



(GEE)

Gerencia de Estudios Económicos

## **El Indecopi identifica oportunidades para que las entidades financieras optimicen la información que brindan a los consumidores y puedan prevenir controversias por afectaciones a sus derechos**

Con el fin de propiciar el desarrollo del mercado financiero y una mayor satisfacción de los consumidores respecto de los productos ofrecidos por las entidades del sector, la Gerencia de Estudios Económicos (GEE) del Indecopi presentó un estudio que revela las oportunidades de mejora que podrían aplicar las empresas financieras, en beneficio de sus clientes.

El estudio denominado '**Problemas de información entre entidades y consumidores del sistema financiero: Una revisión de los casos analizados por el Indecopi desde las perspectivas de la educación financiera, economía conductual y costos de cambio**' (<https://bit.ly/2tt5M5J>) se realizó con una moderna técnica de estudio de mercados denominada 'Economía del Comportamiento', para la cual se ha usado como muestra los reclamos y denuncias presentados ante los distintos órganos resolutores de la institución, en materia de servicios financieros.

Los reclamos presentados ante el Servicio de Atención al Ciudadano del Indecopi registraron una tasa de expansión promedio anual de 6,2% entre los años 2014 y 2018; mientras que las denuncias ante los Órganos de Procedimientos Sumarísimos y las Comisiones de Protección al Consumidor contra las entidades del sistema financiero registraron un crecimiento promedio anual del 3,7% y 10,6%, respectivamente, durante el mismo período.

Asimismo, se ha considerado el crecimiento de los créditos en el sistema. Entre los años 2014 y 2018, el importe total de créditos de consumo otorgados por estas entidades se expandió a una tasa promedio anual del 11,6%; mientras que el segmento de créditos brindados mediante tarjetas de crédito se expandió al 11,7% promedio anual.

### **Resultados de la investigación**

El estudio identifica las oportunidades de mejora que podrían aplicar las empresas del sector financiero para optimizar la información brindada sobre sus productos y elevar el nivel de educación financiera a los clientes, previniendo reclamos o denuncias que afectan su relación.

Dichas mejoras están asociadas a tres marcos teóricos: Educación financiera, Economía conductual y Costos de cambio. Con ello, se busca un mayor desarrollo del mercado financiero y una mayor satisfacción por parte de los consumidores, respecto de los productos ofrecidos.

**Educación financiera.** El estudio revela que, al momento de contratar un producto financiero, las personas no solo deciden hacerlo a partir del beneficio que puedan obtener, sino, también, consideran la confianza y reputación de la entidad que lo ofrece, así como el entendimiento de sus términos y condiciones.

---

### **Misión del Indecopi**

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

Para mayor información:  
[prensa@indecopi.gob.pe](mailto:prensa@indecopi.gob.pe)  
2247800 anexos: 5011 - 5016





(GEE)

Gerencia de Estudios Económicos

No obstante, en la práctica, se observan brechas en la comprensión de la información por parte de los consumidores, debido a que las entidades financieras podrían estar brindándola de forma muy técnica, extensa y/o compleja de procesar o interpretar.

En ese sentido, el Indecopi considera que existe espacio para que las empresas mejoren su estrategia de aproximación y colocación de sus productos y/o servicios, tomando en consideración la conducta de las personas; así como también su conocimiento sobre asuntos financieros, de modo que puedan autorregular sus prácticas comerciales y facilitar la migración de ahorros y créditos entre entidades de este sector.

Asimismo, existe oportunidad para que los proveedores contribuyan a elevar el nivel de la educación financiera de los consumidores informando las diferencias, por ejemplo, entre los pagos anticipados y adelantados de un financiamiento de crédito, para que obtengan un ahorro al pagar menos intereses, entre otros beneficios.

En esa misma línea, se desprende que, una lectura cuidadosa del contrato puede advertir a un cliente de las consecuencias derivadas del pago no oportuno o suficiente de las cuotas exigidas en un crédito, tales como la generación de intereses, el cargo por penalidades, o su reprogramación unilateral.

**Economía conductual.** Respecto del análisis de la economía conductual, a partir de los hechos denunciados ante el Indecopi, se encontró que, el uso de métodos abreviados y factores sencillos podría implicar consecuencias negativas para las finanzas de los consumidores.

Por ejemplo, una entidad financiera vinculada a una cadena comercial de venta de electrodomésticos ofrece financiamiento para la compra de bienes en base a cuotas pequeñas, pero con tasas de intereses muy altas, lo que, a largo plazo, podría implicar una gran deuda a pagar, considerando la suma del capital e intereses.

Asimismo, en este aspecto, el estudio brinda luces para desarrollar un marco regulatorio que enmarque la información relevante de un producto financiero en un contexto más amplio que el bienestar inmediato o de corto plazo.

**Costo de cambio.** Por otro lado, desde la perspectiva del marco de los costos de cambio, la adhesión a condiciones inicialmente beneficiosas para los consumidores implica, en ocasiones, renunciar parcialmente a potenciales ventajas futuras.

Esto se ve reflejado, por ejemplo, en la práctica comercial que realizan algunas entidades al ofrecer el refinanciamiento de una deuda crediticia que, aunado a la baja comprensión y análisis de los términos contractuales por parte de los consumidores, no pondría en evidencia lo inconveniente que resulta, algunas veces, refinanciar una deuda. Además del capital, se deben sumar todos los cargos por comisión administrativa y seguro de desgravamen, pues el nuevo crédito realizará nuevos cobros por estos dos últimos conceptos.

---

## Misión del Indecopi

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

Para mayor información:  
[prensa@indecopi.gob.pe](mailto:prensa@indecopi.gob.pe)  
2247800 anexos: 5011 - 5016

Síguenos: Indecopi



Radió  
Indecopi  
[www.indecopi.gob.pe/radio](http://www.indecopi.gob.pe/radio)



(GEE)

Gerencia de Estudios Económicos

Finalmente, el documento elaborado por la GEE identifica las diferentes acciones positivas emprendidas por las autoridades y entidades competentes del sistema financiero; así como también sugerencias para mejorar las prácticas comerciales, de divulgación y comprensión de información realizadas en el marco de autorregulación de este mercado.

### **El Indecopi es la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor**

El Código de Protección y Defensa del Consumidor estableció la creación del Consejo Nacional de Protección del Consumidor, espacio que congrega a distintas entidades públicas y organizaciones de la sociedad civil, con el fin de coordinar acciones con incidencia directa en los consumidores. Para que dichas actividades estén orientadas hacia objetivos comunes, se elaboró el Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017 - 2020<sup>[1]</sup>. Los lineamientos señalados por estos documentos son de aplicación general a todas las relaciones de consumo existentes en el mercado, incluyendo aquellas generadas en el marco del sistema financiero.

Lima, 17 de diciembre de 2019

### **Glosario:**

**Educación financiera:** constituye un complemento de la protección al consumidor, en tanto ambas promueven la toma informada y eficiente de decisiones en la materia, reduciendo las asimetrías presentes entre empresas y usuarios.

**Economía conductual:** El desarrollo de las ciencias del comportamiento brinda herramientas de análisis complementario para comprender por qué las personas no siempre toman una decisión meditada, objetiva y basada en una revisión completa de la información disponible.

**Costos de cambio,** son costos en los que los consumidores incurren por única vez, y que se encuentran asociados al proceso de migración del proveedor de un producto y/o servicio a otro.

[1] La Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor, y el Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017 – 2020, se encuentran publicados en un documento conjunto, disponible en: <[https://issuu.com/indecopi/docs/politica\\_-\\_plan\\_nacional](https://issuu.com/indecopi/docs/politica_-_plan_nacional)>.

---

### **Misión del Indecopi**

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

Para mayor información:  
[prensa@indecopi.gob.pe](mailto:prensa@indecopi.gob.pe)  
2247800 anexos: 5011 - 5016

