

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

**La transparencia de información establecida por la
Superintendencia de Banca, Seguros y AFP y el cumplimiento de
los objetivos comerciales de los bancos. Perú, 2017- 2018**

Línea de investigación:

Finanzas

Autoras:

Br. Pérez Rodríguez, Ana Paula

Br. Quipuzco Sánchez, Graciela Marycruz

Asesor:

Panibra Flores, Oscar

TRUJILLO - PERÚ

2019

Fecha de sustentación:

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

Dando cumplimiento y conforme a las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, y el Reglamento Interno de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Contabilidad, para obtener el Título profesional de Contador Público, se pone a vuestra consideración la tesis titulada: **“La transparencia de información establecida por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP y el cumplimiento de los objetivos comerciales de los bancos. Perú, 2017-2018”**.

Es importante resaltar que el presente trabajo consistió en utilizar como referencia la información obtenida de manera teórica- práctica adquiridas durante la formación profesional en nuestros años de estudios. Esperamos que el esfuerzo realizado haga de este trabajo una buena fuente de consulta, que contribuya a brindar mayor información para los estudiantes que se interesen en el tema.

Agradeciendo de antemano la atención brindada y aprovechando la oportunidad para expresarles estima y consideración.

Atentamente,

Las Autoras.

DEDICATORIA

A Dios, por brindarme sabiduría y permitirme llegar a este momento tan ansiado y glorioso para mí en lo profesional.

A mi madre Yackeline y mi abuela Josefa por ser los pilares más importantes en mi vida por su apoyo incondicional todos estos años e inculcarme a nunca rendirme y ser perseverante para lograr cada una de mis metas.

A mi abuelo, mis tías y mi hermano por alentarme a seguir adelante y decirme que todo es posible.

Ana Paula Pérez Rodríguez

A mi madre María y a mi padre Jorge, por todo su amor, su apoyo incondicional, su paciencia, por inculcarme a nunca rendirme y a enseñarme a siempre salir adelante, además que, a pesar de que las dificultades, ustedes están juntos apoyándome y sé que siempre estarán a mi lado.

A mi hermano Ariam por toda la paciencia brindada a lo largo de este proceso

Graciela Marycruz Quipuzco Sánchez

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Privada Antenor Orrego, por habernos acogido durante nuestra formación académica y habernos brindando las herramientas necesarias para el desarrollo de nuestra carrera profesional

A nuestros padres por el apoyo y motivación incondicional que nos brindaron para que logro de todas nuestras metas, a lo largo de nuestras etapas.

A nuestro asesor Mg. Flores Panibra, Oscar por el apoyo, dedicación y asesoramiento brindado para el desarrollo de este trabajo.

A nuestros docentes, que con sus enseñanzas y conocimientos aportaron al desarrollo de nuestra formación profesional y personal.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por finalidad determinar cómo influye la transparencia de información en el cumplimiento de los objetivos comerciales de los bancos, Perú 2017-2018, se basa en el Reglamento de transparencia de la Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero (Resolución SBS N° 8181-2012 y sus modificatorias); en esa dirección, se realizó la investigación de la transparencia de información que es limitado en el ámbito académico.

Metodológicamente, el trabajo de investigación de acuerdo a la orientación, es aplicada, y de acuerdo a la técnica de contrastación, es descriptiva correlacional. Se trabajó con una muestra de cuatro bancos, elegidos por ser los más representativos del sector bancario peruano, que centralizan la mayor parte de las operaciones financieras del mercado, buscando la influencia positiva de la transparencia de información en el cumplimiento de los objetivos comerciales. El análisis consistió en diagnosticar el nivel de transparencia de información a través de los números de reclamos presentados por los clientes, sanciones impuestas por las entidades reguladoras y el nivel de cumplimiento del Reglamento antes mencionado, que se relacionó con nivel de ingresos, la utilidad neta y los ratios de rentabilidad de dichas entidades.

El resultado obtenido muestra que la transparencia de información no influye significativamente en el cumplimiento de los objetivos comerciales, porque no hay indicios suficientes que muestren una influencia positiva significativa, es decir, se niega la hipótesis. Se encontró que los cuatro bancos incrementaron sus ingresos y utilidades con respecto al año 2017 y año 2018, además, aumentaron el número de reclamos y sanciones. Sin embargo, si se difundiera de manera constante, clara y sencilla en los medios de comunicación información eficiente sobre los productos y cláusulas de contratación, se lograría reducir los reclamos presentados evitando una mala reputación.

ABSTRACT

The present research arose in order to determine how transparency of information influences the bank's commercial objectives compliance in Peru 2017-2018, based on the Regulation on Transparency of Information and Contracting with users of the Financial System (Resolution SBS No. 8181-2012 and its amendments). In this direction, the investigation of the transparency of information that is limited in the academic field was carried out.

Methodologically, according to the orientation this is an applied research, and according to the contrasting technique, it is descriptive correlational research. We worked with a sample of four banks, we chose the most representative entities of the Peruvian banking sector, which centralize the most financial operations of the market, looking for the positive influence of "transparency of information" in the compliance of commercial objectives. The analysis consisted of diagnosing the level of transparency of information through the number of complaints presented by the clients, sanctions imposed by the regulatory entities and the level of compliance with the aforementioned Regulation, which was related to income level, net income and the profitability ratios of said entities.

The result obtained shows that the transparency of information does not significantly influence the compliance of commercial objectives, because there are not sufficient indications that show a significant positive influence, that is, the hypothesis is denied. It was found that the four bank's increased their income and profits with respect to the year 2017 and year 2018, in addition, they increased the number of claims and penalties. However, if a constant, clear and simple diffusion in the media of efficient information about the products and hiring clauses is achieved, it would be possible to reduce the claims presented avoiding a bad reputation.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	01
1.1. Formulación del problema.....	02
1.2. Enunciado del problema.....	05
1.3. Justificación.....	05
1.4. Objetivos.....	06
1.4.1. Objetivo general.....	06
1.4.2. Objetivos específicos.....	06
CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA.....	07
2.1. Antecedentes.....	08
2.2. Marco Teórico.....	14
2.2.1. La transparencia de información.....	14
2.2.2. Cumplimiento de los objetivos comerciales.....	32
2.2.3. Marco legal.....	41
2.3. Marco conceptual.....	46
2.4. Hipótesis.....	47
2.5. Variables.....	47
2.5.1. Variable independiente.....	47
2.5.2. Variable dependiente.....	47
2.5.3. Operacionalización de variables.....	48
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	50
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	51
3.1.1. De acuerdo a la orientación.....	51
3.1.2. De acuerdo a la técnica de contrastación.....	51
3.2. Material.....	51
3.3. Delimitaciones.....	52
3.4. Técnicas e instrumentos de colecta de datos.....	54

3.5. Diseño de la investigación.....	54
3.6. Procesamiento y análisis de datos.....	55
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	56
4.1. Análisis e interpretación de resultados.....	57
4.1.1. Diagnosticar el nivel de transparencia de información establecida por la Superintendencia de Banca, Seguro y AFP de los bancos.....	57
4.1.2. Evaluar el cumplimiento de los objetivos comerciales de los bancos mediante el análisis de los estados financieros.....	70
4.1.3. Evaluar la influencia de la transparencia de información en el cumplimiento de los objetivos comerciales.....	85
4.2. Prueba de Hipótesis.....	88
4.3. Discusión de resultados.....	89
CONCLUSIONES.....	92
RECOMENDACIONES.....	94
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Documentos mínimos para la contratación de productos activos y pasivos</i>	20
Tabla 2. <i>Intereses de los grupos de interés</i>	35
Tabla 3. <i>Operacionalización de la Variable Independiente</i>	48
Tabla 4. <i>Operacionalización de la Variable Dependiente</i>	49
Tabla 5. <i>Composición del sistema financiero peruano al 31 de diciembre del 2018</i>	52
Tabla 6. <i>Ranking de créditos al 30 de setiembre del 2018</i>	53
Tabla 7. <i>Los 25 mejores bancos de América Latina 2017</i>	53
Tabla 8. <i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</i>	54
Tabla 9. <i>Detalle de productos reclamados año 2017</i>	57
Tabla 10. <i>Detalle de productos reclamados año 2018</i>	59
Tabla 11. <i>Resumen de reclamos año 2018 – 2017</i>	60
Tabla 12. <i>Números de sanciones año 2018 - 2017</i>	62
Tabla 13. <i>Nivel de cumplimiento de la Resolución SBS N° 8181-2012 del Reglamento del Transparencia de información y contratación con usuarios del Sistema Financiero – Tarjetas de Crédito</i>	64
Tabla 14. <i>Nivel de cumplimiento de la Resolución SBS N° 8181-2012 del Reglamento del Transparencia de información y contratación con usuarios del Sistema Financiero – Cuentas de Ahorro</i>	66
Tabla 15. <i>Nivel de cumplimiento de la Resolución SBS N° 8181-2012 del Reglamento del Transparencia de información y contratación con usuarios del Sistema Financiero – Préstamos</i>	68
Tabla 16. <i>Nivel de cumplimiento de la Resolución SBS N° 8181-2012 del Reglamento del Transparencia de información y contratación con usuarios del Sistema Financiero – Seguros</i>	69
Tabla 17. <i>Tipo de ingresos Banco de Crédito del Perú</i>	70
Tabla 18. <i>Detalle de ingresos por intereses y servicios Banco de Crédito del Perú</i>	71
Tabla 19 <i>Tipo de ingresos BBVA Banco Continental</i>	72

Tabla 20. <i>Detalle de ingresos por intereses y servicios BBVA Banco Continental</i>	72
Tabla 21. <i>Tipo de ingresos Scotiabank Perú S.A.A.</i>	73
Tabla 22. <i>Detalle de ingresos por intereses y servicios Scotiabank Perú S.A.A.</i>	74
Tabla 23. <i>Tipo de ingresos Banco Internacional del Perú S.A.A.</i>	75
Tabla 24. <i>Detalle de ingresos por intereses y servicios Banco Internacional del Perú S.A.A.</i>	76
Tabla 25. <i>Resumen comparativo de ingresos por banco año 2018-2017</i>	77
Tabla 26. <i>Variación del nivel de utilidad por banco</i>	79
Tabla 27. <i>Resumen de resultados de ratios de rentabilidad</i>	84
Tabla 28. <i>Número de reclamos por cada mil soles de ingresos año 2018</i>	85
Tabla 29. <i>Número de reclamos por cada mil soles de ingresos año 2017</i>	85

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> SAC-Perú: Reclamos presentados a nivel nacional, según actividad económica, enero-diciembre 2018.....	03
<i>Figura 2.</i> Ranking de utilidades de bancos a noviembre del 2018.....	04
<i>Figura 3.</i> Productos activos y pasivos.....	17
<i>Figura 4.</i> SAC-Perú: Reclamos presentados asociados al sistema financiero bancario a nivel nacional, según proveedor, enero-diciembre 2018.....	26
<i>Figura 5.</i> Árbol del Modelo de Douissa.....	27
<i>Figura 6.</i> Resumen de reclamos por año.....	60
<i>Figura 7.</i> Sanciones 2018-2017.....	62
<i>Figura 8.</i> Ingresos comparativos por banco.....	78
<i>Figura 9.</i> Utilidad neta por banco, año 2018-2017.....	79
<i>Figura 10.</i> Número de reclamos por cada mil soles en ingresos.....	87

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del problema

Según BBC Mundo (2016), uno de los escándalos financieros más citados de EE. UU. ocurrió en el banco Wells Fargo, dónde se abrieron cerca de 1.5 millones de cuentas fantasmas por los trabajadores del banco Wells Fargo sin que los clientes tuvieran conocimientos. La tarea cotidiana de los empleados es ofrecer productos bancarios como préstamos personales entre los diferentes productos que tienen las entidades financieras. El inconveniente sucede cuando se les incorpora gastos por servicios que no han solicitado y se les otorgó aproximadamente cerca de medio millón de tarjetas de crédito sin que los usuarios estén informados y de los cuales se le incorporó productos adicionales sin autorización. El Buró de Protección Financiera del Consumidor de Estados Unidos (CFPB, por sus siglas en inglés) encontró la existencia de estas operaciones sospechosas y propuso imponer una multa de US\$185 millones a Wells Fargo debido a la severidad de estas malas acciones. El CFPB dijo que lo ocurrido en Wells Fargo era una práctica ilegal muy extendida que se estaba realizando desde, al menos, el año 2011. Detrás de estos malos hechos de los trabajadores estaba su aspiración de obtener ganancia de las políticas de compensación establecidas por Wells Fargo, que les recompensan en la medida en que logran conseguir vender nuevos productos.

Indecopi (2018) informa que el sistema financiero en el Perú es el sector que concentra más quejas del consumidor, entre ellos tenemos cobros indebidos, inclusión incorrecta en la lista de morosos, son las principales protestas. Casos como estos hacen que el sector de servicios bancarios sea el más denunciado por los clientes por la falta de información. “Indecopi recepciona al año 1,400 expedientes, de los cuales 300 están ligados a quejas contras las entidades financieras. De ese total, un 30% son fundadas, 32% infundadas y 16% llegan a ser conciliadas entre el cliente y el banco, un 11% son declaradas improcedentes”.

Según el reporte de estadísticas institucionales- Indecopi evidencia que durante los meses de enero- diciembre del año 2018, el Servicio de Atención al Ciudadano (SAC) recibió 59,640 quejas en sus oficinas, con respecto a nivel nacional: 57.14% en Lima y Callao; y 42.86% en los otros departamentos del país. Además, el 41.36% del total de reclamos estuvo asociado a dos actividades económicas: sistema financiero bancario (19 050) y transporte de vía aérea (5618).

N°	Actividad económica	Concluidos			Total presentados
		Conciliados ^{1/}	No conciliados	Otros ^{2/}	
1	Sistema financiero bancario	7 138	1 435	9 614	18 187
2	Transporte por vía aérea	1 585	214	3 554	5 618
3	Telecomunicaciones	802	77	3 418	4 518
4	Sistema financiero no bancario	1 231	203	1 766	3 455
5	Tiendas por departamento, bazares y conexos	675	147	1 151	2 099
6	Transporte terrestre y otros tipos de transporte	825	188	878	2 010
7	Seguros	673	158	1 076	2 009
8	Comercio minorista de otros productos	588	215	984	1 918
9	Servicios profesionales, técnicos y otros	590	141	1 083	1 917
10	Comercio mayorista de otros productos	707	156	898	1 911
11	Servicios varios	484	166	1 095	1 873
12	Comercio minorista de línea blanca, marrón y otras	546	245	712	1 589
13	Actividades artísticas, de entretenimiento y esparcimiento	400	117	804	1 378
14	Educación superior	428	174	653	1 349
15	Supermercados, bodegas, minimarkets y similares	397	108	553	1 140
16	Venta, mantenimiento y reparación de vehículos	388	213	474	1 087
17	Construcción e inmobiliarios	263	217	482	1 019
18	Agencias de viaje y otros servicios de transporte	187	134	543	914
19	Restaurantes, bares y cantinas	182	36	239	490
20	Otras actividades económicas	1 603	426	2 071	4 296
Total		19 688	4 770	32 048	56 506

Figura 1. SAC-Perú: Reclamos presentados a nivel nacional, según actividad económica, enero-diciembre 2018.

Fuente: Servicio de Atención al Ciudadano del Indecopi.

Elaboración: Gerencia de Estudios Económicos del Indecopi.

Los casos más comunes que se encuentran en el sector están ligados con contenido indebidos, es decir la entidad financiera envía información a las centrales de riesgo a través de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) en las cuales se dice que un usuario es moroso cuando en realidad la información enviada no era la correcta. Además, se descubren los cobros indebidos y en exceso, que se relacionan con un aspecto que no se encuentra en el contrato que se había firmado y consumos no autorizados en las tarjetas de créditos. Debido a este estado, Indecopi determinó multas a las entidades bancarias por la suma total de S/278, 400 durante el periodo enero a octubre del año 2018.

Según Diario Gestión (2019), las utilidades de los bancos se expandieron en 11.40% anual a noviembre del 2018. En primer lugar, el aumento de las ganancias de los bancos se debió por los servicios financieros que se generaron por préstamos brindados a los usuarios, expandiéndose en S/ 751 millones. Además, el segundo motivo de las ganancias se debió al aumento de intereses generados por la colocación de diferentes productos, como las tarjetas de créditos, préstamos, seguros y cuentas de ahorro. Estos ingresos subieron en 1.50% o en S/ 328.6 millones, entre noviembre del año 2017 y el mismo mes del año 2018. A continuación, se observa el ranking de utilidades a de bancos a noviembre del 2018. (Figura 2).

(En millones de soles)

Bancos	Utilidad Oct-18	Utilidad Oct-17
1 BCP	3,055.6	2,745.9
2 BBVA Continental	1,296.8	1,227.3
3 Scotiabank Perú	1,172.7	1,079.9
4 Interbank	943.2	787.5
5 Mibanco	420.5	324.1
6 Citibank	144.0	148.5
7 BanBif	103.0	80.3
8 Banco Santander	70.0	66.3
9 Banco Ripley	61.7	62.3
10 Banco Falabella	58.4	65.0
11 Banco GNB	51.1	43.2
12 Banco Pichincha	50.0	18.9
13 Banco de Comercio	27.8	31.2
14 Banco Cencosud	9.0	8.5
15 Banco Azteca	1.8	2.4
16 Banco ICBC	-5.8	3.8
Total	7,459.8	6,695.1

Figura 2. Ranking de utilidades de bancos a noviembre del 2018.

Fuente: Diario Gestión.

Elaboración: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

Los objetivos comerciales están ligados al usuario, debido a que es la principal fuente de ingresos y utilidades. Si el consumidor opta por los productos bancarios, realizando un contrato entre la entidad financiera y el usuario, dicha entidad se favorecerá a largo plazo, permitiéndole alcanzar sus objetivos comerciales planteados anualmente.

Por consiguiente, materia de estudios del presente trabajo de investigación es saber la influencia de la transparencia de información establecida por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP en el cumplimiento de los objetivos comerciales de los bancos, Perú, 2017-2018.

1.2. Enunciado del problema

¿Cómo influye la transparencia de información establecida por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP en el cumplimiento de los objetivos comerciales de los bancos, Perú, 2017-2018?

1.3. Justificación

Teórica

La presente investigación operativizará procedimientos y técnicas establecidas en la Resolución SBS N° 8181-2012 del Reglamento del Transparencia de información y contratación con usuarios del Sistema Financiero, poco usuales por el sistema bancario. Además; consolidará información teórica sobre su aplicación que servirá para estudiantes, profesionales y entidades especializadas.

Metodológica

La investigación se justifica en su desarrollo y sistematización se basa en la aplicación del método científico deductivo-inductivo, el cual se aplicó el Reglamento del Transparencia de información y contratación con usuarios del Sistema Financiero emitido por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. Para poder lograr el uso de este método científico se utilizará la técnica de análisis documental y como instrumento la hoja de registro que tiene como actividad principal la recolección de datos para analizar y obtener la información, que permiten demostrar la relación que existen entre las variables.

Práctica

La investigación busca influir en los bancos, no solo favorecerá en el escenario económico y financiero, sino que desarrolle un valor agregado como bienestar y en favor de sus grupos de interés, especialmente generen confianza en los clientes con respecto a los productos y servicios financieros que estos ofertan, administrando adecuadamente la transparencia de información y a la vez se logre cumplir los objetivos comerciales de cada banco.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar cómo influye la transparencia de información establecida por la superintendencia de Banca, Seguros y AFP en el cumplimiento de los objetivos comerciales de los bancos, Perú, 2017-2018.

1.4.2. Objetivos específicos

- a) Diagnosticar el nivel de transparencia de información establecida por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP de los bancos.
- b) Evaluar el cumplimiento de los objetivos comerciales de los bancos mediante el análisis de los estados financieros.
- c) Evaluar la influencia de la transparencia de información en el cumplimiento de los objetivos comerciales.

CAPÍTULO II

MARCO DE

REFERENCIA

2.1. Antecedentes

En el ámbito internacional

Quesada (2013), en su tesis titulada: *El buen gobierno corporativo y el modelo de resultado Global*, para optar el grado de doctor. Madrid-España. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Se planteó como objetivo general, dar respuesta a sí un buen nivel de cultura de gobierno corporativo, junto con una mejor divulgación voluntaria de información, produce mayor rentabilidad en las compañías, generando valor en las mismas. La muestra está compuesta por 237 empresas pertenecientes al indicador S&P 500 de Estados Unidos para el periodo 2004-2009. En este trabajo se aplicó el análisis documental y método descriptivo. Se concluyó:

La incorporación de una buena transparencia informativa en el modelo genera igualmente un impacto positivo en los resultados. Es decir, una buena política de gobierno corporativo por parte de los directivos de las empresas junto con una mayor transparencia en sus estados financieros acercaría más a las compañías a su objetivo último de creación de valor.

El objetivo de todos los códigos de buen gobierno es proteger a los accionistas del poder de los directivos para evitar que obtengan unos beneficios oportunistas e interesados y, que, en ocasiones, antepongan estos intereses a los de la compañía. (p.155)

Por lo consiguiente, se puede apreciar que, al aplicar un buen gobierno corporativo de los directivos de las empresas, así como, una amplia transparencia en sus estados financieros lograría un impacto positivo en las entidades y a cumplir sus objetivos. Por lo cual, consideramos que a mayor divulgación de su información permite obtener beneficios oportunos en la entidad.

López y Serrato (2014) en su tesis titulada: *El Gobierno Corporativo como un determinante de la rentabilidad y creación de valor en las empresas del índice bursátil COLCAP en el periodo 2008-2012*, para optar de maestro en administración económica y financiera. Colombia. Universidad Tecnológica de Pereira, Facultad de Ingeniería Industrial. Se planteó como objetivo general verificar si las empresas que componen el índice COLCAP de la Bolsa de Valores de Colombia, han mejorado su rentabilidad y han incrementado su

valor, estableciendo el grado de incidencia que sobre estos resultados ha tenido la implementación de buenas prácticas de Gobierno Corporativo, en el periodo comprendido entre los años 2008-2012. Se aplicó la metodología mixta, una parte de carácter cualitativo y para la comparación y contrastación de la hipótesis un análisis cuantitativo. Se concluyó:

El buen gobierno ha llegado a institucionalizarse definitivamente como una disyuntiva y al mismo tiempo, privilegio de control automático que busca y logra aplicado, dar plena garantía tanto a la integridad como a la confiabilidad en las diferentes y múltiples prácticas del orden empresarial.

La afirmación, de que no existe la menor duda en que los escándalos internacionales protagonizados por la bancarrota de grandes empresas como Enron, WorldCom y Parmalat y en Colombia Interbolsa precipitaron el hecho de que los inversionistas abandonaron la actitud de jugar un papel pasivo y mantuvieron un perfil bajo para entrar decididamente, ante los hechos, a reclamar y exigir el respeto a sus derechos y la transparencia en los procedimientos de las compañías. (p.148)

Por lo consiguiente, el buen gobierno corporativo permite la participación de todas las personas implicadas, a fin de realizar un seguimiento al desempeño cuando se brinde los productos y/o servicios. Por lo tanto, se puede reclamar y exigir respeto frente a los derechos de los clientes y a la vez lograr una transparencia en los diversos procedimientos o venta de servicios de una compañía.

Martínez (2012) en su tesis titulada: *Servicio al cliente en las agencias bancarias de la mesilla, Huehuetenango*, para optar el grado de licenciado en Administración de empresas. Guatemala. Universidad Rafael Landívar, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Se planteó como objetivo general establecer el nivel de aplicación del servicio al cliente en las agencias bancarias de la Mesilla, Huehuetenango. Se utilizó un diseño descriptivo. Se concluyó:

Después del análisis del instrumento de investigación se logró determinar que el tiempo de espera de los usuarios para que sean atendidos en las agencias bancarias de La Mesilla, Huehuetenango se encuentran principalmente de 5 a 10 minutos y de 10 a 15 minutos lo cual los usuarios consideran un tiempo bastante amplio para ser atendidos y realizar sus transacciones.

Se logró identificar por medio de encuestas, que no existe un adecuado nivel de comunicación entre usuario, empleados y gerente, de las agencias bancarias de La Mesilla, Huehuetenango. (p.100)

Por lo consiguiente, se puede apreciar que en una entidad financiera debe existir un nivel adecuado de comunicación entre el usuario, empleados y directivos para así evitar que los usuarios pasen por momentos incómodos, además de brindar información clara y sencilla.

En el ámbito nacional

Nieto (2017) en su tesis titulada: *Cumplimiento de estándares de transparencia como práctica de buen gobierno corporativo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Quillacoop-Sede Quillabamba*, para optar el grado de Magíster en derecho de la empresa. Lima, Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú, Escuela de Postgrado. Se planteó como objetivo general determinar si en la Cooperativa materia de investigación se cumplen estándares de transparencia como práctica de buen gobierno corporativo. Se aplicó un diseño descriptivo. Se concluyó:

En la Cooperativa de Ahorro y Crédito Quillacoop el cumplimiento de estándares de transparencia como práctica de buen gobierno corporativo es nulo. En efecto, la información que pudimos obtener, luego de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, nos permitió demostrar que en dicha cooperativa no existe una comunicación regular y honesta con los socios ni público en general; así mismo no cuenta con información financiera actualizada y cuando ésta es requerida no es brindada.

En la Cooperativa de Ahorro y Crédito Quillacoop, se vulneran los estándares de transparencia establecidos por el Woccu que, si bien no son de obligatorio cumplimiento, si constituyen un referente necesario para lograr prácticas adecuadas de buen gobierno corporativo, lo que sin duda permitiría que la cooperativa funcione de manera idónea, sobre todo en lo que respecta a la relación con sus socios. (p.63)

Por lo consiguiente, se puede apreciar que en la cooperativa la práctica del buen gobierno corporativo es nulo, también se vulneran los estándares de transparencia, por lo cual se recomienda de manera inmediata realizar prácticas adecuadas del buen gobierno corporativo.

Chambi (2015) en su tesis titulada: *Ausencia de transparencia en la información pública de los gobiernos locales y la insuficiente fiscalización del estado en la región Puno*, para optar el grado académico de Doctor en derecho. Juliaca, Perú. Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, Escuela de Posgrado. Se planteó como objetivo general promover la práctica efectiva del acceso a la información pública de parte de las municipalidades en la Región Puno para garantizar la transparencia de la función pública y hacer que el estado realice una eficiente fiscalización de los recursos fiscales. Se concluyó:

De acuerdo con el artículo 2° inciso 5) de la Constitución toda persona tiene derecho a solicitar sin expresión de causa la información que requiera y a recibirla de cualquier entidad pública, en el plazo legal, con el costo que suponga el pedido. Se exceptúan las informaciones que afecten la intimidad personal y las que expresamente se excluyan por ley o por razones de seguridad nacional.

En el Estado Constitucional, una de las características esenciales es la publicidad de sus actos y la transparencia de la administración estatal sobre la gestión de los asuntos públicos, ello implica que los funcionarios y funcionarias del Estado rindan cuentas sobre las decisiones que adoptan y que las personas puedan solicitar y acceder a la información que obra en poder las entidades estatales. En este sentido, los funcionarios y servidores públicos deben ser considerados como gestores de una organización creada al servicio de la ciudadanía, encontrándose expuestos permanentemente a la fiscalización de la sociedad. (p.104)

Por lo consiguiente, se puede apreciar que, con respecto a la constitución, ésta nos dice que toda persona tiene derecho a solicitar la información sin previo aviso y la entidad está obligada en brindársela dentro de un plazo establecido.

Jorge y Zárate (2014) en su tesis titulada: *Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del BBVA Continental sucursal Huancayo-2011*, para optar el título profesional de Licenciados en Administración. Huancayo, Perú. Universidad Nacional del Centro del Perú, Facultad de ciencias de la administración. Se planteó como objetivo general analizar la correlación de la influencia de la calidad del servicio en la

satisfacción del cliente del BBVA Continental Agencia Huancayo. La presente investigación utiliza un diseño causal-explicativo, de base no experimental y de corte transversal porque recoge datos en un momento único y retrospectivo porque se produce después del hecho. Se concluyó:

La confiabilidad influye en la satisfacción del cliente del Banco Continental de manera directa. Es decir, según los datos recopilados de la muestra, con un nivel de significancia de 0.05 y un nivel de confianza del 95% con los datos recopilados de la realidad empírica se concluye que “La confiabilidad influye en la satisfacción de los clientes del BBVA Continental sucursal Huancayo de manera directa”. Cuando la confiabilidad varía, la satisfacción del cliente varía en 0.263.

Los elementos tangibles influyen en la satisfacción del cliente del BBVA de manera directa. Es decir, según los datos recopilados de la muestra, con un nivel de significancia de 0.05 y un nivel de confianza del 95% con los datos recopilados de la realidad empírica se concluye que. “Los elementos tangibles influyen en la satisfacción del cliente del BBVA de manera directa”. Cuando los elementos tangibles varían, la satisfacción del cliente varía en 0.218. (p.186)

Por lo consiguiente, se puede apreciar que en el BBVA de Huancayo, los elementos tangibles y la confiabilidad influyen de manera directa en la satisfacción del usuario, y se comprueba ambos elementos son de gran valor en la entidad.

En el ámbito local

Mora (2015) en su tesis titulada: *El buen gobierno corporativo y su incidencia en el cumplimiento de los objetivos y nivel de desempeño de las cajas municipales de ahorro y crédito*, para optar el título profesional de contador público. Perú. Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Ciencias Económicas. El objetivo de esta investigación es determinar la incidencia del buen gobierno corporativo en el cumplimiento de objetivos y nivel de desempeño de las cajas municipales de ahorro y crédito. Se aplicó la técnica de análisis documental y la metodología correlacional. Se concluyó:

El Buen Gobierno Corporativo incide positivamente en el cumplimiento de objetivos y nivel de desempeño de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, puesto que se comprobó la evolución del nivel de desempeño de la Caja Huancayo en los años 2007 al 2014, producto de la adopción formal de

principios de Buen Gobierno Corporativo; y porque al comparar el nivel de desempeño de la Caja Huancayo, Caja Arequipa y Caja Santa, se verificó que a mayor prácticas de Gobierno Corporativo, mejor es el nivel de desempeño el cual se refleja en el Ranking de Créditos, Depósitos y Patrimonio de las CMACs publicada por la SBS.

Los resultados obtenidos nos permiten concluir que, a mayor adopción de prácticas de Buen Gobierno Corporativo, mejores niveles de desempeño presentan las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito. (p.84)

Por lo consiguiente, se puede apreciar en las Municipalidad de Ahorro y Crédito que a mayor practica del buen gobierno corporativo, mejora los niveles de desempeño y refleja un notorio cumplimiento de los objetivos.

Gadea (2018) en su tesis titulada: *La transparencia de información del buen gobierno corporativo y el cumplimiento de objetivos comerciales de los bancos inscritos en la bolsa de valores de Lima*, para optar el título de Contador Público. Perú. Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Ciencias Económicas. El objetivo de esta investigación es determinar la relación que existe entre la transparencia de información del buen gobierno corporativo relacionada con los clientes y el cumplimiento de los objetivos comerciales de los bancos inscritos en la Bolsa de Valores de Lima. Se aplicó la metodología descriptiva, en cuanto al diseño se utilizó el no experimental longitudinal descriptivo. A la vez utilizó la técnica del análisis documental, fichaje, formulación de gráficos. Se concluyó:

Se ha identificado una correlación inversa entre el cumplimiento de principios de Transparencia de Información del Buen Gobierno Corporativo y la consecución de objetivos comerciales de los Bancos que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima, puesto que las Entidades Bancarias que superaron el 10% de su captación de ingresos y su utilidad neta con respecto al año anterior, no fueron aquellas que demostraron un mayor cumplimiento de dichos principios durante dichos periodos. (p.86)

Por lo consiguiente, se puede apreciar que a mayor captación o colocación genera más ingresos y utilidades, por lo cual se puede confirmar que están cumplimiento los objetivos comerciales a base de buen desempeño de la transparencia del buen gobierno corporativo.

Barr (2013) en su tesis titulada: *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del banco de la Nación- Agencia Víctor Larco -2011*, para optar el título de Licenciado en Administración. Perú. Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Ciencias Económicas. El objetivo de esta investigación es determinar la relación calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación Agencia- Víctor Larco. Se utilizó el diseño descriptivo correlacional. Se utilizó el análisis documental.

Se concluye que no se cumple con los plazos previstos en la solución de problemas y no se presta el interés necesario para su solución y también que la gran mayoría de clientes indicó la poca entrega de información para completar la información requerida. (p.69)

Por lo consiguiente, se puede apreciar que al no cumplir en los plazos establecidos las quejas y/o reclamos, los usuarios tienen una gran insatisfacción por la falta de información brindada, por lo tanto, es necesario aplicar de manera inmediata el desempeño de la transparencia de información.

2.2. Marco Teórico

2.2.1. La transparencia de información

2.2.1.1. Definición

Méndez (2005) sostiene lo siguiente:

La transparencia es un requisito fundamental de la responsabilidad social corporativa, y también de la contabilidad empresarial, que debe reflejar la imagen fiel del patrimonio, la situación financiera y los resultados, teniendo la contabilidad la responsabilidad de ser el registro de todos los aspectos en que las organizaciones generan valor. (p.141)

La transparencia de información es primordial para las entidades financieras que se refleja en su responsabilidad social corporativa hacia sus usuarios generando valor y confianza hacia ellos.

El BBVA Banco Continental (2017) define a la transparencia de información como:

Un mecanismo que busca mejorar el acceso a la información de ellos usuarios. En ese sentido, debemos ser diligentes en las explicaciones que brindamos respecto a los productos y servicios que ofrecemos, con el fin de que los usuarios comprendan sus características, beneficios, riesgos y condiciones aplicables y puedan, de manera responsable, tomar decisiones de consumo informadas. (p.1)

Por lo tanto, la transparencia de información es un mecanismo normado por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP el cual exige a la entidades financieras y aseguradoras que la información brindada hacia los usuarios sobre sus productos y servicios financieros se encuentre reflejada una información transparente, y concisa el cual permita tomar decisiones de consumo adecuada y responsable.

La información transmitida al cliente sobre el producto solicitado debe contener las condiciones para contratarlo. Un ejemplo para explicar es la contratación de una Tarjeta de crédito según el BBVA Banco continental, el cliente tiene que ser mayor de edad, contar con unos ingresos mínimos de S/ 1000.00 neto y estar laborando de forma continua los últimos tres meses y no encontrarse clasificado en el Sistema Financiero estas son las condiciones principales para proceder con la evaluación del producto, por consiguiente los beneficios del producto son la disposición de efectivo o consumos que pueden solicitar colocarlos en cuotas y para finalizar el riesgo es si el usuario no cumple con la obligación financiera se procede a reportar en el Sistema Financiero o a cobrar de la cuentas de ahorros, con esta finalidad de transmitir una información clara se busca acortar la cartera morosa o pesada por parte del banco y que el cliente sepa escoger el producto según su necesidad.

2.2.1.2. Beneficiarios

El Reglamento de Transparencia de la Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero (Resolución SBS N° 8181-2012 y sus modificatorias), exige que se tenga a disposición de los clientes y público en general, toda la información necesaria relacionada con los productos o servicios financieros que ofrecemos. Esta información debe ser proporcionada a los clientes antes, durante y después de que contraten con el Banco. Estas normas protegen a todas aquellas personas definidas como consumidores o usuarios de servicios financieros, es decir a personas naturales, personas naturales con negocios y microempresarios.

El Reglamento de Transparencia de la Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero (Resolución SBS N° 8181-2012 y sus modificatorias), norma a las entidades del sector financiero que se tenga a la mano toda información acerca de los productos o servicios financieros que brindan estas entidades durante toda la celebración del contrato. Esta norma abarca a todas las personas naturales, personas naturales con negocios y microempresarios.

2.2.1.3. Etapas del contrato de un producto

A. Información previa a la celebración del contrato

El BBVA Banco Continental (2017) nos dice que el usuario se encuentra en una etapa Previa a la celebración del contrato desde el momento en que obtiene la primera información sobre un producto bancario (a través de cualquier canal) hasta la firma del contrato respectivo. Es por ello que se debe tener información transparente, clara y responsable en todos los canales de información al usuario del banco elegido. Asimismo, todo el personal deberá encontrar en capacidad de brindar toda la información pertinente que los usuarios soliciten (además aquella información que por norma están obligados a brindar), explicar el funcionamiento de los productos y servicios, así como absolver toda duda de manera previa a la contratación.

Por eso, el usuario al optar por algún producto o servicio financiero previo a la firma de contrato debe contar con la información necesaria y suficiente por parte del personal de la entidad, para que así esta información pueda despejar las dudas y aclarar todo tipo de inquietud del producto.

❖ **Información necesaria:**

Se debe brindar las características y condiciones principales del producto, así como los costos que involucran. En caso de oficinas, es necesario contar con las fichas TCR (Transparente Clara y Responsable) actualizadas, para que sirvan de guía al momento de la explicación al cliente.

Además, informar expresamente lo siguiente:

Productos activos	Productos pasivos
La Tasa de Costo Efectiva Anual (TCEA) con un ejemplo explicativo.	Tasa de Rendimiento Efectiva Anual (TREA) con un ejemplo explicativo.
La diferencia entre pago anticipado y pago adelantado, los derechos que tienen los clientes de requerir estas opciones y las consecuencias asociadas a su decisión. Esta información se encuentra en los documentos contractuales de cada producto, pagina web y Muro de Transparencia.	Saldo Mínimo de Equilibrio (SME) con un ejemplo explicativo.
En caso sea necesaria la contratación de un seguro que respalde la operación de crédito, se debe informar al usuario que tiene el derecho a elegir entre (i) un seguro ofrecido por el Banco o (ii) un seguro contratado directamente por el usuario. Si lo contrata directamente deberá endosarlo a favor del Banco	

Figura 3. Productos activos y pasivos.

Fuente: Manual Teórico Práctico Curso de Transparencia de Información - Banco Continental en Lima-Perú (2017).

Elaboración: BBVA Banco Continental.

❖ **Canales de información:**

(i) Página Web

Poner a disposición de todos los clientes y usuarios, características, riesgos y condiciones, los formularios contractuales de los productos y servicios ofrecidos por el banco.

(ii) Muro de Transparencia

En las oficinas se debe contar a disposición de los usuarios una pantalla de televisor que contenga:

- Tarifario Completo
- Zona Afiches y Videos.
BCR billetes y monedas
SBS: Estados de Cuenta y Pagos anticipados
Defensor de Cliente Financiero
PAU: Plataforma de Atención al Usuario, y
Atención de Requerimientos y Reclamos.
- Comunicados
- Lista de Notarios: La información de las notarías por zonas geográficas con las que trabaja cada oficina del banco las encuentran en esta sección.
- Canales más cercanos: Los clientes podrán encontrar las oficinas, agentes express y cajeros más cercanos al lugar donde se encuentren.

(iii) Tarifario físico

Las oficinas que no tienen muro de transparencia, deben tener el file con el tarifario físico, este contiene toda la información sobre tasas y tarifas aplicables a todos los productos y servicios comercializados por el Banco.

(iv) Cajeros Automáticos

A través de este medio se muestra en pantalla el valor exacto del cargo aplicable, ésta se dará de manera previa a la operación. Dicha información deberá presentarse bajo el siguiente texto: “Por esta operación pagará un cargo de: _____ soles/_____ dólares”.

(v) Folletos Informativos de Productos y Seguros

La oficina debe tener especial cuidado en mantener folletería vigente sobre los productos y servicios que brinda el banco, además debe incluirse la información de todos los seguros que la empresa comercializa.

(vi) Personal de oficinas encargadas de la oferta de productos y servicios

El personal es la principal fuente de información de los usuarios. Al tener un vínculo directo, tienen la gran responsabilidad de asegurar que los clientes y usuarios comprendan las características y funcionamiento de un producto, de manera que se logre una contratación transparente.

En consecuencia, los canales de información que las entidades bancarias y su personal deben contar son los siguientes:

- Los medios de información el cual el permite encontrar el tarifario completo donde encuentras las comisiones y gastos como algún tipo de actualización de tasas de la misma manera se encuentra la plataforma de atención al usuario entre otros tipos de consultas que permita despejar al usuario a la hora de contratar por algún tipo de producto o servicio financiero, pagina web se encuentra la información de forma resumida sobre los productos a elegir con sus características principales y beneficios de dichos productos , tarifario se encuentra la tasas y tarifas actualizadas específicamente por producto.

- Cajeros automáticos se encuentra una información sobre la operación que se está realizando como los retiros informando al cliente sobre el cobro de dicha operación. Folletos informativos de productos y seguros se encuentra los seguros que comercializa el banco actualmente con sus características incluyendo sus exclusiones de dichos productos. Personal de oficinas encargadas de la oferta de productos y servicios

- El personal es el primer contacto que tienen los usuarios con las entidades por ende en ellos recae contar con toda la información precisa, sencilla y comprensible para llegar a transmitirle al usuario y despejar toda duda.

B. Información al momento de la contratación

Durante el proceso, es relevante explicar de forma detallada y sencilla las condiciones en las que se otorgará un producto o servicio (activo o pasivo). Además, dicha información se encuentra contenida en

los documentos contractuales los cuales deben ser firmados después de haber absuelto todas las dudas formuladas por el usuario, así como, de haberle explicado cada una de las condiciones, beneficios y riesgos que implican durante el tiempo de la contratación.

Tal y como se señala a continuación:

Tabla 1.

Documentos mínimos para la contratación de Productos Activos y Pasivos.

DOCUMENTOS MÍNIMOS PARA LA CONTRATACIÓN	
PRODUCTOS ACTIVOS	PRODUCTOS PASIVOS
<p>CONTRATO: Contiene todos los términos y condiciones del producto.</p>	<p>CLÁUSULAS GENERALES DE CONTRATACIÓN: Que contiene lineamientos aplicable a todos los productos pasivos comercializados por el banco.</p>
<p>HOJA DE RESUMEN INFORMATIVA: Contiene información sobre tasas, comisiones y gastos aplicables.</p>	<p>CONTRATO: Que contiene todos los términos y condiciones particulares del producto</p>
<p>CRONOGRAMA: Contiene información sobre el Número de cuotas, periodicidad y fecha de pago (No aplica a tarjetas de Crédito)</p>	<p>CARTILLA DE INFORMACIÓN: Que describe cuáles son las tasas, comisiones y gastos aplicables al producto contratado.</p>

Fuente: Manual Teórico Práctico “Curso de Transparencia de Información” - Banco Continental en Lima-Perú (2017).
 Elaboración: Propia

Por lo consiguiente, durante la contratación de un producto existen documentos contractuales que el usuario tendrá que firmar durante el proceso del desembolso o adquisición del mismo, después de haber explicado de forma sencilla y transparente las condiciones de dichos productos abarcando sus beneficios y riesgos que se tomarán durante la celebración o periodo del contrato.

Entre ellos tenemos la hoja de resumen informativa, el contrato y cronograma en caso de producto activo y cláusulas generales, contratos y cartilla de información en caso de producto pasivo.

C. Después de la contratación

Cuando el usuario haya firmado los documentos y contratado un producto o servicio financiero el cliente debe que recibir un reporte en el que se muestre los movimientos y/o condiciones en el que se encuentra el producto en un mes determinado. Se deberá otorgar a los clientes la posibilidad de elegir la recepción de los estados de cuenta a través de los siguientes medios:

- Físicos al domicilio señalado por el cliente.
- Electrónicos (email).

La elección escogida por el cliente deberá constar en un soporte que permita acreditar dicha elección.

2.2.1.4. Comisiones y gastos

Las comisiones son retribuciones por operaciones o servicios efectivamente prestados por el Banco y previamente acordados con el cliente, es decir, por un servicio adicional directo que brinda la entidad bancaria al cliente sobre el producto adquirido. Los gastos son los costos debidamente acreditados, en los que incurre el Banco con terceros previo acuerdo con el cliente.

Para que las comisiones y los gastos puedan ser válidamente cobrados deben tener las siguientes características:

- Debe mediar previo acuerdo con el cliente.
- El servicio debe ser efectivamente brindado.

2.2.1.5. Requerimientos y reclamos

A. Requerimientos

Los requerimientos son las comunicaciones realizadas por los usuarios o terceros en nombre de los usuarios, por la que se busca una acción por parte de la empresa.

Además, comprenden la atención de:

Consultas: son comunicaciones por las que se busca que la empresa proporcione determinada información ante una situación de incertidumbre, desconocimiento o duda relacionada a la operación, producto o servicio ofrecido o contratado con el banco.

Solicitudes de entrega: puesta a disposición que la empresa posee sobre la relación que mantienen los usuarios con el Banco.

“El banco debe dar respuesta a los requerimientos en un plazo no mayor a 30 días. Dicho plazo puede extenderse, excepcionalmente, siempre que la complejidad de la consulta lo justifique” (Manual Teórico Práctico, 2017, p.9).

En atención a lo cual, los requerimientos son consultas realizadas por los usuarios o terceros a la entidad en busca de una información que pueda absolver sus inquietudes sobre alguna condición relacionada con el producto o servicio financiero. El banco tiene un plazo no mayor a 30 días para responder el requerimiento en caso se extienda tiene que informar mediante un comunicado con la justificación correspondiente enviado al medio de elección de respuesta del cliente a la hora de presentar el requerimiento puede ser la opción de correo electrónico o físico.

B. Reclamos

Los reclamos son comunicaciones presentadas por los usuarios o por terceros en nombre de los usuarios, expresando su insatisfacción con la operación, producto o servicio recibido o por el incumplimiento de las obligaciones contempladas en los contratos o normas vigente. Adicionalmente, se considera reclamo a toda reiteración que se origina como consecuencia de la disconformidad del usuario respecto de la respuesta emitida por la empresa, o por la demora o falta de atención de un reclamo o de un requerimiento.

Los reclamos son presentados por los clientes insatisfechos o terceros por algún incumplimiento en el contrato del producto o servicio que se le ofreció solicitando una devolución, reparación o solución al reclamo presentado.

Reclamos presentados por terceros. Cuando el reclamo es presentado por un tercero en nombre del usuario, y no se haga referencia a la dirección aplicable para dar la respuesta, el banco responderá el reclamo a la dirección domiciliaria o correo electrónico registrado por el usuario en nuestros sistemas.

Por consiguiente, la entidad financiera enviará la respuesta de reclamo presentado por un tercero a la dirección o correo electrónico que el cliente registró en la entidad siempre y cuando no se haga mención a la dirección para dar la comunicación obligatoria del caso.

Además, repasemos otros temas importantes de reclamos.

-Plazo de atención: el Banco cuenta con un plazo máximo de 30 días calendario para la atención de los reclamos presentados por los clientes, siendo posible ampliar el plazo siempre que se envíe una carta al cliente antes del vencimiento explicando los motivos de la demora. (Manual Teórico Práctico, 2017, p.11)

Por ende, los reclamos presentados por los clientes deberán tener respuesta en un periodo máximo de 30 días calendarios por parte de la entidad bancaria en caso excepcional que se amplíe el plazo se tendrá que comunicar al cliente antes del vencimiento con la justificación correspondiente del aplazamiento.

-Libro de reclamaciones. El Reglamento del libro de reclamaciones, permite que este pueda ser físico o virtual. En este sentido, el banco cuenta con un libro de reclamaciones virtual, que permite dejar constancia del ingreso del reclamo y llevar el cómputo de los plazos de atención.

En el caso de los bancos, ellos cuentan con el libro de reclamaciones virtual el cual lo pueden encontrar en su página web o en el con el telefónico que permite por medio de estos canales ingresar el reclamo correspondiente generando así un número de reclamo para dar el seguimiento idóneo.

-Libro de reclamaciones de respaldo. Este documento se utilizará únicamente cuando no sea posible el ingreso del reclamo por ningún canal virtual ni por el formulario de contingencias E3152. Este libro físico es de uso excepcional y deberá ser administrado por el Sub Gerente de la oficina.

El libro de reclamaciones de respaldo se utiliza exclusivamente cuando el cliente no pueda ingresar su reclamo por los canales expresados por el banco o el formulario de contingencias E3152 en ese caso se procede a utilizar este documento que se encuentra en resguardo del Sub Gerente de la oficina.

-Entidades externas para presentar reclamos. En principio, si un cliente no está de acuerdo con la respuesta a su reclamo, cuenta con la opción de ingresar un reclamo reiterativo el banco con mayores argumentos que permitan una nueva evaluación. En caso desee acudir a otras instancias tenemos las siguientes:

- Defensor del Cliente Financiero (DCF)
- Indecopi
- Plataforma de Atención al Usuario de la SBS.

En consecuencia, si la respuesta a su reclamo que le brinda la entidad financiera al cliente no le satisface o no le da una pronta solución a su inquietud o inconformidad el cliente se encuentra en su derecho de volver a ingresar un nuevo reclamo las veces que considere necesaria y en caso que no obtenga la solución puede proceder acercarse a otras instancias como Indecopi, Plataforma de Atención al Usuario de la SBS y Defensor del Cliente Financiero (DCF).

-Impresión de la hoja de reclamación: Si el cliente solicita a la oficina la constancia del reclamo ingresado, la oficina debe ingresar al libro de reclamaciones virtual de la siguiente manera:

Ingresar al Link: <http://118.180.13.201/Harec>

Loguearse con su REGISTRO (en Mayúsculas PXXXX) y clave única.

Ingresar a la opción “Requerimiento” y luego a la opción “Bandeja de Consulta” Realizar la búsqueda por código de registro o DNI del cliente.

Ingresar al detalle del registro e imprimir la hoja de reclamación. (Manual Teórico Práctico, 2017, p.11)

Canales de atención de reclamos:

- Red de oficinas a nivel nacional.
- Banca por Teléfono.
- Página Web: Atención al cliente / Libro de reclamaciones.

Según Indecopi (2018), los reclamos presentados asociados al sistema financiero bancario a nivel nacional entre los meses de enero a diciembre 2018 según proveedor nos muestran que el Banco de Crédito del Perú recibió 2,895 reclamos, Financiera Oh S.A. 2,439 reclamos, BBVA Banco Continental 2,352 reclamos y Scotiabank Perú S.A.A. 2,118 reclamos. Debido a los numerosos reclamos registrados en la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, reclamos que prueban que las instituciones bancarias no son lo suficientemente transparentes al momento de revelar la información al cliente con la finalidad de lograr sus objetivos comerciales.

Debido a lo cual, los reclamos que se presentan en el año 2018 a nivel nacional está liderado por el Banco de Crédito del Perú el cual acogió 2,895 reclamos seguido de la Financiera Oh y BBVA Banco Continental, mostrando así la falta de transparencia a la hora de comunicar y presentar el producto o servicio financiero al cliente.

Nº	Proveedor	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Sep-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18 ^{Pr}	Total 2018
1	Banco de Crédito del Perú	241	213	231	195	227	214	255	256	259	294	272	238	2 895
2	Financiera Ohi S.A.	196	173	202	162	186	167	194	237	232	265	243	182	2 439
3	Banco Continental	201	156	192	172	186	181	195	228	224	237	229	151	2 352
4	Scotiabank Perú S.A.A.	144	138	194	173	212	181	186	169	176	210	203	132	2 118
5	Banco Falabella Perú S.A	246	218	209	153	179	164	191	161	152	153	126	112	2 064
6	Banco Internacional del Perú	170	135	169	145	161	145	170	174	167	204	223	150	2 013
7	Banco Ripley Perú S.A.	70	49	84	58	98	79	81	84	89	113	98	74	977
8	Banco Cencosud S.A.	60	62	76	64	76	57	80	77	80	83	62	59	836
9	Banco de la Nación	35	44	45	49	40	35	41	28	38	46	54	46	501
10	Banco Interamericano de Finanzas	27	25	39	30	36	40	48	49	52	53	47	33	479
11	Banco Azteca del Perú S.A.	34	24	19	29	36	27	32	29	30	32	68	15	375
12	Banco Pichincha ^{II}	26	27	26	26	27	27	30	30	23	22	25	19	308
13	Banco de la Microempresa S.A.	15	12	14	11	16	25	16	21	20	27	16	11	204
14	CMAC Sullana	17	8	12	16	17	12	13	13	15	17	10	8	158
15	CMAC Arequipa	10	10	12	8	7	13	19	13	12	14	15	9	142
16	BBVA Consumer Finance	14	3	5	8	14	15	14	7	12	9	21	8	130
17	CMAC Cusco	8	4	6	7	19	16	12	12	17	16	3	6	126
18	Banco GNB Perú	9	3	4	7	8	6	7	7	10	8	9	8	86
19	CMAC Piura	4	6	6	5	7	4	8	7	3	13	9	9	81
20	Otros proveedores	62	73	59	87	71	59	54	65	54	57	68	57	766
Total		1 589	1 383	1 604	1 405	1 623	1 467	1 646	1 667	1 665	1 873	1 801	1 327	19 050

Figura 4. SAC-Perú: Reclamos presentados asociados al sistema financiero bancario a nivel nacional, según proveedor, enero-diciembre 2018.

Fuente: Servicios de atención al ciudadano del Indecopi.

Elaboración: Gerencia de estudios económicos del Indecopi.

2.2.1.6. Modelos para medir la Transparencia

Aiquipa, Ramos, Bocangel y Andrade (2018) mencionan que son cinco los modelos instruidos a medir la transparencia, dirigidos al sector bancario, estos son:

- Modelo de transparencia bancaria según Douissa.
- Modelo de transparencia según La Porta.
- Modelo según Nelson.
- Modelos según Bushman.
- Modelo de Baumann y Nier.

A. Modelo de transparencia bancaria según Douissa

Según Aiquipa, Ramos, Bocangel y Andrade (2018) detallan:

a) **La primera dimensión**, corresponde a la integridad de la información. A su vez se divide en cinco subdimensiones: (a) Información financiera que agrupa la información publicada por los bancos en sus informes anuales; (b) Gobierno corporativo, para implementar la información financiera con la información no financiera, que comprende la identidad de los principales accionistas, de los directores ejecutivos, sus remuneraciones y préstamos otorgados a trabajadores del banco,

específicamente a los directivos; (c) Riesgo operacional: riesgo de tipo interés, riesgo de crédito, riesgo de liquidez y riesgo de mercado; (d) Previsiones con base en los acuerdos de Basilea II que nos habla del riesgo de pérdidas, que resulta de procesos internos inadecuados; y (e) Responsabilidad Social, referido a la información sobre los efectos sociales y medio ambientales de las acciones económicas. En la figura 5 se resume el modelo comentado.

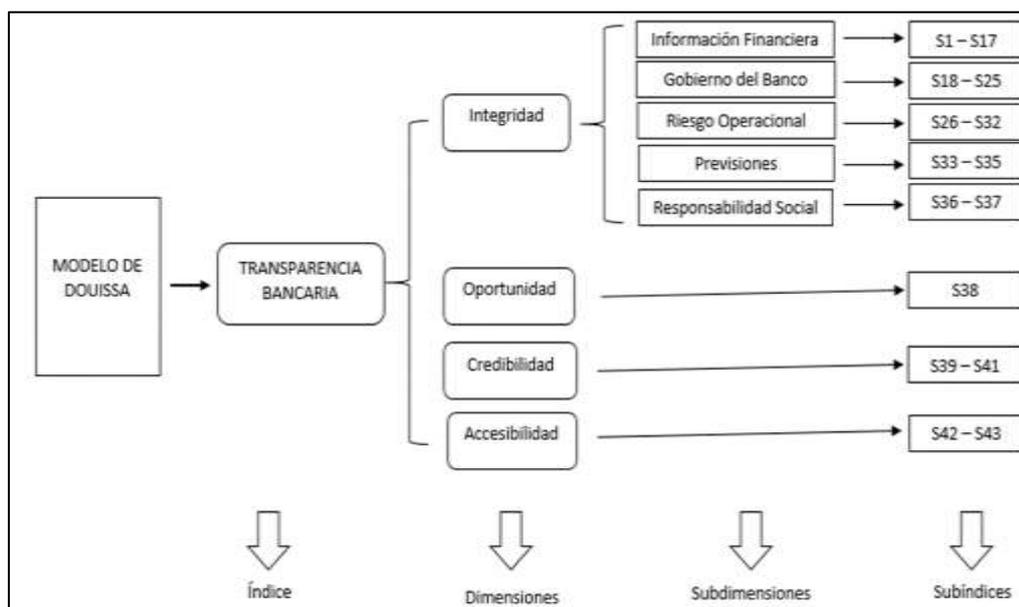


Figura 5. Árbol del Modelo de Douissa.

b) La segunda dimensión, consta del subíndice oportunidad de información, que está correlacionada con una buena divulgación de información, garantizada por la existencia de su actualización periódica.

c) La tercera dimensión, corresponde a la credibilidad de la información, que a la vez no contiene subdimensiones y sólo está conformada por subíndices. El primero es la auditoría, el segundo, son las normas contables y el tercero, las cuentas ajustadas por la inflación.

Bushman et al. (2004) dice que “el subíndice auditoría es una medida de confiabilidad de las revelaciones financieras”.

Las empresas auditoras más importantes del mundo son:

- Deloitte, anteriormente Deloitte Touche Tohmatsu (TDT)
- Ernst and Young (EY)
- KPMG
- PricewaterhouseCoopers (PwC)

Por lo consiguiente, cada banco auditado por las compañías antes mencionadas tendrá más relevancia, que los bancos auditados por otras compañías. El motivo es el reconocimiento de la función de dichas auditoras como garantía de credibilidad de las publicaciones realizada por el banco.

d) La cuarta dimensión, se refiere a la accesibilidad de la información, que está compuesta por dos subíndices: acceso a la web, esta información se encuentra en los estados financieros publicados por un banco en sus informes anuales, además, propone medir la accesibilidad mediante la inclusión o no inclusión de estos informes por parte de un banco en su sitio web. En cuanto al segundo subíndice que es la calificación, sugiere que la accesibilidad a la información se realice utilizando agencias de calificación mediante la distinción de los bancos calificados por las agencias internacionales.

Bushman & Smith (2003) afirman que la transparencia es “la disponibilidad generalizada de información relevante y confiable sobre el desempeño periódico, la posición financiera, las oportunidades de inversión, la gobernabilidad, el valor y el riesgo de las empresas que cotizan en bolsa”. (p.54)

Por lo tanto, para explicar la medida de transparencia bancaria presenta ciertas limitaciones como:

- Dificultad para medir la transparencia porque es muy difícil conseguir todos sus elementos.
- La información divulgada por los bancos es específica y difiere de la proporcionada por las empresas.

- Pocos estudios abordaron el tema de la transparencia, lo que impide que la tarea se desarrolle.

B. Modelo de transparencia bancaria según La Porta

Porta et al. (1998), presenta el índice CIFAR, demostró que los préstamos relacionados permiten a los principales accionistas o inversionistas mayoritarios apropiarse del efectivo antes que se declare dividendos, ya sea como salarios, costos de transacciones o préstamos personales, incluso en algunos casos dichos inversionistas en su condición de accionistas mayoritarios, crean empresas fantasmas para justificar la salida de efectivo.

De esa manera, decimos que los principales accionistas al adueñarse del efectivo por medio de transacciones hechas en la misma entidad, dichos accionistas tratan de cualquier forma de apropiarse de los ingresos antes que se declare poniendo en riesgo los incentivos de los inversionistas.

C. Modelo según Nelson

Consiste en que una medida adecuada de transparencia corporativa bancaria debe tener cuatro dimensiones: (a) integridad de la información, (b) la accesibilidad de la información, (c) la oportunidad de la información y (d) el derecho de los inversores a la apelación.

A través de los seis mayores Bancos Multilaterales de Desarrollo (BDM) se desarrollaron cuatro características la cual compara y evalúa las políticas de divulgación de información haciendo hincapié en la plenitud y la puntualidad de la divulgación, el acceso de la información a los ciudadanos y la existencia de recursos.

De esa manera, la transparencia corporativa se mide por cuatro dimensiones las cuales permite una integra información como accesibilidad a ella, el derecho de los inversores a la apelación y la oportunidad de la información estas dimensiones permiten la

comparación y evaluación de las políticas de divulgación logrando la transparencia efectiva.

D. Modelo según Bushman

Bushman (2004) estima la transparencia empresarial según tres canales: (a) Estados Financieros de una empresa, (b) Registro de información privada, y (c) Publicación de la información.

Indicó que la transparencia corporativa es el resultado de un sistema multidisciplinario, se encarga de analizar una serie de medidas que capturan entornos de información específica de empresas, utilizando dos factores.

El primer factor, interpretado como transparencia financiera, capta la intensidad y puntualidad de las revelaciones financieras, y su interpretación y difusión por parte de los analistas y los medios de comunicación. El segundo factor, interpretado como transparencia de la gobernabilidad, capta la intensidad de las revelaciones de gobernabilidad utilizadas por los inversores externos para responsabilizar a los directivos.

E. Modelo según Baumann y Nier

Baumann y Nier (2011) construyeron índices de divulgación a nivel bancario que presenta si un banco revela una o más fuentes de riesgo (riesgo de tasa de interés, riesgo de crédito, riesgo de liquidez y riesgo de mercado) en el BankScope base de datos.

Estos índices miden el nivel de detalle que los bancos proporcionan sobre 17 dimensiones de información contable en sus cuentas publicadas. Para todos los índices, se asignó cero si no había ninguna entrada en ninguna de las categorías correspondientes y uno de lo contrario, excepto el índice para valores por tipo y el índice de capital.

Por lo tanto, este modelo analiza el impacto de la disciplina de mercado sobre la gestión de activos de los bancos, esta disciplina de mercado es entendida como la posibilidad que tiene los depositantes de castigar al banco por su mala administración de riesgos mediante el retiro de sus

depósitos del banco para llevarlos a una entidad que tuviera un mejor manejo de riesgos para su cartera.

Para el presente trabajo, se considera que el modelo según Bushman es el que se relaciona con la investigación, porque se utilizó los estados financieros de los cuatro bancos, además, se tiene limitaciones al acceso de información privada por la confidencialidad que tiene cada banco, por último, la difusión de las publicaciones de la información en cada portal web o los medios de comunicación.

2.2.1.7. Acuerdos de Basilea

Fueron creados con la finalidad de proteger a los depositantes e inversores del riesgo de insolvencia bancaria, es así que, a la fecha ya son más de 150 países los que han adoptado sus reglas. A lo largo de más de 40 años se han originado tres etapas: en 1988 los acuerdos de Basilea I, en 2004 los acuerdos de Basilea II y en el 2010 los acuerdos de Basilea III.

Basilea I, estableció reglas para determinar requerimientos mínimos de capital y propuso la metodología para medir el riesgo crediticio a través de un estándar mínimo. Basilea II, basado en tres pilares: (a) requerimientos mínimos de capital, (b) proceso de examen del supervisor y (c) disciplina de mercado. Basilea III, persigue mejorar la capacidad del sector bancario para afrontar futuras perturbaciones, optimizar la gestión de riesgos, mejorar el buen gobierno en los bancos y reforzar la transparencia, y divulgación de información. (Rodríguez, 2010, pp.9-20). Los tres objetivos están directamente relacionados con la transparencia corporativa del sector bancario, que buscan establecer un sistema que reduzca riesgos crediticios y que por medio de la divulgación se materialice la transparencia para beneficio de los proveedores, inversores y depositantes. (Superintendencia de Banca y Seguros [SBS], 2018).

2.2.2. Cumplimiento de los Objetivos Comerciales

2.2.2.1. Definición

Kluver (s/f) menciona que:

Los objetivos comerciales tienen finalidades específicas asignadas a la función comercial o de marketing de una empresa, establecidas por la dirección de marketing y expresadas en términos cualitativos y cuantitativos. Representar la apuesta de una compañía, en concreto, ante el mercado y tienen una importancia vital para su supervivencia, ya que inciden indirectamente a su cuenta de resultados, al determinar, entre otras variables, los niveles de facturación esperados en el futuro. (p.24)

Por ello, los objetivos comerciales son todos los propósitos que tiene una entidad que desea conseguir al corto o largo plazo, la cual tienen una cifra como meta y cuando llega a conseguirla se dice que cumplió sus objetivos comerciales.

2.2.2.2. Características

Los objetivos comerciales deben estar alineados con la misión y visión de la compañía y con su plan estratégico, además, deben reunir una serie de características que lo haga probable. Al respecto, Palomo (2015), detalla lo siguiente:

- **Específicos:** se refiere a que los objetivos deben quedar perfectamente definidos y claros. Por ejemplo: cifra de negocio (volumen y valor), captación de nuevos clientes.
- **Cuantificables:** resultan medibles como consecuencia de su especificación. Por ejemplo, incrementar las ventas en un 5% con respecto al año 2017.
- **Alcanzables:** se refiere a no fijar unos objetivos desmesurados, excesivamente ambicioso o irreales que conlleven riesgos económicos para la compañía, que resulten desmotivadores para el equipo comercial y para el resto de departamentos.
- **Motivadores:** es decir, que el equipo comercial creerá en ellos firmemente y, por lo tanto, derivará en un interés por alcanzarlos y así

generar tanto la parte de su retribución variable como la de su salario emocional, pues esperarán que se les valore y felicite.

- **Fijados en el tiempo:** se debe establecer una fecha en la cual se alcanzará el objetivo y posteriormente detallar las fechas de las distintas etapas del proceso necesarias para conseguir este objetivo final.

- **Acordados:** se refiere a consultar con el equipo comercial sobre la meta fijada.

En vista de ello, todos los objetivos comerciales que tenga una entidad tienen que estar perfectamente definidas y claras, también se tienen que poder medir. Un objetivo comercial se tiene que poder realizar, tener un compromiso para que así se convierta en una motivación y poder exigirse.

2.2.2.3. Análisis de los stakeholders y objetivos de la organización

Garicano (1998) afirma que:

En este estudio se concibe a la dirección de la organización como el modo en que las empresas son dirigidas, lideradas y controladas, en función de los distintos grados de consideración de los intereses de los grupos que influyen o son influenciados por la organización. De este modo, cada uno de los modelos de dirección existentes se relacionará con factores históricos, sociales, económicos y culturales propios del lugar en el que se desarrolla la organización. (p.95)

Por tanto, cada empresa tiene una manera de ser dirigida de acuerdo a los intereses que se tenga, estos tienen una fuerte influencia en la empresa, además cuenta con diversos factores propios de la entidad.

2.2.2.4. Tipos

A. El modelo tradicional o de los accionistas

Se centra en la satisfacción de los intereses de los accionistas a través de la creación de valor, que se verá reflejada en los mercados financieros.

B. El modelo de control social o de los grupos de interés

Comprende el logro y la obtención de un equilibrio entre los intereses, a veces contradictorio, de todos los colectivos que tienen un interés legítimo en la organización. Es decir, el modelo tradicional se basa en el agrado de los intereses de los accionistas, y el modelo de control social se centra a otros colectivos además de los accionistas, ya que busca un equilibrio entre ambos.

Para el presente trabajo de investigación, se considera conveniente optar el modelo de control social o de los grupos de interés porque se centra en lograr los objetivos comerciales, y, a la vez tener un equilibrio entre los intereses de cada grupo de interés.

En la tabla 2, se observa la relación de los intereses de algunos stakeholders más influyentes.

Tabla 2.*Intereses de los grupos de interés*

Stakeholders	Intereses
Organización	Historia de la organización, Bases de la industria, estructura de la organización, realización económica, entorno competitivo, misión o propósito, reglas de la organización, etc.
Trabajadores	Beneficios, remuneraciones y seguridad en el trabajo, indemnizaciones y recompensas, formación, desarrollo y planes de carrera, programas de ayuda/subsidio a los trabajadores, etc. Comunicación con los accionistas y reclamaciones, dividendos y revalorización de las acciones, defensa de los accionistas, etc.
Accionistas	Políticas generales, Comunicación con los accionistas y reclamaciones, dividendos y revalorización de las acciones, defensa de los accionistas, derechos de los accionistas, otros asuntos de los accionistas.
Grupos financieros	Liquidez y solvencia de la empresa, Rentabilidad a corto y largo plazo, grado de seguridad, Generación de tesorería.
Clientes	Política general de suministro de información a clientes, Calidad, Comunicación con los clientes, Seguridad en los productos, reclamaciones de los clientes, Servicios a clientes especiales, Otros asuntos de los clientes
Proveedores	Relaciones estables y duraderas, políticas de selección, Otros asuntos de los proveedores.
Estado	Cumplimiento con la ley, Cumplimiento con el trabajo, Cumplimiento con la competencia, Exactitud en los datos, Implicación en políticas públicas.
Comunidad	Seguridad en las operaciones, Generación de oportunidades de empleo, contribución a la comunidad, actuaciones favorables, inversiones sociales y donaciones, Relaciones con la comunidad, salud pública, seguridad y protección, conservación de los materiales y de la energía, valoración medioambiental en los proyectos, otros asuntos medioambientales.

Fuente: Clarkson (1995) y Clarke (1998), Stakeholders y riesgo empresarial.

2.2.2.5. Los objetivos y sus métricas o indicadores

Kluver (s/f), afirma que:

La formulación de los objetivos está incompleta hasta que no se determine unas métricas o indicadores que permitan medir su grado de consecución. La dirección comercial no puede decir simplemente que sus objetivos son incrementar la rentabilidad, aumentar la satisfacción de los clientes o mejorar las ventas y la cuota de mercado. Debe introducir indicadores concretos para medirlos, como, por ejemplo:

- Reducir los costes de ventas un 5% o aumentar el margen del producto A en la zona X un 7% serían indicadores del objetivo de incrementar la rentabilidad. (p.123)
- Disminuir las quejas de clientes un 10% o captar un 5% de clientes perdidos podrían ser dos posibles indicadores del objetivo de aumentar la satisfacción de los clientes. (p.123)
- Aumentar la cuota de mercado en la zona Z un 15% o aumentar las ventas del producto B en la zona Y un 8%, serían ejemplos de indicadores relacionados con el objetivo de mejorar las ventas y la cuota de mercado. (p.123)

Los objetivos comerciales no solo son aumentar la satisfacción de los clientes o incrementar la rentabilidad, sino que también es reducir costes, disminuir quejas de los clientes, así como aumentar la cuota de mercado o aumentar las ventas de un determinado producto.

2.2.2.6. Análisis Financiero

El análisis financiero provee al gerente financiero, la información sobre el rendimiento de la inversión de los activos de la empresa y la eficiencia y eficacia con que se administran. Además, sirven de base para tomar decisiones oportunas y eficientes en un momento determinado.

Álvarez (2018) afirma:

Se le denomina así al estudio e interpretación que se realiza de la información contable (Estados Financieros) mediante la utilización de razones financieras que permiten realizar un correcto análisis para diagnosticar la

situación y perspectivas de la empresa, con el objetivo de establecer conclusiones que permitan tomar decisiones adecuadas. (p. VII -1)

Los análisis financieros son de gran apoyo para la buena toma de decisiones de las empresas ya que brindara una información más rápida y precisa lo cual a su vez permitirá una eficiente gestión en la empresa, el análisis financiero también nos dará a conocer como está progresando la empresa o que deficiencias llegaría a tener y así poder prevenirlas a tiempo.

2.2.2.7. Estados Financieros

A. Definición

Moyer, Et al (2000) afirma que es “la recopilación de los datos como lo son el balance general. El estado de ganancias y pérdidas, estado de capital y utilidades y no distribuidas a conocer el estado en el que se encuentra la empresa” (p.4).

Apaza (2015) comenta que:

El objetivo de los estados financieros es suministrar información para la toma de decisiones económicas. Un conjunto completo de estados financieros incluirá un estado de Situación Patrimonial o de posición financiera, un estado de resultados integrales, un estado de cambios en el patrimonio, un estado de flujos de efectivo y notas complementarias. (p.619)

Calderón (2008) afirma que:

Los Estados Financieros de propósito general son cuadros sistemáticamente estructurados que resumen todo el proceso contable a partir de los detalles que brindan los registros de la empresa. Su principal objetivo es brindar información precisa sobre el rendimiento financiero, la situación económica y los flujos de efectivos de una organización. También muestran los resultados de la gestión administrativa gerencial de los recursos que le han confiado. (p.13)

Los estados financieros son un resumen de cómo la empresa está administrando los fondos de los accionistas, además, esta información debe ser clara y de rápido entendimiento.

B. Objetivos

Flores (2010) afirma que:

Específicamente, los objetivos que han de perseguirse en la presentación de estados financieros con la finalidad de que la información general debe basarse en proporcionar información útil para la toma de decisiones y en demostrar la forma en que la entidad rinde cuenta de los recursos que le han sido encomendados. (p.61)

Se aprecia que, los estados financieros tienen como objetivo brindar la información necesaria para poder tomar las decisiones, ya sea para una continuidad en sus operaciones con alguna negociación o para evaluar alguna inversión o para realizar préstamos.

C. Estado Financieros Básicos

- **Estado de Situación Financiera**

Muestra el detalle de los activos, pasivos y patrimonio que cuenta la organización como resultado al finalizar un periodo, además, tiene un alto valor debido a que luego de analizar la información ayuda a la toma de decisiones con respecto a mejoras dentro de la entidad.

Álvarez (2018) afirma que:

Es el estado financiero que refleja la situación financiera de la empresa en un determinado periodo. Su uso es muy importante pues demuestra las fuentes de financiamiento procedentes, tanto de terceros y de los propios accionistas de las empresas, de las cuales se han obtenido fondos que se usan para el desarrollo de las operaciones de una empresa, así como los bienes y derechos en que están invertidos dichos fondos. (p. VII-2)

El estado de situación financiera muestra estructuradamente cada cuenta financiera de una empresa, ya sea los activos pasivos y patrimonio.

- **Estado de Resultados**

Muestran los ingresos, costos, gastos, utilidad o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo determinado. De igual manera que los estados financieros, ayudan a la alta gerencia a la toma de decisiones.

Se caracteriza por presentarse de manera ordenada y detallada toda la información para posteriormente ser analizado.

2.2.2.8. Análisis de rentabilidad por niveles

Arcoraci (s.f) afirma: Estos ratios son los que se encargan de medir la capacidad de aumento de la utilidad en la empresa o medir la rentabilidad sobre sus inversiones. Como también, son los que se ocupan de evaluar los resultados económicos de su actividad o giro de negocio. (p. 7)

Aching (2005) afirma: “Tienen por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa. Evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial” (p.27).

A. Ratios de rentabilidad económicos

Horne (2002) nos dice que:

Estas ratios indican la efectividad global de la operación de la empresa, además, ayuda a darse cuenta como está la realidad de la compañía para controlar costos y gastos, de esta manera convertirla en utilidades. Las razones de rentabilidad son de dos tipos: las que muestran la rentabilidad en relación a las ventas (económicos) y las que la muestran en relación con la inversión (financieros). Las ratios financieras de rentabilidad muestran la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa. Tienen como propósito proyectar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la

empresa. Por ende, evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial. (p.168)

- **Ratio de rentabilidad neta sobre las Ventas**

Tal como los demás indicadores de rentabilidad, este, también conocido como Margen de Utilidad Neta, cuantifica el aporte de una determinada variable a las utilidades. Es una ratio más concreta ya que usa el beneficio neto luego de deducir los costos, gastos e impuestos. En este caso, la variable aportante son las ventas. El ratio, pues, mide qué porcentaje de cada sol vendido se convierte en ganancia. Se expresa así:

$$(\text{Utilidad neta} / \text{Ventas netas}) \times 100$$

Uno de los objetivos debe ser minimizar los costos, procurando que la mayor parte posible de los ingresos por ventas se transforme en utilidades. Ello implica buscar la máxima eficiencia en el proceso de producción, así como en los de administración y ventas. (Arturo, 2012, p.1)

B. Ratios de rentabilidad Financieros

- **Rentabilidad Patrimonial**

También llamado ROE (Return On Equity en inglés), este ratio mide la capacidad para generar utilidades netas con la inversión de los accionistas y lo que ha generado la propia empresa. En su forma más simple, se expresa a través de la relación:

$$(\text{Utilidad neta} / \text{Patrimonio}) \times 100$$

Tal como se infiere de la ecuación, este indicador muestra la cantidad de utilidad neta generada por cada sol invertido en la empresa como patrimonio. Evidentemente, la meta es que el indicador sea lo más alto posible, a través de la maximización de la utilidad. (Arturo, 2012, p.1)

- **Rentabilidad de los Activos**

Este ratio, también conocido como ROA (Return on Assets en inglés), es el ratio más representativa de la marcha global de la empresa, ya que permite apreciar su capacidad para obtener utilidades en el uso del total activo. Toma en cuenta el aporte de los activos a las utilidades de la compañía. Su notación es la siguiente:

(Utilidad neta / Activos) x 100

Cuanto más alto el ratio, más rentables son los activos. Un ratio elevado es sinónimo de activos muy eficientes y productivos, en tanto que uno bajo se asocia a la baja productividad o a la ineficiencia en su manejo. (Arturo, 2012, p.1)

2.2.3. Marco Legal

De acuerdo al artículo 1 del Título I del Texto Único Ordenado (TUO) de la ley del mercado de valores (2012) afirma que:

La finalidad de la presente ley es promover el desarrollo ordenado y la transparencia del mercado de valores, así como la adecuada protección del inversionista. Quedan comprendidas en la presente ley las ofertas públicas de valores mobiliarios y sus emisores, los valores de oferta pública, los agentes de intermediación, las bolsas de valores, las instituciones de compensación y liquidación de valores, las sociedades tituladoras, los fondos mutuos de inversión en valores, los fondos de inversión y, en general, los demás participantes en el mercado de valores, así como el organismo de supervisión y control. Salvo mención expresa en contrario, sus disposiciones no alcanzan a las ofertas privadas de valores. (p.1)

La Ley del mercado de valores se centra principalmente en la protección del inversionista, además, de que estos brinden una información transparente.

De acuerdo al artículo 45 del Título I del Texto Único Ordenado (TUO) de la ley del mercado de valores (2012) afirma que:

Para efectos de la presente Ley, se presume que tienen información privilegiada, en la medida que hubieran tenido la posibilidad de acceder al hecho objeto de la información, las siguientes personas:

- a) Los socios, administradores, y personal encargado de la auditoria de las sociedades auditoras contratadas por el emisor;
- b) Los accionistas, socios, directores, administradores y miembros del:
 - i) Comité de clasificación de las clasificadoras,
 - ii) Comisión clasificadora de

inversiones a que se refiere el Decreto Ley N° 25897, iii) Empresas proveedoras de precios de que trata el Título XIV de la presente Ley, iv) Entidades a que se refiere el artículo 69 de la Ley, v). Las valorizadoras para los fines de las ofertas públicas de adquisición y vi) Las mencionadas en la Ley N° 28739; c) Los administradores, asesores, operadores y demás representantes de los agentes de intermediación; d) Los miembros del consejo directivo, gerentes y demás funcionarios de las bolsas y entidades responsables de la conducción de mecanismos centralizados; e) Los directores, funcionarios de las instituciones encargadas del control o supervisión de emisores de valores de oferta pública o inversionistas institucionales, incluyendo CONASEV, y la Superintendencia. (p.9)

De acuerdo al artículo 1 de la ley 29888 que modifica la Ley 29571, código de protección y defensa del consumidor, y la ley 28587, ley complementaria a la ley de protección al consumidor en materia de servicios financieros, sobre transparencia de la información y modificaciones contractuales (2012) detalla que:

Transparencia en la información de los productos o servicios financieros, los proveedores de servicios financieros están obligados a difundir y otorgar a los consumidores o usuarios, en todos los medios empleados que tengan por finalidad ofrecer productos o servicios, incluyendo el presencial, información clara y destacada de la tasa de costo efectivo anual (TCEA) y la tasa de rendimiento efectivo anual (TREA), aplicable a las operaciones activas o pasivas, respectivamente. En caso de que el consumidor o usuario solicite o se le otorgue información de forma oral, debe indicarse las mencionadas tasas. (p.1)

De acuerdo al artículo 3 del Título II del Reglamento de Transparencia de Información y contratación con usuarios del Sistema Financiero (2012) nos dice que:

Las empresas deberán ser plenamente transparentes en la difusión, aplicación y modificación de las condiciones contractuales, tasas de interés compensatorio, tasas de interés moratorio o

penalidades aplicables en caso de incumplimiento, comisiones y gastos asociados a las operaciones activas y pasivas que realicen, así como a los servicios que brinden, según corresponda. La transparencia de información es un mecanismo que busca mejorar el acceso a la información de los usuarios. En ese sentido, las empresas deberán ser diligentes en las explicaciones que brindan respecto a los productos y servicios ofrecidos, con el fin de que los usuarios comprendan sus características, beneficios, riesgos y condiciones aplicables y puedan, de manera responsable, tomar decisiones de consumo informadas. (p.3)

Según el artículo 2 del Título II de la Ley N° 29571 Código de Protección y defensa del consumidor (2012) nos informa que:

El proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios. 2.2 La información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano. 2.3 Sin perjuicio de las exigencias concretas de las normas sectoriales correspondientes, para analizar la información relevante se tiene en consideración a toda aquella sin la cual no se hubiera adoptado la decisión de consumo o se hubiera efectuado en términos substancialmente distintos. Para ello se debe examinar si la información omitida desnaturaliza las condiciones en que se realizó la oferta al consumidor. 2.4 Al evaluarse la información, deben considerarse los problemas de confusión que generarían al consumidor el suministro de información excesiva o sumamente compleja, atendiendo a la naturaleza del producto adquirido o al servicio contratado. (p.9)

Según el artículo 3 del Título II de la Ley N° 29571 Código de Protección y defensa del consumidor (2012) nos informa que:

Está prohibida toda información o presentación u omisión de información que induzca al consumidor a error respecto a la naturaleza, origen, modo de fabricación, componentes, usos, volumen, peso,

medidas, precios, forma de empleo, características, propiedades, idoneidad, cantidad, calidad o cualquier otro dato de los productos o servicios ofrecidos. (p.9)

Relación de Variables

Transparencia de información

La transparencia de información es un mecanismo que busca mejorar el acceso a la información de los usuarios. En ese sentido, las empresas deberán ser diligentes en las explicaciones que brindan respecto a los productos y servicios ofrecidos, con el fin de que los usuarios comprendan sus características, beneficios, riesgos y condiciones aplicables y puedan, de manera responsable, tomar decisiones de consumo informadas. (Artículo 3 del Capítulo I del Título II del Reglamento de Transparencia de Información y contratación con usuarios del Sistema Financiero, 2012, p.4)

Objetivos Comerciales

Los objetivos comerciales tienen finalidades específicas asignadas a la función comercial o de marketing de una empresa, establecidas por la dirección de marketing y expresadas en términos cualitativos y cuantitativos. Representar la apuesta de una compañía, en concreto, ante el mercado y tienen una importancia vital para su supervivencia, ya que inciden indirectamente a su cuenta de resultados, al determinar, entre otras variables, los niveles de facturación esperados en el futuro. (Kluver, s/f, p.24)

Por lo consiguiente, la transparencia de información debe estar incluida dentro de las metas anuales de toda entidad financiera. Se logró determinar que las variables del presente estudio no influyen significativamente, porque no hay indicios suficientes que muestren una influencia positiva significativa, puesto que, se encontró que los cuatro bancos incrementaron sus ingresos y utilidades con respecto al año 2017 y año 2018, además, aumentaron el número de reclamos y sanciones. Sin embargo, si se difundiera de manera constante, clara y sencilla en los medios de comunicación información

eficiente sobre los productos y cláusulas de contratación, se lograría reducir los reclamos presentados evitando una mala reputación.

Mora (2015), afirma lo siguiente:

El buen gobierno corporativo, orientado a la transparencia de información, incide positivamente en el cumplimiento de objetivos comerciales y nivel de desempeño de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, puesto que se comprobó la evolución del nivel de desempeño de la Caja Huancayo en los años 2007 al 2014, producto de la adopción formal de principios de Buen Gobierno Corporativo; y porque al comparar el nivel de desempeño de la Caja Huancayo, Caja Arequipa y Caja Santa, se verificó que a mayor prácticas de transparencia de información, mejor es el nivel de desempeño y cumplimiento de objetivos comerciales el cual se refleja en el Ranking de Créditos, Depósitos y Patrimonio de las CMACs publicada por la SBS. (p.86)

Las entidades financieras cuentan con el Reglamento de Transparencia de información, pero no se difunde a total cabalidad, generando en los clientes insatisfacción y reclamos por no desarrollar información de manera clara y eficiente. Sin embargo, si se difundiera se lograría generar en los usuarios conciencia de enfocarse más en lo objetivo y no en lo subjetivo de la información, es decir, prestar importancia a cada cláusula del contrato que se firma, en vez de comparar tasas entre entidades financieras o solo tomando en cuenta la rapidez de que se le brinde un préstamo.

2.3. Marco Conceptual

Asimetría de la Información

Sucede cuando una parte del grupo de operación obtiene mayor o mejor información que la parte contraria acerca del bien o servicio que pertenece a una transacción.

Bancos

Es una institución que administra el efectivo que le brindan sus clientes y lo reinvierte prestándolos a instituciones o terceros. Su fin de dichas entidades son las colocaciones de productos y servicios financieros.

Bolsa de Valores de Lima

Es una sociedad anónima que tiene como finalidad conceder una operación de valores inscritos. Cada entidad inscrita en la Bolsa de valores de Lima, consta de una gran cantidad de acciones que cada día tiene una variación ya sea de ganancia o pérdida. Además, sirve para tener una negociación adecuada, ordenada, competitiva y transparente.

Grupos de interés

Se define a una gran cantidad de personas o grupos que están deteriorados directa o indirectamente por la preparación de una actividad empresarial, y, por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de éstas, son llamados también "Stakeholders" o partes interesadas.

Objetivos Comerciales

Se refiere a las metas que tiene una entidad, ya sea al nivel de ingresos, nivel de utilidad o nivel de rentabilidad. Que a la vez se encuentra en esta las colocaciones que se realizan de un año a otro y que debería de ir en aumento.

Prestatario

Es aquella persona que recibe el dinero en el desarrollo de una transacción. Es decir, es quien solicita algún préstamo la cual tiene que cumplir ciertos requisitos para obtener este beneficio.

Reputación Corporativa

Son todas las percepciones que se tiene acerca de una entidad y los grupos de interés, ya sea internos y externos. Es lo que se obtiene del comportamiento usado por la entidad durante el tiempo y dad a notar la capacidad de colocar valor al mencionado grupo.

Tasa de Rendimiento Efectivo Anual

Es un porcentaje que rinde. Este ayuda a saber cuánto se va a ganar por el dinero invertido o depositado en la entidad financiera, porque incluye los intereses que se ganara y además los costos regulares de la cuenta.

Transparencia de Información

Es un conjunto de actos que ayuda a los usuarios o clientes de todas las entidades financieras para acceder a una información sencilla y clara sobre los productos y servicios que esta ofrece, así como las condiciones que se darán para obtenerlo. Estos actos van a conllevar a una mejor toma de decisiones porque se tendrá una base de información adecuada.

2.4. Hipótesis

La transparencia de información establecida por la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP influye positivamente en el cumplimiento de objetivos comerciales de los bancos, Perú, 2017-2018.

2.5. Variables

2.5.1. Variable independiente

Transparencia de información.

2.5.2. Variable dependiente

Objetivos comerciales de los Bancos.

2.5.3. Operacionalización de Variables

Tabla 3.*Operacionalización de la Variable Independiente*

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable Independiente: Transparencia de información	Méndez (2005) sostiene que: La transparencia es un requisito fundamental de la responsabilidad social corporativa, y también de la contabilidad empresarial, que debe reflejar la imagen fiel del patrimonio, la situación financiera y los resultados, teniendo la contabilidad la responsabilidad de ser el registro de todos los aspectos en que las organizaciones generan valor. (p.12)	Es un mecanismo que permite a los usuarios y clientes de las entidades bancarias acceder a mejor información sobre tasas de interés, comisiones, gastos y demás condiciones de contratación de servicios financieros que conlleve, a su vez, a una mejor toma de decisiones sobre una base más informada.	-Transparencia de información de: Información sobre tasas de interés Información sobre comisiones Información sobre gastos	-Porcentaje de información transparente. -Número de sanciones. -Número de reclamos. -Nivel de cumplimiento del Reglamento.	De razón Intervalo Nominal

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Perez y Quipuzco. (2019).

Tabla 4.*Operacionalización de la Variable Dependiente*

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable Dependiente: Objetivos comerciales de los Bancos.	Kluser nos dice que: Los objetivos comerciales tienen finalidades específicas asignadas a la función comercial o de marketing de una empresa, establecidas por la dirección de marketing y expresadas en términos cualitativos y cuantitativos. Representar la apuesta de una compañía, en concreto, ante el mercado y tienen una importancia vital para su supervivencia, ya que inciden indirectamente a su cuenta de resultados, al determinar, entre otras variables, los niveles de facturación esperados en el futuro. (p.24)	Es aquel que sirve para evaluar las acciones, la eficiencia, la eficacia y la economía de una organización. Además, para comparar la productividad de la organización año a año y alcanzar las metas organizacionales de la entidad.	- Ingresos -Utilidad -Rentabilidad	-Ingresos anuales. -Utilidad anual. -Ratios de rentabilidad.	Nominal De razón

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Pérez y Quipuzco (2019).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo y nivel de investigación

3.1.1. De acuerdo a la orientación

Aplicada, porque se utiliza conocimientos o teorías ya existentes para su aplicación en una realidad o problema concreto y así poder resolver problemas.

3.1.2. De acuerdo a la técnica de contrastación

Descriptiva correlacional, porque describe cómo influye la transparencia de información de los bancos y en el cumplimiento de los objetivos comerciales en el periodo 2017-2018.

3.2. Material

3.2.1. Población

Los 16 bancos que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima en el periodo 2017-2018.

3.2.2. Marco muestral

Constituido por la relación de bancos que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima.

3.2.3. Unidad de análisis

Cada uno de los Bancos que cotizan en Bolsa de Valores de Lima.

3.2.4. Muestra

Constituido por los cuatro bancos con mayor volumen de ingresos en el periodo 2017-2018 y son los siguientes:

- Banco de Crédito del Perú
- BBVA Banco Continental
- Banco Internacional del Perú- Interbank
- Scotiabank Perú

3.3. Delimitaciones

El sistema financiero nacional, según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP está compuesto por 55 empresas, con respecto al sector bancario, este está compuesto por 16 bancos y tienen una participación de 89.28% del mercado, con un total de activos de S/ 385,344 millones de soles; tal como se puede observar en la Tabla 5.

Tabla 5

Composición del sistema financiero peruano al 31 de diciembre del 2018.

Activos a Diciembre 2018			
Empresas de Operaciones Múltiples	Nro. de Empresas	Monto (S/Millones)	Participación (%)
Banca Múltiple	16	385,344	89,28
Empresas financieras	11	14,829	3,44
Cajas municipales (CM)	12	26,727	6,19
Cajas rurales de ahorro y crédito (CRAC)	6	1,921	0,45
Entidades de desarrollo de la pequeña y microempresa (Edpyme)	9	2,488	0,58
Empresas de arrendamiento financiero	1	315	0.07
TOTAL	55	431,624	100

Fuente: Evolución del sistema financiero, por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (SBS), 2018 (<https://intranet2.sbs.gob.pe/estadistica/financiera/2018/Diciembre/SF-2103-di2018.PDF>)

En la tabla 6, se observa que de los 16 bancos, cuatro tienen una participación del 82.96% tanto de créditos, como de depósitos y patrimonio. Por lo tanto, los cuatro bancos concentran un gran porcentaje de las operaciones financieras del mercado peruano. La búsqueda de información se realizó utilizando fuentes secundarias provenientes de internet, más específicamente de los estados financieros contenidos en los informes auditados, que a su vez se encuentran en la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV), Bolsa de Valores de Lima (BLV) y de internet en el caso del Reporte de Sostenibilidad.

Tabla 6*Ranking de Créditos al 30 de setiembre del 2018.*

	Empresas	Monto	Participación (%)	Porcentaje Acumulado
1	Banco de Crédito del Perú	85,348,353	32.77	32.77
2	Banco Continental	53,995,363	20.73	53.51
3	Scotiabank Perú	45,509,902	17.48	70.99
4	Interbank	31,169,340	11.97	82.96
5	B. Interamericano de Finanzas	10,007,212	3.84	86.8
6	Mibanco	9,691,448	3.72	90.52
7	Banco Pichincha	7,081,979	2.72	93.24
8	Banco GNB	3,804,081	1.46	94.7
9	Banco Santander Perú	3,623,007	1.39	96.09
10	Banco Falabella Perú	2,989,533	1.15	97.24
11	Citibank	2,492,702	0.96	98.2
12	Banco Ripley	1,790,438	0.69	98.88
13	Banco de Comercio	1,468,922	0.56	99.45
14	Banco Cencosud	732,474	0.28	99.73
15	Banco ICBC	359,889	0.14	99.87
16	Banco Azteca Perú	344,364	0.13	100

Fuente: "Ranking de Créditos, Depósitos y Patrimonio", por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (SBS), 2018 (http://www.sbs.gob.pe/app/stats_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=1#).

En tanto, en la tabla 7, el estudio se realizó en cuatro bancos, los cuales se seleccionaron por estar dentro del ranking de los 25 mejores bancos de América Latina durante el periodo 2017. El levantamiento de información se realizó de fuentes secundarias como las páginas de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) y del portal de cada entidad bancaria.

Tabla 7*Los 25 Mejores Bancos de América Latina 2017*

Banco	Eficiencia	Suficiencia de Capital	Calidad de Activos	Rentabilidad	Liquidez	Tamaño	Índice Final	Ranking de 25
Banco de Crédito	82.8	75.9	69.2	100.0	80.0	60.0	82.26	2
Scotiabank Perú	89.4	82.7	68.9	87.4	80.0	50.0	81.57	4
Continental BBVA	91.2	69.7	82.5	89.8	60.0	50.0	80.05	7
Interbank	79.1	72.4	70.7	93.8	60.0	50.0	76.80	19

Nota. Tomado de "América Economía Intelligence", 2018 (<https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/ranking-mejores-bancos-de-america-latina>)

3.4. Técnicas e instrumentos de colecta de datos

Tabla 8

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas	Instrumentos
Análisis Documental	Hoja de registro

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Pérez y Quipuzco (2019).

Técnicas:

Análisis documental: orientado para desarrollar cada objetivo planteado de la presente investigación, a través de los documentos obtenidos, que están constituidos por los estados financieros, estados de resultados, número de sanciones y número de reclamos de cada entidad bancaria.

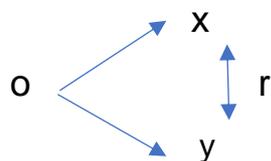
Instrumentos:

Hoja de registro: Se aplicó mediante la revisión y el análisis de los reportes de documentos y memorias anuales auditados, obtenidos de la Superintendencia de Mercado de Valores.

3.5. Diseño de investigación

La investigación es descriptiva correlacional, ya que buscó medir y especificar la relación que existe entre la Transparencia de Información y el cumplimiento de los objetivos comerciales.

Esquema:



Donde:

o: Información obtenida.

x: Transparencia de información

y: Cumplimiento de Objetivos Comerciales

r: Nivel de influencia entre las variables.

3.6. Procesamiento y análisis de datos

Los datos recolectados en hojas de registro elaboradas por las autoras de acuerdo a los objetivos propuestos fueron procesados empleando el programa SPSS v.25, previa elaboración de la base de datos en el programa Microsoft Excel.

Los resultados se presentaron en cuadros estadísticos con sus correspondientes gráficos para facilitar la comprensión de los mismos.

Se aplicó el coeficiente de correlación de Pearson para obtener el sentido de la relación, así como su magnitud entre la transparencia de información y el cumplimiento de objetivos comerciales.

Se aplicó la prueba T - Student para determinar la significancia del coeficiente de correlación de Pearson. Si $P < 0.05$ la correlación es significativa, corroborando la hipótesis propuesta.

- **Cuadros o tablas estadísticas:** Permitió estructurar los resultados obtenidos en cuadros y/o tablas estadísticas las que se analizaron e interpretaron los resultados obtenidos de las memorias anuales de cada entidad financiera.

- **Gráficos estadísticos:** Sirvió para mostrar gráficamente los resultados de la tabulación.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y

DISCUSIÓN DE

RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados

4.1.1. Diagnosticar el nivel de transparencia de información establecida por la Superintendencia de Banca, Seguro y AFP de los bancos.

A. NÚMERO DE RECLAMOS

Tabla 9

Detalle de productos reclamados año 2017.

BANCOS	PRODUCTOS								TOTAL	%
	TARJETAS DE CRÉDITO		CUENTAS DE AHORRO		PRÉSTAMOS		SEGUROS DE BANCO			
	Nro. Reclamos	%	Nro. Reclamos	%	Nro. Reclamos	%	Nro. Reclamos	%		
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ	28741	23.92%	15653	21.27%	7932	57.14%	9299	22.19%		
									61625	24.70%
BBVA BANCO CONTINENTAL	27696	23.05%	53039	72.07%	3588	25.85%	10555	25.19%		
									94878	38.03%
SCOTIABANK PERÚ SAA	17378	14.47%	1424	1.93%	893	6.43%	3190	7.61%		
									22885	9.17%
BANCO INTERNACIONAL DEL PERU	46319	38.56%	3479	4.73%	1469	10.58%	18855	45.00%		
									70122	28.10%
TOTAL	120134	100%	73595	100%	13882	100%	41899	100%	249510	100%

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.
Elaboración: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e interpretación:

En la tabla N.º 9 se muestra el detalle de productos reclamados año 2017 de enero a diciembre, el banco con mayor número de reclamos es el BBVA Banco Continental con 94878 y un porcentaje de 38.03%, con el producto más reclamado cuenta de ahorro con 53039. El banco con menor productos reclamados es el Banco Scotiabank SAA con 22885 y un porcentaje de 9.17%, teniendo como producto más reclamado las tarjetas de crédito.

Tabla 10*Detalle de productos reclamados año 2018*

BANCOS	PRODUCTOS								TOTAL	%
	TARJETAS DE CRÉDITO		CUENTAS DE AHORRO		PRÉSTAMOS		SEGUROS DE BANCO			
	Nro. Reclamos	%	Nro. Reclamos	%	Nro. Reclamos	%	Nro. Reclamos	%		
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ	59285	43.20%	84465	74.05%	4921	34.85%	4856	11.46%	153527	49.88%
BBVA BANCO CONTINENTAL	19465	14.18%	26260	23.02%	6054	42.87%	9271	21.89%	61050	19.84%
SCOTIABANK PERÚ SAA	1743	1.27%	7	0.01%	12	0.08%	650	1.53%	2412	0.78%
BANCO INTERNACIONAL DEL PERU	56752	41.35%	3332	2.92%	3135	22.20%	27581	65.11%	90800	29.50%
TOTAL	137245	100%	114064	100%	14122	100%	42358	100%	307789	100%

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.
 Elaboración: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e interpretación:

En la tabla N.º 10 se muestra el detalle de productos reclamados año 2018 de enero a diciembre, el banco con mayor número de reclamos es el Banco De Crédito Del Perú con 153527 y un porcentaje de 49.88%; con el producto más reclamado Cuenta De Ahorro con un porcentaje de 74.05%. Además, el banco con menor productos reclamados es el Banco Scotiabank SAA con 22885 con un porcentaje de 0.78% con el producto menos reclamado cuentas de ahorro.

Tabla 11

Resumen de reclamos año 2018 – 2017

BANCOS	2018		VARIACIÓN	2017	
	Nro. Reclamos	%		Nro. Reclamos	%
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ	153527	49.88%	25.18%	61625	24.70%
BBVA BANCO CONTINENTAL	61050	19.84%	-18.19%	94878	38.03%
SCOTIABANK PERÚ SAA	2412	0.78%	-8.39%	22885	9.17%
BANCO INTERNACIONAL DEL PERÚ	90800	29.50%	1.40%	70122	28.10%
TOTAL	307789	100.00%		249510	100.00%

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

Elaboración: Pérez y Quipuzco (2019).



Figura 6. Resumen de reclamos por año.

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

Elaboración: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e interpretación:

En la tabla N.º 11 se muestra la variación de reclamos año 2018-2017, el banco con mayor variación fue el Banco de Crédito del Perú, obteniendo un aumento de 25.18%; y el banco que disminuyó sus reclamos fue el BBVA Banco Continental, obteniendo una variación a su favor de 18.19%; quien tuvo un leve aumento de sus reclamos fue el Banco Internacional del Perú con 1.40%.

Además, en la figura N.º 6, en el año 2017 se muestra que el banco con menor reclamos fue el Banco Scotiabank con 9.17% mientras el BBVA Banco Continental tiene el mayor porcentaje de reclamos por año 38.03%, seguidas por el Banco Internacional del Perú con 28.10%. el Banco De Crédito Del Perú con 24.70%.

En el año 2018 se mantiene el mismo Banco Scotiabank con menor reclamos 0.78% mientras que, el Banco De Crédito Del Perú muestra un giro obteniendo un aumento significativo de reclamos con 49.88%, seguido por el Banco Internacional Del Perú con 29.50%, BBVA Banco Continental con 19.84%.

B. NÚMERO DE SANCIONES

Tabla 12

Números de sanciones año 2018 - 2017.

BANCOS	2018	%	VARIACIÓN	2017	%
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ	40	20.73	-2.54%	57	23.27
BBVA BANCO CONTINENTAL	60	31.09	-6.87%	93	37.96
SCOTIABANK PERÚ SAA	55	28.50	3.60%	61	24.90
BANCO INTERNACIONAL DEL PERÚ	38	19.69	5.81%	34	13.88
TOTAL	193	100.00%		245	100.00%

Fuente: Perú – Retail, Marzo, 2019.

Elaboración: Pérez y Quipuzco (2019).

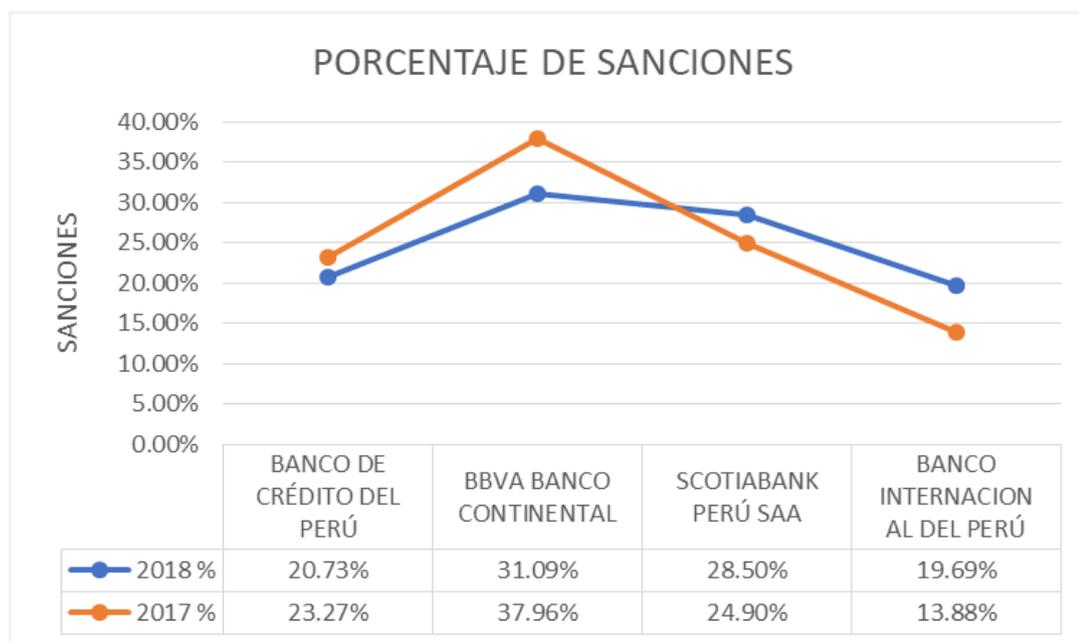


Figura 7. Sanciones 2018-2017.

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

Elaboración: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e interpretación:

En la tabla N.º 12 muestra la variación de sanciones por banco, teniendo como resultado que el Banco Internacional del Perú es el que sus sanciones con respecto al año 2018-2017 en un 5.81%; de igual forma el banco con disminución en sanciones es el BBVA Banco Continental con 6.87%.

En el año 2017 se muestra que el banco con menor sanciones por año es el Banco Internacional Del Perú con 13.88 % mientras que el BBVA Banco Continental tiene el mayor porcentaje de sanciones por año 37.96% seguidas por el Banco de Crédito del Perú y Banco Scotiabank, en el año 2018 se mantiene el mismo banco con menor sanciones 19.69% y en relación al mayor número de sanciones igualmente se sigue manteniendo el BBVA Banco Continental 31.09% seguido por el Banco Scotiabank y Banco de Crédito del Perú.

C. NIVEL DE TRANSPARENCIA SEGÚN CUMPLIMIENTO DEL REGLAMENTO DE LA TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN Y CONTRATACIÓN CON USUARIOS DEL SISTEMA FINANCIERO

Tabla 13

Nivel de cumplimiento de la Resolución SBS N° 8181-2012 del Reglamento de la Transparencia de información y contratación con usuarios del Sistema Financiero – Tarjetas de Crédito.

CONDICIONES	BANCOS			
	BCP	BBVA	SCOTI ABANK	INTERB ANK
El contrato está compuesto por la Hoja de Resumen y las condiciones específicas.	2	2	2	2
El contrato tiene un plazo indefinido o podrán terminar el mismo conforme a lo dispuesto en las cláusulas.	2	2	2	2
El contrato especifica que podrá utilizar una línea de crédito hasta por el monto que le sea aprobado.	2	2	2	2
El banco especificara la clase de tarjeta, la vigencia y las demás características de la misma con una anticipación de 45 días calendarios	2	2	2	2
En caso que el banco genere la primera clave secreta es obligatorio que el cliente realice el cambio antes de realizar la primera operación de uso	2	2	2	2
La disposición de efectivo se cargará en cuotas fijas mensuales, así como el número de cuotas aplicables a estas	2	2	2	2
El cliente puede habilitar, suprimir y /o reactivar tanto el uso de su tarjeta en el extranjero como la posibilidad de efectuar compras por internet con su tarjeta	2	2	2	2
La tarjeta es personal e intransferible, por lo tanto, es de exclusiva responsabilidad del cliente por lo que debe identificarse ante el establecimiento afiliado que lo exija	2	2	2	2
La tarjeta de crédito podrá ser utilizada en todos los establecimientos afiliados a la marca ubicados en el país o en el extranjero sin embargo se podrá restringir el uso de la tarjeta en determinados países	2	2	2	2
El banco puede rechazar la solicitud de tarjetas adicionales si considera que no se cumplen las condiciones crediticias establecidas por el banco	2	2	2	2
La hoja de resumen contiene la información detallada y específica sobre los intereses compensatorios, los intereses moratorios, penalidad, comisiones, gastos y los seguros aplicables a la tarjeta	2	2	2	2
El banco podrá suspender, cobrar en forma parcial o total lo adeudado, dar por concluido el contrato, disminuir o suprimir la línea de crédito	2	2	2	2

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

Elaboración: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e Interpretación:

En la tabla N.º13 se muestra un resumen del nivel de cumplimiento de la Resolución SBS N° 8181-2012 del Reglamento de Transparencia de información y contratación con usuarios en el producto Tarjeta de crédito.

Recordemos que los 3 score que componen el nivel de cumplimiento de las entidades bancaria únicamente el score 1 y 2 pertenecen a que si brindan la información establecida mientras que el score 0 no cumple.

En relación al score 2 el cual define que la información brindada al cliente se está realizando de una manera formal, ordenada e integra los lineamientos, estándares y criterios que exige la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP para distribución de las condiciones de la información que recibe la sociedad tal como se puede apreciar que los 4 bancos listados en la muestra cumplen en su totalidad con estas exigencias en el producto de Tarjeta de crédito.

Tabla 14

Nivel de cumplimiento de la Resolución SBS N° 8181-2012 del Reglamento del Transparencia de información y contratación con usuarios del Sistema Financiero – Cuentas de Ahorro.

CONDICIONES	BANCOS			
	BCP	BBVA	SCOTI ABAN K	INTERBA NK
El cliente deberá utilizar sus cuentas de forma personal, excepcionalmente podrá hacerlo mediante un representante, el banco presumirá que ha sido hecha por el cliente bajo su responsabilidad	2	2	1	2
Las cláusulas generales regularán las cuentas y/o servicios brindados por el banco pueden complementarse con las condiciones específicas, la cartilla de información y otros documentos adjuntos al presente contrato.	2	0	0	2
Las cuentas pueden tener más de un titular en la modalidad de mancomunada indistinta o mancomunada conjunta, son responsables solidarios frente al banco por las deudas asumidas mediante las cuentas	2	2	2	2
Las cuentas generarán los intereses, comisiones y gastos conforme a lo pactado en la Cartilla de Información que como anexo forma parte de las condiciones específicas y se integran a la contratación de cada cuenta o servicio	2	2	2	2
El cliente podrá tener a disposición sus estados de cuenta a través del envío a su domicilio, correo electrónico, página web, banca por Internet u otro medio, en el que se indicará los saldos de las cuentas y cualquier información relacionada	2	2	2	2
Se puede hacer efectivo el cobro de cualquier deuda u obligación que usted tenga frente al Banco empleando el dinero de las cuentas sean indistintas o conjuntas y sin necesidad de comunicación previa entendiéndose por ello deuda de cualquiera de los titulares de las cuentas	2	2	2	2
El banco puede cambiar las condiciones del contrato, en especial las tasas de interés compensatorio, interés moratorio o penalidades, comisiones y gastos	2	2	2	2
El Banco le enviará una comunicación con cuarenta y cinco 45 días de anticipación a la fecha en que se aplicarán las nuevas tasas, penalidades, comisiones, gastos, u otras condiciones contractuales.	2	2	0	2
El Banco puede realizar la retención de los saldos de sus cuentas en cumplimiento de mandato dictado por las autoridades competentes producto de embargos o medidas cautelares	2	2	2	2

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.
Elaboración: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e Interpretación:

En la Tabla N.º 14 se muestra un resumen del nivel de cumplimiento de la Resolución SBS N.º 8181-2012 del Reglamento de Transparencia de información y contratación con usuarios en el producto Cuentas de ahorro.

Respecto al score 0 el Banco Scotiabank como el BBVA Banco Continental persisten en no cumplir con las cláusulas generales que regularán las cuentas y/o servicios brindados por el banco, puesto que sostienen que no han definido en su portal de transparencia esta información.

Respecto al score 1 el Banco Scotiabank no especifica que enviará con cuarentaicinco 45 días de anticipación a la fecha en que se aplicarán las nuevas tasas, penalidades, comisiones, gastos, u otras condiciones contractuales, puesto que sostienen que no han definido en su portal de transparencia esta información.

Tabla 15

Nivel de cumplimiento de la Resolución SBS N° 8181-2012 del Reglamento del Transparencia de información y contratación con usuarios del Sistema Financiero – Préstamos.

PRÉSTAMO	BANCOS			
	BCP	BBVA	SCOTI ABANK	INTERB ANK
La firma del cliente representa la aceptación de todas las condiciones y acuerdos contenidos en el mismo	2	2	2	2
El cliente pagará el préstamo en el plazo señalado	2	2	2	2
Si el cliente usa el préstamo para comprar el bien o servicio que elija, el cliente debe asegurarse de la calidad de los mismos.	2	2	2	2
El cliente deberá pagar las cuotas de préstamos en la fecha y en la moneda establecida en el Cronograma de Pago y en la Hoja de Resumen	2	2	2	2
El Cronograma y la Hoja de Resumen son documentos que forman parte de este contrato	2	2	2	2
El cliente deberá pagar el capital, los intereses compensatorios, los intereses moratorios o la penalidad, las comisiones, los gastos y los demás conceptos descritos en la Hoja de Resumen y así como los seguros de haber sido contratados por el banco.	2	2	2	2
Los intereses moratorios o la penalidad se aplicarán automáticamente desde el día siguiente de la fecha de vencimiento de la cuota no pagada, hasta el día en que esta sea totalmente pagada.	2	2	2	2
El banco enviará información periódica relacionada a los pagos efectuados, el cliente puede elegir recibir dicha información por mensajería y/o correo electrónico.	2	2	2	2
Si usted decide realizar un pago anticipado parcial, este disminuirá el monto de las cuotas o reducirá el plazo del préstamo, a su elección.	2	2	2	2
El banco puede hacer efectivo el cobro de cualquier deuda u obligación que cliente o alguno de los titulares de las cuentas tengan con él, directamente o o como garantes de terceras personas utilizando los fondos de las cuentas.	2	2	2	2

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

Elaboración: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e Interpretación:

En la tabla N.º 15 se muestra en relación al score 2 el cual define que la información brindada al cliente se está realizando bajo los criterios y condiciones que exige la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP respecto a la información que recibe la sociedad tal como se puede apreciar que los 4 bancos listados en la muestra cumplen en su totalidad con estas exigencias en el producto de Préstamo.

Tabla 16

Nivel de cumplimiento de la Resolución SBS N° 8181-2012 del Reglamento del Transparencia de información y contratación con usuarios del Sistema Financiero – Seguros.

SEGUROS	BANCOS			
	BCP	BBVA	SCOTIA BANK	INTER BANK
Las entidades financieras deberán informar términos y condiciones de los mismo debiendo ser éstos incluidos en el contrato o sus anexos	2	2	2	2
La cobertura, forma de pago y la vigencia del seguro debe estar detallada en el cuerpo del contrato o bien en sus anexos	2	2	2	2
Los seguros opcionales no representan una condición esencial para contratar, la renuncia de tales servicios no podrá conllevar a la resolución del contrato principal.	2	2	2	2
Las condiciones, limitaciones y exclusiones de los seguros contratados podrán ser variadas o incluso suprimidas o ampliadas por el banco y/o en su caso por la compañía de seguros contratada, sin responsabilidad para el banco.	2	2	2	2

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.
Elaboración: Pérez y Quipuzco (2019)

Análisis e Interpretación:

En la tabla N.º 16 se muestra un resumen del nivel de cumplimiento de la Resolución SBS N° 8181-2012 del Reglamento del Transparencia de información y contratación con usuarios en el producto Seguros.

En relación al score 2 el cual define que la información brindada al cliente se está realizando bajo los criterios y condiciones que exige la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP respecto a la información que recibe la sociedad tal como se puede apreciar que los 4 bancos listados en la muestra cumplen en su totalidad con estas exigencias en el producto de Seguros.

4.1.2. Evaluar el cumplimiento de los objetivos comerciales de los bancos mediante el análisis de los estados financieros.

4.1.2.1. Nivel de Ingresos

A. Banco de Crédito del Perú

Tabla 17

Tipo de ingresos Banco de Crédito del Perú

AÑO	2018	2017
Ingresos por intereses	7,864,022	7,524,718
Ingresos por servicios	2,613,589	2,486,702
Total	10,477,611	10,011,420

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y Afp.
Elaborado por: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e interpretación:

En la tabla N.º 17 se muestra que los ingresos de un banco se dividen en ingresos por intereses e ingresos por servicios; al unir ambos se puede observar que el Banco de Crédito del Perú ha aumentado sus ingresos en el año 2018, con respecto al año 2017.

Tabla 18*Detalle de ingresos por intereses y servicios Banco de Crédito del Perú.*

	<u>2018</u>	<u>2017</u>
	S/000	S/000
Comisiones por servicios bancarios		
Servicios de transferencia y cobranzas	770,694	729,634
Comisiones a establecimientos afiliados a red de tarjeta de crédito/débito	437,296	374,974
Mantenimiento de cuentas corrientes y portes	308,420	310,115
Comisiones por operaciones contingentes	241,202	225,416
Servicios de tarjetas de crédito/débito	218,510	219,639
Comisiones por servicios especiales - credipago	214,150	199,979
Comisiones por asesoría y estudios técnicos	104,725	107,737
Comisiones por seguros	92,157	81,746
Comisiones por adelanto de sueldo y pago de servicios	50,456	53,932
Servicios de retención y recaudación	51,624	49,276
Comisiones por penalidades	36,571	48,626
Comisiones por transferencias y otros	48,716	44,296
Comisiones por emisión de cheques	7,025	7,370
Otros	32,043	33,962
	<u>2018</u>	<u>2017</u>
	S/000	S/000
Ingresos financieros		
Intereses por cartera de créditos	7,064,636	6,713,595
Ingresos por inversiones a valor razonable con cambios en resultados, disponibles para la venta y a vencimiento, neto	605,460	687,437
Intereses por fondos disponibles y fondos interbancarios	139,573	68,975
Comisiones por créditos y otras operaciones financieras	43,088	48,166
Otros	11,265	6,545
	<u>7,864,022</u>	<u>7,524,718</u>

Fuente: Superintendencia de Mercado de Valores.

Elaboración: Gaveglío Aparicio y Asociados Sociedad Civil de Responsabilidad Limitada.

Análisis e interpretación:

En la tabla N.º18 se muestra con respecto a los ingresos por servicios que el mayor ingreso fue por transferencias y cobranzas, año 2018 siendo 770,694 y año 2017 siendo 729, 634. Con respecto a los ingresos por intereses, el mayor ingreso se debe a la cartera de créditos, año 2018 siendo 7,064, 636 y año 2017 siendo 6,713, 595.

B. BBVA BANCO CONTINENTAL

Tabla 19

Tipo de ingresos BBVA Banco Continental

AÑO	2018	2017
Ingresos por intereses	4,438,787	4,379,975
Ingresos por servicios	1,125,120	1,067,941
Total	5,563,907	5,447,916

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y Afp.

Elaborado por: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e interpretación:

En la tabla N.º 19 se muestra que los ingresos por intereses presentan un aumento leve; así como, los ingresos por servicios presentan un mayor aumento respecto a los años 2018 -2017.

Tabla 20

Detalle de ingresos por intereses y servicios BBVA Banco Continental

Ingresos por Intereses

Comprende lo siguiente:

<i>En miles de soles</i>	2018	2017
Cartera de créditos directos (nota 7)	4,144,871	4,070,174
Inversiones a valor razonable con cambios en resultados (nota 6)	121,576	70,129
Inversiones disponibles para la venta (nota 6)	101,057	158,702
Disponible (nota 5)	64,092	43,706
Otros ingresos financieros	4,058	4,131
Fondos interbancarios	3,133	6,877
Inversiones a vencimiento	-	23,438
Resultado por operaciones de cobertura	-	2,818
	4,438,787	4,379,975

Ingresos por Servicios Financieros, neto

Comprende lo siguiente:

<i>En miles de soles</i>	2018	2017
Ingresos		
Ingresos por comisiones de tarjetas de créditos	250,638	249,228
Ingresos por créditos indirectos	203,553	205,086
Comisiones por transferencias	154,252	140,121
Ingresos por comisiones por cobranzas	130,895	123,399
Ingresos por servicios y mantenimiento de cuentas corrientes	48,294	45,562
Ingresos por servicios de banca por internet para empresas	42,518	35,213
Ingresos por servicio de asesoría	16,261	15,743
Ingresos por servicios de caja	15,499	13,465
Ingresos por estudios técnicos y legales	12,713	14,047
Ingresos por fideicomisos y comisiones de confianza	1,098	1,116
Otros ingresos por servicios	249,399	224,961
	1,125,120	1,067,941

Fuente: Superintendencia de Mercado de Valores.

Elaboración: Caipo y Asociados Sociedad Civil de Responsabilidad Limitada.

Análisis e interpretación:

En la tabla N.º 20 se muestra con respecto a los ingresos por intereses se encuentra subdividido por diferentes tipos de comisiones, teniendo como mayor ingreso a la cartera de créditos directos, año 2018 siendo 4,144,871 y año 2017 siendo 4,070,174. Con respecto a los ingresos financieros, el mayor ingreso se debe a los intereses por comisiones de tarjetas de crédito, año 2018 siendo 250,638 y año 2017 siendo 249,228.

C. SCOTIABANK PERU S.A.A.

Tabla 21

Tipo de ingresos Scotiabank Perú S.A.A.

AÑO	2018	2017
Ingresos por intereses	3,663,193	3,565,901
Ingresos por servicios	821,833	786,716
Total	4,485,026	4,352,617

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y Afp.
Elaborado por: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e interpretación:

En la tabla N.º 21 se muestra que los ingresos por intereses presentan un aumento leve de 97,292 soles; así como, los ingresos por servicios presentan un menor aumento de 35,117 soles.

Tabla 22

Detalle de ingresos por intereses y servicios Scotiabank Perú S.A.A.

Ingresos por Intereses

Comprende lo siguiente:

<i>En miles de soles</i>	Nota	2018	2017
Cartera de créditos directos		3,473,936	3,391,010
Inversiones disponibles para la venta	6(e)	118,436	130,459
Disponible y depósitos en bancos	5	54,800	27,570
Inversiones a valor razonable con cambios en resultados	6(e)	7,700	9,585
Fondos interbancarios		3,533	2,859
Otros ingresos financieros		4,788	4,418
		3,663,193	3,565,901

Ingresos por Servicios Financieros, neto

Comprende lo siguiente:

<i>En miles de soles</i>	2018	2017
Ingresos		
Otros ingresos y comisiones por servicios bancarios	151,436	143,328
Ingresos por comisiones por cobranzas	130,512	122,958
Ingresos por servicios y mantenimiento de transacciones pasivas y comisiones de transferencias	86,637	98,258
Ingresos por servicio de estructuración y administración	83,953	79,835
Ingresos por servicios de teleprocesos	41,538	38,883
Ingresos diversos	327,757	303,454
	821,833	786,716

Figura: Detalle de ingresos por intereses y servicios Scotiabank Perú S.A.A.

Fuente: Superintendencia de Mercado de Valores.

Elaboración: Caipo y Asociados Sociedad Civil de Responsabilidad Limitada.

Análisis e interpretación:

En la tabla N.º 22 se muestra con respecto a los ingresos por intereses se encuentra subdividido por diferentes tipos de comisiones, teniendo un menor ingreso en los fondos interbancarios año 2018 siendo 3,533 y año 2017 siendo 2,859. Con respecto a los ingresos financieros, el menor ingreso se presenta por servicios teleprocesos, año 2018 siendo 41,538 y año 2017 siendo 38,883.

D. INTERBANK S.A.A.

Tabla 23

Tipo de ingresos Banco Internacional del Perú S.A.A.

AÑO	2018	2017
Ingresos por intereses	3,589,757	3,369,366
Ingresos por servicios	993,072	960,069
Total	4,582,829	4,329,435

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y Afp.
Elaborado por: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e interpretación:

En la tabla N.º 23 se observa que tanto los ingresos por interés y por servicios han tenido un aumento, aunque no tiene un aumento considerable se debe tomar en cuenta que es uno de los bancos con menos ingresos, a comparación de los demás antes mencionados.

Tabla 24

Detalle de ingresos por intereses y servicios Banco Internacional del Perú S.A.A

	2018 S/(000)	2017 S/(000)
Ingresos por intereses		
Intereses y comisiones por cartera de créditos	3,328,255	3,165,414
Ingresos por rendimiento de inversiones	210,387	175,124
Intereses por disponible y fondos interbancarios	47,203	25,848
Otros ingresos	3,912	2,980
Total ingresos por intereses	<u>3,589,757</u>	<u>3,369,366</u>
Ingresos por servicios financieros		
Comisiones sobre tarjetas de crédito	376,220	346,985
Ingresos por seguros	177,900	187,433
Comisiones por servicios varios	156,540	158,564
Comisiones por cuentas de ahorro, transacciones en exceso y otros	91,263	81,117
Comisiones por operaciones contingentes	61,945	60,512
Comisiones por servicios de cobranza	37,310	32,945
Ingresos por asesorías financieras	29,875	27,430
Transacciones en cajeros automáticos	21,875	20,469
Portes	11,976	17,246
Otros	28,168	27,368
Total	<u>993,072</u>	<u>960,069</u>

Figura: Detalle de ingresos por intereses y servicios Banco Internacional del Perú S.A.A.

Fuente: Superintendencia de Mercado de Valores.

Elaboración: Paredes, Burga & Asociados Sociedad Civil de Responsabilidad Limitada.

Análisis e interpretación:

En la tabla N.º24 se muestra con respecto a los ingresos por intereses se encuentra subdividido por diferentes tipos de comisiones, teniendo un mayor en intereses y comisiones por cartera de créditos año 2018 siendo 3,328,255 y año 2017 siendo 3,165,414. Con respecto a los ingresos financieros, el menor ingreso se presenta en los portes, año 2018 siendo 11, 976 y año 2017 siendo 17,368.

Tabla 25*Resumen comparativo de ingresos por banco año 2018-2017.*

BANCOS	INGRESOS AÑO 2018	% DE PARTICIPA CIÓN	VARIACIÓN 2018-2017	INGRESOS AÑO 2017	% DE PARTICIP ACIÓN
BANCO DE CRÉDITO DEL PERU	10,477,611	41.73%	4.66%	10,011,420	41.47%
BBVA BANCO CONTINEN TAL	5,563,907	22.16%	2.13%	5,447,916	22.57%
SCOTIABAN K PERU SA	4,485,026	17.86%	3.04%	4,352,617	18.03%
INTERBANK SA	4,582,829	18.25%	5.85%	4,329,435	17.93%
TOTAL	25,109,373	100.00%		24,141,388	100.00%

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y Afp.
Elaborado por: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e interpretación:

En la tabla N.º 25 se observa la variación de cada banco, el Banco de Crédito del Perú es quien obtuvo los mayores ingresos con respecto a ambos años, teniendo en 2018 una participación de 41.73% en comparación de los demás bancos, y en el año 2017 tuvo una participación de 41.47%. A la vez podemos ver que el banco que tuvo mayor incremento en sus ingresos fue el Banco Interbank SA con un crecimiento de 5.85%.

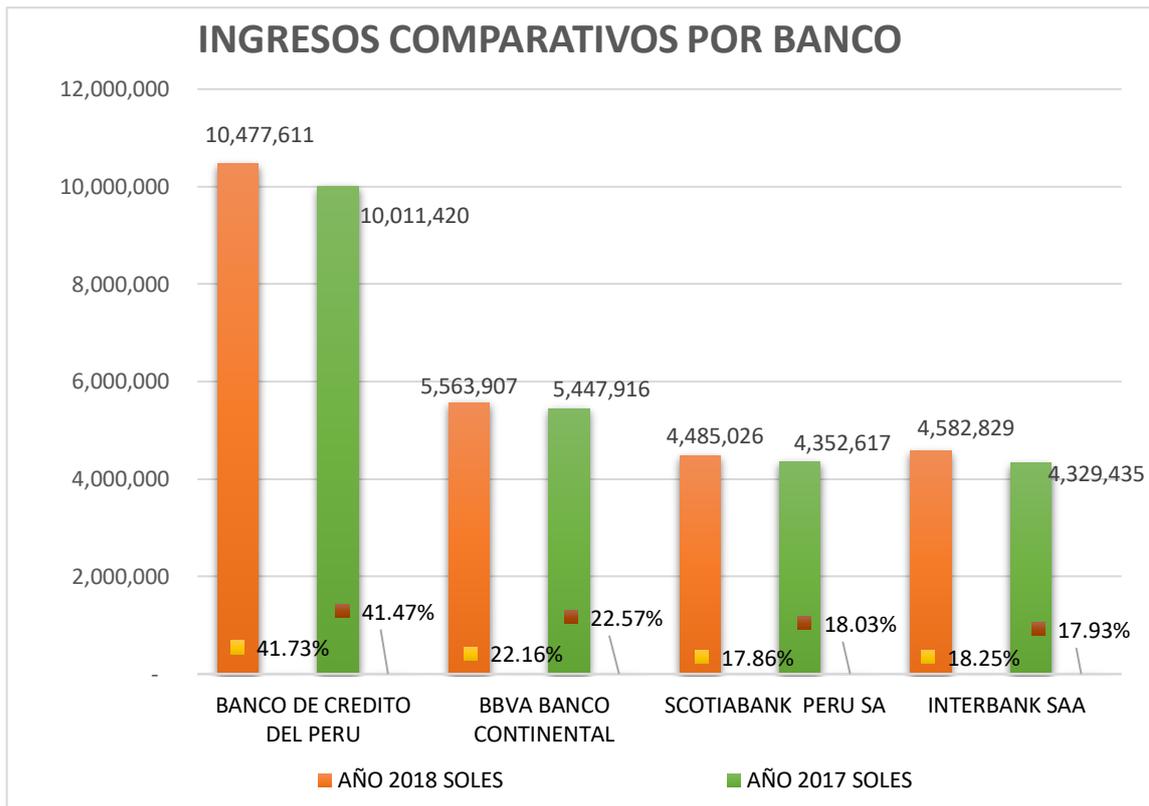


Figura 8. Ingresos comparativos por banco
 Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y Afp.
 Elaborado por: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e interpretación:

En la figura N.º 08 se observa de manera gráfica la comparación del año 2018 y 2017 con respecto a los ingresos; teniendo como mayor banco recaudador al Banco de Crédito del Perú, eso se debe a que es banco más posicionado a comparación de los demás, además tiene la mayor cantidad de usuarios a nivel nacional, por lo tanto, se refleja notoriamente en el gráfico.

4.1.2.2. Nivel de Utilidad

Tabla 26

Variación del nivel de utilidad por banco

BANCOS	UTILIDAD NETA AÑO 2018	%	VARIACIÓN 2018-2017	UTILIDAD NETA AÑO 2017	%
BANCO DE CRÉDITO DEL PERU	3,341,940	46.81%	11.84%	2,988,090	45.98%
BBVA BANCO CONTINENTAL	1,476,022	20.68%	6.41%	1,387,093	21.35%
SCOTIABANK PERU SA	1,280,650	17.94%	4.88%	1,221,021	18.79%
INTERBANK SA	1,040,063	14.57%	15.31%	902,000	13.88%
TOTAL	7,138,675	100.00%		6,498,204	100.00%

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y Afp.
Elaborado por: Pérez y Quipuzco (2019).

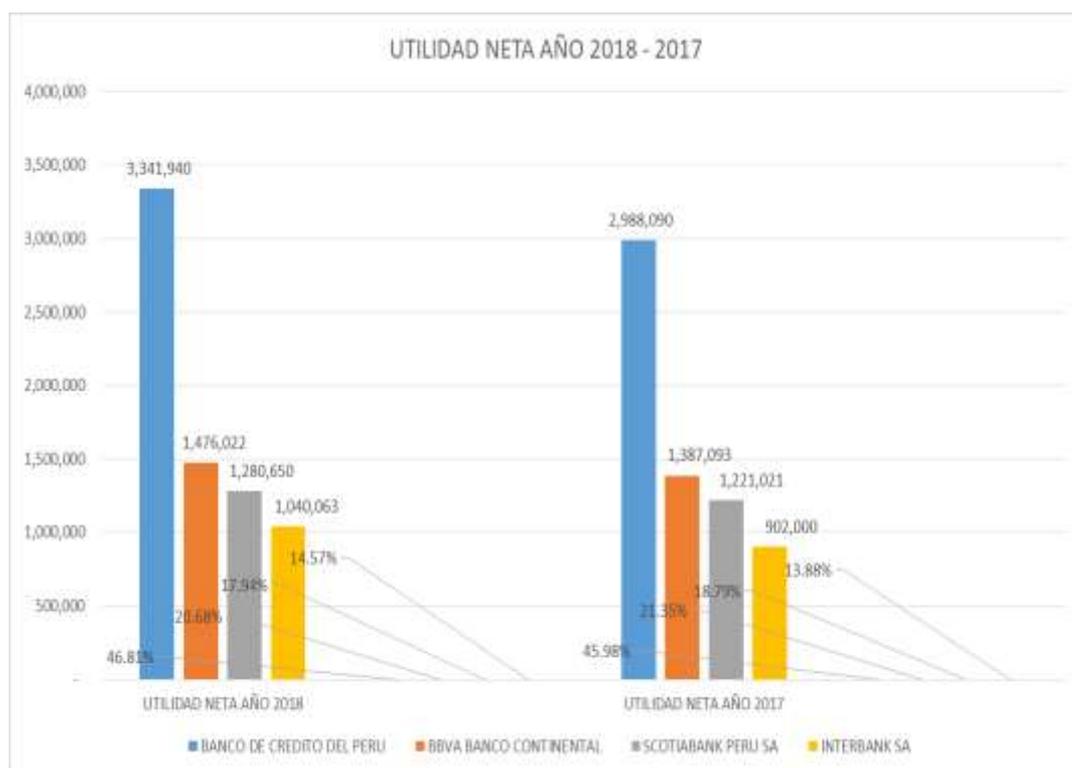


Figura 9. Utilidad neta por banco, año 2018-2017

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y Afp.

Elaborado por: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e interpretación:

En la tabla N.º 26 y figura.Nº 08 se observa las utilidades que se ha tenido entre el año 2018 y 2017. Con menor utilidad en el año 2018 14.57% y en el año 2017 13.88 % el banco Interbank SA, pero a la vez es el que tiene mayor variación de un año a otro; es decir, que pueda que tenga menos utilidad a comparación de los demás bancos, pero es el que más ha crecido en un 15.31%.

4.1.2.3. Nivel de rentabilidad

A. Banco de Crédito del Perú

		2018	2017
Ratio de rentabilidad neta sobre las ventas (utilidad neta/Ventas netas)*100	utilidad neta	3,341,940	2,988,090
	ventas netas	9,218,276	9,061,021
	margen neto	36.25%	32.98%

- Por cada sol que un accionista mantiene, genera un rendimiento de 22.02% sobre el patrimonio en el año 2018, y con respecto al año 2017 fue de 17.62%.

	utilidad neta	3,341,940	2,988,090
Rentabilidad Patrimonial (ROE) (utilidad neta/patrimonio)*100	patrimonio	15,177,609	16,957,403
	ROE	22.02%	17.62%

- Por cada sol invertido en los activos se produjo ese año un rendimiento de 2.50% sobre la inversión en el año 2018, y con respecto al año 2017 fue de 2.31%.

Rentabilidad por los activos (ROA)	utilidad neta	3,341,940	2,988,090
	activos	133,765,597	129,217,999
	ROA	2.50%	2.31%

Margen financiero

eto	margen financiero	6,014,669	5,826,109
	neto		
	ventas	9,218,276	9,061,021
	netas	65.25%	64.30%

B. BBVA Banco Continental

		2018	2017
Ratio de rentabilidad neta sobre las ventas (utilidad neta/Ventas netas)*100	utilidad neta	1,476,022	1,387,093
	ventas netas	5,018,111	4,936,029
	margen neto	29.41%	28.10%

Rentabilidad Patrimonial (ROE) (utilidad neta/patrimonio)*100	utilidad neta	1,476,022	1,387,093
	patrimonio	8,358,663	7,659,678
	ROE	17.66%	18.11%

Rentabilidad por los activos (ROA)	utilidad neta	1,476,022	1,387,093
	activos	75,133,417	76,590,967
	ROA	1.96%	1.81%

margen financiero neto	margen financiero neto	3,032,927	3,106,001
ventas netas	ventas netas	5,018,111	4,936,029
		60.44%	62.93%

- Por cada sol que vendió la empresa, obtuvo una utilidad de 29.41% en el año 2018, y en el año 2017 fue de 28.10%.
- Por cada sol que un accionista mantiene, genera un rendimiento de 17.66% sobre el patrimonio en el año 2018, y con respecto al año 2017 fue de 18.11%; por lo tanto hubo una disminución.
- Por cada sol invertido en los activos se produjo ese año un rendimiento de 1.96% sobre la inversión en el año 2018, y con respecto al año 2017 fue de 1.81%.

C. Scotiabank Perú SAA

		2018	2017
Ratio de rentabilidad neta sobre las ventas (utilidad neta/Ventas netas)*100	utilidad neta	1,280,650	1,221,021
	ventas netas	4,243,419	4,126,746
	margen neto	30.18%	29.59%

	utilidad neta	1,280,650	1,221,021
Rentabilidad Patrimonial (ROE) (utilidad neta/patrimonio)*100	patrimonio	8,861,098	8,234,561
	ROE	14.45%	14.83%

	utilidad neta	1,280,650	1,221,021
Rentabilidad por los activos (ROA)	activos	63,813,979	57,763,874
	ROA	2.01%	2.11%

margen financiero neto	margen financiero neto ventas netas	2,489,814	2,431,178
		4,243,419	4,126,746
		58.67%	58.91%

- Por cada sol que vendió la empresa, obtuvo una utilidad de 30.18% en el año 2018, y en el año 2017 obtuvo una utilidad de 29.59%.
- Por cada sol que un accionista mantiene, genera un rendimiento de 14.45% sobre el patrimonio.
- Por cada sol invertido en los activos se produjo ese año un rendimiento de 2.01% sobre la inversión.

D. Banco Internacional del Perú SAA

		2018	2017
Ratio de rentabilidad neta sobre las ventas (utilidad neta/Ventas netas)*100	utilidad neta	1,040,063	902,000
	ventas netas	4,009,524	3,716,448
	margen neto	25.94%	24.27%

	utilidad neta	1,040,063	902,000
Rentabilidad Patrimonial (ROE) (utilidad neta/patrimonio)*100	patrimonio	5,306,811	4,757,005
	ROE	19.60%	18.96%

	utilidad neta	1,040,063	902,000
Rentabilidad por los activos (ROA)	activos	47,127,610	45,322,203
	ROA	2.21%	1.99%

margen financiero neto	margen financiero neto	2,173,698	1,949,805
	ventas netas	4,009,524	3,716,448
		54.21%	52.46%

- Por cada sol que vendió la entidad financiera, obtuvo una utilidad de 25.94 %
- Por cada sol que un accionista mantiene, genera un rendimiento de 19.60% sobre el patrimonio.
- Por cada sol invertido en los activos se produjo ese año un rendimiento de 2.21% sobre la inversión.

Tabla 27

Resumen de resultados de ratios de rentabilidad

VARIACIONES 2018- 2017				
RATIOS /BANCOS	BCP	BBVA	SCOTIABANK	INTERBANK
Margen Neto	3.28%	1.31%	0.59%	1.67%
ROE	4.40%	-0.45%	-0.38%	0.64%
ROA	0.19%	0.15%	-0.11%	0.22%
Margen financiero neto	0.95%	-2.49%	-0.24%	1.75%

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y Afp.
Elaborado por: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e interpretación:

En la tabla N.º 27 se observa la variación por los 4 principales ratios escogidos, el banco más afectado tanto en el rendimiento del patrimonio, y el rendimiento sobre la inversión, así como, en el margen financiero neto fue el Banco Scotiabank, teniendo unos porcentajes en negativo.

Con respecto al rendimiento de patrimonio y margen financiero neto, el que tuvo mayor variación a su favor fue el Banco Interbank.

4.1.3. Evaluar la influencia de la transparencia de información en el cumplimiento de los objetivos comerciales.

Tabla 28

Número de reclamos por cada mil soles de ingresos año 2018.

	Bcp	Bbva	Scotiabank	Interbank
Nº reclamos	153527	61050	2412	90800
Ingresos por año	10,477,611	5,563,907	4,485,026	4,582,829
Total	15	11	1	20

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

Elaboración: Pérez y Quipuzco (2019).

Tabla 29

Número de reclamos por cada mil soles de ingresos año 2017

	Bcp	Bbva	Scotiabank	Interbank
Nº reclamos	61625	94878	22885	70122
Ingresos por año	10,011,420	5,447,916	4,352,617	4,329,435
Total	6	17	5	16

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

Elaboración: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e interpretación:

En las tablas N.º28 Y N.º29, se muestra la relación entre las variables, que es el número de reclamos y los ingresos obtenidos durante el año 2018 y 2017, se tomaron aquellos indicadores para poder demostrar y contrastar que nuestra hipótesis cumple.

En la tabla N.º 28, se puede verificar que todos los bancos por cada mil soles de ingresos en el año 2018 obtienen:

- Banco De Crédito Del Perú: 15 reclamos.
- BBVA Banco Continental: 11 reclamos.
- Banco Scotiabank: 1 reclamo.
- Interbank: 20 reclamos.

En la tabla N.º 29, se puede verificar que todos los bancos por cada mil soles de ingresos en el año 2017 obtienen:

- Banco de Crédito Del Perú: 06 reclamos.
- BBVA Banco Continental: 17 reclamos.
- Banco Scotiabank: 05 reclamo.
- Banco Interbank: 16 reclamos.

Se demuestra, que el Banco de Crédito del Perú aumentó sus reclamos del año 2017 al 2018, así como sus ingresos, por lo que detectamos que dicho incremento se debe al realizar más colocaciones en el mercado y usuarios atendidos, pero de la misma manera concluimos que estos clientes se encuentran insatisfechos por el servicio brindado de los mismos, por ende, podemos afirmar que la transparencia de información si influye en el cumplimiento de los objetivos comerciales, pero no de una manera significativa por ser banco líder del Perú.

Con respecto al BBVA Banco Continental, los reclamos han disminuido pero sus ingresos han aumentado, es el segundo banco posicionado a nivel nacional en el sistema financiero, que atiende a una afluencia de público considerable y por ende sus ingresos han aumentado, en la investigación realizada se encontró que ha dedicado tiempo e inversión hacia la calidad del servicio que brinda al cliente y a la transparencia de la información, como por ejemplo cada cliente que se atiende en las oficinas le llega a su correo electrónico una encuesta donde responderá si la información recibida fue suficiente, de la misma forma de la atención del ejecutivo que lo atendió, por ende, podemos afirmar que la transparencia de información si influye en el cumplimiento de los objetivos comerciales.

Con respecto al Scotiabank SAA, los reclamos han disminuido pero sus ingresos han aumentado, se debe a que el banco los días lunes, 45 minutos antes de iniciar la atención al público, se dedican a capacitar a sus colaboradores sobre la calidad, la atención y la información que se le debe brindar al cliente, llamado lunes de calidad, por ende, podemos

afirmar que la transparencia de información si influye en el cumplimiento de los objetivos comerciales.

Con respecto Banco Internacional del Perú, este aumentó sus reclamos del año 2017 al 2018, así como sus ingresos; es el banco que tiene pocas sucursales y una afluencia de público considerable, es el tercer banco posicionado. Podemos afirmar que los reclamos aumentaron debido a que hay gran cantidad de usuarios y pocos establecimientos de atención, lo cual genera que el ejecutivo atienda rápido y no brinde la información correcta o suficiente sobre las cláusulas generales de contratación, además que ofrece productos innecesarios o que no se ajusta a la necesidad del cliente.

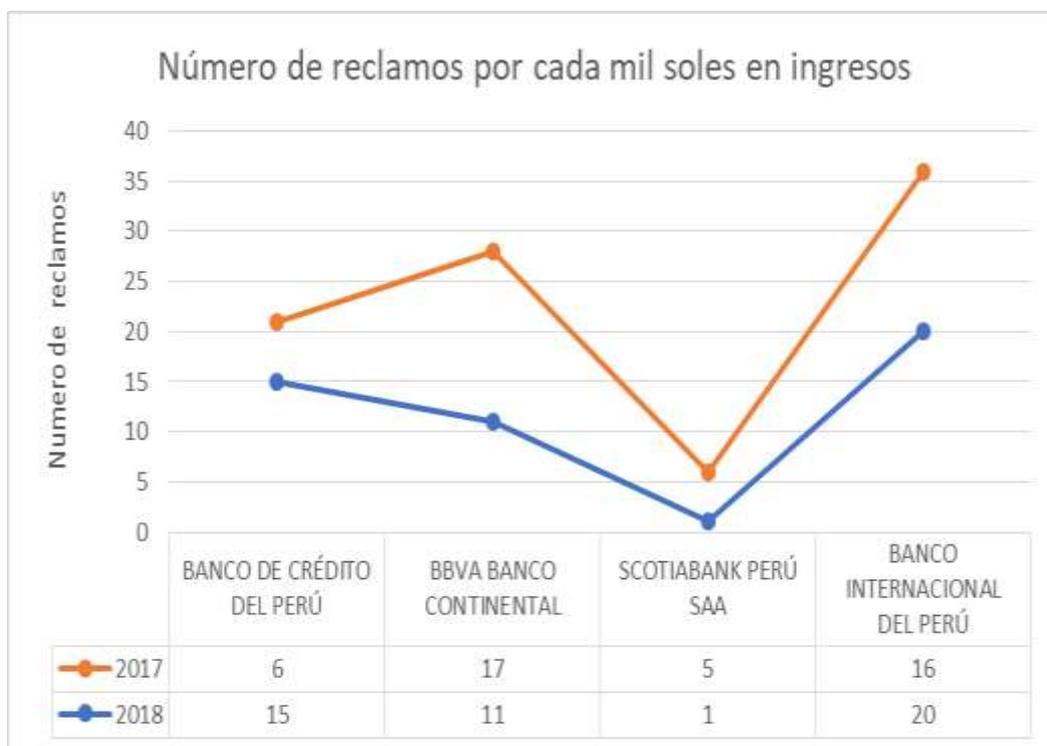


Figura 10. Número de reclamos por cada mil soles en ingresos.
 Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.
 Elaboración: Pérez y Quipuzco (2019).

Análisis e interpretación:

En la figura N.º 10, muestra en el año 2017 que el banco con menor reclamos es el Banco Scotiabank esto significa que por cada 1000 soles de ingreso el banco recibe 5 reclamos mientras que el BBVA Banco Continental tiene el mayor número de reclamos 17 por cada 1000 soles

de ingreso, seguidas por el Banco Internacional y el Banco de Crédito del Perú. En el año 2018 se mantiene el mismo banco con 1 reclamo por cada mil soles de ingreso y en relación al mayor número de reclamos se encuentra el Banco de Crédito del Perú con 15 reclamos por cada mil soles seguido por el Banco Internacional del Perú y BBVA Banco Continental.

4.1.4. Contrastación de hipótesis

A los totales de ingresos y número de reclamos se aplicó el coeficiente de correlación, obteniéndose un valor de $r = 13\%$, lo cual indica que existe una relación entre el total de ingresos y total de reclamos.

Al aplicar la prueba T- Student se obtuvo un $P < 0,05$; lo cual indica que el coeficiente de correlación obtenido es diferente de cero, en otros términos, la transparencia de información no influye significativamente en el cumplimiento de los objetivos comerciales, porque no hay indicios suficientes que muestren una influencia positiva significativa, es decir, se niega la hipótesis.

4.2. Discusión de Resultados

De acuerdo a la información revisada y que ha sido obtenida de los portales web de cada entidad financiera, publicaciones de reconocidos diarios, Indecopi, Bolsa de Valores de Lima, y la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, en el periodo 2017 y 2018, se determinó con respecto a los reclamos, que el Banco de Crédito del Perú aumentó sus cifras en un 25.18%, y el Banco Internacional del Perú en un 1.40%. El BBVA Banco Continental ha disminuido notablemente sus reclamos en un 18.19%, y el Scotiabank Perú SAA disminuyó en 8.39%. (Ver tabla 11). Con respecto al número de sanciones, el BBVA Banco Continental ha disminuido sus sanciones en 6.87% de todos los reclamos que obtuvo. La entidad que aumentó sus cifras fue el Banco Internacional del Perú en 5.81%. (Ver tabla 12). Por último, se analizó cada portal de transparencia de las entidades financieras, comparando así con las cláusulas de la Resolución SBS N°8181-2012- Reglamento de transparencia de información y contratación con usuarios del sistema financiero, encontrando que cada condición exigida por la Superintendencia de Banca, Seguro y AFP se cumple en un 100%.

En ese sentido, existe una similitud con la investigación realizada por Aiquipa, Ramos, Bocángel y Andrade (2018), en el que aplican la teoría según Douissa para medir la transparencia de información, afirmando que el BBVA Banco Continental y el Banco Scotiabank obtienen un 98%, Banco Internacional del Perú un 86% y Banco del Crédito del Perú un 97%. Para Gadea (2018), la transparencia de información hace referencia al cumplimiento de los cuatro principios del pilar V del Buen Gobierno Corporativo, concluyendo que la entidad que demuestra un mayor cumplimiento de transparencia de información es el Banco Internacional del Perú, obteniendo 100% de cumplimiento.

Por lo tanto, los reclamos presentados por los usuarios, se han dado por la falta de conocimiento y de interés hacia los productos adquiridos según su necesidad, los bancos proporcionan información eficiente y conveniente para que el usuario pueda conocer las características principales y los parámetros que exigen las entidades bancarias antes de contratar un producto. Además, el consumidor peruano se interesa por la TEA que ofrece cada banco,

comparándolos entre sí y tomando una decisión apresurada eligiendo la tasa de interés más reducida sin tomar en cuenta las cláusulas generales de contratación, y solo se enfocan en obtener su producto de manera rápida

Gadea (2018) sostiene que los objetivos comerciales de los bancos se definen con el incremento porcentual positivo de sus colocaciones de productos o servicios financieros (activos o pasivos) de un año a otro, así como el aumento de su utilidad neta. En tal sentido, se ha evaluado el cumplimiento de los objetivos comerciales, analizando los ingresos, utilidad y ratios de rentabilidad, utilizando información de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV), los resultados demuestran que, en los cuatro bancos, los ingresos del año 2018 se incrementaron entre 2% a 6% con relación al año anterior, y las utilidades entre 4% y 15%, además el margen neto en los cuatro bancos ha variado positivamente (tabla 27). Con lo expuesto por el autor, estamos de acuerdo ya que, al obtener los resultados, ambos se presentan de igual manera, además, tomando en cuenta las mismas entidades financieras, además, los resultados obtenidos demuestran que en los cuatro bancos cumplen sus objetivos comerciales, indistintamente del número de reclamos obtenidos.

Se evaluó la influencia de la transparencia de información en el cumplimiento de los objetivos comerciales, tomando el número de reclamos de cada banco según la muestra, con los ingresos netos por año, provenientes de intereses y la prestación de servicios financieros. Realizando la relación entre ambas variables se determinó que, por cada mil soles de ingresos en el año 2018, ha obtenido 20 reclamos, demostrando que el Banco Internacional del Perú es el banco con menor transparencia. Encontrando así, solo la relación directa entre el número de reclamos y el cumplimiento de objetivos comerciales. Esto quiere decir que en teoría esta entidad bancaria cumple al 100% con transparencia de información, pero en la práctica la cantidad de reclamos demuestra lo contrario, pero ello no impide que cumpla con sus objetivos comerciales. Así lo afirma Gadea (2018), concluyendo que ha identificado una relación directa entre el número de reclamos por asimetría de información y el cumplimiento de objetivos comerciales de los Bancos que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima, el caso más relevante es el Banco

Internacional del Perú al que el que cumple con la totalidad de los principios de Buen Gobierno Corporativo Pilar V (Transparencia de información) en los años 2014, 2015 y 2016, sin embargo, por cada sol de ingresos que percibe por intereses y prestación de servicios financieros obtiene un promedio de 2,3 y 4 reclamos respectivamente.

Finalmente, al realizar la contrastación de hipótesis mediante el coeficiente de correlación, se obtuvo un $r=13\%$, lo cual indica, que existe relación, y, al aplicar la prueba T – Student se obtuvo que la transparencia de información no influye significativamente en el cumplimiento de los objetivos comerciales, porque no hay indicios suficientes que muestren una influencia positiva significativa, es decir, se niega la hipótesis, tal como también lo afirma Gadea (2018), que en su estudio concluye que los principios del Pilar V “transparencia de información” no repercuten significativamente en el cumplimiento de los objetivos de los bancos inscritos en la Bolsa de Valores de Lima al igual que el número de reclamos de dichas entidades, sin embargo, estos últimos generan una inadecuada reputación corporativa y por ende desconfianza en los clientes al momento de tomar decisiones.

CONCLUSIONES

1. La transparencia de información tiene como finalidad brindar una información clara y oportuna sobre el producto o servicio que desea adquirir el cliente, optando por una decisión de consumo responsable. En cuanto a la transparencia de información se concluye que si cumplen las cuatro entidades bancarias con la transparencia de información difundida en sus portales webs o canales hacia los usuarios. Y que a la vez, los números de reclamos no afectan de manera primordial a su transparencia de información, lo que si genera es la mala reputación de la entidad, porque se realizan reclamos de manera inconsciente.
2. El cumplimiento de los objetivos comerciales se analizó mediante el nivel ingresos, la utilidad y el nivel de rentabilidad obtenidos en ambos periodos. Con respecto a los ingresos todos los bancos han tenido una variación positiva. Con respecto a las utilidades, de la misma manera que los ingresos, hubo un incremento a favor de los bancos. Por último, al analizar el índice de rentabilidad, el Banco de Crédito del Perú y el Banco Internacional del Perú son los únicos que han logrado tener un crecimiento constante, en cambio el BBVA Banco Continental y el Banco Scotiabank SAA han tenido disminuciones notables.
3. Se analizó la relación entre el número de reclamos y el cumplimiento de los objetivos comerciales de los bancos. El caso más relevante es el BBVA Banco Continental con respecto al año 2017, ya que cumple con la totalidad de las condiciones del reglamento, sin embargo, presenta el mayor número de reclamos, esto es 17 reclamos por cada mil soles de ingresos que percibe por intereses y prestación de servicios financieros, disminuyendo a 11 reclamos en el periodo 2018. La entidad bancaria cumple al 100% la transparencia de la información, pero en la práctica la cantidad de reclamos no limita el cumplimiento de sus objetivos comerciales.

4. Las entidades bancarias tuvieron una variación positiva de ingresos, utilidad y rentabilidad en el año 2018 con respecto al año anterior, es decir, que las entidades financieras llegan a lograr sus metas planteadas anualmente indistintamente de cómo se brindó la información al cliente, concluyendo que la transparencia de información no influye significativamente en el cumplimiento de los objetivos comerciales, porque no hay indicios suficientes que muestren una influencia positiva significativa, es decir, se niega la hipótesis.

RECOMENDACIONES

1. La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP debe realizar modificaciones en el Reglamento de transparencia de Información y contratación con usuarios del sistema financiero, en el cual se tome en cuenta a los clientes para proponer que los bancos plasmen en sus diferentes canales una información precisa, oportuna y transparente logrando un equilibrio entre banco – cliente; esto se recomienda porque al revisar las condiciones del Reglamento se observó que existen palabras técnicas relacionadas al sistema financiero el cual no permite una comprensión, es decir, lo que desea transmitir el banco al usuario, generando confusión al recepcionar la información o desinterés por parte del cliente.
2. La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP debe exigir que las entidades bancarias difundan de manera constante a través de medios de comunicación la información necesaria hacia el cliente sobre sus productos y las cláusulas de contratación dónde el cliente pueda comprender sobre el tema de manera sencilla.
3. Implementar encuestas hacia los clientes después de una atención y utilizarlos como termómetro que permita medir la reputación corporativa y el grado de confiabilidad en el mercado, de esta forma se espera lograr que el ejecutivo al atender al cliente se encuentre en la obligación de brindar una información clara, eficiente y precisa sobre la información requerida gestionando y creando asimismo un vínculo comercial con el cliente a largo plazo para futuros créditos.
4. La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP es la entidad reguladora que protege y vela por los derechos del usuario ante las entidades bancarias, y que la información brindada y recibida por parte de ellos sea eficiente, suficiente y sincerada para la toma de decisiones; por lo tanto se recomienda difundir de manera constante estos lineamientos que generen conciencia en el consumidor. Y así evitar reclamos injustificados, y provoque la mala reputación de la entidad bancaria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros

- Aching, C. (2005). *Guía rápida ratios financieros y matemáticas de la mercadotecnia*. Serie Mypes Prociencia y cultura S.A.: Lima – Perú.
- Apaza, M. (2015). *Auditoría Financiera Basada en las normas Internacionales de Auditoria, Conforme a las NIIF*. Perú: Instituto Pacifico S.A.C.
- Banco continental BBVA (2017). *Manual teórico práctico del Curso de Transparencia de Información*. Lima- Perú. p 1.
- Bushman, R. M., Piotroski, J. D., & Smith, A. J. (2004). What Determines Corporate Transparency? *Journal of accounting research*, 42(2), 207-252.
- Calderón, J. (2008). *Contabilidad Gerencial I (Teoría y Práctica)*, Perú: JCM Editores.
- Clarke, T. (1998). *The stakeholder corporation: a business philosophy for the information age*. Long Range Planning: 31, 182-184.
- Clarkson, M.B.E. (1995). *A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance*. *Academy of Management Review*: 20(1), 92-117.
- Flores, J. (2010). "Estados Financieros" *Teoría y Práctica*. Lima Perú: Editorial Entrelíneas.
- Garicano, T. (1998). *Los Distintos Modelos y Actitudes ante el Gobierno de la Empresa: Stockholders y Stakeholders*. *Información Comercial Española*, nº 769, pp. 23–34.
- Horne, V. (2002). *La Administración Financiera del Capital de Trabajo* (Primera ed.). México: Pirámide.
- Méndez, M. (2005). *Ética y responsabilidad social corporativa*. *Información Comercial Española*, ICE: *Revista de economía*, ISSN 0019-977X, vol. 823, 2005, pp. 141-150.
- Moyer, R; Mcguigan, J & Kretlow, W. (2000). *Administración Financiera Contemporánea (Sétima ed.)*. México: Thomson.
- Rodríguez, E. (2010). Las nuevas medidas de Basilea III en materia de capital. *Estabilidad financiera*, 19, 9-20, 9-20.

Tesis

- Aiquipa, Ramos, Bocángel y Andrade(2018). *Transparencia Corporativa en el Sector Bancario en Lima Metropolitana,2018*. Tesis para optar el grado de magister en administracion estrategica de empresas. Lima, Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13197/AIQUIPA_RAMOS_TRANSPARENCIA_BANCARIO.pdf?sequence=1
- Barr Valderrama, A. (2013). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación-Agencia Víctor Larco-2011*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración. Trujillo, Perú. Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2506/barr_adelita.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chambi Condori, A. (2015). *Ausencia de transparencia en la información pública de los gobiernos locales y la insuficiente fiscalización del estado en la región Puno*. Tesis para optar el grado académico de Doctor en derecho. Juliaca, Perú. Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez. Recuperado de <http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/292/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gadea Avila, J. (2018). *La transparencia de información del buen gobierno corporativo y el cumplimiento de objetivos comerciales de los bancos inscritos en la bolsa de valores de Lima*. Tesis para optar el título de Contador Público. Trujillo, Perú. Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/10278/gadeaavila_jazmin.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jorge, D. y Zárate, Z. (2014). *Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del BBVA Continental sucursal Huancayo-2011*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Huancayo, Perú. Universidad Nacional del Centro del Perú. Recuperado de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3828/Jorge%20Coronel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- López, M. y Serrato, W. (2014). *El Gobierno Corporativo como un determinante de la rentabilidad y creación de valor en las empresas del índice bursátil COLCAP*

en el periodo 2008-2012. Tesis para optar de maestro en administración económica y financiera. Colombia. Pereira, Colombia. Universidad Tecnológica de Pereira. Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/5068/6584012L864G.pdf?sequence=1>

Martínez Tovar, F. (2012). *Servicio al cliente en las agencias bancarias de la mesilla, Huehuetenango*. Tesis para optar el grado de licenciado en Administración de empresas. Guatemala. Universidad Rafael Landívar. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/01/01/Martinez-Francis.pdf>

Mora García, C. (2015). *El buen gobierno corporativo y su incidencia en el cumplimiento de los objetivos y nivel de desempeño de las cajas municipales de ahorro y crédito*. Tesis para optar el título profesional de contador público. Trujillo, Perú. Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/920/moragarcia_celest e.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Nieto Salizar, K. (2017). *Cumplimiento de estándares de transparencia como práctica de buen gobierno corporativo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Quillacoop-Sede Quillabamba*. Tesis para optar el grado de Magíster en derecho de la empresa. Lima, Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/8370/NIETO_SALIZAR_KATIA_AHORRO_CREDITO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quesada Martin, E. (2013). *El buen gobierno corporativo y el modelo de resultado Global*. Tesis para optar el grado de doctor. Madrid, España. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/22422/1/T34681.pdf>

Medios Electrónicos

Alva, M. (2019). Ganancias de bancos a noviembre superan a las de todo el 2017. (05 de enero del 2019). *Empresa editora El Comercio S.A.* Recuperado de <https://gestion.pe/economia/ganancias-bancos-noviembre-superan-2017-254769>

- Arcoraci, E. (s.f). Ratios financieros. Recuperado de <http://www.utntyh.com/wpcontent/uploads/2011/11/Apunte-Unidad-3-Ratios-Financieros.pdf>
- Arturo (2012). *Ratios Financieros*. Perú: Crece Negocios. Recuperado de <http://www.crecenegocios.com/ratios-financieros/>
- Baumann, U., & Nier, E. (5 de mayo de 2011). *La Disciplina de Mercado y la Estabilidad Financiera: Algunas Evidencias Empíricas. Industria Financiera y el Reglamento División, el Banco de Inglaterra, Informe sobre Estabilidad Financiera*. Recuperado de <https://www.bankofengland.co.uk/publications/fsr/2003/fsr14art7.pdf>
- Bushman, R. M., & Smith, A. J. (2003). Transparency, financial accounting information, and corporate governance. *FRBNY Economic Policy Review*, 65-81. Recuperado de <https://www.newyorkfed.org/medialibrary/media/research/epr/03v09n1/0304bush.pdf>.
- Decreto supremo n° 0093-2002, Ley del Mercado de Valores (2012). *Título I del Texto Único Ordenado (TUO)*. [En línea]. Consultado: [11, marzo, 2019] Recuperado de: https://www.smv.gob.pe/Frm_SIL_Detalle.aspx?CNORMA=DS_0093200200000&CTEXTO=
- Diccionario empresarial Wolters Kluwer (2016). Recuperado de http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4slIAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASMTC3NDtbLUouLM_DxblwMDS0NDQ3OQQGZapUt-ckhIQaptWmJOcSoAgVFFeTUAAAA=WKE
- EE.UU.: el escándalo de los millones de cuentas fantasma abiertas por los empleados del banco Wells Fargo sin el conocimiento de sus clientes. (09 de setiembre del 2016). *BBC Mundo*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-37314856>
- Indecopi (2018). *Reporte de estadísticas institucionales*. Recuperado de https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/387120/IV_TRIMESTRE/c940d4b4-2ea5-c6e1-e0de-1fab2bd79d29

- Intelligence, A. E. (2017). *Ránking 2017: conozca los 25 mejores bancos de América Latina*. Recuperado de <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/ranking-2017- conozca-los-25-mejores-bancos-de-america-latina>
- Ley N° 29571 (2012), *Código de Protección y defensa del consumidor*, [En línea]. Consultado: [11, marzo, 2019]. Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/CodigoDProteccionyDefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e>
- Ley N° 29888 (2012), *Ley que modifica la Ley 29571, código de protección y defensa del consumidor, y la ley 28587, ley complementaria a la ley de protección al consumidor en materia de servicios financieros, sobre transparencia de la información y modificaciones contractuales*, [En línea]. Consultado: [11, marzo, 2019]. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-la-ley-29571-codigo-de-proteccion-y-defens-ley-n-29888-805832-1/>
- Palomo Izquierdo, I. (2015). *Objetivos comerciales: definición y estrategias*. Recuperado de <https://www.linkedin.com/pulse/objetivos-comerciales-definici%C3%B3n-y-estrategias-palomo-izquierdo>
- Perú Retail (2015). ¿Cuáles son las entidades bancarias que tienen mayor número de reclamos y sanciones en Perú?. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/entidades-bancarias-tienen-mayor-numero-reclamos-sanciones-peru/>
- Resolución S.B.S. N° 8181 – 2012 (2012), *Título II del Reglamento de Transparencia de Información y contratación con usuarios del Sistema Financiero*, [En línea]. Consultado: [11, marzo, 2019]. Recuperado de https://intranet2.sbs.gob.pe/dv_int_cn/763/v4.0/Adjuntos/8181-2012.R.pdf
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2018). *Basilea II y Basilea III*. Recuperado de <http://www.sbs.gob.pe/regulacion/basilea-ii-y-basilea-iii>
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2018). *Evolución del sistema financiero*. Recuperado de <https://intranet2.sbs.gob.pe/estadistica/financiera/2018/Diciembre/SF-2103-di2018.PDF>

Revistas

Mercedes Álvarez Isla (02 de febrero del 2018). Métodos de análisis financieros (Parte I). *Actualidad Empresarial Revista de investigación y negocios*, Segunda Quincena enero 2018 (391), p. VII-1.