

**EL CONTRATO BANCARIO Y LOS PRINCIPIOS DE PROTECCIÓN AL  
CONSUMIDOR FINANCIERO EN LA CIUDAD DE CHICLAYO DURANTE EL AÑO  
2019**

**THE BANKING CONTRACT AND THE PRINCIPLES OF PROTECTION FOR THE  
FINANCIAL CONSUMER IN THE CITY OF CHICLAYO DURING THE YEAR 2019**

Lizetty Aracely Fuentes Ordoñez<sup>1</sup>



Fecha de recepción: 21 de setiembre de 2020

Fecha de aprobación : 26 de noviembre de 2020

DOI: 10.26495/rcs.v13i2.1447

**Resumen**

*La presente investigación ha sido denominada “El contrato bancario y los principios de protección al consumidor financiero en la ciudad de Chiclayo durante el año 2019”, el cual tuvo como objetivo principal determinar el nivel de cumplimiento de los principios de protección al consumidor en los contratos bancarios. En ese sentido, esta investigación es de tipo cuantitativa correlacional, para lo cual se utilizó un cuestionario y de ese modo obtener informaciones sobre la realidad problemática y se utilizó, además, el análisis documental, siendo que se ha analizado contratos bancarios y resoluciones emitidas por el Tribunal de INDECOPI. En los resultados se encontraron que el consumidor nunca recibe información veraz sobre los productos o servicios bancarios antes de adquirir, a ello se suma también el 1% quien indicó que ello casi nunca ocurre, además que, la entidad financiera no actúa de acuerdo al principio de la buena fe de confianza y lealtad en la elaboración del contrato. Finalmente se concluye que los bancarios afectan el principio de buena fe, ya que generalmente contienen cláusulas que traen mayor beneficio a la empresa proveedora sobre el consumidor, las mismas que no son explicadas de forma adecuada antes de la celebración del contrato, para lo cual es necesario establecer normativas, que de alguna manera obliguen que se brinde información adecuada, y veraz sobre el producto o servicio que va adquirir al consumidor, y darle una explicación adecuada de las implicancias del contrato en su conjunto, lo que significa que debe eliminarse las cláusulas que afectan el principio de buena fe, y que traen mayor beneficio a la empresa proveedora sobre el consumidor, las mismas que no son explicadas de forma adecuada antes de la celebración del contrato.*

**Palabras clave:** cláusulas, principios, contratos, INDECOPI, consumidor financiero, buena fe.

**Abstract**

*This research has been called "The banking contract and the principles of financial consumer protection in the city of Chiclayo during the year 2019", whose main objective was to determine the level of compliance with the principles of consumer protection in contracts banking. In this sense, this research is of a correlational quantitative type, for which a questionnaire was used and in this way obtain information on the problematic reality and, in addition, the documentary analysis was used, since bank contracts and resolutions issued by the INDECOPI Court. In the results, it was found that the consumer never receives truthful information about banking products or services before purchasing, to which is also added the 1% who indicated that this almost never occurs, and that the financial institution does not act according to the principle. of the good faith of trust and loyalty in the elaboration of the contract. Finally, it is concluded that the banks affect the principle of good faith, since they generally contain clauses that bring greater benefit to the provider company over the consumer, the same that are not adequately explained before the*

---

<sup>1</sup>Bachiller en Derecho por la Universidad Señor de Sipán, Lambayeque, Perú. [fordonezlizetty@crece.uss.edu.pe](mailto:fordonezlizetty@crece.uss.edu.pe) , <https://orcid.org/0000-0001-6417-6492>

*conclusion of the contract, for which it is necessary to establish regulations, which in some way compel the provision of adequate and truthful information about the product or service that the consumer is going to acquire, and give him an adequate explanation of the implications of the contract as a whole, which means that the clauses must be eliminated that affect the principle of good faith, and that bring greater benefit to the supplier company over the consumer, the same that are not adequately explained before the conclusion of the contract.*

**Key words:** clauses, principles, contracts, INDECOPI, financial consumer, good faith.

## **1. Introducción**

En el Perú se busca proteger al consumidor a través de los principios recogidos en el Código de protección al consumidor y otras normas que regulan la actividad bancaria, en busca del cumplimiento del artículo 65 de la constitución donde se señala que el Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para ello se salvaguarda el derecho a la información sobre los bienes y servicios que están a su disposición en el mercado.

Tras la celebración de los contratos de adhesión, se ha registrado diferentes situaciones donde ha mediado la exoneración de la entidad financiera, las diferentes e inescrupulosas formas de cobro que vienen aplicadas, las diversas consideraciones y/o contenido del contrato que lo exigen al consumidor para que realice prestaciones que en ningún momento había tenido conocimiento, o que haberlo hecho este lo hizo de manera informada, o cláusulas desventajosas para el consumidor, sin que la información sea adecuada y suficiente antes de la celebración del contrato, como aquellos casos de los contratos de ahorro, las tarjetas de crédito, y otros., en tanto es importante mencionar que en absolutamente casi todos los casos los clientes se ven enfrentados a cancelar altas tasas de interés, tanto como otras cláusulas que pueden considerarse abusivas, puesto que todas están dirigidas a asegurar protección de la entidad financiera; esto trae a colación la disminución y la pérdida de su patrimonio a través del embargo y el remate, o la pérdida de la capacidad crediticia. En ese sentido, el objetivo general estuvo dirigido a determinar el nivel de cumplimiento de los principios de protección al consumidor en los contratos bancarios de Chiclayo.

Con esta investigación se pretendió beneficiar al consumidor como la parte débil del contrato financiero, quien se ve afectado en su patrimonio o capacidad crediticia, a consecuencia de la celebración de contratos bancarios que, contienen cláusulas generales adhesivas que ha grandes rasgos benefician a la entidad financiera, y que las mismas no son informadas adecuadamente antes de la celebración del mencionado contrato.

Este estudio intentó regular o recodificar las medidas o políticas para garantizar la protección del consumidor y mitigar de alguna manera el problema previsto, buscando dar solución o de alguna manera reformular la protección al consumidor financiero, la cual se encuentra regulada de forma general en el Código de Protección al Consumidor, sin tener en cuenta sus características especiales, para ello se desarrolló la naturaleza del consumidor financiero y los principios de protección, los que a su vez también contribuirán a reforzar las teorías ya existentes, y el progreso de la ciencia jurídica en torno a la protección del consumidor financiero.

Este análisis tiene relevancia social debido a que los servicios y productos ofrecidos por los bancos, representan una de las principales actividades económicas que ayudan al desarrollo de un país, pero que al ser aplicados indebidamente puede ser perjudicial para el consumidor financiero. Con este aporte teórico se contribuirá para soslayar una problemática que existe a nivel nacional.

Maturana (2017) expresa que todas las operaciones financieras se desarrollan haciendo uso de los contratos de adhesión, donde, claramente, existe un desequilibrio en las capacidades para negociar entre las partes que resulta característico en las relaciones de consumo. Añade que en

este tipo de contratos el consumidor, no sólo están impedidos en negociar las condiciones contractuales, sino que se ven obligadas a contratar en este mercado, por la falta de ingresos económicos, que no les permite satisfacer sus las necesidades básicas y la de sus familias.

## 2. Material y métodos

Esta esta investigación la muestra estuvo compuesta por 60 clientes bancarios, 3 contratos generales de bancos de Chiclayo, donde se describió a las clausulas aplicables a todos los servicios o productos que ofrecen y para ello fue necesario la aplicación de criterios éticos como el Consentimiento informado a través de este criterio se ha tenido que los participantes de la investigación sean tratados como personas, y se le respeten sus derechos como él ser informados sobre el instrumento., y la confiabilidad, ya que mediante este se buscó que los datos recogidos con la aplicación de los instrumentos de recolección de datos no vulneren los derechos de quienes han contribuido a la obtención de tales informaciones.

Es una investigación cuantitativa-descriptiva atendiendo a datos estadísticos que contribuyen a un análisis del fenómeno de estudio. Mientras que, el diseño de la investigación es no experimental, puesto que la investigación culminará con una propuesta de solución.

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos que se han utilizado para esta investigación son el análisis documental lo que permitió realizar un análisis de los contratos financieros, así como también la recopilación de información para el marco teórico y metodológico de la misma y la segunda técnica fue el análisis de campo cuyo instrumento de aplicación fue un cuestionario, el cual fue aplicado a la muestra prefijada y cuyos datos serán posteriormente analizados, así también el análisis de contenido para lo cual se ha utilizado una lista de cotejo, para analizar el contenido de los contratos generales de los bancos.

## 3. Resultados

**Tabla 1:**

*La entidad financiera actúa de acuerdo principio de la buena fe de confianza y lealtad en la elaboración del contrato*

ÍTEMS	N°	%
<b>Nunca</b>	19	31,7%
<b>Casi Nunca</b>	25	41,7%
<b>Me abstengo de opinar</b>	11	18,3%
<b>Casi siempre</b>	1	1,7%
<b>Siempre</b>	4	6,7%
<b>TOTAL</b>	60	100%

*Nota: Encuesta aplicada a Clientes de entidades bancarias*

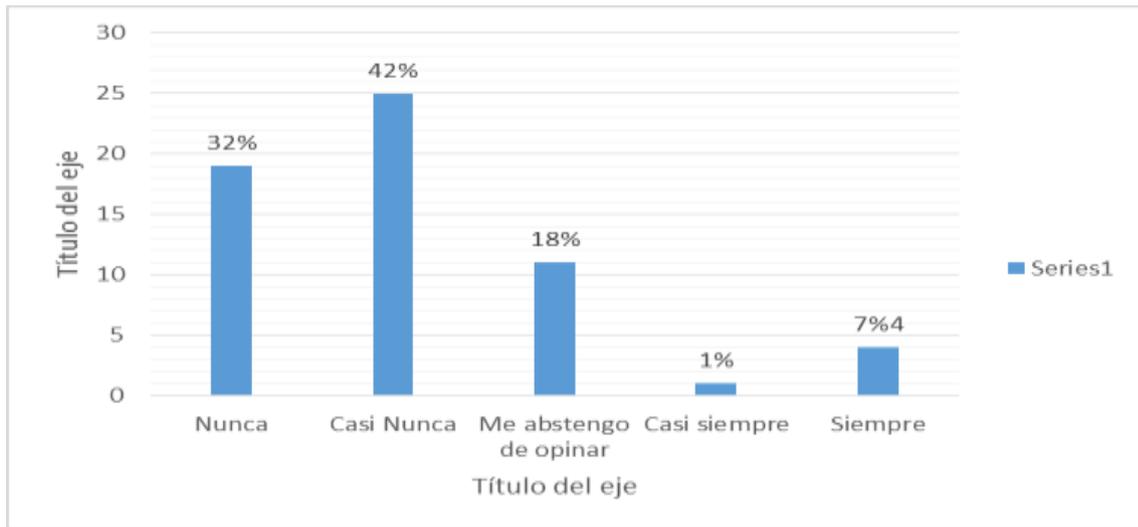


Figura 1. Principio de buena fe de confianza y lealtad en la elaboración del contrato

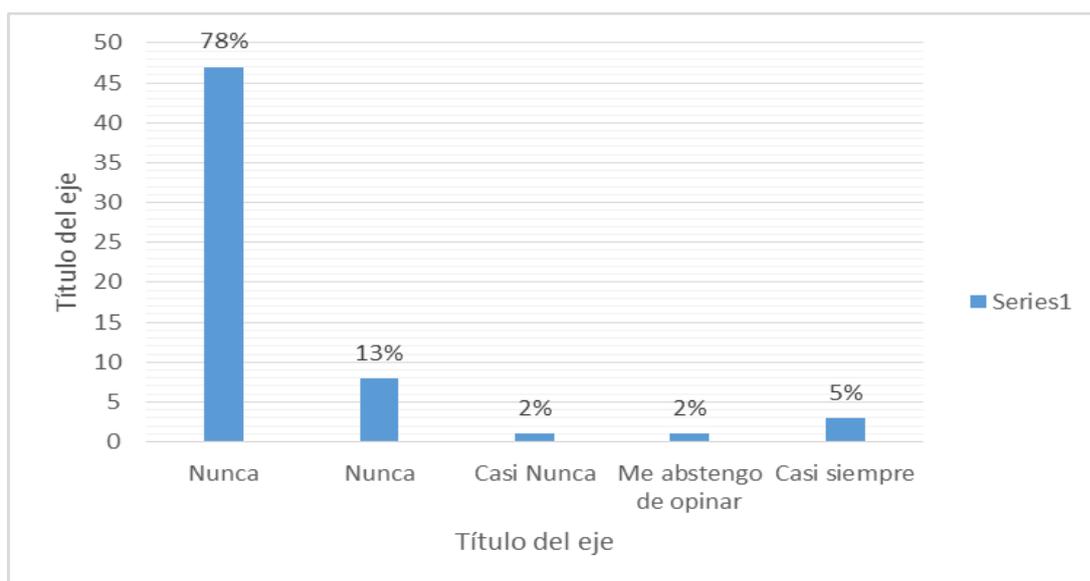
Nota: se ha registrado que el 43% de los informantes ha precisado que casi nunca la entidad financiera actúa de acuerdo al principio de la buena fe de confianza y lealtad en la elaboración del contrato; sin embargo, hay también un 7% de los mismos encuestados quienes precisan que siempre ocurre ello.

**Tabla 2:**

*Negocio sobre las cláusulas generales para firmar contratos con algún banco*

ÍTEMS	N°	%
Nunca	47	78,3
Nunca	8	13,3
Casi Nunca	1	1,7
Me abstengo de opinar	1	1,7
Casi siempre	3	5,0
Siempre		
	60	100%

Nota: Encuesta aplicada a Clientes de entidades bancarias



*Figura 2. Negociación de las cláusulas para la firma de contrato con bancos*

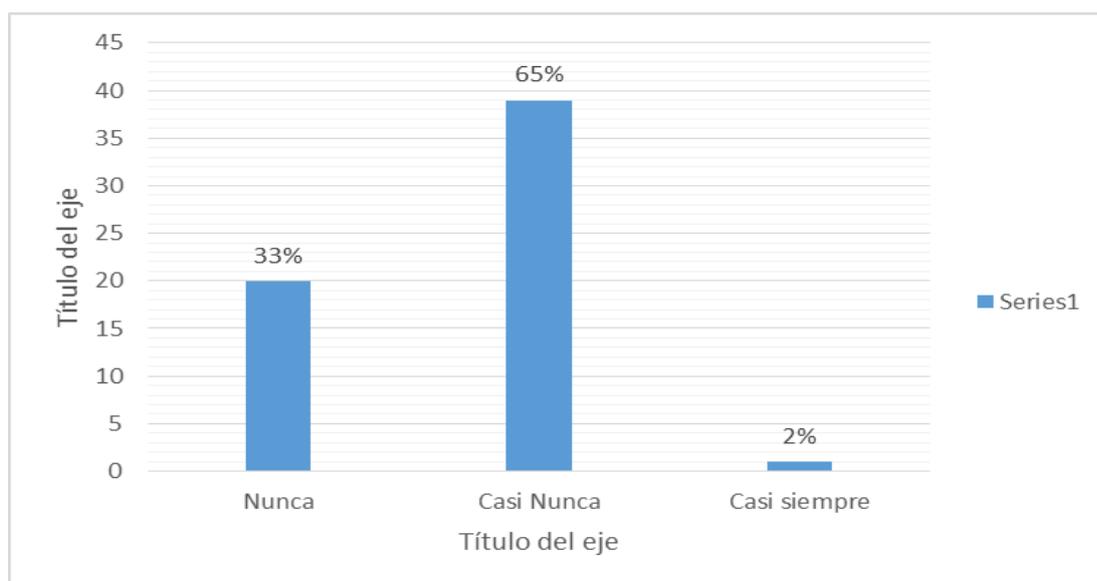
*Nota:* se ha registrado que el 78% de los encuestados han indicado que nunca han realizado negociación de las cláusulas generales para la firma de un contrato bancario, lo cual discrepa con el 5% de los encuestados quienes por el contrario han indicado que siempre se les ha permitido realizar tal negociación.

**Tabla 3:**

*Información adecuada del tipo de producto o servicio financiero para adquirirlo*

ÍTEMS	N°	%
<b>Nunca</b>	20	33,3
<b>Casi Nunca</b>	39	65,0
<b>Casi siempre</b>	1	1,7
<b>Siempre</b>		
	60	100%

*Nota:* Encuesta aplicada a Clientes de entidades bancarias



*Figura 3. Información adecuada del tipo de producto o servicio financiero para ser adquirido*

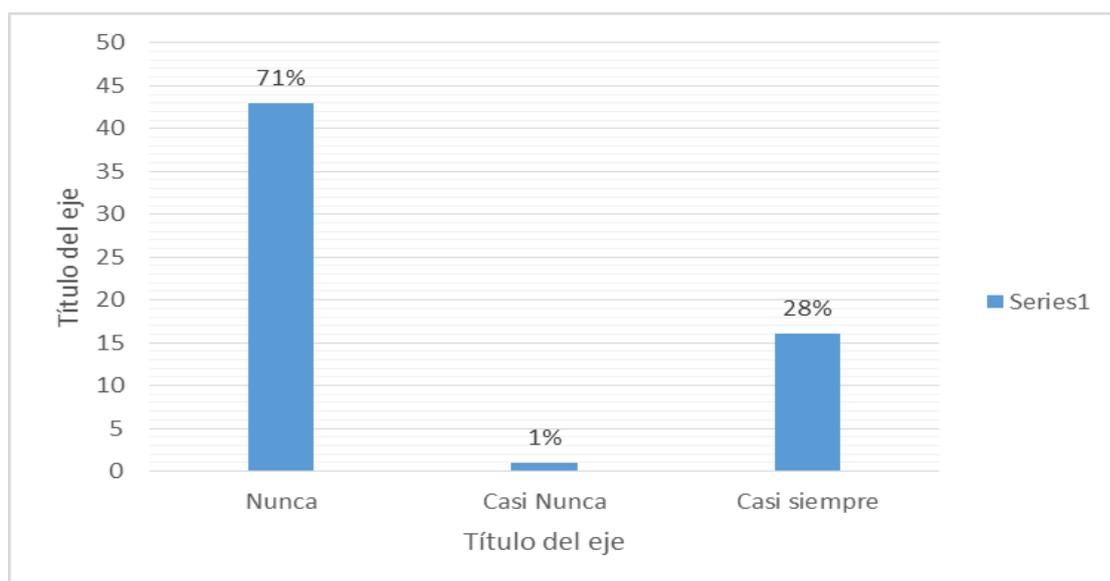
*Nota:* se ha registrado un 65% de los encuestados han indicado que no reciben información adecuada sobre el tipo de producto o servicio que prestan las entidades bancarias, lo cual discrepa con el otro 2% de los mismos encuestados quienes por el contrario han indicado que casi siempre si recibe dicha información.

**Tabla 4:**

*Recibo información veraz del tipo de producto o servicio financiero para adquirirlo*

ÍTEMS	N°	%
<b>Nunca</b>	20	33,3
<b>Casi Nunca</b>	39	65,0
<b>Casi siempre</b>	1	1,7
<b>Siempre</b>	60	100%

*Nota:* Encuesta aplicada a Clientes de entidades bancarias



*Figura 4. Información veraz del tipo de producto o servicio bancario*

*Nota:* se ha registrado que el 72% de los encuestados ha indicado que nunca recibe información veraz sobre los productos o servicios bancarios antes de realizar la adquisición del mismo, pero entre los resultados también se ha identificado a un 27% quienes por el contrario han precisado que ello ocurre casi siempre.

#### 4. Discusión

De acuerdo al objetivo general determinar el nivel de cumplimiento de los principios de protección al consumidor en los contratos bancarios en la ciudad de Chiclayo durante el año 2019. Después de haber revisado los contratos generales de los bancos (Continental, Crédito del Perú e Interbank) , encontramos que los tres brindan información veraz y apropiada, sin embargo, frente a cambios unilaterales en las tasas, penalidades, comisiones, cambios en el contrato, condicionan al cliente para resolver el contrato al pago íntegro de la deuda que hubiere a favor del banco, afectando así al principio de buena fe, lo que a la vez afecta la soberanía del consumidor impidiendo que se tome decisiones libres. Agregado a ello, del cuestionario aplicado para efectos de esta investigación se encontró que el 78% de los encuestados ha indicado que nunca han realizado negociación de las cláusulas generales para la firma de un contrato bancario; y Los encuestados en un 40% han señalado no poder modificar ninguna cláusula general para la firma de un contrato con el banco, a ello se le suma otro 51% con la premisa de casi nunca. Frente a ello Egoavil (2018) en la investigación denominada “Programa de Segunda Especialidad en Derecho de Protección al consumidor: las condiciones de activación en los contratos de seguro como supuestos de cláusulas abusivas” señala que dentro de los contratos con cláusulas generales de contratación y de adhesión, el consumidor no tendrá la capacidad de que negocie cada una de las cláusulas que se encuentran dentro del contrato, sin embargo recaerá en el SBS la responsabilidad de que se analice las cláusulas que se incluye en el contrato que firme un usuario. Por su parte Herrera (2015) en la investigación denominada “Análisis Jurídico de la Cláusulas abusivas en los contratos de consumo” señala el autor dentro de un marco del Sistema de protección de los consumidores, las entidades suele contar con todo los datos completos, que también tienen a disposición de los consumidores con respecto a lo que sería la calidad y precio de servicio que pueden ofrecer, las condiciones del mercado así como cláusulas en las que se basan las relaciones contractuales; sin embargo esta información es limitada pues no sería suficiente como para que el consumidor conozca sobre el tipo de garantía que ofrecen los productores, la distribución del riesgo contractual, disposiciones limitativas de responsabilidad, mecanismos de crédito, condiciones de ejecución, entre otras siendo estas solo algunas que tiene que ser considerados si se busca la auténtica protección a los consumidores e incluso limitándose o excluyéndose las obligaciones contractuales. De todo ello se desprende que actualmente los contratos bancarios, como cualquier otro contrato de adhesión, predispone las cláusulas que van a regir sobre el servicio o producto que se ofrece al consumidor; mientras este último solo tiene la posibilidad de aceptar o rechazar el producto bajo las clausulas predispuestas.

Ello lo notamos al revisar cada uno de los objetivos específicos. Así para el objetivo específico analizar los contratos bancarios en relación al principio de soberanía del consumidor en la ciudad de Chiclayo durante el año 2019, en esta investigación se recogió que el 45% de los informantes ha señalado que casi nunca puede elegir libremente el tipo de servicio que ofrece la entidad bancaria, a ello se le suma un 20% que señala que nunca pueden elegir libremente, un 65% han indicado que no reciben información adecuada sobre el tipo de producto o servicio que preste la entidad bancaria, a ello se le suma un 33% que indicó que nunca han recibido información oportuna, a ello hay que agregar lo revisado de los contratos de donde se pudo evidenciar que frente a cambios unilaterales en las tasas, penalidades, comisiones, cambios en el contrato, condicionan al cliente para resolver el contrato al pago íntegro de la deuda que hubiere a favor del banco, afectando la soberanía del consumidor impidiendo que tome decisiones libres. Sobre esto Pineda (2017) en su investigación “Asimetría informativa, publicidad engañosa y el principio de soberanía del consumidor” ha demostrado que el tipo de la publicidad y la asimetría informativa, tienen una alta influencia sobre la Soberanía del Consumidor, impidiendo que estos elijan libremente el producto o servicio entre todos los ofertados. De allí podemos señalar que, el contrato bancario afecta la soberanía del consumidor, ya que para que el consumidor acceda a firmarlo, se le induce con publicidades engañosas e información asimétrica, que le impide elegir el mejor producto entre todos los que se ofrecen en el mercado, y cuando se le impide resolver los contratos, frente a

cambios unilaterales en las tasas, penalidades, comisiones, condicionando al cliente al pago íntegro de la deuda que hubiere a favor del banco.

Ello nos damos cuenta al cumplir con el segundo objetivo específico, analizar los contratos bancarios en relación al principio de transparencia en la ciudad de Chiclayo durante el año 2019, dado que en esta investigación se recogió que el 67% de los encuestados ha indicado que casi nunca existe un libre acceso a la información de los productos o servicios bancarios, a ello se suma un 8% que precisa que nunca ocurre ello, el 72% de los encuestados ha indicado que nunca recibe información veraz sobre los productos o servicios bancarios antes de adquirir, a ello se suma también el 1% quien indicó que ello casi nunca ocurre, y el 58% de los informantes ha indicado que casi nunca recibe información apropiada acerca del tipo de producto o servicio bancario, a ello se suma un 34% quien también indicó que nunca ocurre; aunque después de haber revisado los contratos generales de los bancos, encontramos que los tres brindan información veraz y apropiada. Pero a ello Aguilera (2018) en su tesis “Los contratos de adhesión de seguros en relación a los derechos del consumidor en Ecuador”, ha evidenciado que los derechos de los consumidores que adquieren una póliza de seguro a través de la celebración de un contrato de adhesión, están siendo vulnerados no de fondo, sino, de forma; lo que posiblemente se deba al gran nivel de desinformación que presenta el asegurado al momento de adquirir dicho servicio y, es precisamente ello lo que conlleva a que no puedan hacer respetar sus derechos e intereses. En tanto que, al no existir una correcta información del servicio que desea adquirir el consumidor, es que se genera un trato abusivo por parte de los empresarios, diseñando métodos comerciales coercitivos o desleales para el consumidor y en perjuicio de sus derechos. De todo ello se desprende que los contratos bancarios afectan el principio de transparencia, aunque en su redacción, brindan información veraz y apropiada, pero para su consolidación, previamente no se le brinda información adecuada, y veraz sobre el producto o servicio que va adquirir al consumidor, y peor aún no se le explica las implicancias del contrato y tampoco se le da acceso libre a los contratos previamente antes de ser firmados.

Además en cuanto al tercer objetivo específico, Analizar los contratos bancarios en relación al principio de buena fe en la ciudad de Chiclayo durante el año 2019, se encontró en la presente investigación que un 43% de los informantes ha precisado que casi nunca la entidad financiera actúa de acuerdo al principio de la buena fe de confianza y lealtad en la elaboración del contrato, a ello se le suma un 32% quienes opinan lo mismo, a ello también después de haber revisado los contratos generales de los bancos, encontramos que los tres brindan información veraz y apropiada, sin embargo, frente a cambios unilaterales en las tasas, penalidades, comisiones, cambios en el contrato, condicionan al cliente para resolver el contrato al pago íntegro de la deuda que hubiere a favor del banco, afectando así al principio de buena fe. Al respecto Martín (2018) en su investigación “La Acción colectiva como medio eficaz de protección al consumidor en los contratos de tarjetas de crédito.” Señala que la complejidad de información financiera es un campo apto para el ejercicio de prácticas abusivas o la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos, que la buena fe y el principio de responsabilidad empresaria son factores que deben estar presente durante toda la relación de consumo. Sin embargo, Rodríguez (2013) en la investigación desarrollada la cual denomino “La Tutela del consumidor contra cláusulas Abusivas” señaló que se estarían dando situaciones de desigualdad o inequidad entre ambas partes de quienes conformarían el contrato, sustentándose que hasta podría llegarse a eliminar totalmente los derechos del consumidor siendo esta una preocupación legítima, por cuanto efectivamente en las relaciones pactadas que se originan en los mercados de consumo, concretamente dada entre los usuarios de tarjetas de crédito, tenedores de éstas últimas que resultan maltratados con reglas de decisión unilateral, las cuales no fueron notificadas claramente a la parte de quien contrato aquel servicio. Mencionándose que será de conocimiento popular que las cláusulas generales de contratación, en un contrato de tarjeta de crédito, es presentado en un formato que no acepta negociación de ninguna manera; y peor aún que por la entidad en donde se contrató el servicio no darían una buena explicación sobre este tipo de contratos siendo perjudicado solamente el consumidor del

servicio. Por otra parte en la doctrina sobre el principio de buena fe, se encontró que es un principio que cobra interés especial cuando se refiere a materia contractual, ya que se convierte en una obligación de las partes contratantes, a quienes se les impone un comportamiento honesto y con rectitud, demostrando una actitud con disciplina durante el negocio jurídico. De esa manera, se ha convertido en un principio regulador en las relaciones jurídicas, con especial atención a las normas sociales. Se trata de un elemento ético-social de carácter jurídico, que funciona como un parámetro de dicha naturaleza en las relaciones contractuales bancarias, ya que tiene una fuerza integradora del contenido del contrato. Este impone obligaciones y deberes a fin de contrarrestar el tráfico jurídico. El principio de buena fe actúa como un factor de heterointegración de un contrato, ya que conlleva a la aplicación de reglas de conductas que deben ser ejecutadas por las partes según el interés contractual que se haya convenido (Valladarez, 2014). De ello se desprende que el contrato bancario afecta el principio de buena fe, ya que generalmente contienen cláusulas que traen mayor beneficio a la empresa proveedora sobre el consumidor, las mismas que no son explicadas de forma adecuada antes de la celebración del contrato.

## **5. Conclusiones**

Se llega a determinar que existe un bajo nivel de cumplimiento de los principios de protección al consumidor en los contratos bancarios de Chiclayo.

Los contratos bancarios afectan la soberanía del consumidor, ya que para que el consumidor acceda a firmarlo, se le induce con publicidades engañosas e información asimétrica, que le impide elegir el mejor producto entre todos los que se ofrecen en el mercado, y cuando se le impide resolver los contratos, frente a cambios unilaterales en las tasas, penalidades, comisiones, condicionando al cliente al pago íntegro de la deuda que hubiere a favor del banco.

Los contratos bancarios afectan el principio de transparencia, aunque en su redacción, brindan información veraz y apropiada, pero para su consolidación, previamente no se le brinda información adecuada, y veraz sobre el producto o servicio que va adquirir al consumidor, y peor aún no se le explica las implicancias del contrato y tampoco se le da acceso libre a los contratos previamente antes de ser firmados.

Los contratos bancarios afectan el principio de buena fe, ya que generalmente contienen cláusulas que traen mayor beneficio a la empresa proveedora sobre el consumidor, las mismas que no son explicadas de forma adecuada antes de la celebración del contrato.

## **6. Referencias**

- Aguilera, G. F. (2018). Los contratos de adhesión de seguros en relación a los derechos del consumidor en Ecuador. Ambato. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Egoavil (2018). Programa de Segunda Especialidad en Derecho de Protección al consumidor: Las condiciones de activación en los contratos de seguro como supuestos de cláusulas abusivas. Edición: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Herrera, J. (2015). Análisis jurídico de las cláusulas abusivas en los contratos de consumo. Perú: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.

Martín, M. B. (2018). La acción colectiva como medio eficaz de protección al consumidor en los contratos de tarjetas de crédito. Argentina: (Bachelor's thesis).

Maturana, T. F. (2017). El principio pro consumidor: contenido, manifestaciones e influencias. Valparaíso: Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

Pineda, R. A. (2017). Asimetría informativa, publicidad engañosa y el principio de soberanía del consumidor. Perú: UCV.

Rodríguez, Ch, R. (2013). La Tutela del consumidor contra cláusulas Abusivas. Edición: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Valladares, L. (2014). Jurisprudencia comentada. Brasil: Revista de Direito.