesgo	3	6%
Incumplimiento de las condiciones señaladas en el contrato	7	14%
La falta de atención a los reclamos	4	8%
No responden	21	42 %
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a consumidores financieros.

Figura N° 14 ¿Cuál fue el hecho que denunció?



- Consumos no reconocidos en las tarjetas de crédito
- Reporte indebido a centrales de riesgo
- Incumplimiento de las condiciones señaladas en el contrato
- La falta de atención a los reclamos
- No responden

Fuente: Elaboración propia.

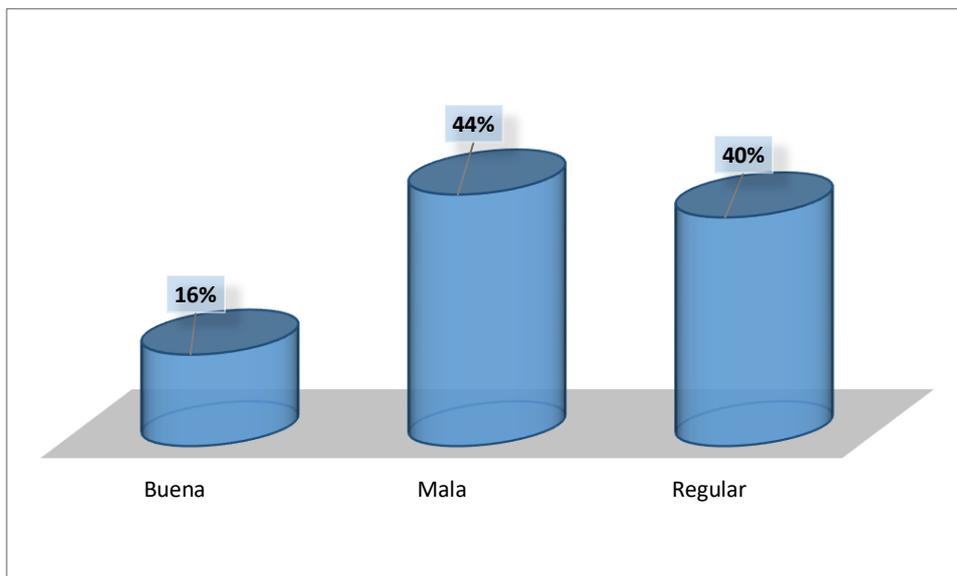
Para conocer la experiencia del consumidor contratando con una entidad del sistema financiero, se creyó pertinente plantear la interrogante ¿cómo fue su experiencia contratando con un banco y/o caja? de los resultados que arroja la encuesta, se tiene que el 16% de los consumidores califica su experiencia como buena, el 40% la considera regular, mientras que el 44% califica como mala la experiencia que se llevó contratando con una entidad del sistema financiero.

Cuadro N° 16: Calificación de la experiencia contratando con una entidad financiera

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena	8	16%
Mala	22	44%
Regular	20	40%
TOTAL	50	100%

Fuente: Consumidores financieros.

Figura N° 15: Calificación de la experiencia contratando con una entidad financiera



Fuente: Elaboración propia.

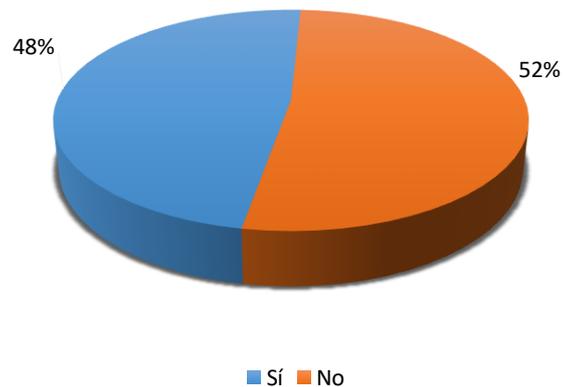
A fin de evaluar si el consumidor estaría dispuesto a contratar nuevamente con una entidad del sistema financiero, se planteó la interrogante ¿Volvería a contratar con un banco y/o caja? de los resultados arrojados se advierte que el 48% de los consumidores encuestados sí está dispuesto a entablar nuevamente relaciones de consumo con un banco, mientras que el 52% no lo está.

Cuadro N° 17: ¿Volvería a contratar con una entidad financiera?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	24	48%
No	26	52%
TOTAL	50	100%

Fuente: Consumidores financieros.

Figura N° 16: ¿Volvería a contratar con una entidad financiera?



Fuente: Elaboración propia.

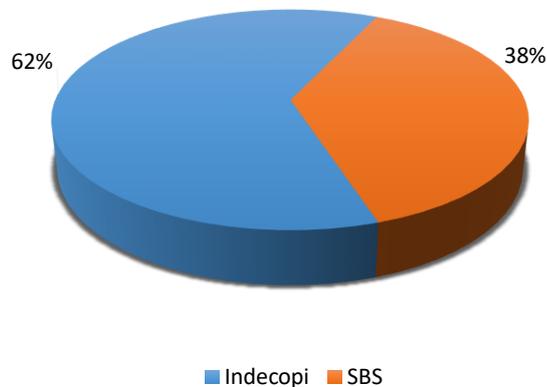
Con la finalidad de verificar si los consumidores conocen cual es la entidad a la cual debería acudir ante la vulneración de sus derechos como consumidores financieros, se planteó la interrogante ¿cuál es la entidad que protege al consumidor financiero? de los resultados obtenidos se advierte que el 38% considera que la entidad que protege al consumidor financiero es la SBS y AFP, mientras que un 68% considera que Indecopi es el organismo destinado a proteger al consumidor de los productos y/o servicios financieros.

Cuadro N° 18: Entidad que protege al consumidor financiero

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Indecopi	31	62%
SBS	19	38%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores financieros.

Figura N° 17: Entidad que protege al consumidor financiero



Fuente: Elaboración propia.

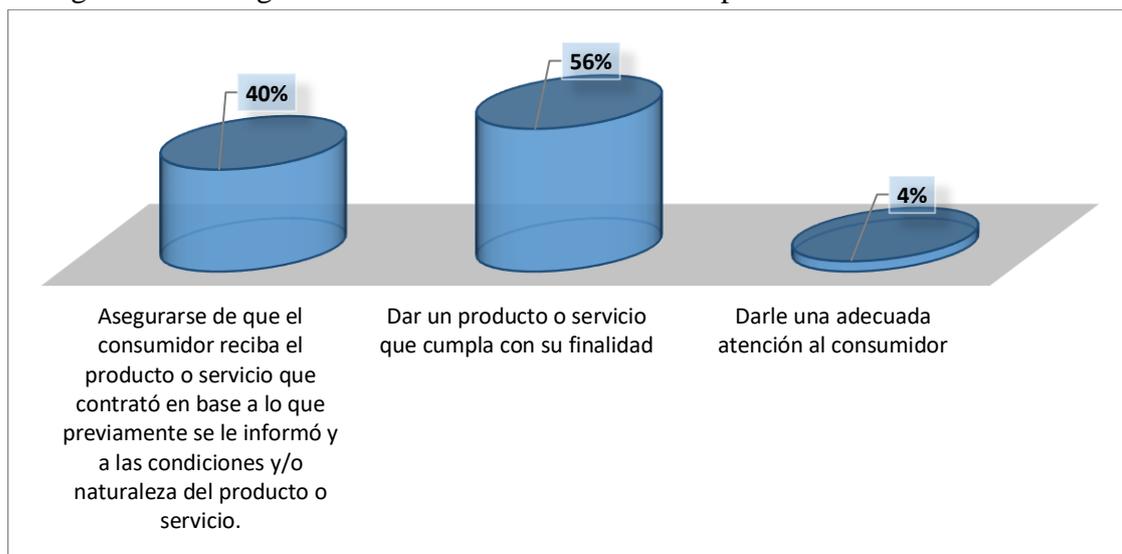
A efectos de conocer si los consumidores tienen una idea sobre la obligación de idoneidad que tienen los suministros de los servicios y/o productos financieros, se planteó la premisa “especifique en que consiste el deber de idoneidad que deben cumplir los bancos y/o cajas”, de los resultados obtenidos, el 4% considera que el deber de idoneidad del proveedor consiste en darle una atención adecuada al consumidor, el 40% considera que se refiere a que el proveedor debe asegurarse que el cliente reciba el producto o servicio que contrató en base a lo que previamente se le informó y a las condiciones y/o naturaleza del producto o servicio, mientras que el 56% considera que el deber de idoneidad del proveedor consiste en entregar un producto o servicio que cumpla solo con la finalidad para el que fue adquirido.

Cuadro N° 19: Significado del deber de idoneidad del proveedor

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Asegurarse de que el consumidor reciba el producto o servicio que contrató en base a lo que previamente se le informó y a las condiciones y/o naturaleza del producto o servicio.	20	40%
Dar un producto o servicio que cumpla con su finalidad	28	56%
Darle una adecuada atención al consumidor	2	4%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores financieros.

Figura N° 18: Significado del deber de idoneidad de proveedor



Fuente: Elaboración propia.

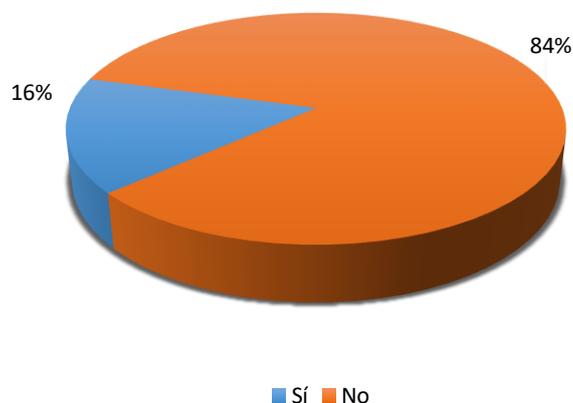
Con el objeto de conocer la opinión de los consumidores acerca del rol que desempeña el Indecopi como protector de los derechos del consumidor financiero, se preguntó ¿El Indecopi hace un adecuado trabajo al proteger al consumidor de los abusos que cometen los bancos y/o cajas? de los resultados obtenidos, se tiene que el 16% consideró que Indecopi si hace una buena función en la salvaguarda de los derechos de consumidor financiero, mientras que el 84% de los consumidores contestó negativamente.

Cuadro N° 20: Calificación de la labor del Indecopi como protector del consumidor financiero

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	8	16%
No	42	84%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores financieros.

Figura N° 19: Calificación de la labor del Indecopi como protector del consumidor financiero



Fuente: Elaboración propia.

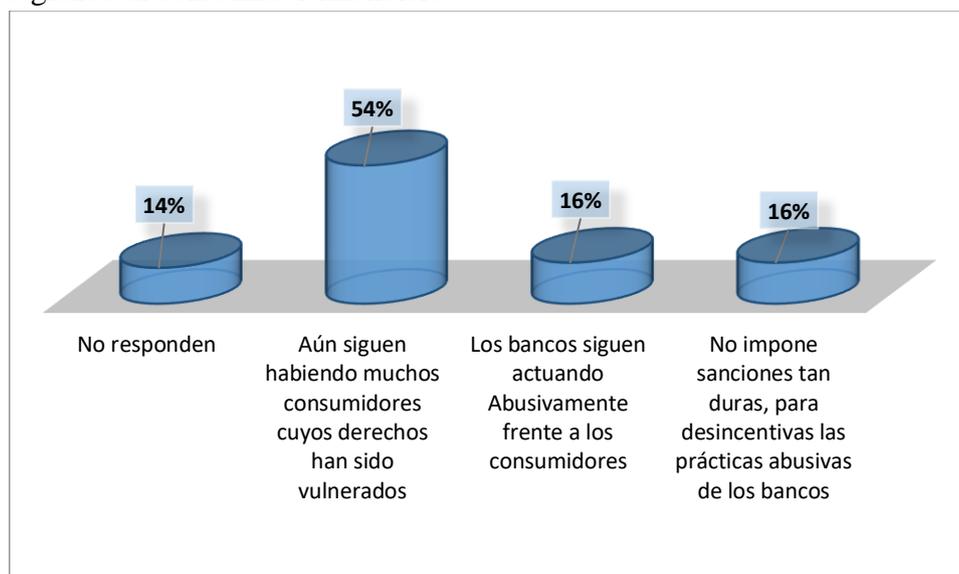
A efectos de obtener mayor información sobre la opinión de los consumidores que consideran que Indecopi no hace un adecuado trabajo protegiendo los derechos del consumidor financiero, se planteó la premisa “de ser su respuesta negativa en la interrogante anterior, especifique por qué”; de los resultados obtenidos, se tiene que el 14% no responden a la premisa, lo que se infiere que son los consumidores que respondieron afirmativamente la pregunta anterior, sin embargo el 16% de los consumidores considera que las entidades financieras siguen actuando abusivamente frente a los consumidores, otro 16% considera que Indecopi no establece sanciones tan duras para desincentivar sus prácticas abusivas, mientras que el 54% considera que Indecopi no hace un buen trabajo protegiendo a los consumidores financieros, puesto que aún existen muchos consumidores financieros, cuyos derechos vienen siendo vulnerados.

Cuadro N° 21: Razón por la cual consideran que Indecopi no hace un buen trabajo protegiendo al consumidor financiero

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No responden.	7	14%
Aún sigue habiendo muchos consumidores cuyos derechos han sido vulnerados.	27	54%
Los bancos siguen actuando Abusivamente frente a los consumidores.	8	16%
No impone sanciones tan duras, para desincentivar las prácticas abusivas de los bancos.	8	16%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores financieros.

Figura N° 20: Razón por la cual consideran que Indecopi no hace un buen trabajo protegiendo al consumidor financiero



Fuente: Elaboración propia.

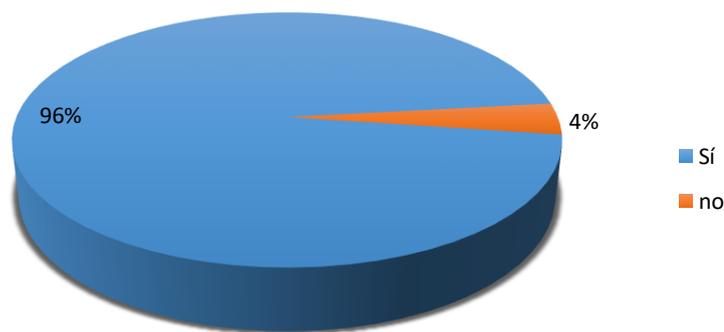
Finalmente, a efectos de conocer la opinión de los consumidores financieros, sobre la idea de que exista una entidad encargada solo de proteger al consumidor financiero y resolver controversias suscitadas exclusivamente entre las entidades financieras y el consumidor, se planteó la interrogante ¿cree que debería haber una entidad encargada únicamente de proteger al consumidor financiero? de los resultados obtenidos, se tiene que el 4% considera que no es necesario la existencia de una entidad encargada únicamente de proteger al consumidor financiero, mientras que el 96% considera que sí debería existir una entidad encargada de proteger exclusivamente al consumidor financiero, así como de resolver las controversias entre estos y las entidades financieras.

Cuadro N° 22: Existencia de una entidad encargada únicamente de proteger al consumidor financiero

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	48	96%
No	2	4%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores financieros.

Figura N° 21: Existencia de una entidad encargada únicamente de proteger al consumidor financiero



Fuente: Elaboración propia.

3.3.Descripción de los resultados de la entrevista realizada al Abogado de la entidad financiera Caja Piura, el señor Jhordan Pinillos.

a) ¿Para usted, qué significa la idoneidad en los productos y servicios financieros, y en que consiste el deber del proveedor de los mismos?

La idoneidad, en principio está definida por el Código de Protección y Defensa del Consumidor en el artículo 18° y 19°, como la respuesta en lo que el cliente espera recibir y de manera efectiva recibe, eso implica que el proveedor de servicios financieros o cualquier proveedor está obligado a satisfacer las expectativas del consumidor en función de las garantías del producto que contrata; como ya se sabe, existen tres tipos de garantía, expresas, implícitas y legales, entonces el proveedor está básicamente obligado a satisfacer y a cumplir las expectativas de ese consumidor. En la medida que no satisfaga estas expectativas, está infringiendo el deber de idoneidad, por ejemplo en el sistema financiero, que le ofrezca a un cliente una TCEA en un contrato de crédito del 50%, si cumple por el plazo pactado la TCEA pactada, está respetando el deber de idoneidad, porque el cliente se va con la promesa de que durante un periodo de tiempo determinado, esa será su TCEA; pero si por lo contrario, la entidad de manera unilateral modifica ese cronograma de pagos, entonces está infringiendo el deber de idoneidad, porque no está satisfaciendo las expectativas del cliente. Los contratos de crédito a plazo fijo tienen esa peculiaridad, que durante el plazo pactado no pueden modificarse, a diferencia de las cuentas de ahorro corriente, en las cuales usted puede enviar una carta y modificar el cronograma.

b) Y ahora que tocó el tema de las garantías, la duda es ¿en qué casos una garantía implícita es desplazada por una garantía explícita?

Desde mi punto de vista, son garantías que respaldan al consumidor respecto al producto o servicio contratado, por ejemplo al contratar una cuenta de ahorro a plazo fijo, en el contrato se establecen todas las obligaciones de ambas partes y donde el proveedor se obliga en cómo y cuál es su compromiso específico, esa es una garantía expresa, porque el consumidor se obliga expresamente en el contrato a respetar determinados parámetros con relación a su consumidor; las garantías implícitas son aquellas garantías que cuando no existe garantía expresa y tampoco

hay garantía legal y si hay un vacío normativo, entonces lo que hace Indecopi para determinar el nivel de idoneidad es verificar para qué sirve el mismo y su finalidad en el mercado, por ejemplo si voy a usar un cajero automático y en el hipotético caso que no hubiera regulación, van a verificar qué expectativas tiene un consumidor cuando va a usar un cajero, ¿para qué usas el cajero?, para hacer una transacción, para retirar dinero, etc.; esa es una garantía implícita, y las garantías legales son las que el mismo ordenamiento jurídico establece.

c) A criterio profesional ¿cuáles son los alcances de la idoneidad? ¿Se trata solo del cumplimiento de una prestación y ofrecer una adecuada calidad de los productos o servicios financieros, o implica, además entregar una información relevante y transparente sobre los mismos, sin dejar de mencionar la protección que se le debe brindar al consumidor?

Yo resumo la idoneidad como respuesta lo que se espera recibir y lo que en realidad se recibe, entonces ese es el concepto más sencillo que debemos utilizar todos los que vemos el tema de idoneidad en productos o servicios; por el contrario, el deber de información es otra obligación del proveedor, regulado en el artículo 1° y 2° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, que va de la mano igual con la idoneidad, dado que uno mide la idoneidad en función de la publicidad, al mensaje transmitido, a todas esas pequeñas características que rodean al producto o servicio; entonces, desde mi punto de vista, el proveedor respeta la idoneidad, en la medida que cumpla con todo aquello con lo que se ha comprometido brindarle al consumidor, desde la publicidad que está en la fase pre contractual hasta la post contractual; por ejemplo, si el consumidor cancela su cuenta de ahorros, aún tendría derecho, si desea, a pedir una copia del contrato, o puede reclamar la existencia de una operación no reconocida o el hecho de que se le haya cobrado intereses que no fueron los que se pactaron.

d) ¿Cree que la entidad financiera para la que trabaja cumple con este deber? ¿De qué forma?

Nosotros como Caja Piura, tenemos una política a nivel corporativo, consistente en darle cumplimiento a toda la legislación nacional en dicho sector; tal es así que, cumplimos con todo lo regulado por la SBS y por la regulación indirecta que emite Indecopi, porque aunque Indecopi no sea nuestro regulador, igual emite lineamientos que hay que cumplir; por ejemplo, antes no estaba regulada la atención a un requerimiento de información a nivel de la SBS, pero Indecopi ya había establecido jurisprudencialmente que la entidad financiera tiene la obligación de atender a los requerimientos en un plazo análogo al de los reclamos, que son 30 días.

e) ¿Qué tipo de información se le brinda a un consumidor al momento de contratar un producto o servicio?

Nosotros manejamos una serie de fuentes de información de acceso gratuito sobre los productos y servicios que ofrecemos al mercado, por ejemplo tenemos la página web de la caja, red de agencia, impulsores, call center, red oficial en Facebook, todas esas fuentes de información, tienen información, valga la redundancia, relevante a nuestros productos y servicios, en consecuencia cualquier consumidor que desee preliminarmente informarse sobre un producto y servicio, puede recurrir a estas fuentes, donde hay incluso, simuladores de créditos de ahorro, procedimientos que hay que seguir para contratar con la entidad, que requisitos se necesitan, número de teléfonos del call center al que puede llamar, etc.; en conclusión, la información está al alcance de los consumidores, la que no está y la que corresponda, se informará previamente a través de los asesores financieros y el call center.

f) ¿Cuántas veces se le ha sancionado a esta entidad por infracción a la idoneidad?

Hay una data desde el 20 de octubre de 2014 que manejamos, pero a nivel del sistema financiero, existe un registro que es el portal “mira a quien le compras” que está en la página web de Indecopi, a través de ella se puede verificar el ranking de los proveedores sancionados a nivel del sistema financiero, donde no nos encontramos. De hecho, que tenemos sanciones, pero por tema de secreto comercial de Caja Piura, no podría darte el dato exacto.

g) ¿Cómo la entidad financiera actúa frente a estos casos? En otras palabras, ¿qué medidas de prevención toma para que ya no se vuelva a suscitar un hecho como tal?

Cuando hablamos de idoneidad, tenemos un sistema de atención al usuario que está destinado a detectar los reclamos que ingresan de los clientes, porque consideramos que los reclamos, más allá de ser insatisfacciones de los clientes, son oportunidades de mejora, y en ese sentido lo que hacemos es detectar el reclamo y verificar que parte de nuestros procesos internos estaría afectando, y una vez detectado se hacen las verificaciones correspondientes para adoptar las medidas correctivas respecto a lo que ha originado ese malestar con el cliente, lo que implica coordinar con otras áreas; es un tema multidisciplinario, porque hay que interrelacionarnos con otras áreas para corregir ese problema.

h) ¿Cree que el respeto a la idoneidad sea un tema utópico o si se puede alcanzar?

No, no lo es. Nosotros trabajamos en función al pleno respeto de la idoneidad aunque tengamos defectos, que los podemos tener como todos en el sistema; lo que nosotros hacemos es tratar de corregir y enmendar lo que estamos haciendo mal; consideramos que el consumidor se está afectando, en la medida que el proveedor se mantiene ajeno al problema, si el proveedor no se mantiene ajeno al problema, entonces puede recuperar la confianza del consumidor, pero si por el contrario, no haces nada para subsanar el error, vas a terminar perdiendo a ese consumidor, y a todos los demás que vengan detrás de él.

i) ¿Cree que el consumidor influye de alguna manera a la infracción a de idoneidad en los productos y/o servicios?

Existe una casación de la Corte Suprema en la que se habla del consumidor razonable; a nivel doctrinal, Alfredo Bullard habla sobre el consumidor razonable; a nivel de Indecopi no existe un consumidor razonable, ya que, al ser la parte más débil de la relación, siempre tiene que estar protegido por muy imprudente que este pueda ser. En lo personal, en la medida que el consumidor sea imprudente, está contribuyendo a perjudicarse él mismo.

j) ¿Considera que Indecopi está capacitado para resolver conflictos suscitados entre las entidades del sistema financiero y los consumidores, o esta facultad podría ser derivada a otra entidad como a la SBS, o utópicamente a una entidad creada exclusivamente para proteger al consumidor financiero y resolver conflictos de esa naturaleza?

Indecopi en el Perú tiene una naturaleza *sui generis* entre todas las instituciones de su tipo a nivel América Latina, en Colombia la que se encarga de ver el Sistema Financiero, es la Superintendencia de Finanzas, en México es la Conducef; entonces lo que yo creo es que debería ver un nivel de especialización como lo tiene la SBS, debiendo ser esta quien se encargue de solucionar los conflictos de intereses entre los consumidores y las entidades financieras.

IV. DISCUSIÓN

En el presente capítulo, se procederá a realizar la discusión de los resultados en base a los objetivos específicos planteados en la presente investigación; así tenemos:

Objetivo específico 1. Analizar los criterios adoptados por Indecopi-Piura al momento de resolver casos referidos a la infracción de la idoneidad en los productos y servicios financieros durante el periodo 2017.

Del trabajo de campo realizado en la presente investigación, se obtuvo que el 58% de los consumidores encuestados denunció ante Indecopi por la aparente infracción a la idoneidad en los productos y servicios adquiridos en el marco de una relación de consumo establecida con una entidad del sistema financiero. (Figura 13). Entre los hechos frecuentes más sancionados se obtuvo que fueron: consumos no reconocidos, reporte a Infocorp, incumplimiento de las condiciones que fueron pactadas en el contrato y la no atención a los reclamos. (Figura 14)

Así de diez resoluciones expedidas por Indecopi en el año 2017, sobre denuncias interpuestas contra entidades bancarias, se obtuvo que la totalidad de ellas fueron declaradas fundadas por infracción a los artículos 18° y 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, referidos a la idoneidad en los productos y servicios; del análisis de estas, para determinar si el proveedor incurrió en una infracción a la idoneidad en el producto o servicio brindado, como primer criterio se advierte que Indecopi determina cual será el alcance de la idoneidad en ese caso; es decir, cómo es que se va a materializar la idoneidad del producto o servicio que se está cuestionando. Podría ser; en un adecuado acceso en la información, así como en la transparencia de esta para conocer el verdadero aspecto del producto o servicio, en una adecuada prestación del servicio, o en la protección que debe brindar el proveedor para que el consumidor no resulte perjudicado con la adquisición de los productos o servicios.

Una vez determinado el alcance de la idoneidad en el caso, como segundo criterio pasa a verificar la existencia del defecto, cuyo análisis se da bajo las normas que regulan la carga probatoria; es decir, debe ser el consumidor quien acredite la existencia del defecto y luego será el proveedor quien debe acreditar que tal dificultad no se le puede atribuir atendiendo las circunstancias del hecho en concreto. Sin embargo, considera que el consumidor no siempre se encuentra en posibilidad de demostrar la existencia del defecto, ya sea porque es la entidad financiera quien se encuentra en mejor posición por el desnivel de conocimiento y de pruebas para acreditar que el hecho denunciado no le es imputable, o porque se trata de un hecho negativo, cuya existencia resulta difícil de probar al consumidor. Ante estos casos, Indecopi aplica el criterio de la carga probatoria dinámica; es decir, traslada a la entidad financiera, la obligación de acreditar la inexistencia del defecto, pues es este en quien recae el papel primordial de proteger todos los medios probatorios necesarios para desvirtuar los hechos denunciados por el consumidor. Si el producto o servicio que se le ha brindado al consumidor resulta ser distinto al que un consumidor hubiere esperado, se habrá infringido la idoneidad, de lo contrario no existiría infracción alguna.

A interés del investigador se ha creído pertinente mencionar algunos criterios más concretos, adoptados por Indecopi en los hechos más frecuentes presentados en las resoluciones bajo análisis, así pues:

Cuando Indecopi se encuentre ante un problema de imputaciones de consumo en las tarjetas de débito y/o crédito no reconocidas por el consumidor, empezará su análisis partiendo desde el alcance de la idoneidad. En este caso en específico, el alcance de la idoneidad está constituido por los mecanismos de seguridad y protección, implementados por la entidad financiera para realizar operaciones con las tarjetas de crédito que les emitan a sus consumidores. Una vez identificado el alcance de la idoneidad, Indecopi pasa a analizar si el consumo que está cuestionando se realizó válidamente conforme a las medidas de seguridad implementadas por la entidad financiera para realizar operaciones de este tipo. Para tal efecto, es el banco quien está obligado a presentar los medios probatorios para acreditar que esa operación con tarjeta de crédito se realizó siguiendo sus parámetros de seguridad. Es común encontrar en este tipo de casos,

que la entidad pretenda acreditar la validez de la operación a través de documentos emitidos por su sistema informático; sin embargo, el criterio que Indecopi utiliza para tener como acreditada la validez de la operación cuestionada, es que esta sea acreditada a través de documentos emitidos por un tercero ajeno a la entidad financiera, ya que al estarse cuestionando la idoneidad del sistema informático de la entidad, considera paradójico pretender acreditar la idoneidad del mismo a través de documentos emitidos por el mismo sistema. En conclusión, el criterio que maneja Indecopi cuando se encuentra frente a casos de consumos no reconocidos en tarjetas de crédito, es que sea el banco quien, a través de documentos obtenidos por un tercero imparcial, acredite que la operación cuestionada se realizó siguiendo las medidas de seguridad que el banco ofrece para tal caso (Ver Resolución N° 119-2017/Indecopi-Piu).

Del mismo modo, cuando se está cuestionando la idoneidad del servicio del no envío de estados de cuenta al domicilio del consumidor, pese a haber pagado el servicio. El criterio que Indecopi utiliza en este caso, según las resoluciones analizadas, es que es la entidad quien debe probar que efectuó la prestación cuestionada, pudiéndola probar a través de los cargos de recepción de los estados de cuenta; en este caso, Indecopi analizará que cada cargo de recepción contenga los requisitos exigidos para considerar que el envío se realizó de manera válida; ejemplo, si la entrega se dio de manera personal, el cargo de recepción deberá contar con firma de la persona a la que se le fue entregado y si la entrega se dio con la modalidad “bajo puerta”, el cargo de recepción deberá contener como mínimo, las características del inmueble donde se entregó. Solo si se verifican están condiciones en los cargos de recepción, Indecopi considerará como válida la realización de la prestación, de lo contrario lo considerará como no ejecutada y en consecuencia infringida la idoneidad en el servicio. Entonces, a modo de conclusión respecto a este punto, se tiene que el análisis de la idoneidad en este caso, parte desde el alcance de la misma, el cual está compuesto por las expectativas del consumidor de recibir una prestación adecuada del servicio que ha contratado (Ver Resolución N° 247-2017/Indecopi- Piu).

Cuando se está frente a un caso en el que el cuestionamiento de la idoneidad versa sobre el incumplimiento de las condiciones ofrecidas sobre el producto y/o

servicio (garantías explícitas), el criterio que Indecopi establece para dilucidar la controversia es como primer punto, que el consumidor acredite la existencia de la garantía explícita que manifiesta haber sido ofrecida por el proveedor, una vez acreditada la existencia de esa garantía, corresponde a la entidad financiera acreditar que el incumplimiento se debió por una causa inimputable a la misma, de lo contrario se estaría infringiendo la idoneidad del producto y/o servicio. El alcance de la idoneidad, está compuesto por la relevancia de la información que recibe el consumidor y la transparencia de la misma, pues el consumidor esperará el producto que se le ha ofrecido en base a la información que recibió, si sus expectativas son las mismas que la de cualquier consumidor que hubiere recibido la misma información, y sin embargo no son satisfechas, se infringe la idoneidad, de lo contrario no existiría infracción alguna (Ver resolución N° 441-2017-Indecopi-Piu).

De las resoluciones bajo análisis se puede observar que Indecopi determina primero cual es el alcance de la idoneidad en cada caso y después de esto recién pasa a evaluar si los hechos que se suscitaron en el caso cumplen o no con el alcance de la idoneidad previamente establecido.

De los resultados obtenidos del análisis de las resoluciones, se pudo lograr el objetivo, toda vez que se determinaron cuáles son los criterios que Indecopi utiliza para resolver casos referidos a la infracción de la idoneidad en los productos y servicios financieros. Asimismo, se logra comprobar la hipótesis de la presente investigación, en el sentido que se permite identificar que los alcances de la idoneidad son una adecuada información y transparencia en la misma, así como una adecuada prestación y protección al consumidor en el uso de los productos y/o servicios que adquieren en las entidades del sistema financiero.

Objetivo Específico 2. Determinar si los criterios para una adecuada aplicación de la idoneidad en los productos y servicios financieros, utilizados por Indecopi-Piura en beneficio del consumidor, son los adecuados.

De los resultados de la encuesta aplicada a abogados especialistas en derecho del consumidor, se obtuvo que el 100% de los mismos ha tenido casos referidos a la idoneidad en los productos y servicios financieros, de los cuales el 30% manifestó estar de acuerdo con el criterio que Indecopi aplicó para determinar la idoneidad en los productos y servicios, mientras que el 70% manifestó no lo estar (Figura 1).

Asimismo, del 100% de los consumidores encuestados que manifestó haber convenido en alguna ocasión con una entidad bancaria, el 26% no recibió la información sobre el producto o servicio que contrató, mientras que el 74% si la recibió (Figura 10); sin embargo, solo el 40% de los mismos, recibió el producto según la información que le brindó el proveedor, mientras que el 60% no (Figura12), habiendo denunciado el 58% de los encuestados a una entidad financiera, por presunta infracción a la idoneidad en los productos y servicios (Figura13), de las cuales destacan hechos referidos a consumos no reconocidos en tarjetas de crédito, reporte indebido a centrales de riesgo, falta de atención a los reclamos e incumplimiento de las condiciones contractuales (Figura14).

Comparando los resultados obtenidos del trabajo de campo, así como del análisis de las resoluciones tomadas como muestra, tenemos dos realidades totalmente diferentes; pues de un lado, tenemos a un gran número de abogados y consumidores insatisfechos por la idoneidad en los productos y servicios financieros, mientras que por el otro lado tenemos a un Indecopi utilizando criterios que efectivamente permiten visualizar una aplicación debida de la idoneidad. Este escenario, lleva a plantearse la interrogante de por qué si en las resoluciones emitidas por Indecopi, se logra concebir una adecuada aplicación de los alcances de la idoneidad, aún existen tantos consumidores y abogados insatisfechos.

Esto permite inferir, que si bien es cierto Indecopi en sus resoluciones, utiliza criterios inspirados en la protección al consumidor como la parte más sensible

de la relación de consumo, esta protección solo se ve expuesta cuando el cliente acude frente a la autoridad de consumo, más no se ve un debido respeto a la idoneidad durante la materialización de esa relación de consumo; es decir, desde la ejecución de la prestación, la utilización del producto, el acceso a la información, entre otras cosas, pues lo ideal sería que el consumidor no se vea en la imperiosa necesidad de denunciar a la entidad financiera, para que al fin el proveedor de los productos y servicios financieros, se vea en la obligación de respetar el deber de idoneidad que tiene en las relaciones de consumo que celebra con los consumidores. Es en este contexto que, cabe preguntarse si los criterios que Indecopi toma en cuenta para una buena aplicación de la idoneidad en productos y servicios financieros es la adecuada.

Pues la respuesta a la interrogante previamente formulada, se ve reflejada en la cantidad de denuncias que se presentan a diario ante Indecopi, muchas de ellas referidas a la infracción de los tan mencionados artículos 18° y 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, concluyendo entonces que no. La postura que Indecopi toma a fin de una adecuada aplicación de la idoneidad en los productos y servicios financieros, no son adecuados; en tanto que no habría tanto consumidor insatisfecho por los servicios y/o productos que contrataron con una entidad del sistema financiero, ni abogados insatisfechos por los criterios que aplica en el caso. De esta manera se logra el objetivo planteado.

Asimismo, se logra probar la hipótesis, en la medida que ha permitido analizar si existe o no una adecuada protección al consumidor financiero, concluyendo que, si bien técnicamente hablando existe una protección en las resoluciones expedidas por Indecopi, la realidad es distinta, según los resultados obtenidos del trabajo de campo.

Objetivo específico 3. Determinar si Indecopi-Piura aplicó un rol tuitivo del deber de idoneidad en productos y servicios financieros durante el periodo 2017.

De las resoluciones bajo análisis, se pudo observar distintos mecanismos usados por Indecopi a efectos de proteger y defender al consumidor de la diferencia en la que se encuentra ante la entidad financiera. Un primer mecanismo lo constituye el criterio de transferir la carga de la prueba a la entidad, cuando se esté frente al cuestionamiento de un hecho negativo, toda vez que considera que le resulta muy difícil de probar al consumidor, debiendo ser esta quien resguarde todos los medios de pruebas idóneos para desvirtuar la responsabilidad sobre el hecho que se le está imputando.

Otro mecanismo destinado a proteger al consumidor es el criterio que para determinar la idoneidad del producto y/o servicio cuando se está frente a consumos no reconocidos en tarjetas de débito y/o crédito, disponiendo que para acreditar la validez de los consumos que se están cuestionando, deben hacerse a través de documentos que hayan sido generados por un tercero imparcial, y no por la misma entidad financiera. Este criterio resulta muy acertado para proteger al consumidor, toda vez que existía la posibilidad de que al tratarse de una entidad con alto poderío económico le resultase muy fácil alterar los medios probatorios con el fin de librarse de cualquier responsabilidad; sin embargo, ahora esta posibilidad se ve restringida al estar obligada a acreditar la idoneidad de su producto y/o servicio a través de un tercero neutral que no tenga ningún provecho en el resultado del conflicto.

El hecho de atribuirle a la entidad financiera, la obligación de cautelar todos los medios probatorios idóneos para demostrar su inculpabilidad, constituye un mecanismo muy eficaz para lograr la protección al consumidor, toda vez que de no haberse establecido, pondría en grave peligro los derechos del consumidor a pedir respeto sobre la infracción de la idoneidad en los productos y servicios financieros, pues si se les exigiera estrictamente a ellos cautelar los medios probatorios para acreditar el defecto, no siempre se les hubiera hecho posible, debiendo en la mayoría de casos desestimarse su denuncia.

“A nivel de Indecopi, no existe un consumidor razonable, ya que al ser la parte más débil de la relación, siempre tiene que estar protegido, por más imprudente que este sea” (Entrevista a Ab. Jhordan Pinillos-Caja Piura), el investigador difiere totalmente con esta percepción, puesto que todos por más instruidos que estén o no, en algún momento se encontrarán en una situación de asimetría informativa, más aún cuando se trata de productos y servicios financieros en los que por más información que se les ponga al alcance no siempre será fácilmente entendible y aun así deciden contratar; no por eso los convierte en un consumidor imprudente, que Indecopi esté obligado a proteger, sino que lo convierte en la parte más débil por cuanto no tiene la misma especialización que la que tiene una entidad bancaria, pese a que haya actuado con la debida diligencia que el Código de Protección y Defensa del Consumidor exige.

Partiendo de este escenario, se puede observar que, en las resoluciones tomadas como muestra, se logró visualizar el rol tuitivo que realizó Indecopi a favor de los consumidores financieros durante el año 2017, toda vez que inspiró todos sus criterios para verificar los alcances de la idoneidad, en beneficio del consumidor; siendo así, se logra el objetivo planteado.

Objetivo específico 4. Determinar si Indecopi es un ente capacitado para proteger al consumidor financiero.

Respecto al rol de Indecopi como el ente responsable de absolver las contingencias entre consumidores y el sistema financiero, el Código de Protección y Defensa del Consumidor, le otorga competencia exclusiva a la entidad de Indecopi, para encargarse de velar por los derechos de los consumidores y ventilar reclamos sobre la idoneidad del servicio, entre ellos los bancarios. Si bien el Indecopi es el ente competente para solucionar los conflictos que nacen de las relaciones de consumo con el sistema financiero, esta competencia no está libre de cuestionamientos, pues de los resultados obtenidos del estudio de campo, se obtiene el 60% de los abogados encuestados considera que Indecopi no es un ente capacitado, debido a la especialización que requieren estos temas (Figura N° 5); debería ver un nivel de especialización como lo tiene la SBS, debiendo ser esta quien se encargue de solucionar los conflictos de intereses entre los consumidores y las entidades financieras (Entrevista Ab.

Jhordan Pinillos-Caja Piura) Asimismo, el 96% de los consumidores considera que debería haber una entidad especializada únicamente para resolver conflictos de esta naturaleza, ya que consideran que la protección consagrada por Indecopi no es suficiente (Figura N° 20).

Del trabajo de campo, así como de la comparación de los antecedentes, se advierte que la cantidad de consumidores insatisfechos por las relaciones de consumos que celebraron con una entidad del sistema financiero, es muy alta, de modo tal que llega al extremo de poner en duda la capacidad de Indecopi como el ente de consumo encargado de la protección al consumidor financiero, proponiendo que tal facultad pase a entes creados únicamente para tal fin o a cargo del regulador bancario especializado en esos temas; lo que queda en evidencia con los resultados obtenidos, logrando de esta manera el objetivo planteado, en el extremo que permite determinar la capacidad de Indecopi como un ente destinado a la protección del consumidor financiero.

V. CONCLUSIONES

1. La idoneidad en los productos y servicios tiene un concepto muy amplio, y se puede materializar en diversas circunstancias; por ello, resulta necesaria que para determinar si un producto o servicio financiero es idóneo, deba previamente identificarse cuál será el alcance de la idoneidad en el caso en concreto. Entre los alcances de la idoneidad determinados por Indecopi-Piura bajo el rol tuitivo que desempeñó durante el periodo 2017, fueron: una adecuada aplicación de la misma, tenemos: Adecuada información, transparencia en la información, adecuada prestación y protección al consumidor financiero.
2. De las resoluciones tomadas como muestra, se colige que dentro de las posturas utilizados por Indecopi-Piura, para determinar si el producto o servicio es idóneo, es el proveedor quien generalmente está obligado a acreditar su idoneidad, pese a que el defecto no haya sido previamente acreditado por el consumidor, ello en base a la concepción que considera al consumidor como la parte más débil de la relación de consumo; debiendo ser el proveedor, quien esté condicionado a cautelar todos los medios probatorios suficientes para demostrar que el defecto denunciado por el consumidor, no le es imputable.
3. Si bien es cierto, los criterios que utiliza Indecopi-Piura para determinar la idoneidad en los productos y/o servicios financieros, son aplicados de manera tuitiva en beneficio del consumidor, estos no son los más adecuados, puesto que, si bien técnicamente hablando existe una protección al consumidor por parte de Indecopi, esta no se ve reflejado en la realidad, lo cual se acredita con la cantidad de consumidores financieros insatisfechos.
4. La capacidad de Indecopi-Piura como ente de amparo al consumidor financiero, así como su facultad para resolver conflictos suscitados entre los consumidores y las entidades financieras, se ha puesto en cuestionamiento; toda vez que este no tiene el grado de especialización que este campo requiere, debiendo ser una entidad únicamente especializada en tal tema, la más idónea para ejercer tal función.

VI. RECOMENDACIONES

1. Implementar los criterios para la ecuanimidad en la situación de desventaja entre los consumidores y de esta manera otorgarles una adecuada protección en el interior de una relación de consumo con una entidad del sistema financiero, evitando que los derechos de los mismos se vean vulnerados constantemente.
2. Los criterios para evaluar una adecuada idoneidad en los productos y servicios financieros, no solo se aplique cuando ya se haya instaurado un procedimiento administrativo contra la entidad, sino que operen desde un primer momento; esto es, preocuparse para que exista un respeto a la idoneidad, mas no solo cuando el consumidor acuda a la autoridad de consumo a exigir tal respeto.
3. Dotar de mayor especialización a Indecopi-Piura en el campo financiero, para que pueda afrontar y tomar decisiones adecuadas sin transgredir los derechos de ninguna de los sujetos intervinientes.
4. Crear una entidad especializada únicamente dedicada a proteger al consumidor financiero, en donde se vele por el resguardo de sus derechos e intereses en el marco de una relación de consumo en cada empresa del sistema financiero nacional.

REFERENCIAS

- A., B. C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson.
- Aguilar Muñoz, A. F. (2012). *Insuficiencia del Derecho a la Información en Materia de Consumo en la Legislación Chilena*. Chile.
- Apenco, D. Á. (s.f). *La noción de consumidor y su tratamiento en el Derecho Comunitario, Estatal y Autonomico. Breve referencia al concepto de consumidor en el Derecho Extremeño*. España: Universidad de Extremadura.
- Arias Odon, F. G. (1999). *El Proyecto De Investigación: Guía Para Su Elaboración*. Caracas: Editorial Texto, C.a.
- Casas Monroy, M. C. (2015). *Derecho de Información en el Estatuto del Consumidor en Colombia: Avances y Desafíos*. Colombia.
- Cisterna Cabrera, F. (2005). Categorización y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa. *Theoria*, 68.
- Corral, Y. (2009). Validez y Confiabilidad de los Instrumentos de Investigación para la Recolección de Datos. *Revista Ciencias de la Educación*, 229- 247.
- Cuellar, J. C. (2011). *El Sistema de Protección al Consumidor en Colombia. Una perspectiva desde el Derecho Comparado*. Colombia.
- Fernando, S., & Vicente, P. (1979). *La entrevista*. Valencia.
- Herrera Valera, N., Neira Rentera, G., & Tassara Corzo, E. (2016). *Propuesta Progmática Para Mejorar la Relación de Consumo en el Perú*. Perú.
- INDECOPI. (2017). Lineamientos de proteccion al consumidor .
- Machuca Vilchez, J. A. (2015). *Rol del regulador bancario en materia de protección al consumidor*. Lima.
- Ricoeur, P. (1984). *La Metáfora Viva*. Buenos Aires: Megápolis.
- Stiglitz, J. E. (2006). *El maletar de la globalización*. Taurus, Mexico.
- Viguria Chavez, C. A. (2012). *El consumidor Financiero : Necesidades de su Implementación en el Sistema Nacional de Protección al Consumidor*. Lima.

ANEXOS

Validación de instrumentos

La validación consta de dos documentos:

Constancia de validación; el cual inicia con los datos del especialista, después la guía de pautas y cuestionario, los que se dividen en nueve ámbitos, primero la claridad, segundo la objetividad, tercero la actualidad, cuarto la organización, quinto la suficiencia, sexto la intencionalidad, sétimo la consistencia, octavo la coherencia y noveno la metodología; en donde el especialista después de realizar las observaciones pertinentes, formula las apreciaciones divididos en cinco niveles, siendo deficiente, aceptable, bueno, muy bueno y excelente. Finalmente firmar la constancia en señal de culminación del proceso.

Ficha de validación; el presente documento es más detallado puesto que los parámetros antes mencionados de pautas y cuestionarios son los mismos sin embargo existe un despliegue de valoración de cero a cien, en donde deficiente es de 0-20, regular de 21-40, buena de 41-60, excelente 81-100. Finalmente firmar la ficha, en señal de culminación del proceso

Especialista 1: Doctor Cristian Jurado Fernández, en la constancia de validación señalo todos los rubros de pautas y cuestionarios como buenos y excelentes, siendo su puntuación entre 95 y 100 en todos los rubros en la ficha de validación.

Especialista 2: Doctor Raúl Orlando Castro Quintana, en la constancia de validación señalo todos los rubros de pautas y cuestionarios como buenos y excelentes, siendo su puntuación entre 95 y 100 en todos los rubros en la ficha de validación.

MATRIZ DE CONSISTENCIA METODOLÓGICA

TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	CRITERIOS DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD
Descriptiva explicativa Diseño No Experimental	60 encuestados 1 entrevistado	Encuesta Entrevista	Validación por consulta de expertos. Método de Alfa de Crombach

Fuente: Elaboración propia.

MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA

PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES
¿Cuáles son los alcances de la idoneidad de los productos y servicios financieros y el rol de Indecopi-Piura en materia de protección al consumidor- periodo 2017?	Los alcances de la idoneidad en los productos y servicios financieros, frente al rol tuitivo de Indecopi-Piura, consisten en un adecuado acceso a la información, así como transparencia en la misma, una adecuada prestación y protección al consumidor.	<p><u>General</u> Determinar los alcances de la idoneidad en los productos y servicios financieros frente al rol tuitivo del Indecopi- Piura en la aplicación de los mismos -periodo 2017.</p> <p><u>Específicos</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar los criterios adoptados por Indecopi-Piura en sus resoluciones, al momento de resolver casos referidos a la infracción de la idoneidad en los productos y servicio financieros durante el periodo 2017. 2. Determinar si los criterios adoptados por Indecopi-Piura para una adecuada aplicación de los alcances de la idoneidad en los productos y servicios financieros en beneficio del consumidor, son los adecuados. 3. Determinar si Indecopi- Piura aplicó un rol tuitivo en beneficio del consumidor, en la evaluación de la idoneidad en productos y servicios financieros durante el periodo 2017. 4. Determinar si Indecopi-Piura es un ente capacitado para resolver conflictos entre entidades del sistema financiero y consumidores. 	<p>Variable Independiente: Alcances de la idoneidad</p> <p>Variable Dependiente: Productos y servicios financieros y el rol de Indecopi</p>

Fuente: Elaboración propia.



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

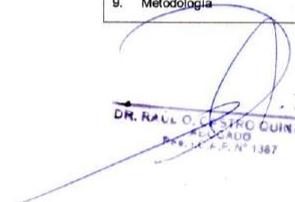
Yo, **RAÚL ORLANDO CASTRO QUINTANA** con DNI N° 40629656; docente universitario magister en **DERECHO CIVIL Y COMERCIAL** N° ANR/COP..... de profesión **ABOGADO** desempeñándome actualmente como Docente en la **Universidad César Vallejo**.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Guía de Pautas y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas y Cuestionario para Consumidores de Productos y Servicios Financieros.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X


DR. RAÚL O. CASTRO QUINTANA
PROF. TITULAR N° 1387

Guía de Pautas y Cuestionario para abogados especializados en derecho de consumidor.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
10. Claridad					X
11. Objetividad					X
12. Actualidad					X
13. Organización					X
14. Suficiencia					X
15. Intencionalidad					X
16. Consistencia					X
17. Coherencia					X
18. Metodología					X

Guía de Pautas y Cuestionario para abogado. (Caja Piura)	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
19. Claridad					X
20. Objetividad					X
21. Actualidad					X
22. Organización					X
23. Suficiencia					X
24. Intencionalidad					X
25. Consistencia					X
26. Coherencia					X
27. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente.

Piura, julio de 2018.

Dr. Raúl Orlando Castro Quintana

DNI N° 40629656

Especialidad: Derecho Civil, Comercial, Consumidor Y Propiedad Intelectual.

DR. RAUL O. CASTRO QUINTANA
ABOGADO
Reg. I.C.A.P. N° 1387



ALCANCES DE LA IDONEIDAD EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS Y EL ROL DE INDECOPI-PIURA DURANTE EL PERIODO 2017”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: GUÍA DE PAUTAS Y CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 – 20				Regular 21 – 40				Buena 41 – 60				Muy Buena 61 – 80				Excelente 81 – 100				OBSERV.
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			X		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			X		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				X	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			X		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				X	

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **CRISTIAN AUGUSTO JURADO FERNÁNDEZ** con DNI N° 17614492; docente universitario doctor en **GESTION UNIVERSITARIA** N° ANR/COP 17614492. De profesión **ABOGADO** desempeñándome actualmente como Docente en la **Universidad Cesar Vallejo**.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Guía de Pautas y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas y Cuestionario Para consumidores de productos y servicios financieros	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología					X

Dr. Cristian Jurado Fernández
CPPe. N° Registro 161761442

Guía de Pautas y Cuestionario Para operadores del derecho	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología					X


 Dr. Cristian Jurado Fernández
 CPPe. N° Registro 1617614492

Guía de Pautas y Cuestionario para Abogado (Caja Piura)	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo a presente en la ciudad de Piura los 27 días del mes de abril del Dos mil Dieciocho.



Dr. Cristian Augusto Jurado Fernández
 CPPe. N° Registro 1617614492

Dr. Cristian Augusto Jurado Fernández
 DNI N°: 17614492
 Especialidad: Gestión Universitaria



ALCANCES DE LA IDONEIDAD EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS Y EL ROL DE INDECOPI-PIURA DURANTE EL PERIODO 2017”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: GUÍA DE PAUTAS Y CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 – 20				Regular 21 – 40				Buena 41 – 60				Muy Buena 61 – 80				Excelente 81 – 100				OBSERV.
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				X	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			X		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				X	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			X		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				X	

CUESTIONARIO DIRIGIDO A CONSUMIDORES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

=====

OBJETIVO: El presente cuestionario tiene por objetivo conocer sobre la problemática existente en cuanto a la idoneidad en los productos y servicios financieros en el ámbito de una relación de consumo.

Respecto a la idoneidad en productos y servicios financieros

1. ¿Ha contratado alguna vez con un banco y/o caja?
 Sí
 No

2. ¿Con que frecuencia con un banco y/o caja?
 Mensualmente
 Semestralmente
 Anualmente

3. ¿Cuál es la razón que lo lleva a contratar con un banco y/o caja?
 Abrir una cuenta de ahorro
 Hacer préstamos de dinero para cubrir ciertas necesidades
 Realizar giros, retirar dinero de cajeros automáticos, otros

4. ¿Cuán conforme se encuentra con el producto y/o servicio que contrató?
 Conforme
 Nada conforme

5. De ser su respuesta negativa en la pregunta anterior, especifique por qué:
 Las tasas de interés cobradas no fueron las mismas que se ofrecieron
 Las tasas de interés de la entidad son muy altas
 El trámite para acceder a un crédito financiero es muy riguroso
 Se realizaron cobros por conceptos que no fueron pactados.

6. ¿Le brindaron información sobre el producto y/o servicio que adquirió?
- Sí
- No
7. ¿Comprendió la información que le brindó el banco y/o caja sobre el producto y/o servicio que contrató?
- Sí
- No
8. ¿Recibió el producto y/o servicio que contrató, en las condiciones y características que le prometió el banco y/o caja?
- Sí
- No
9. ¿Ha realizado alguna denuncia referida a la infracción de la idoneidad en productos y servicios financieros?
- Sí
- No
10. De ser su respuesta afirmativa en la pregunta anterior, conteste: ¿Cuál fue el hecho que denunció?
- Consumos no reconocidos en las tarjetas de crédito
- Reporte indebido a centrales de riesgo
- Incumplimiento de las condiciones señaladas en el contrato
- La falta de atención a los reclamos
11. ¿Cómo fue su experiencia contratando un banco y/o caja?
- Buena
- Mala
- Regular

12. ¿Volvería contratar con un banco y/o caja?

Sí

No

Respecto al rol de Indecopi, especifique:

13. ¿Cuál es la entidad que protege al consumidor financiero?

Indecopi

SBS

14. Especifique ¿en qué consiste el deber de idoneidad que deben cumplir los bancos y/o cajas?

Asegurarse de que el consumidor reciba el producto o servicio que contrató en base a lo que previamente se le informó y a las condiciones y/o naturaleza del producto o servicio

Dar un producto o servicio que cumpla con su finalidad

Darle una adecuada atención al consumidor

15. ¿Cree que Indecopi hace un adecuado trabajo al proteger al consumidor de los abusos que cometen los bancos y/o cajas?

Sí

No

16. De ser su respuesta negativa en la interrogante anterior, especifique por qué:

Aún sigue habiendo muchos consumidores cuyos derechos han sido vulnerados

Los bancos siguen actuando abusivamente frente a los consumidores

No impone sanciones tan duras, para desincentivar las prácticas abusivas de los bancos

17. ¿Cree que debería haber una entidad encargada únicamente en la protección del consumidor financiero?

Sí

No

CUESTIONARIO DIRIGIDO A ABOGADOS ESPECIALISTAS EN DERECHO DEL CONSUMIDOR

OBJETIVO: El presente cuestionario tiene por objetivo conocer sobre la perspectiva que tienen los abogados, sobre los alcances de la idoneidad en los productos y servicios durante las relaciones de consumo entre consumidores y entidades financieras, así como del rol tuitivo de Indecopi en beneficio del consumidor.

1. ¿Dónde se encuentra regulada la idoneidad en los productos y servicios?
 - Artículo 18° y 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor
 - Artículo 1° del Código de Protección y Defensa del Consumidor
 - Artículo 16 del Código de Protección y Defensa del Consumidor

2. ¿Ha tenido algún caso en su desarrollo profesional referido a la idoneidad en los productos y servicios financieros?
 - Sí
 - No

3. ¿Le pareció correcta la forma en como Indecopi aplicó el criterio sobre la idoneidad en productos y servicios?
 - Sí
 - No

4. ¿Considera que Indecopi hace un análisis tuitivo de la idoneidad en los productos y/o servicios financieros?
 - Sí
 - No

5. De ser su respuesta negativa en la interrogante anterior, especifique por qué:
- Se enfoca más en verificar la calidad del producto y/o servicio
 - Se enfoca solo en verificar si se efectuó la prestación, sin tener en cuenta la cantidad de información que recibió el consumidor y si esta fue transparente y relevante
6. ¿Cuál cree que sea el alcance de la idoneidad en los productos y servicios financieros?
- Calidad del producto y/o servicio y transparencia en la información
 - Adecuada prestación y acceso a la información
 - Información idónea, transparencia en la información, adecuada prestación y una adecuada protección
7. ¿Considera a Indecopi como un organismo capacitado para hacer frente a los casos referidos a la idoneidad en los productos y/o servicios financieros?
- Sí
 - No

ENTREVISTA

Realizada al señor Jhordan Pinillos, Abogado de Caja Piura.

Instrumento	Interrogante
Entrevista	¿Para usted, qué significa la idoneidad en los productos y servicios financieros, y en que consiste el deber del proveedor de los mismos?
	Y ahora que tocó el tema de las garantías, la duda es ¿en qué casos una garantía implícita es desplazada por una garantía explícita?
	A criterio profesional ¿cuáles son los alcances de la idoneidad? ¿Se trata solo del cumplimiento de una prestación y ofrecer una adecuada calidad de los productos o servicios financieros, o implica, además entregar una información relevante y transparente sobre los mismos, sin dejar de mencionar la protección que se le debe brindar al consumidor?
	¿Cree que la entidad financiera para la que trabaja cumple con este deber? ¿De qué forma?
	¿Qué tipo de información se le brinda a un consumidor al momento de contratar un producto o servicio?
	¿Cuántas veces se le ha sancionado a esta entidad por infracción a la idoneidad? ¿Cómo la entidad financiera actúa frente a estos casos? En otras palabras, ¿qué medidas de prevención toma para que ya no se vuelva a suscitar un hecho como tal?
	¿Cree que el respeto a la idoneidad sea un tema utópico o si se puede alcanzar? ¿Cree que el consumidor influye de alguna manera a la infracción a de idoneidad en los productos y/o servicios?
	¿Considera que Indecopi está capacitado para resolver conflictos suscitados entre las entidades del sistema financiero y los consumidores, o esta facultad podría ser derivada a otra entidad como a la SBS, o utópicamente a una entidad creada exclusivamente para proteger al consumidor financiero y resolver conflictos de esa naturaleza?

Cuadro N° 23: Entrevista

Fuente: Elaboración propia.