

Universidad de Lima
Facultad de Derecho
Carrera de Derecho



LA TARJETA DE CREDITO EN EL SISTEMA FINANCIERO PERUANO COMO UN MECANISMO DE ACCESO AL CRÉDITO: LÍMITES Y POSIBILIDADES

Tesis para optar el título profesional de Abogado

Vladimir Jesús San Miguel Sinche

Código 20052970

Asesor

Miguel Eduardo Bueno Olazabal

Lima – Perú

Enero del 2019



**LA TARJETA DE CREDITO EN EL SISTEMA
FINANCIERO PERUANO COMO UN
MECANISMO DE ACCESO AL CRÉDITO:
LÍMITES Y POSIBILIDADES**

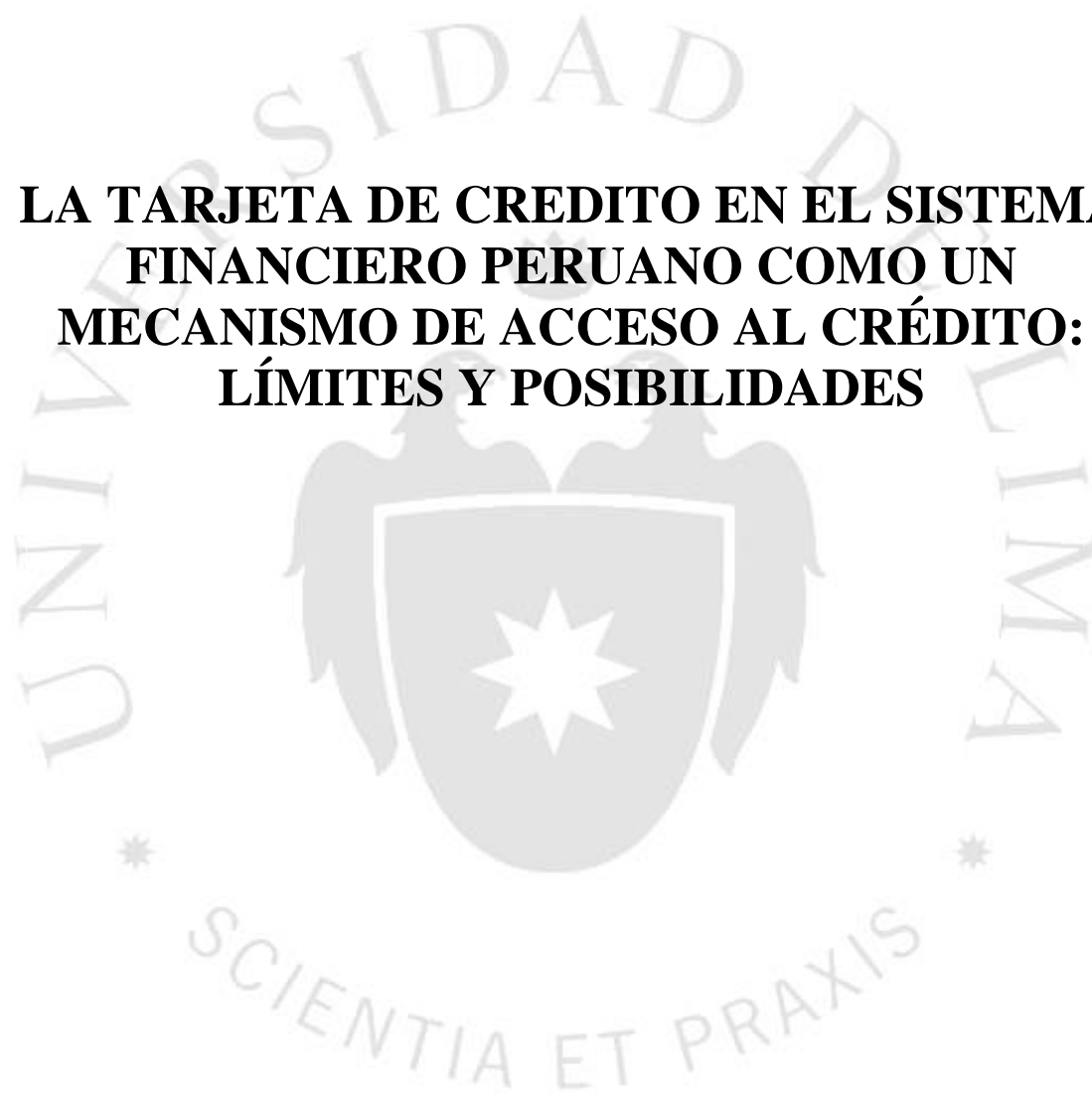


TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: DE LA NOCIÓN CLÁSICA DEL CONTRATO A LA NOCIÓN DEL CONTRATO MASIVO DE TARJETA DE CRÉDITO	7
1.1 Obligaciones	7
1.2 Contratos	9
1.2.1 Autonomía Privada.....	10
1.2.2 Libertad de Contratar	11
1.2.3 Libertad Contractual.....	11
1.3 Contratación masiva	12
1.3.1 Contrato tipo	13
1.3.2 Contrato por Adhesión	13
1.3.3 Cláusulas Generales de Contratación.....	15
1.4 Marco normativo – legislativo.....	17
1.4.1 Constitución Política del Perú de 1993	17
1.4.2 Código Civil Peruano del año 1984.....	18
1.4.3 Código de Protección y Defensa del Consumidor	19
1.4.4 Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros	21
1.4.5 Ley que regula las centrales privadas de información de riesgo y de protección al titular de la información	22
1.4.6 Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros	23
1.4.7 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.....	24
1.4.8 Decreto Legislativo N° 1308 – Decreto Legislativo que modifica el Código de Protección y Defensa del Consumidor	25
1.4.9 Reglamento de tarjeta de crédito y débito	25
1.4.10 Reglamento de gestión de conducta de mercado	26
1.5 Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS)	26

1.6	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad intelectual (INDECOPI)	27
CAPÍTULO II: LA TARJETA DE CRÉDITO COMO CONTRATO		28
2.1	Orígenes de la tarjeta de crédito.....	28
2.2	Concepto de la tarjeta de crédito.....	29
2.3	Concepto del contrato de tarjeta de crédito.....	30
2.4	Características del contrato de tarjeta de crédito	31
2.5	Partes del contrato de tarjeta de crédito.....	33
2.5.1	La entidad emisora	34
2.5.2	El consumidor.....	35
2.5.3	El establecimiento afiliado	37
2.6	Tipos de contratos de tarjetas de crédito	38
2.6.1	Bilateral	38
2.6.2	Trilaterales.....	39
2.7	Documentos integrantes del contrato	40
2.7.1	La solicitud de la tarjeta de crédito.....	41
2.7.2	El documento del contrato de tarjeta de crédito	42
2.7.3	La hoja resumen	42
2.7.4	Publicidad	44
2.7.5	Estado de cuenta.....	45
2.7.6	Los contratos relacionados	47
CAPÍTULO III: LA TARJETA DE CRÉDITO EN EL SISTEMA FINANCIERO PERUANO		51
3.1	Sistema financiero en el Perú.....	51
3.2	Derecho Bancario	51
3.2.1	Definición del Derecho Bancario.....	51
3.2.2	Definición de Banco.....	52
3.2.3	Principales bancos del Perú.....	52
3.2.4	Establecimientos comerciales y Tarjetas de Crédito.....	54
3.2.5	Diners Club y el Banco Pichincha.....	58
3.3	Derecho Financiero.....	59
3.3.1	Definición del Derecho Financiero	59
3.3.2	Definición de Financiera.....	59
3.3.3	Tarjeta OH y la Financiera OH	60
3.4	Franquicias.....	61
3.4.1	Visa.....	61

3.4.2	Mastercard	67
3.4.3	American Express	71
CAPÍTULO IV: CÓMO FUNCIONA Y CUAL ES LA ESTRUCTURA DEL CONTRATO DE TARJETA DE CRÉDITO EN EL SISTEMA FINANCIERO PERUANO		76
4.1	Compra a crédito	77
4.1.1	Intereses	78
4.1.2	Intereses retributivos	80
4.1.3	Intereses moratorios	80
4.1.4	Interés compuesto - capitalización de intereses.....	81
4.1.5	Tasa Efectiva Anual y Tasa de Costo Efectiva Anual	82
4.1.6	Comisiones y gastos	83
4.2	Efectos directos por la suscripción del contrato para la generalidad de tarjetas de crédito.....	85
4.2.1	Compra sin intereses.....	85
4.2.2	Promociones y descuentos.....	86
4.2.3	Disposición de efectivo de la tarjeta de crédito.....	87
4.2.4	Línea de crédito limitada.....	88
4.2.5	Débito automático	90
4.2.6	Compras a distancia.....	91
4.3	Efectos directos por la suscripción del contrato para algunas tarjetas de crédito.....	91
4.3.1	No pago de membresía	92
4.3.2	Línea paralela de crédito	93
4.3.3	Tarjeta adicional	95
4.3.4	Pago en cuotas sin intereses	96
4.3.5	Millas, puntos y dinero en efectivo	96
4.4	Efectos directos por la suscripción del contrato para las tarjetas de crédito de gama alta	100
4.4.1	Priority Pass	100
4.4.2	Concierge.....	102
4.4.3	Línea de crédito ilimitada	104
4.4.4	Otros beneficios	105
4.5	Efectos indirectos por la suscripción del contrato	105
4.5.1	Acceso al crédito y otros productos.....	106
4.5.2	Tasas de interés.....	107
4.5.3	Score crediticio	108

4.5.4	Inclusión financiera	109
4.5.5	Turismo financiero	110
4.5.6	Poder de negociación	111
4.5.7	Transferencia del riesgo	112
4.5.8	Educación financiera	113
CAPÍTULO V: EL CONTRATO DE TARJETA DE CRÉDITO Y SU APLICACIÓN EN EL MERCADO DE CONSUMIDORES NACIONAL, ANÁLISIS A PARTIR DE RESOLUCIONES DICTADAS POR LA COMISIÓN Y SALA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE INDECOPI.....		115
5.1	La emisión de la tarjeta de crédito	115
5.1.1	Número de Tarjetas de Crédito en el mercado nacional	116
5.1.2	Empleo de las Tarjetas de Crédito en el mercado Nacional	117
5.1.3	Tarjetas de crédito según segmento y situación de la deuda:.....	120
5.2	Principales emisores	122
5.2.1	Banco Falabella.....	122
5.2.2	Banco Ripley	125
5.2.3	Banco Interbank	127
5.3	Generalidad de emisores.....	130
5.3.1	Banco de Crédito del Perú.....	130
5.3.2	BBVA Continental	132
5.3.3	Banco Scotiabank	134
5.4	INDECOPI y su papel como regulador de la actividad económica	137
5.5	Casos típicos en los que INDECOPI se ha pronunciado	138
5.5.1	Afectación al deber de idoneidad	139
5.5.2	Afectación a los intereses económicos de los consumidores	141
5.5.3	Afectación al deber de información	143
5.5.4	Afectación al deber de atención de reclamos.....	145
5.5.5	Métodos comerciales coercitivos.....	147
5.5.6	Métodos abusivos de cobranza.....	149
CONCLUSIONES		153
RECOMENDACIONES		157
REFERENCIAS		159

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1 Cuadro comparativo de la tarjetas Ripley	55
Tabla 3.2 Cuadro comparativo de la tarjetas Cencosud	56
Tabla 3.3 Cuadro comparativo de las tarjetas Visa	62
Tabla 3.4 Beneficios asociados a la Tarjeta Visa Classic	63
Tabla 3.5 Beneficios asociados a la Tarjeta Visa Gold	64
Tabla 3.6 Beneficios de la tarjeta de crédito Visa Platinum.....	65
Tabla 3.7 Beneficios de la tarjeta de crédito Visa Signature.....	66
Tabla 3.8 Beneficios de la tarjeta de crédito Visa Infnitive	67
Tabla 3.9 Beneficios de la tarjeta de crédito Mastercard Standard	68
Tabla 3.10 Beneficios de la tarjeta de crédito Mastercard Gold	69
Tabla 3.11 Beneficios de la tarjeta de crédito Mastercard Platinum.....	69
Tabla 3.12 Beneficios de la tarjeta de crédito Mastercard Black	70
Tabla 3.13 Cuadro comparativo de las tarjetas American Express	71
Tabla 3.14 Beneficios de la tarjeta de crédito American Express Blue	71
Tabla 3.15 Beneficios de la tarjeta de crédito American Express Clásica	72
Tabla 3.16 Beneficios de la tarjeta de crédito American Express Gold	73
Tabla 3.17 Beneficios de la tarjeta de crédito American Express Platinum.....	73
Tabla 3.18 Beneficios de la tarjeta de crédito American Express Black.....	74
Tabla 3.19 Beneficios de la tarjeta de crédito The Platinum Card American Express..	75
Tabla 4.1 Categorías y denominaciones de las comisiones.....	84
Tabla 4.2 Disposición de efectivo de las tarjetas de crédito Interbank American Express	87
Tabla 4.3 Membresías de las tarjetas de crédito Interbank.....	92
Tabla 4.4 Programa de recompensas del Banco Interbank.....	97
Tabla 4.5 Beneficios de la Priority Pass en el salón Sumaq VIP Lounge and business center	101
Tabla 4.6 Información que brinda el Concierge	103
Tabla 5.1 Porcentaje de tarjetas de crédito titulares	116

Tabla 5.2 Utilización de las Tarjetas de Crédito por empresas bancarias y financieras	117
Tabla 5.3 Tarjeta de crédito, segmento consumo	119
Tabla 5.4 Tarjeta de crédito por segmento y situación de la deuda y empresa bancaria y financiera	120
Tabla 5.5 Resumen del monto utilizado de tarjetas de crédito por tipo de tarjeta y empresa bancaria y financiera	121
Tabla 5.6 Tarjetas de crédito por segmento y situación de deuda en el Banco Falabella	123
Tabla 5.7 Evolución de la disposición de efectivo, compras y otros conceptos del Banco Falabella	124
Tabla 5.8 Tarjetas de crédito por segmento y situación de deuda en el Banco Ripley	126
Tabla 5.9 Evolución de la disposición de efectivo, compras y otros conceptos del Banco Ripley	127
Tabla 5.10 Tarjetas de crédito por segmento y situación de deuda en en el Banco Interbank	128
Tabla 5.11 Evolución de la disposición de efectivo, compras y otros conceptos del Banco Interbank.....	129
Tabla 5.12 Tarjetas de crédito por segmento y situación de deuda en en el Banco de Crédito del Perú	131
Tabla 5.13 Evolución de la disposición de efectivo, compras y otros conceptos del Banco de Crédito del Perú	132
Tabla 5.14 Tarjetas de crédito por segmento y situación de deuda en en el Banco BBVA Continental	133
Tabla 5.15 Evolución de la disposición de efectivo, compras y otros conceptos del Banco BBVA Continental	134
Tabla 5.16 Tarjeta de Crédito por segmento y situación de deuda en el Banco Scotiabank	135
Tabla 5.17 Evolución de la disposición de efectivo, compras y otros conceptos del Banco Scotiabank	136

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Operación económica de la Tarjeta de Crédito	34
Figura 2.2 Poket Pos – Visa.....	37
Figura 2.3 Solicitud de tarjeta de crédito.....	41
Figura 2.4 Hoja resumen	43
Figura 2.5 Publicidad de la tarjeta de crédito Cashback Visa Signature	45
Figura 2.6 Estado de cuenta.....	46
Figura 3.1 Tarjeta CMR – Banco Falabella.....	54
Figura 3.2 Tarjeta Ripley Clásica	55
Figura 3.3 Primera versión de la tarjeta de crédito Diners Club	58
Figura 3.4 Contrato de tarjeta de crédito - Diners Club	58
Figura 3.5 Tarjeta de crédito Visa Infinite	67
Figura 3.6 The Platinum Card de American Express	75
Figura 4.1 Línea paralela de crédito	93
Figura 4.2 Pago en cuotas sin intereses Diners Club.....	96
Figura 4.3 Tarjeta de crédito Cashback programa de recompensas primigenio.....	99
Figura 4.4 Tarjeta de crédito Casbback programa de recompensas en la actualidad ..	100
Figura 4.5 Tarjeta Priority Pass	101
Figura 4.6 Tarjeta de crédito ilimitada	104
Figura 4.7 Tasas de interés de la tarjeta de crédito Ripley	107
Figura 4.8 Personaje celebre.....	111

TERMINOLOGIA EN LATIN

- CREDERE Confianza
- INTUITO PERSONAE En función de la persona
- ITER CONTRACTUAL Camino del contrato
- MORA – MORAE Mora
- NOMEN IURIS Nombre jurídico
- RES INTER ALIOS ACTA La cosa hecha entre unos no aprovecha ni perjudica a terceros
- RES PERIT DOMINO La cosa perece para su dueño
- SIN QUA NON Sin la cual no
- SOLUS CONSENSUS OBLIGAT El solo consentimiento de las partes contratantes obliga

INTRODUCCIÓN

El tema reviste interés, debido a que la tarjeta de crédito se utiliza como un mecanismo de acceso al crédito, el cual permite obtener dinero que es erogado por las entidades bancarias o financieras.

Así mismo, se debe señalar que en la actualidad las entidades financieras para aprobar y posteriormente emitir las tarjetas de crédito, usan una serie de filtros que evalúan tanto el nivel de endeudamiento de sus futuros tarjeta habientes, así como la capacidad de pago de los potenciales consumidores.

El motivo por el cual se realiza el presente estudio, es debido a que se buscará sostener y afirmar, que el empleo adecuado de la tarjeta de crédito es un método idóneo el cual permite no solo la inclusión del Consumidor Peruano en el sistema bancario, sino también, funge como un instrumento para la obtención de crédito directamente, lo cual puede derivar en el desarrollo económico de las personas; lo señalado es la hipótesis central del presente trabajo de investigación.

Por lo señalado en el párrafo precedente, se puede extraer que el desarrollo económico de cada uno de los consumidores, dependerá en gran medida de la forma como empleen la tarjeta de crédito. Un uso adecuado y responsable permitirá potenciar el desarrollo y obtención de diversos productos financieros; en cambio, un uso inadecuado de la tarjeta de crédito, pulverizará las expectativas de acceso a crédito futuro del tarjeta habiente.

Para contar con una idea concreta de aquellos temas que van a ser tratados en el presente trabajo de investigación, se deben mencionar los temas centrales que han sido expresados en el plan de investigación de la presente tesis. En esa línea de ideas, la mención y un desarrollo consiso de los mencionados temas permite una mirada amplia de la tesis en su conjunto.

Los objetivos de la presente investigación: Se debe diferenciar entre los dos tipos de objetivos que persigue el presente trabajo de investigación, los cuales se pasarán a desarrollar en las siguientes líneas.

El objetivo general de la presente tesis, es establecer, la importancia de utilizar de manera adecuada la tarjeta de crédito que es erogada por una entidad crediticia; lo cual favorece al bienestar financiero futuro del tarjeta habiente, así como contribuye con el desarrollo del sistema financiero nacional.

El trabajo de investigación, buscará demostrar que un empleo adecuado de un medio de pago como es la tarjeta de crédito, permite que el consumidor se vea beneficiado con los diferentes productos y servicios que brinda en sistema financiero en su conjunto.

Los objetivos específicos del presente trabajo de investigación, se mencionaran y además se brindará un pequeño alcance de los mismos en las siguientes líneas:

- Conocer cual es el grado de satisfacción de los consumidores con el empleo de las tarjetas de crédito: este objetivo secundario se puede corroborar, a través de las distintas resoluciones dictadas por la comisión y la sala de protección al consumidor de INDECOPI; las cuales son recogidas por la presente tesis. En esos documentos, los consumidores hacen de conocimiento de la autoridad administrativa las distintas infracciones que cometen tanto las entidad bancarias como las entidades financieras cuando, dichas entidades crediticias atienden al consumidor.
- Establecer el nivel de penetración de la banca: este objetivo se mide con la cantidad de tarjetas de crédito que han emitido las entidades crediticias hasta noviembre de 2018. Del estudio de las cifras, se extrae que, si bien es una buena cantidad las aproximadamente 7 (siete) millones de tarjetas de crédito emitidas en el mercado nacional; en realidad es una cifra que se muestra insuficiente para el mercado peruano de tarjetas de crédito.

- Analizar las bondades del dinero plástico para el Perú, en la adquisición de bienes o servicios: Las bondades del uso de la tarjeta de crédito se detallan en el Capítulo IV de la presente tesis. En ese sentido, se diferencian entre efectos directos de la suscripción del contrato, como es la compra a crédito, las compras sin intereses, el no pago de membresía y demás. De los efectos indirectos del contrato de tarjeta de crédito, como son por ejemplo: el acceso a otros productos financieros, el turismo financiero, la transferencia del riesgo, y demás.
- Estudiar el nivel de incumplimiento con el pago de las deudas que contraen los consumidores con las entidades de crédito: Este particular está específicamente detallado en el Capítulo V del presente trabajo, en donde se analiza el comportamiento del consumidor con relación a los créditos que le han concedido.

El planteamiento del problema: En los estratos socio económicos bajos se viene dando un uso desmesurado (no adecuado) de la tarjeta de crédito como medio alternativo al efectivo. El uso del plástico, se da para la adquisición de bienes y/o servicios; pero muchas veces las personas que utilizan la tarjeta de crédito no tienen educación financiera, esto en consideración a que el simple empleo del dinero plástico no educa financieramente al consumidor. En esa línea de ideas, se puede sostener que, la falta de educación financiera, deriva en la inejecución de la relación obligatoria contraída con la entidad de crédito; la mencionada inejecución, se da algunas veces por imposibilidad y otras veces por incumplimiento voluntario de parte del consumidor.

La inejecución de la obligación conlleva al problema del pago, tanto de intereses moratorios, de gastos y de comisiones, por el incumplimiento contractual.

Por este motivo, un análisis amplio del tema en cuestión es de suma importancia, tanto para las entidades de crédito, así como para los consumidores que utilizan las tarjetas de crédito como un medio de pago; debido a que el uso del dinero plástico viabiliza las transacciones en una sociedad globalizada.

La hipótesis de la tesis: La tarjeta de crédito funge como un instrumento para la obtención de crédito directamente, por lo cual se presenta ante el consumidor peruano, como un método adecuado para su inclusión en el sistema financiero nacional.

En esta línea de ideas, se puede señalar que, el uso correcto de la tarjeta de crédito genera consecuencias contractuales beneficiosas, así como un efecto difusión favorable al consumidor financiero.

Como hipótesis alterna se sostiene que: en la medida en que el consumidor emplee de manera adecuada la tarjeta de crédito como medio de pago alternativo al efectivo, se beneficiará del acceso al crédito a sola firma, así como del abaratamiento del crédito.

El marco teórico en donde se desarrollará la investigación: El presente proyecto de investigación analizará si el uso adecuado de la tarjeta de crédito permite satisfacer las necesidades de los consumidores de manera eficaz y adecuada.

Por medio de la investigación se propondrá que se facilite la obtención de la tarjeta de crédito a personas que puedan honrar sus compromisos económicos, y de esa manera se generará un mayor acceso al crédito del consumidor.

El marco teórico en donde se debe llevar adelante la presente investigación se funda, en los distintos libros de texto contractuales, obligacionales, de derecho bancario y financiero que existen en el Perú. Así como, se empleará para enriquecer el presente estudio, texto tanto de origen de los Estados Unidos de América como de Italia.

La razón por la cual se usan textos estadounidenses, es porque la tarjeta de crédito tal y cual la conocemos hoy en día, ha tenido su origen en Nueva York; en cambio, la razón por la cual se emplean textos de origen italiano, es porque tanto el libro de obligaciones como el libro de contratos del Código Civil Peruano, derivan del libro cuarto del Código Civil Italiano.

La metodología de investigación a emplear: Para el desarrollo adecuado de la presente investigación, se ha empleado el método inductivo. El mencionado método consiste en, que a partir de premisas particulares se obtengan conclusiones generales. Es así que, de un análisis detallado de los 3 principales emisores de tarjetas de crédito se puede llegar a la conclusión que ninguno de los tres mencionados es una de las instituciones de crédito más grandes del Perú.

En esa línea de ideas, el método inductivo, es el método más usual para realizar una investigación jurídica; la cual permita sostener una premisa que se funda en un cúmulo de información que se ha recolectado a lo largo de un proceso de investigación.

Así mismo, se debe indicar que el alcance de la investigación es descriptiva. Debido a que de los datos e información recopilada, se puede realizar una descripción del comportamiento del consumidor, cuando utiliza la tarjeta de crédito.

La verificación de la metodología empleada en el presente trabajo de investigación, se llevará a cabo durante el desarrollo de cada uno de los capítulos. Tanto cuando se trata de analizar el contrato de tarjeta de crédito, y se sostiene que el mismo es un haz de contratos; motivo por el cual se analizan a los participantes del acto jurídico: los cuales son el consumidor, la entidad crediticia y el proveedor del bien o servicio.

También se podrá corroborar que se ha empleado el método inductivo, debido a que con el desarrollo del trabajo, se expondrán conclusiones que han sido extraídas de ideas particulares que han empujado a la formulación de una conclusión general.

Propuestas de mejora para el problema en cuestión: A través del presente trabajo de investigación se busca que el consumidor financiero, emplee de una manera idónea la tarjeta de crédito; para este particular, se requiere que el consumidor este educado desde el punto de vista financiero. Para cumplir con este objetivo, un primer paso se daría cuando las entidades de crédito redacten los documentos integrantes del contrato con un lenguaje sencillo, el cual permita la comprensión y sobre todo la ejecución del contrato, tanto de parte de la entidad financiera como del consumidor.

En el presente trabajo de investigación se denomina, en el punto 2.7.2 “El documento del contrato de tarjeta de crédito”; el mencionado documento: debería contar con un índice, así como una lista de términos que se han de utilizar de manera recurrente en el cuerpo contractual, una numeración y denominación adecuada de cada una de las cláusulas. Lo antes señalado, permitiría la comprensión del contrato por parte del consumidor, y también traería como consecuencia que el consumidor cumpla con las obligaciones del contrato, evitando a la entidad financiera los atrasos, moras y demás problemas que se generan cuando se tiene que cumplir con el pago de la obligación de dar suma de dinero.

Una recomendación que a día de hoy, esta llevando a cabo el Banco de Crédito del Perú, es que: las entidades bancarias a través de sus distintos canales de atención al consumidor, deben propender a educar al consumidor financiero y/o bancario. Con esto no solo se benefician los consumidores, sino además las entidades de crédito, debido a que como se demuestra del análisis de las cifras alcanzadas por ASBANC, si una entidad crediticia sólida tiene buenos consumidores, puede erogar una mayor cantidad de crédito; es así que, siendo el Banco de Crédito del Perú, el cuarto banco por número de tarjetas emitidas, es el primero por la cuantía de créditos otorgados a sus tarjeta habientes.

CAPÍTULO I:

DE LA NOCIÓN CLÁSICA DEL CONTRATO A LA NOCIÓN DEL CONTRATO MASIVO DE TARJETA DE CRÉDITO

La noción clásica del contrato, difiere en gran medida de la definición que se utiliza para la contratación masiva, esto en principio se presenta debido a que las instituciones jurídicas bajo análisis tienen sus orígenes en periodos de tiempo diversos.

Por lo cual, para comprender de manera adecuada a que se refiere el término “Noción Clásica del Contrato”, se debe realizar un análisis pormenorizado de los siguientes términos:

1.1 Obligaciones

La Relación Obligatoria es también llamada Obligación. El Código Civil peruano de 1984, no define la relación obligatoria; lo que realiza el legislador peruano es mencionar en el articulado del libro sexto, los tipos de obligaciones, las anomalías y las formas de extinción que tiene la Relación obligatoria.

Teniendo en mente que el codificador peruano para todo lo que se refiere al libro sexto del cuerpo normativo civil, tuvo en consideración al “codice”, es decir, el código civil italiano del año 1942; para una mejor comprensión del vocablo “obligaciones” a de recurrirse a la doctrina italiana. En esa línea de ideas, Avolio y Del Vecchio (2009),

sostienen que, “la obligación es un deber jurídico específico, en virtud del cual un sujeto, el deudor, está obligado a una prestación patrimonial para satisfacer el interés de otro sujeto, el acreedor” (p. 259).

Por lo cual, del alcance realizado por la doctrina italiana, se extrae que la obligación es tratada como un deber jurídico específico que se da entre dos sujetos, un acreedor y un deudor.

Ahora que se cuenta con una idea concreta de aquello que es la obligación, ha de hacerse referencia a lo que señala la doctrina Argentina, por ser esta una de las fuentes más importantes en lo referente al tratamiento de la relación obligatoria en el continente Americano. Para la mencionada doctrina:

La relación obligatoria es una especie de relación social (es decir, relación entre dos personas), en virtud de la cual determinadas situaciones de hecho aptas para la satisfacción de algunos fines o intereses, son consideradas por el grupo social dignas de protección, razón por la cual se reconocen a los sujetos de la relación facultades o prerrogativas, y se les imponen los respectivos deberes. (Moisset de Espanés, 2004, p. 13)

Como se podrá desprender del concepto esbozado por el tratadista argentino, toda relación obligatoria comporta deberes y derechos; por lo cual esto se contrapone, con la concepción tradicional, la cual entiende a la obligación como un “deber” del deudor de cumplir con la prestación. El entender que en verdad se da una relación obligatoria entre el acreedor y el deudor, trae como consecuencia el comprender que tanto al sujeto activo (también llamado “acreedor”) como al sujeto pasivo (también llamado “deudor”) les corresponden derechos y deberes.

Así mismo, se debe de recordar que la relación obligatoria, teniendo en consideración a su objeto, se clasifica en:

- Obligaciones de dar; en donde se entrega un bien.
- Obligaciones de hacer; en donde se realiza un servicio.

- Obligaciones de no hacer; en donde se cumple una abstención.

La clasificación realizada líneas arriba presentará una importancia relevante habida cuenta que el contrato de tarjeta de crédito es un contrato complejo, en tal virtud, el análisis contractual que se realizará, deberá tener en consideración las distintas obligaciones que se ejecuten en el contrato bajo análisis.

1.2 Contratos

El codificador peruano para la redacción de la definición plasmada en el artículo 1351 del Código Civil Peruano del año 1984 (en adelante, Código Civil), se inspiró en la redacción del artículo 1321 del “codice”.

Por lo cual, se debe tener en consideración lo que menciona la contemporánea doctrina italiana; en esa línea de ideas Roppo (2009), sostiene que “El área del contrato es, en palabras más empíricas, el área de los compromisos económicos concordados y legalmente vinculantes (es decir, coercibles con los medios legales): área estratégica en cualquier organización social, y particularmente en las sociedades desarrolladas” (p. 29).

Teniendo en mente el alcance del docente italiano, se desprende que el contrato es una especie de concierto de voluntades entre las partes que lo celebrarán, las mismas que buscan obtener beneficios económicos por su suscripción.

Es importante, tener una definición moderna y actual de la institución contractual, esto en virtud a que el nacimiento de lo que hoy se conoce como “Tarjeta de Crédito”, se da en los Estados Unidos de América, país que representa a las sociedades occidentales desarrolladas; en donde el tráfico contractual es el pilar del desarrollo económico. En esa línea de ideas Gregory Klass sostiene que:

Un contrato es una obligación legalmente exigible que una persona debe a otra, como resultado de un acto formal o un acuerdo informal que cumple las condiciones de validez contractual. (Klass, 2010, p. 27)

Ahora bien, el pilar fundamental que cimienta al contrato es la autonomía privada, por lo cual, este concepto ha de desarrollarse de una manera amplia en los siguientes párrafos.

1.2.1 Autonomía Privada

La Autonomía Privada tiene su antecedente más saltante en el Código Civil Francés del año 1804 (también conocido como Código de Napoleón), el mismo que le reconoce a la persona un irrestricto uso de su poder de autorregulación, por ser este un código de corte liberal.

En esa línea de ideas, se sostiene que el contrato es la manifestación por excelencia de la Autonomía Privada, por lo cual, se debe recurrir a lo sostenido por Bianca (1984), el cual entiende que: “Más allá de concebirla como un poder de decisión de la propia esfera jurídica personal y patrimonial, la autonomía privada puede ser vista como un derecho de libertad, y por ello como un derecho fundamental de la persona” (p. 31).

En tal virtud, se puede sostener que la Autonomía Privada en materia de la contratación es el poder que tienen las partes de autorregular sus propios intereses; no obstante se debe tener presente que, la voluntad de las partes se ve limitada por la ley, las buenas costumbres y el orden público.

Sin perjuicio de lo señalado en el párrafo que antecede, es fundamental tener una noción contemporánea de la institución jurídica bajo análisis, por lo cual se sostiene que:

La autonomía privada en el moderno derecho de los contratos conquista nuevos territorios, amplía sus horizontes, y multiplica sus propios esquemas contractuales. El contrato atípico, que en los albores de la codificación de 1942, representaba una excepción, es hoy en día la regla y los instrumentos de los cuales se sirve se han vuelto más complejos, debido a que con el paso del

tiempo, se han vuelto más complejas y estructuradas las formas de organizar los intereses de las partes contratantes. (Gabielli, 2013, p. 19)

Del alcance realizado por el mencionado autor, se desprende que el contrato bajo análisis, por pertenecer al moderno derecho de los contratos y ser expresión de la Autonomía Privada, presenta una complejidad propia de su relevancia económica. Por lo cual, se debe comenzar con analizar los dos componentes que integran la libertad que se le reconoce al individuo el cual celebrará cualquier tipo de contrato.

1.2.2 Libertad de Contratar

La libertad de contratar, es aquella libertad que tiene la persona de poder elegir con quien y cuando celebrará el contrato. En otras palabras, es un derecho subjetivo, por lo cual, se debe tener en cuenta la voluntad de la contraparte. La libertad de contratar, se estipula en el artículo 1351 del Código Civil.

1.2.3 Libertad Contractual

La libertad contractual, es aquello que las partes estipulan en el contrato, es decir, el contenido del contrato. Así mismo, se sostiene que es la libertad de configuración de los términos y condiciones del contrato que las partes definen. La libertad contractual se estipula en el artículo 1354 del Código Civil; y en esta línea de ideas, la doctrina italiana sostiene que:

La libertad contractual no puede entenderse como el arbitrio absoluto del privado en la constitución y determinación de sus relaciones, porque algo arbitrario no es dable ni siquiera para aquellos que toman la decisión y tienen el poder económico. Libertad contractual quiere decir a lo mucho la libertad del sujeto a tomar libremente sus decisiones en el mercado. La actividad negocial se mezcla con la realidad socio-económica y es condicionada por esta última. (Bianca, 1984, p. 32)

Por último, debemos tener en consideración que estas dos libertades se verán trastocadas cuando se hable de la contratación masiva; debido a que la entidad financiera, tratará de limitar o controlar de alguna u otra manera el libre albedrío del consumidor.

1.3 Contratación masiva

La contratación masiva surge como resultado del desarrollo económico de la sociedad; en tal sentido, la sociedad para intercambiar bienes y/o servicios de una manera más rápida, permite el surgimiento de una disciplina nueva para el derecho contractual. En esa línea de ideas, Roppo (2009), sostiene que: “El desarrollo de la economía y, de manera más amplia, de la sociedad capitalista, lleva consigo los fenómenos de la masificación y de la estandarización. Ellos gravitan fuertemente en la moderna figura del contrato” (p. 63).

No obstante el alcance de la doctrina italiana se debe tener presente lo que sostiene el derecho contractual anglosajón, en esa línea de ideas Furmston argumenta que:

El proceso de producción y distribución masiva que ha complementado en gran medida, sin llegar a suplantar, el esfuerzo individual, ha introducido el contrato masivo; los contratos masivos son documentos uniformes que deben ser utilizados por todos aquellos que se encargan de la contratación a gran escala. (Furmston, 2012, p. 26)

En tal virtud, se puede decir que la contratación masiva es un medio que facilita la celebración de contratos entre las partes; por lo cual es un vehículo idóneo para que tanto el consumidor como la entidad financiera se vinculen a través de un acuerdo.

No obstante esta encomiosa tarea que tiene la contratación masiva. Se debe de mencionar que la SBS, señala que las entidades financieras deben respetar ciertas formalidades en la redacción de las condiciones contractual; en tal virtud, la Resolución SBS N° 3274-2017 en el artículo 47 inciso 1, menciona que:

Las empresas deben redactar las condiciones contractuales correspondientes a los productos y servicios financieros que ofrecen a los usuarios en un lenguaje sencillo y claro, que permita a estos una adecuada comprensión de las obligaciones y derechos que asumirían.

47.2 El contrato debe reflejar fielmente todas las estipulaciones necesarias para una correcta regulación de la relación entre los clientes y las empresas, sin hacer uso de tecnicismos y, cuando ello no sea posible, se debe explicar de forma precisa su significado. (Resolución SBS N° 3274-2017, 2017)

No obstante, se debe tener en consideración que dentro de la contratación masiva, se van a desarrollar algunas figuras que sirven para delimitar el tipo de contrato que se presenta en “el contrato de tarjeta de crédito”.

1.3.1 Contrato tipo

El contrato tipo, se presenta en formatos pre impresos en los cuales solamente faltan compilar los datos personales del contratante. Teniendo en consideración que en el contrato de tarjeta de crédito, la solicitud de tarjeta de crédito que debe llenar el consumidor con sus datos personales es un contrato tipo; y que este documento, formará parte integrante del contrato de tarjeta de crédito; es importante mencionarlo.

No obstante, el contrato de tarjeta de crédito es integrado por otros documentos; los cuales no entran dentro de la clasificación del contrato tipo; sino más bien, presentan características propias que es adecuado analizar.

1.3.2 Contrato por Adhesión

El contrato por adhesión es mencionado y definido por el artículo 1390 del Código Civil; no obstante el alcance brindado por el cuerpo normativo peruano, se debe hacer alusión a lo que señala la doctrina, la cual sostiene que:

El fenómeno de la estandarización implica los ulteriores fenómenos de la predisposición unilateral y de la adhesión. Los contratos de la moderna

economía de masa están unilateralmente predispuestos: ello significa que el texto contractual no surge de una tratativa entre la empresa y el cliente, en la cual este pueda hacer valer sus razones e intereses, y en relación a estos conformar el contrato; sino más bien viene elaborado por la misma empresa interesada, que presenta al cliente un contrato completamente confeccionado y no modificable. Por lo cual, los contratos de la economía moderna de masas son contratos “por adhesión”: el cliente se “adhiera” al contrato estándar, vale decir, lo acepta sin discutirlo y sin llegar a gravitar, con su voluntad, sobre su contenido. (Roppo, 2009, p. 61)

En alusión a lo señalado por Roppo, se puede sacar como conclusión que el contrato por adhesión se presenta cuando:

- La empresa que realiza la propuesta no desea negociar absolutamente nada con el consumidor.
- El acuerdo de las partes, se realiza mediante la adhesión.

Así mismo, la doctrina continental europea señala que:

El contrato, es un contrato en serie (llamado también contrato standard o contrato de masa o contrato por adhesión), cuando el contenido de dicho contrato es, del todo, predeterminado por una de las partes y la otra parte no puede negociar; solamente puede “tomar o dejar”, puede suscribir el contrato, así como negarse a firmarlo. (Galgano, 2011, p. 39)

Con relación a lo señalado en los párrafos precedentes, se puede sacar como conclusión que, el contrato de tarjeta de crédito es un contrato por adhesión, en donde el cliente se ve en la imperiosa necesidad de tomar o dejar el íntegro del contrato. No obstante ello, la entidad financiera (banco, financiera o similar), puede en determinados supuestos, dejar a negociación los temas de la tasa de interés y el importe de la línea de crédito; en tal virtud, el contrato de tarjeta de crédito se puede asimismo catalogar como un contrato por Clausulas Generales de Contratación.

1.3.3 Cláusulas Generales de Contratación

En las Cláusulas Generales de Contratación, los términos del futuro contrato de tarjeta de crédito no están totalmente pre redactados, debido a que el consumidor tiene el poder de negociar algunos términos con la entidad emisora de la tarjeta de crédito.

En atención a lo señalado en el párrafo precedente, para una adecuada comprensión de la institución jurídica, debemos hacer mención que:

(...) las cláusulas generales de contratación tienen existencia jurídica propia antes de formar parte de los contratos que están destinadas a integrar. Estos contratos, por su lado, no van a ser colmados totalmente por las cláusulas generales, sino deben tener elementos propios (particulares) de cada uno de ellos, de tal manera que, en realidad, el resultado final es que en los contratos celebrados a base de cláusulas generales de contratación habrán cláusulas generales, comunes a todos ellos, y cláusulas particulares, privativas de cada uno de ellos". (De la Puente y Lavalle, 2011, p. 693)

Las Cláusulas Generales de Contratación son mencionadas y definidas por el artículo 1392 del Código Civil el cual señala que:

Las cláusulas generales de contratación son aquéllas redactadas previa y unilateralmente por una persona o entidad, en forma general y abstracta, con el objeto de fijar el contenido normativo de una serie indefinida de futuros contratos particulares, con elementos propios de ellos. (Decreto Legislativo N° 295, 1984)

De lo señalado por De la Puente y Lavalle y también teniendo en consideración el mencionado artículo, se dependen las siguientes características:

- Las Cláusulas Generales de Contratación, presentan una redacción previa y unilateral.

- Establecen un contenido normativo parcial de los futuros contratos; esto se menciona debido a que, en las Clausulas Generales de Contratación se pre redacta solo algunas cláusulas que en el futuro serán incorporadas al contrato celebrado entre las partes.
- Presentan cláusulas generales; debido a que son cláusulas que pueden ser utilizadas en una serie indefinida de contratos.
- Presentan clausulas abstractas; las cuales están a la esperá de que la entidad financiera, formule ofertas para que en un determinado momento salgan de su abstracción y se concreten en una oferta destinada a un consumidor determinado.
- Vinculan a partir de la celebración del contrato en particular, esto debido a que no tienen efecto vinculante a partir de su redacción por la entidad financiera, solo serán vinculantes cuando se celebre el contrato con el consumidor.

Las Clausulas Generales de Contratación, que se analizarán en el contrato de tarjeta de crédito, son las Clausulas Generales de Contratación aprobadas administrativamente, las cuales están reguladas desde el artículo 1393 hasta el artículo 1396 del Código Civil.

Por lo cual se puede decir que, la aprobación administrativa trae como consecuencia la incorporación automática de estas cláusulas a las ofertas que se formulen con arreglo a ellas. La incorporación automática significa que, la contraparte no tiene la necesidad de haber conocido la existencia de dichas clausulas porque se entiende que la administración pública, ya conoció el contenido de las mismas y ha considerado que no es lesiva para el consumidor, por lo cual las ha aprobado.

Lo señalado en el párrafo precedente, no impide que la entidad financiera, deba facilitar al consumidor los documentos que integran el contrato, el cual es celebrado para obtener la tarjeta de crédito.

Por último, se debe mencionar que, la entidad encargada de realizar la aprobación de las Clausulas Generales de Contratación de las Tarjetas de Crédito, es la Superintendencia de Banca y Seguros del Perú (SBS). En esa línea, el artículo 50 inciso

1 de la Resolución SBS N° 3274-2017 (2017), señala con relación a las Clausulas generales de contratación de aprobación administrativa previa que:

Las empresas deben someter a aprobación administrativa previa de la Superintendencia las cláusulas generales de contratación de los modelos de contratación que regulan los productos y servicios financieros que se indican a continuación:

Productos activos:

Crédito hipotecario.

Crédito de consumo. (...)

1.4 Marco normativo – legislativo

El contrato de tarjeta de crédito es un contrato moderno, motivo por el cual su regulación no está completamente desarrollada en el Código Civil Peruano del año 1984; en puridad, su regulación se desarrolla en normas anexas y conexas del sistema jurídico peruano.

En esta línea de ideas, el marco normativo que regula al contrato de tarjeta de crédito, se desarrollará en los siguientes párrafos.

1.4.1 Constitución Política del Perú de 1993

La Constitución, reconoce el derecho que tienen todas las personas a poder contratar libremente, y con respecto a ello estipula, en el inciso 14, del artículo 2, que toda persona tiene derecho: “(...) A contratar con fines lícitos, siempre que no se contravengan leyes de orden público (...)” (Constitución Política del Perú, 1993).

De lo señalado en el párrafo precedente, se desprende que el ejercicio del mencionado derecho fundamental, debe ceñirse a ciertos parámetros; por lo cual, el precepto constitucional lo manifiesta expresamente cuando sostiene que las personas son libres de contratar siempre y cuando no vayan en contra de la normativa vigente.

En tal virtud, se debe tener en consideración lo señalado por los doctores E. Chirinos Soto y F. Chirinos Soto (2006), los cuales señalan que: “La libertad de contratar solo está, pues, subordinada a que el fin u objeto del contrato sea lícito, y siempre que no contravenga leyes de orden público” (p. 49).

También se debe tener presente que, la Constitución en su artículo 62, sostiene que: “La libertad de contratar garantiza que las partes pueden pactar válidamente según las normas vigentes al tiempo del contrato (...)” (Constitución Política del Perú, 1993).

De lo mencionado líneas arriba, se extrae que el estado reconoce a nivel de rango constitucional, el derecho que tienen las partes a contratar. Por último, se debe de señalar lo que sostiene el artículo 65:

El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población. (Constitución Política del Perú, 1993)

En tal virtud, se desprende que el estado reconoce como derecho fundamental la tutela a los consumidores y usuarios. En atención a esta tutela, promulga normas como la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor (Código del Consumidor), la cual será analizada con posterioridad.

1.4.2 Código Civil Peruano del año 1984

Como se explico en los párrafos precedentes, el Código Civil reconoce la Autonomia Privada, y no solo ello; además, con relación al contrato por adhesión, señala en el artículo 1390 que: “El contrato es por adhesión cuando una de las partes, colocada en la alternativa de aceptar o rechazar íntegramente las estipulaciones fijadas por la otra parte, declara su voluntad de aceptar” (Decreto Legislativo N° 295, 1984).

Se menciona lo estipulado en el Código Civil, debido a que muchas veces el usuario de la tarjeta de crédito se ve en la imperiosa necesidad de adherir de manera

completa al contrato que la entidad financiera le alcanza; esto como bien se desarrollará líneas y párrafos mas adelante, no se da en todos los casos. Por lo cual se debe asimismo tener presente las Clausulas Generales de Contratación y su desarrollo en el cuerpo normativo civil.

En esta línea de ideas, Max Arias Shereiber Pezet sostiene con relación al artículo 1393 del Código Civil que:

“El propósito que persigue este precepto es cautelatorio, pues cuando menos en teoría, la aprobación por la autoridad administrativa significa que evitará el abuso del contratante poderoso frente al débil y, en suma, la defensa del consumidor. se trata, por lo demás, de una expresión muy concreta del fenómeno conocido como “el intervencionismo contractual”. (Arias Shereiber, 2006, p. 123)

Como bien señala Arias Shereiber, y en el afán que tiene el estado de tutelar el bienestar del consumidor, el Código Civil se ha puesto al mismo nivel del Código de Protección y Defensa del Consumidor. Habida cuenta que, el Código del Consumidor, solo desarrolla de manera más extensa las ideas vertidas en el Código Civil, por lo cual se ha de analizar a continuación.

1.4.3 Código de Protección y Defensa del Consumidor

La Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor, señala en su artículo I del Título Preliminar, que:

El presente Código establece las normas de protección y defensa de los consumidores, instituyendo como principio rector de la política social y económica del Estado la protección de los derechos de los consumidores, dentro del marco del artículo 65 de la Constitución Política del Perú y en un régimen de economía social de mercado, establecido en el Capítulo I del Título III, del Régimen Económico, de la Constitución Política del Perú. (Ley N° 29571, 2010)

En esa línea de ideas, se concluye que el Código del Consumidor protege los derechos de los consumidores, desarrollando de manera extensa lo previsto en el Código Civil y en amparo de la norma constitucional. La defensa de los consumidores, la realiza frente a la posición de dominio que ostentan las entidades financieras, con las cuales el consumidor o usuario suscribirá el Contrato de Tarjeta de Crédito.

Así mismo, se ha de mencionar cual es la finalidad que persigue la promulgación del Código del Consumidor, lo cual está consignado en el artículo II del Título Preliminar, en donde se señala que:

El presente Código tiene la finalidad de que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses. En el régimen de economía social de mercado establecido por la Constitución, la protección se interpreta en el sentido más favorable al consumidor, de acuerdo a lo establecido en el presente Código. (Ley N° 29571, 2010)

De la lectura del artículo, se desprende que en el mismo subyace el principio pro consumidor, el cual señala que, en la duda se está siempre a favor del consumidor o usuario del bien o servicio. Por lo cual, se puede concluir que el Código del Consumidor cumple una labor tuitiva a favor de los consumidores o usuarios.

Para el tema específico de las Tarjetas de Crédito, es menester señalar, el numeral segundo del artículo 54 inciso 2, del Código del Consumidor, el cual hace alusión a la aprobación de las cláusulas generales de contratación:

En el caso de los contratos de consumo celebrados por empresas sometidas a la supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras de Fondos de Pensiones, la aprobación de las cláusulas generales de contratación corresponde a dicha entidad, conforme a ley de la materia. (Ley N° 29571, 2010).

De lo mencionado en los párrafos precedentes; se extrae como conclusión que el Código del Consumidor, es una herramienta muy valiosa para tutelar los derechos de los consumidores en sus relaciones contractuales con las entidades financieras. Por lo cual, a lo largo del presente trabajo se tendrá en consideración los alcances que el mencionado cuerpo normativo realiza. Ahora bien, se debe proseguir con el análisis respectivo de la Ley N° 26702.

1.4.4 Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros

La Ley N° 26702, es también conocida como la Ley General del Sistema Financiero, la cual regula en extenso las actividades de las entidades bancarias y financieras; las cuales son las entidades encargadas de emitir las tarjetas de crédito en el mercado nacional.

La Ley General del Sistema Financiero, será analizada y citada en extenso durante el desarrollo del presente trabajo de investigación, habida cuenta que es la norma base que regula tanto a las entidades bancarias, las entidades financieras y las empresas de seguros. En esta línea de ideas, se debe hacer alusión a lo que señala el artículo 1 del Título Preliminar:

La presente ley establece el marco de regulación y supervisión a que se someten las empresas que operen en el sistema financiero y de seguros, así como aquellas que realizan actividades vinculadas o complementarias al objeto social de dichas empresas.

Salvo mención expresa en contrario, la presente ley no alcanza al Banco Central. (Ley N° 26702, 1996).

Si bien, como señala el artículo 2 del Título Preliminar, el objeto de la ley N° 26702 es orientar el funcionamiento del sistema financiero y de seguros, esto no impide que se utilicen otras normas anexas y/o conexas que permiten la regulación de la tarjeta de crédito como contrato; por lo cual es importante su desarrollo y análisis.

1.4.5 Ley que regula las centrales privadas de información de riesgo y de protección al titular de la información

Las centrales privadas de información de riesgo, son mejor conocidas en el ámbito nacional con el nombre de centrales de riesgo. Estas empresas son reguladas en un primer momento, en el artículo 160 de la ley N° 26702, en donde se señala que:

Es libre la constitución de personas jurídicas que tenga por objeto proporcionar al público información sobre los antecedentes crediticios de los deudores de las empresas de los sistemas financiero y de seguros y sobre el uso indebido del cheque.

La Superintendencia podrá transferir total o parcialmente al sector privado, la Central de Riesgos a que se refiere el artículo 158. (Ley N° 26702, 1996)

Por lo cual, se extrae de la lectura del mencionado artículo que, la Ley General de Sistema Financiero, permite regular las centrales de riesgo a través de una ley que se encargue de la materia específica. En esa línea de ideas, se da la promulgación de la Ley N° 27489 – Ley que regula las centrales privadas de información de riesgo y de protección al titular de la información; la cual en el inciso a) del artículo 2, brinda la definición de las centrales de riesgo, que la ley denomina Centrales Privadas de Información de Riesgos (CEPIRS). Las CEPIRS son:

(...) empresas que en locales habiertos al público y en forma habitual recolecten y traten información de riesgo relacionada con personas naturales o jurídicas, con el propósito de difundir por cualquier medio mecánico o electrónico, de manera gratuita u onerosa reportes de crédito acerca de éstas (...). (Ley N° 27489, 2001)

Es decir, estas empresas se encargan de recolectar y transferir a entidades financieras o entidades bancarias la información de riesgo, del consumidor o usuario financiero. Por lo cual, es importante tener presente aquello que se entiende por información de riesgo, la cual es definida en el inciso b) del artículo 2 de la ley N° 17489; la cual señala que, es la:

(...) Información relacionada a obligaciones o antecedentes financieros, comerciales, tributarios, laborales, de seguros de una persona natural o jurídica que permita evaluar su solvencia económica vinculada principalmente a su capacidad y trayectoria de endeudamiento y pago. (Ley N° 27489, 2001)

En palabras más sencillas, los bancos y las financieras tendrán en consideración la información recopilada por las CEPIRS para la aprobación de una determinada tarjeta de crédito; es decir, si el consumidor financiero pasa por el análisis de riesgos; ya sea la entidad financiera o la entidad bancaria suscribirán el contrato de tarjeta de crédito con el consumidor.

1.4.6 Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros

Si bien la labor que realizó la antigua Ley de Protección al Consumidor era encomiable, la misma se veía complementada con la entrada en vigencia de la Ley N° 28587. Esta última, permite tutelar de una manera más específica al consumidor que hace uso de los servicios financieros. En esa línea de ideas, el artículo 1 de la Ley N° 28587 – Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros, señala que:

La presente Ley complementa las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor con relación a los servicios prestados a los usuarios por las empresas de operaciones múltiples del sistema financiero sujetas a la regulación específica de la Superintendencia de Banca y Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones. (Ley N° 28587, 2005)

No obstante, la Ley de Protección al Consumidor en la actualidad haya sido derogada como consecuencia de la promulgación del Código del Consumidor; la Ley N° 28587, cumple con tutelar de manera específica los derechos que le asisten a los consumidores de servicios financieros.

1.4.7 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

La Ley N° 29888 como su mismo nombre lo indica, modifica en parte la Ley N° 29571, Código de protección y defensa del consumidor, y la Ley N° 28587, Ley complementaria a la ley de protección al consumidor en materia de servicios financieros, sobre transparencia de la información y modificaciones contractuales.

Como bien se desarrolla en los cortos tres artículos que conforman la presente ley; en el artículo 1 se modifica el Código de Protección y Defensa del Consumidor; en el artículo 2 se modifica la Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en materia de Servicios Financieros; y por último, se realiza la incorporación del artículo 12 a la Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en materia de Servicios Financieros, de acuerdo al siguiente detalle:

Mantenimiento de condiciones de pago

Los contratos deben establecer las condiciones aplicables en caso de que el cliente decida resolverlos debido a modificaciones unilaterales que le resulten perjudiciales, de acuerdo con las causales que para tal efecto establezca la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, y que se realicen por supuestos distintos al cumplimiento de nuevas obligaciones establecidas por la normativa aplicable. Dichas condiciones no pueden significar la imposición de obstáculos onerosos o desproporcionados al ejercicio de los derechos de los consumidores ni establecer limitaciones injustificadas o no razonables al derecho a poner fin a los contrato, ello conforme a lo establecido por el literal b) del artículo 47°, y el literal e) del numeral 56.1 del artículo 56° del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Adicionalmente, se debe consignar la forma en que se procede al pago de la obligación en forma previa a la resolución del contrato de acuerdo con lo que

señale la Superintendencia de Banca Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones. (Ley N° 29888, 2012)

1.4.8 Decreto Legislativo N° 1308 – Decreto Legislativo que modifica el Código de Protección y Defensa del Consumidor

El Decreto Legislativo N° 1308, contiene medidas adicionales de simplificación administrativa.

En el mencionado Decreto Legislativo, se modifican en su artículo 1 los artículos N° 105, 106, 107, 108, 109, 110, 112, 115, 117, 118, 125 y 126 del Código del Consumidor; además en el artículo 2 se incorpora el artículo 107-A en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, el cual versa sobre las formas de conclusión anticipada del procedimiento de oficio promovido por denuncia de parte; y por último se modifican la disposición complementaria transitorias y las disposiciones complementarias modificatorias.

1.4.9 Reglamento de tarjeta de crédito y débito

Esta norma expedida por la SBS, tiene como finalidad reglamentar tanto la tarjeta de crédito como la tarjeta de débito; en tal virtud, realiza una serie de definiciones. Una de las más importantes definiciones, es la referente a la tarjeta, la cual se realiza en el artículo 2 numeral 16 de la Resolución SBS N° 6523-2013 - Reglamento de tarjeta de crédito y débito; en donde se señala que:

(...) Puede permitir la realización de retiros y/u otras operaciones a través de los canales ofrecidos por la empresa emisora, así como ser utilizado como medio de pago de bienes o servicios en la red de negocios afiliados. (Resolución SBS N° 6523-2013, 2013)

La Resolución SBS N° 6523-2013, será revisada en extenso, durante el desarrollo del presente trabajo; ahora bien, toca analizar la Resolución SBS 3274-2017.

1.4.10 Reglamento de gestión de conducta de mercado

En la Resolución de la SBS N° 3274-2017 – Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero y modifica el Manual de Contabilidad para las empresas del sistema financiero y el Reglamento de Tarjeta de Crédito y Débito, la SBS plantea en el artículo 4, que con referencia a la gestión de conducta de mercado:

Las empresas son responsables de implementar una adecuada gestión de conducta de mercado acorde con el marco normativo vigente, la cual debe reflejarse en el actuar de toda la organización, en las prácticas de negocio relacionadas con los usuarios que son implementadas por las unidades de negocio, así como en políticas generales y procedimientos. (Resolución SBS N° 3274-2017, 2017)

En tal virtud, a lo largo de todo el articulado de la Resolución, se consignan principios, así como se desarrollan conceptos. Quizás lo que es más importante, es que, en la parte final de la Resolución se consigna el cálculo de los intereses que son aplicados en las tarjetas de crédito.

Con todo lo mencionado en los párrafos que anteceden, se puede sacar como conclusión que existe una buena cantidad de normas que regulan el tema bajo comentario. No obstante ello, es importante tener un análisis desde un punto de vista imparcial, el cual no sea pro entidad financiera, sino que ponga énfasis en como los consumidores de la tarjeta de crédito pueden disfrutar de la mejor manera del mencionado producto financiero y así contribuir con su desarrollo económico.

1.5 Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS)

El ente que regula la actividad bancaria en el Perú, motivo por el cual se ha de analizar de manera idónea en los párrafos siguientes.

No obstante, como señala en su página institucional, la SBS es el organismo encargado de la regulación y supervisión de los Sistemas Financieros, de Seguros y del

Sistema Privado de Pensiones, así como de prevenir y detectar el lavado de activos y financiamiento al terrorismo.

Como entidad de derecho público, se rige bajo la Ley N° 26702 – Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros. Así mismo, la SBS, tal como señala el Código del Consumidor en el artículo 54, es la encargada de realizar la aprobación administrativa de las Clausulas Generales de Contratación, conforme a la ley N° 26702.

1.6 Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad intelectual (INDECOPI)

El INDECOPI es una entidad creada por el Estado para tutelar el bienestar de los consumidores o usuarios en sus relaciones con las empresas; esta entidad, busca que el consumidor como tal sea tratado de una manera adecuada cuando contrate con las empresas; estas últimas, al ser la parte fuerte del contrato tienden a reservarse la información que brindan al consumidor y de esa manera pueden llegar a perjudicar a los usuarios.

Lo señalado líneas arriba, es la tarea principal del INDECOPI; en esta línea de ideas, una herramienta muy útil para cumplir con este cometido es la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor, la cual, es un paraguas que permite tutelar los derechos que les asisten a los consumidores o usuarios.

Con la promulgación del Código del Consumidor, lo que se busca es paliar de alguna manera la asimetría informativa en el mercado; y en esta línea de ideas, se debe de mencionar que:

(...) La asimetría informativa actual, tiene que ver con la formación del consentimiento, debido a que, el consumidor se limita a adherir a un contrato que está completamente predispuesto por la contraparte, por lo que las reglas que se han de aplicar al contrato son determinadas unilateralmente. La importancia de la fase precontractual ha sido reducida, evidenciándose particularmente la posición de “debilidad” que tiene el cliente o usuario, de un ente crediticio; por

ello surge la necesidad de contar con más de un autor para fijar las condiciones del contrato, esto se da para asegurar un reequilibrio de las negociaciones. (Capriglione, 2013, p. 6)

En esa línea de ideas, con la actuación del INDECOPI, lo que se persigue es evitar:

(...) la posibilidad que tienen los intermediarios financieros de obtener una ventaja injusta del estado de dependencia de la contraparte, debido a la ignorancia o inexperiencia del consumidor (que normalmente no está en condiciones de realizar elecciones informadas, es decir, elecciones responsables). (Capriglione, 2013, p. 6)

No obstante se toque el tema de la información que debe ser proporcionada al usuario del servicio financiero, ese derecho es uno de los derechos que le asisten como usuario, dentro de una serie de derechos que son tutelados por el Código del Consumidor, los cuales así mismo, serán desarrollados a profundidad en el presente trabajo.

CAPÍTULO II: LA TARJETA DE CRÉDITO COMO CONTRATO

2.1 Orígenes de la tarjeta de crédito

El surgimiento de la Tarjeta de Crédito, se da como consecuencia del desarrollo económico de la sociedad contemporánea. En esta línea de ideas, se sostiene que los orígenes de la que hoy conocemos como tarjeta de crédito, se da en los Estados Unidos de América, debido a que:

Se cuenta que en 1950 dos abogados estadounidenses, que se encontraban cenando con algunos clientes en un restaurante de New York, se dieron cuenta que no tenían suficiente dinero en efectivo para pagar la cuenta: por lo cual se

vieron obligados a hacerse alcanzar de una colaboradora del estudio jurídico en donde trabajaban el dinero necesario para pagar la cuenta. Después de aquel inconveniente, los dos colegas, pensaron en un “sistema de pago” alternativo al dinero en efectivo, motivo por lo cual, idearon la primera tarjeta de crédito; por lo que, la tarjeta de crédito, nace como un medio de pago, la cual después será concebida como un instrumento de crédito. (Trane, 2002, p. 5)

Después de haber tenido un alcande histórico del tema bajo análisis, ahora, se deberá realizar un análisis jurídico, de los distintos concepto que se desarrollarán a continuación.

2.2 Concepto de la tarjeta de crédito

Antes de abordar, el tema de la tarjeta de crédito como un contrato en si mismo, se debe conceptualizar la tarjeta de crédito propiamente dicha; por lo cual, para tener una idea certera de lo que es la tarjeta de crédito, se debe recurrir a lo que se señala en el artículo 3 de la Resolución S.B.S. N° 6523-2013, la cual sostiene que:

La tarjeta de crédito es un instrumento que permite, de acuerdo con lo pactado entre la empresa emisora y el titular, realizar operaciones con cargo a una línea de crédito revolvente, otorgada por la empresa emisora a favor del titular. Con esta tarjeta, el usuario puede adquirir bienes o servicios en los establecimientos afiliados que los proveen, pagar obligaciones o, de así permitirlo la empresa emisora y no mediar renuncia expresa por parte del titular, hacer uso del servicio de disposición de efectivo u otros servicios asociados, dentro de los límites y condiciones pactados; obligándose a su vez, a pagar el importe de los bienes y servicios adquiridos, obligaciones pagadas, y demás cargos, conforme a lo establecido en el respectivo contrato. (Resolución SBS N° 6523-2013, 2013)

Del alcance brindado por la SBS; se extrae como conclusion preliminar que la tarjeta de crédito es un instrumento que le permite realizar operaciones de índole patrimonial al consumidor o usuario.

Así mismo se puede señalar que, el contrato de tarjeta de crédito tiene un concepto amplio y algo complejo, por lo cual es necesario hacer un análisis pormenorizado de la institución jurídica.

2.3 Concepto del contrato de tarjeta de crédito

Teniendo en mente el desarrollo conceptual esbozado en el Capítulo I del presente trabajo de investigación, se puede tener una imagen parcial de aquello a lo que se hace alusión con el concepto de la tarjeta de crédito como contrato. No obstante ello, se debe considerar que el contrato de tarjeta de crédito es en realidad una superposición de contratos, debido a que los contratos se interrelacionan entre sí, y las partes signatarias de los mismos no siempre serán aquellas partes sobre las cuales los contratos surtirán efectos jurídicos.

En esta línea de ideas, se puede mencionar una definición preliminar de la institución jurídica bajo análisis; en efecto, se entiende que el contrato de tarjeta de crédito:

Es un contrato por el cual una empresa bancaria o una persona jurídica autorizada, concede una apertura de crédito, de tipo rotatorio, con una cuantía determinada, a favor de su cliente que puede ser una persona natural o jurídica, para que utilizando una tarjeta plástica singular, pueda adquirir bienes o servicios de las empresas o establecimientos afiliados, cuyos consumos serán cancelados al contado (a la vista) o a cierto plazo. (Rodríguez, 1995, p. 115)

Sin perjuicio de tener presente la definición antes mencionada, se sostiene que, el contrato de tarjeta de crédito:

(...) Es aquel por el cual una empresa especializada estipula con el cliente la apertura de un crédito a su favor, a efectos de que éste contrate bienes o servicios en determinados establecimientos, con los cuales, a su vez, la empresa tiene pactada una respectiva comisión. (Gherzi, 1994, p. 206)

Además, la doctrina mexicana sostiene que:

Técnicamente se puede definir como el plástico que legitima al titular como el acreditado de un contrato de apertura de crédito bancario, cuya aceptación por un proveedor lo identifica como uno de los miembros del grupo de comerciantes ante los cuales el tarjetahabiente puede obligar al banco acreditante, haciendo uso del monto disponible a su favor. (Dávalos, 2002, p. 954)

En conclusión, para una cabal comprensión del contrato de tarjeta de crédito se deberá analizar las características, los tipos y las partes que participan en el mencionado acto jurídico; en vista de que, el contrato bajo análisis reviste una cierta complejidad, además de ser un vehículo financiero en boga para la sociedad contemporánea.

2.4 Características del contrato de tarjeta de crédito

En consideración a su particular naturaleza, se puede mencionar las siguientes características del contrato bajo análisis:

- Principal: el contrato de tarjeta de crédito, tal como sostiene Bravo (2016): “(...) no depende de otro contrato, por ende es autónomo en la producción de sus efectos jurídicos”. (p. 564).
- Plurilateral: es decir, en este tipo de contrato, participan dos o más partes; en tal virtud Ghersi (1994), señala que: “Del haz de vínculos jurídicos que emanan, nacen obligaciones para cada uno de los sujetos participantes del contrato: entidad, usuario y proveedor. En puridad se puede señalar que se trata de 3 contratos bilaterales” (p. 207). Como resultado de esta característica, líneas más abajo se analizará a las partes que participan en el contrato.
- Oneroso: patrimonialmente valorable, por lo cual, Arias Shreiber (2006) sostiene que: “los contratos onerosos son aquellos en los cuales cada una de las partes sufre un sacrificio que se compensa con una ventaja. En este sentido se ha dicho que en esta clase de contratos existe enriquecimiento y empobrecimiento correlativo” (p. 49).
- Consensual: se puede hacer alusión al aforismo latino SOLUS CONSENSUS OBLIGAT, el cual es un principio general del derecho patrimonial; cuyo

significado es que, “el solo consentimiento de las partes contratantes obliga”; en esta línea de ideas, debe considerarse que:

La perfección del negocio acaece al momento de prestar las partes el consentimiento. Desde que el contrato queda concluido comienza a producir sus efectos propios. Por supuesto, el acuerdo se cumple por etapas: entre la empresa y el cliente, entre la empresa y el comerciante; por último, el mecanismo se pone en marcha cuando el usuario contrata sobre bienes y servicios con el comerciante proveedor. (Gherzi, 1994, p. 207)

- **Conmutativo:** esto está en relación a que las partes que participan en el acto jurídico conocen desde un inicio las prestaciones que han de cumplir y las contraprestaciones que han de recibir a cambio.

Si bien en teoría, el consumidor sabe aquello a lo que está obligado y también es consciente de aquello que va a recibir; esto no siempre se da debido a que el consumidor, no es consciente de los beneficios colaterales que conlleva la suscripción de un contrato de tarjeta de crédito.

- **Nominado:** si bien en el momento que aparece en el mercado, no contaba con un nombre específico; esto no impidió que adquiriera un *NOMEN IURIS*, es decir, un nombre jurídico con el cual es identificado a día de hoy.
- **Típico:** se ha de señalar que en este caso la tipicidad social empujó y dio como resultado la tipicidad legal, por lo cual, este contrato cuenta con regulación legal propia.
- **Personalísimo:** también llamado contrato *INTUITO PERSONAE*, debido a que como sostiene Bravo (2016): “La tarjeta se expide, a nombre de una persona natural o jurídica, con carácter de intransferible tal cual se halla normado en él” (p. 565).

Esta característica es relevante, debido a que el consumidor que obtiene la Tarjeta de Crédito, se le otorga un tipo específico de tarjeta de crédito por parte de la entidad bancaria o financiera.

- **De ejecución continuada:** el contrato bajo análisis no se agota con su celebración, sino más bien como sostiene Gherzi (1994): “los efectos de la suscripción de una tarjeta de crédito se prolongan en el tiempo, esto es, las

prestaciones no se agotan instantáneamente, sino que se extienden sus consecuencias durante toda la vigencia del documento” (p. 208).

- De crédito: es una característica SIN QUA NON, es decir, sin la cual no se puede suscribir un contrato de tarjeta de crédito; por lo que el contrato bajo análisis facilita y vabiliza el crédito.
- Es una operación de cambio: esto en virtud a lo que señala Bravo (2016), el cual entiende que: “(...) su objetivo principal es la transferencia de riquezas a través de la transferencia de bienes o servicios” (p. 565).
- Es un contrato bancario: debido a lo sostenido por Bravo Melgar (2016), el cual señala que la tarjeta de crédito: “(...) es un contrato típico bancario financiero en virtud de la entidad emisora” (p. 565).

En esta línea de ideas, lo mencionado se reafirma con el hecho de que se regule por una ley específica y se desarrolle en el mundo bancario y financiero.

- Con libertad de forma: por efectos de la tutela al consumidor se busca que el contrato conste por escrito, con lo cual se consigue que la información que contiene el contrato sea de conocimiento del consumidor; también se da por la necesidad de generar prueba de la suscripción del vínculo patrimonial entre las partes signatarias. Incluso en el artículo 5, de la Resolución SBS N° 6523-2013, se señala el contenido mínimo que debe tener el contrato de tarjeta de crédito.
- Por último, se puede mencionar que en varias ocasiones, la celebración del contrato de tarjeta de crédito se puede dar de manera telemática, no obstante la entidad bancaria se ve obligada a enviar los documentos que integran el contrato al consumidor, vía correo tradicional o a través del correo electrónico.

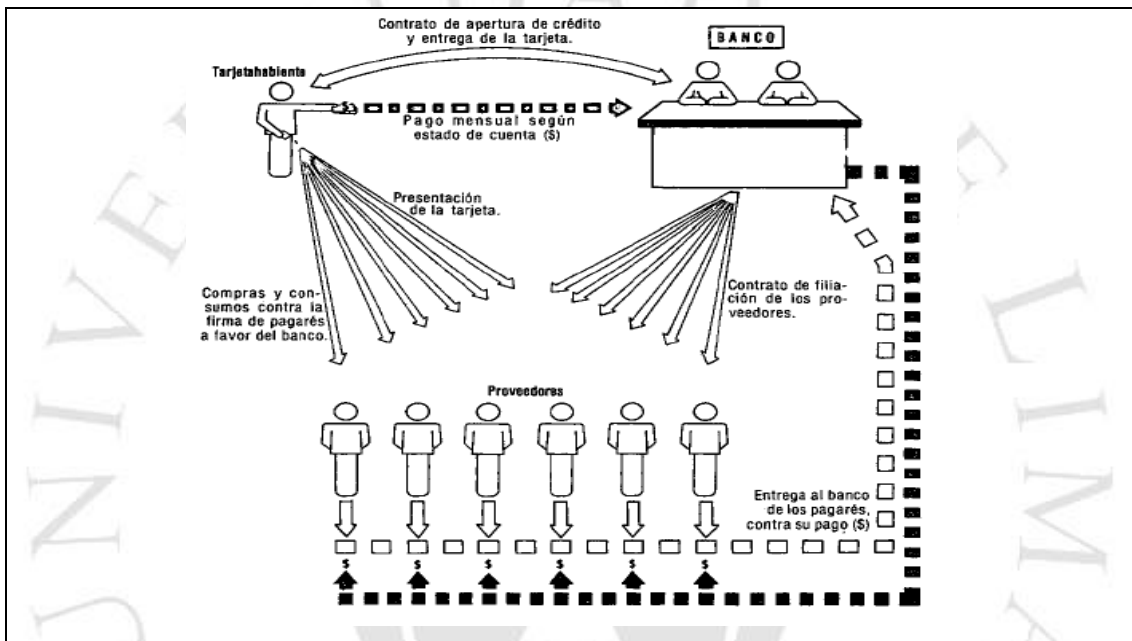
2.5 Partes del contrato de tarjeta de crédito

En el contrato de tarjeta de crédito, se pueden identificar a tres partes que participan en toda la operación económica, por lo cual, se puede decir que:

Para que el sistema pueda funcionar, es necesario que el emisor cree y ponga en circulación la tarjeta de crédito; además, que el consumidor decida usar el servicio brindado; y que el proveedor del bien o servicio, previamente se haya suscrito al sistema brindado por el emisor, con el fin de permitir al consumidor usar la tarjeta en su negocio. (Trane, 2002, p. 8)

Para comprender adecuadamente el contrato bajo análisis, se debe tener presente la Figura 2.1, en donde se observa quienes participan en toda la operación económica. La mencionada figura fue extraída del libro Derecho Bancario y Contratos de Crédito del del Dr. Carlos Davalos Mejia.

Figura 2.1
Operación económica de la Tarjeta de Crédito



Fuente: Davalos (2002)

En la Figura 2.1 se observa los tres principales participantes en la ejecución del Contrato de Tarjeta de Crédito, los cuales son: el banco, los proveedores y el consumidor financiero. No obstante, el aporte brindado por la Figura 2.1, se debe desarrollar de manera extensa las partes que participan en el contrato bajo análisis.

2.5.1 La entidad emisora

Es el primer participante en el contrato; en esta línea de ideas Guillén (1997), sostiene que la entidad emisora “puede ser un establecimiento comercial, una empresa especializada en este negocio o una entidad bancaria o financiera. Incluso se puede dar una combinación cuando el emisor no otorga directamente el crédito y lo hace a través de un tercero” (p. 166).

En tal virtud, se desprende que las entidades emisoras pueden ser:

- Las empresas comerciales: las cuales, tal como sostiene Rodríguez Velarde (1995): “(...) emiten sus propias tarjetas de crédito, para uso exclusivo en sus establecimientos y empresas vinculadas” (p. 116).

Es el típico caso de las tiendas por departamento de la empresa Saga Falabella en Lima Metropolitana, habida cuenta que, hace algunos años se otorgaron tarjetas de crédito CMR; las cuales eran emitidas por una empresa del Grupo Falabella, grupo económico que opera las tiendas por departamento Saga Falabella.

- Entidades especializadas no bancarias: en esta línea de ideas, Rodríguez Velarde (1995) señala que: “(...) son prácticamente las creadoras del credit card o tarjetas no bancarias, que no se utilizan en el área bancaria, pero que permiten la compra de bienes y servicios en las entidades afiliadas al sistema” (p. 116).

Un ejemplo típico es el caso de Diners Club; esto en virtud a que, es una entidad especializada que emite tarjetas de crédito a nivel internacional, pero no es una entidad bancaria, debido a que la entidad financiera que respalda la emisión de su tarjeta de crédito en el mercado nacional es el Banco Pichincha.

- Entidades bancarias: las cuales son entidades que están encargadas de masificar la tarjeta de crédito como medio de pago alternativo al efectivo. Como es el caso de los bancos: Interbank, BBVA Continental, etc.

2.5.2 El consumidor

Es el segundo participante en el contrato de tarjeta de crédito. Al consumidor, también se le conoce como tarjeta habiente; y como se señala en la parte primera del presente trabajo, el consumidor de la tarjeta de crédito es la parte tutelada por la normativa que regula el tema de la tarjeta de crédito.

En tal virtud, es importante tener en consideración lo que señala la doctrina, con respecto al tarjeta habiente, el cual:

Es aquella persona natural o jurídica que se beneficia con el crédito otorgado por la entidad emisora-crediticia y que se compromete a pagarlo de acuerdo a los términos y condiciones pactadas en el contrato que para dicho efecto celebra con el emisor. (Guillén, 1997, p. 166)

Así mismo, es de capital importancia señalar lo que se consigna la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor en su Numeral 1.1 del Artículo Quinto, con relación a los usuarios. Para el mencionado cuerpo legal, los usuarios son:

Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional (...). (Ley N° 29571, 2010)

No obstante, el alcance realizado por el Código del Consumidor, se debe de señalar lo que consigna el numeral 1 del artículo segundo de la Resolución SBS N° 3274-2017; esto, debido a que la Resolución SBS N° 3274-2017 – Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero y modifica el Manual de Contabilidad, para las empresas del sistema financiero y el Reglamento de Tarjeta de Crédito y Débito, hace mención al tarjeta habiente refiriéndose al mismo como cliente, y en esa línea de ideas, sostiene que el cliente es el: “(...) usuario con quien la empresa mantiene una relación comercial originada por la celebración del contrato”.

Así mismo, es importante señalar los numerales 18 y 19 del artículo segundo de la Resolución SBS N° 6523-2013 - Reglamento de tarjeta de crédito y débito, en donde se entiende que:

Titular: persona natural o jurídica a la que, como consecuencia de la celebración de un contrato con las empresas, se le entrega la tarjeta.

Usuario: persona natural que se encuentra autorizada para utilizar la tarjeta. (Resolución SBS N° 6523-2013, 2017)

Finalmente, en el presente acápite es relevante mencionar, al Consumidor Peruano Medio (CPM), debido a que la normativa que regula al sistema financiero y

específicamente a los consumidores de la tarjeta de crédito tiene una posición tuitiva, esto en virtud a que, el legislador entiende que el Consumidor Peruano Medio es una persona poco entendida en la materia, motivo por el cual lo tutela y lo protege.

2.5.3 El establecimiento afiliado

Por último, se debe mencionar al establecimiento afiliado; el cual, en palabras de Guillén (1997): “es aquella persona natural o jurídica que acepta la cancelación inmediata de los productos o servicios que vende con la sola presentación de la tarjeta de crédito y suscripción de la orden de pago (voucher)” (p. 166).

Tambien, se debe tener en consideración lo señalado por la SBS, la cual menciona en el numeral 12 del artículo segundo de la Resolución SBS N° 6523-2013 - Reglamento de tarjeta de crédito y débito, que los negocios afiliados son aquellas: “(...) empresas o personas que aceptan tarjetas de crédito o débito como medio de pago por los productos y/o servicios que ofrecen”.

Asi mismo, se debe de señalar que, con el avance de la tecnología el consumidor puede comprar bienes o servicios de determinados establecimientos comerciales que están afiliados al sistema, los cuales no necesariamente deben tener una sede física; en algunos casos, el “establecimiento afiliado” no siempre es una persona jurídica, debido a que gracias al desarrollo tecnológico se puede dar el empleo de equipos como por ejemplo el POKET (Figura.2.2); el cual permite la compra de bienes o servicios previo pago del equipo y con el desembolso de una comisión por cada venta realizada.

Figura 2.2

Poket



Fuente: Poket (2019)

2.6 Tipos de contratos de tarjetas de crédito

Se debe realizar un acucioso estudio de las diferentes tipologías del contrato bajo análisis; las cuales varían en relación a las partes que intervienen en el contrato. Por lo cual se puede señalar que, el contrato de tarjeta de crédito puede ser:

2.6.1 Bilateral

El contrato de tarjeta de crédito, regularmente se presenta cuando son tres las partes que participan en la operación económica; no obstante, hay algunas ocasiones en las cuales la relación contractual es bilateral, en esa línea de ideas:

Cuando el emisor y el proveedor son representados por un solo sujeto, se suele hablar de tarjeta de crédito bilateral: por lo tanto, este tipo de tarjeta de crédito es emitida directamente por empresas que suministran bienes o servicios, los cuales pueden ser adquiridos directamente por el usuario (consumidor) de la tarjeta de crédito (en los puntos de venta del emisor y por un monto previamente establecido), sin tener que pagar el precio en efectivo, sino simplemente suscribiendo un documento de venta. De esta manera, es posible beneficiarse de una postergación del pago de lo que se ha comprado, el pago se deberá realizar después de un determinado tiempo, y en intervalos periódicos; cuando se reciba

el estado de cuenta, en el cual se detalla las compras realizadas y los montos facturados. (Trane, 2002, p. 8)

La presente definición de la tarjeta de crédito bilateral, es el típico caso de las tiendas por departamento llamadas Saga Falabella y su tarjeta de crédito CMR, ejemplo desarrollado anteriormente.

Se debe observar que la razón económica por la cual el emisor y el proveedor coinciden, es debido a las ingentes ganancias que genera para el grupo económico que respalda la tarjeta de crédito; esto en virtud a que el grupo económico no solo ganará por financiar en cuotas el consumo realizado, sino además ganará por la venta del producto o servicio específico.

Así mismo, una de las razones por las cuales algunas entidades se deciden por hacer un doble papel se da en virtud a que:

En las tarjetas de crédito bilaterales, normalmente, la función del crédito se muestra mucho más marcada de lo que se muestra en las tarjetas de crédito trilaterales; debido a que en estas últimas, predomina la función de medio de pago. (Rizzieri, 1995, p. 225)

En consideración a lo señalado en el párrafo precedente, se debe hacer un análisis de las tarjetas de crédito trilaterales.

2.6.2 Trilaterales

En el contrato de tarjeta de crédito trilateral, se da la presencia de tres partes; en tal virtud, se debe mencionar lo que sostiene la doctrina continental europea:

Las tarjetas de crédito trilaterales son aquellas emitidas por empresas que gestionan exclusivamente el servicio de intermediación en los pagos (conocidos como “emisores”) y que normalmente son entidades de crédito. En ese sentido, la empresa emisora, paga a los proveedores (conocidos como “operadores”) el

precio de los bienes o servicios adquiridos por el titular de la tarjeta de crédito (conocido como “consumidor”) y, periódicamente, recibe de este último el importe debido; por el servicio de intermediación, el emisor recibe una cuota fija (conocida como “membresía”) de parte del consumidor por la obtención de la tarjeta de crédito (como contraprestación por el uso del servicio), y un porcentaje sobre el valor de la venta del producto o servicio de parte del proveedor. (Trane, 2002, p. 11)

Teniendo en consideración que en la presente tipología del contrato bajo análisis, participan tres partes: el emisor, el consumidor y el proveedor; se extrae como conclusión que, la tarjeta de crédito trilateral facilita el comercio y viabiliza la adquisición de bienes y servicios.

No obstante lo mencionado en los párrafos precedentes, para una mejor comprensión de las diferencias entre las tarjetas de crédito bilaterales y las tarjetas de crédito trilaterales, se puede hacer alusión a lo que señala la doctrina:

Las tarjetas bilaterales y las tarjetas trilaterales, no pueden ser clasificadas bajo los mismos términos: las tarjetas de crédito bilaterales están dirigidas a realizar, el financiamiento de la operación de intercambio, persiguen satisfacer el interés del proveedor o del usuario de la tarjeta de crédito; mientras tanto, las tarjetas trilaterales, satisfacen el interés del emisor, respecto al cual el interés del usuario se pone en un segundo plano, y funciona solamente como un medio de extinción de las obligaciones (...). (Di Nanni, 1983, p. 170-171)

2.7 Documentos integrantes del contrato

Si bien se puede pensar en un primer momento que, el contrato que involucra a la entidad emisora con el usuario, es simplemente un documento pre redactado por el banco; en puridad, esto no es del todo cierto, habida cuenta que, el contrato bajo análisis se compone de una serie de documentos. Los cuales serán analizados de manera aguda en los siguientes párrafos.

2.7.1 La solicitud de la tarjeta de crédito

El primer documento que el futuro consumidor debe compilar, es la solicitud de tarjeta de crédito; en el mencionado documento, el consumidor debe consignar una serie de datos personales, tal como se muestra a continuación en la Figura 2.3.

Figura 2.3

Solicitud de tarjeta de crédito

El formulario 'SOLICITUD DE TARJETA DE CRÉDITO' de Banco Ripley está dividido en varias secciones:

- DATOS PERSONALES:** Incluye datos de contacto, estado civil, nacionalidad, nivel de educación, profesión y ocupación, departamento, provincia y ciudad, número de teléfono, correo electrónico, dirección de domicilio y número de contacto.
- DATOS LABORALES:** Incluye datos de contacto laboral, tipo de contrato, ingresos mensuales, antigüedad y fecha de ingreso.
- DATOS FAMILIARES:** Incluye datos de contacto de familiares cercanos.
- OTROS INGRESOS:** Incluye ingresos mancomunados y otros ingresos.
- DATOS DEL PRODUCTO:** Incluye datos de contacto para el producto solicitado.

El formulario también incluye una sección de 'TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES' con un consentimiento informado y una sección de 'OBSERVACIONES' para el banco.

Fuente: Banco Ripley (2010).

La razón por la cual las entidades financieras solicitan buena cantidad de información de sus futuros clientes financieros, responde a la necesidad de saber si estos últimos son sujetos de crédito; en tal virtud, una vez que las entidades financieras cuentan con los datos necesarios, llevan a cabo un análisis del perfil crediticio del potencial consumidor; luego de lo cual, proceden a emitir o denegar la tarjeta de crédito.

Las entidades que coadyuvan a determinar si una persona natural o jurídica, es un buen cliente, son las Centrales Privadas de Información de Riesgos (CEPIRS), las

cuales están reguladas por la Ley N° 27489 – Ley que regula las Centrales Privadas de Información de Riesgo y de protección al titular de la información.

Lo sostenido en el párrafo precedente se da debido a que las CEPIRS compilan y almacenan la información crediticia de las personas naturales y de las personas jurídicas. Además, realizan productos complejos que permiten a los analistas de riesgo determinar con la ayuda de los datos recopilados la viabilidad de la emisión de una tarjeta de crédito.

2.7.2 El documento del contrato de tarjeta de crédito

El “contrato de tarjeta de crédito”, es un documento suscrito regularmente por dos partes (el consumidor y la entidad crediticia), en donde se consignan todas las prestaciones y contraprestaciones que le corresponde a cada una de las partes signatarias; este documento ha sido analizado en parte en los párrafos precedentes, no obstante, en las siguientes líneas, se realizará un análisis detallado del documento en cuestión.

Así mismo, se debe indicar que las entidades financieras hacen una serie de publicaciones y/o anuncios; además de entregar otros documentos, los cuales vienen a complementar el contenido del contrato. Estos documentos se desarrollarán en los siguientes párrafos, a efectos de clarificar que dichos documentos forman parte integrante del contrato de tarjeta de crédito.

2.7.3 La hoja resumen

La hoja resumen, es un documento que desarrolla lo consignado en el contrato de tarjeta de crédito, así mismo cumple el papel de facilitar la comprensión de las obligaciones y los derechos que le corresponden a las partes.

Es menester señalar que, se trata de un documento el cual se muestra mucho más amigable con el consumidor, habida cuenta que su difusión se da por mandato de la

SBS. La hoja resumen se puede apreciar en la figura 2.4, la cual se muestra a continuación.

Figura 2.4
Hoja resumen

Beneficios		Oro		Platinum		Signature	
Moneda de facturación y financiamiento		Soles y Dolares					
Validez nacional e internacional		Si					
Financiamiento en cuotas		Hasta 36 meses solo a nivel nacional					
Factor revolvente ⁽¹⁾		36					
Acceso a cajeros a nivel nacional e internacional		Si					
Seguro de desgravamen ⁽²⁾		Hasta US\$ 30,000					
Limite por disposición de efectivo ⁽³⁾		Hasta 100% de la línea					
Uso de Cajeros y Monederos Global Net		Gratis Ilimitado					
Retiro de efectivo en Cajeros Global Net (horario diurno)		Hasta S/ 1,500 y US\$ 500					
Retiro de efectivo en Cajeros Global Net (horario nocturno)		Hasta S/ 500 y US\$ 300					
Tarjetas Adicionales sin costo		Si, hasta 8					
Cargo automático en cuenta (opcional)		Si					
Banca telefónica 24 horas, llamando al 311-9000 Tarjetas Oro y al 311-9010 Tarjetas Platinum y Signature		Si					
Programa de recompensas		Cashback Soles					
Notas:							
(1) Paga tus compras hasta 55 días sin intereses, siempre que canceles el Pago del mes, máximo hasta el último día de pago que indique tu Estado de cuenta, no aplica para disposiciones en efectivo ni casinos.							
(2) El Seguro de Desgravamen aplica solo para los titulares de tarjetas de crédito menores a 80 años. Cumplidos los 72 años la cobertura es hasta US\$ 5,000 o su equivalente en moneda nacional.							
(3) Las condiciones del seguro y del servicio se adjuntan en el kit de bienvenida de la tarjeta de crédito.							
(4) El porcentaje de la disposición de efectivo (servicio asociado) dependerá de la evaluación crediticia del cliente y/o de las políticas internas que realice el banco de manera periódica. Dicho servicio se informará de manera mensual a través de su estado de cuenta. El horario límite de retiro en cajeros Global Net es: diurno de 6:00a.m a 10:00p.m. y nocturno de 10:01p.m. a 5:59a.m. Adicionalmente podrá realizar retirios en otros canales que Interbank ponga a su disposición.							
Tarifario		Oro		Platinum		Signature	
Intereses (TEA)		Soles	Dólares	Soles	Dólares	Soles	Dólares
Interés compensatorio para consumos revolventes, cuotas fijas y sobregiros ⁽¹⁾		Desde 19.42% Hasta 69.78%		Desde 19.42% Hasta 59.73%		Desde 19.42% Hasta 49.89%	
Interés compensatorio para disposición de efectivo y casinos ⁽²⁾		Desde 26.68% Hasta 98.96%		Desde 26.68% Hasta 89.90%		Desde 26.68% Hasta 89.90%	
Categoría y denominación de comisiones ⁽³⁾		Soles	Dólares	Soles	Dólares	Soles	Dólares
Membresía Anual	- Membresía Anual Tarjeta Titular ⁽⁴⁾ Normal Especial ⁽⁵⁾	S/ 170 Sin costo		S/ 300 Sin costo		S/ 400 Sin costo	
	- Membresía Anual Tarjeta Adicional ⁽⁶⁾	Sin costo		Sin costo		Sin costo	
Servicios asociados a la tarjeta de crédito	- Envío físico de estado de cuenta ⁽⁷⁾	S/ 7.90		S/ 7.90		S/ 7.90	
	Uso de cajero automático						
Uso de canales ⁽⁸⁾	- Cajeros en red Globalnet Minimo	3.5% S/ 7	3.5% US\$ 2	3.5% S/ 7	3.5% US\$ 2	3.5% S/ 7	3.5% US\$ 2
	- Cajeros en otras redes en Perú y el extranjero ⁽⁹⁾ Minimo	3.5% S/ 20	3.5% US\$ 6	3.5% S/ 20	3.5% US\$ 6	3.5% S/ 20	3.5% US\$ 6

Página 1 de 4

BIP 348 NOVIEMBRE 2016

Fuente: Interbank (comunicación personal, s.f.)

En la figura que antecede, se muestra una parte de una hoja resumen, la cual detalla incluso de manera comparativa las diferentes tasas de interés que son aplicables para distintas tarjetas de crédito que son emitidas por el banco Interbank.

Por último, se debe de señalar que, en la Resolución SBS N° 3274-2017, se consigna en el artículo 25 inciso 2, aquello que la hoja resumen debe contener; con lo cual, se reafirma que la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP tutela los derechos del consumidor financiero.

2.7.4 Publicidad

Como se señala líneas arriba, en el contrato de tarjeta de crédito se consignan todas las prestaciones y contraprestaciones; no obstante, las entidades financieras complementan lo que ofrecen a los consumidores, a través del empleo de volantes, publicidad radial, publicidad televisiva, anuncios en internet, etc. Por lo cual, y teniendo en consideración lo que sostiene la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor en el segundo párrafo del artículo 46, en donde se señala la integración y vinculación de la oferta, promoción y publicidad, de la siguiente manera:

(...) El contenido de la oferta, promoción o publicidad, las características y funciones propias del producto o servicio y las condiciones y garantías ofrecidas obligan a los proveedores y son exigibles por los consumidores, aun cuando no figuren en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido. (Ley N° 2957, 2010)

Y no solo el Código del Consumidor sostiene lo precitado, así mismo, la Resolución SBS N° 3274-2017 Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero y modifica el Manual de Contabilidad para las empresas del sistema financiero y el Reglamento de Tarjeta de Crédito y Débito, en su numeral 7 del artículo segundo, señala con relación al particular que el:

Folleto informativo: documento que tiene por finalidad poner en conocimiento de los usuarios las características de los productos o servicios financieros ofrecidos por las empresas. Se encuentra a disposición de los usuarios en las oficinas de la empresa, así como puede ser enviado a sus domicilios o via correo electrónico.

(Resolución de la SBS N° 3274-2017, 2017).

En esa línea de ideas, la emisión de la mencionada publicidad, la cual es emitida por las entidades financieras, complementa la oferta. Lo mencionado, se puede observar en la figura 2.5.

Figura 2.5

Publicidad de la tarjeta de crédito Cashback Visa Signature

LA ÚNICA QUE DEVUELVE DINERO
Tarjeta de Crédito **Cashback**

Principales beneficios:

- % Bono de bienvenida*:** consume con tu tarjeta durante los primeros 30 días de recibirla y te devolvemos el 5% de todos tus consumos.
- Recibe 5% de devolución** de tus compras en rubros seleccionados.
- Recibe siempre 1% de devolución** de todas tus compras en el Perú y el mundo.
- Tarjeta Cashback Signature:**
 - Accede a más de 850 salas VIP de aeropuertos internacionales con **Priority Pass™**.

Interbank Cashback Visa Signature

Fuente: Interbank (comunicación personal, s.f.)

2.7.5 Estado de cuenta

El estado de cuenta es un documento que es enviado por la entidad financiera al consumidor, en donde se da detalles de los consumos realizados por el tarjeta habiente y los pagos realizados a cuenta del crédito otorgado por la entidad financiera.

En esta línea de ideas, se debe hacer alusión a lo que menciona el numeral primero del artículo 54 de la Resolución SBS N° 3274-2017 – Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero y modifica el Manual de Contabilidad para las empresas del sistema financiero y el Reglamento de Tarjeta de Crédito y Débito, en donde se señala que:

Las empresas deben ofrecer a los clientes la posibilidad de requerir la remisión o puesta a disposición de información relacionada con sus operaciones pasivas o activas bajo el sistema de cuotas, considerando para tal efecto lo siguiente:

1. En el caso de productos pasivos, a solicitud de los clientes, las empresas envían el extracto de todos los movimientos producidos en sus depósitos durante el mes.
2. En el caso de productos activos bajo el sistema de cuotas, a solicitud de los clientes, las empresas envían información relacionada a los pagos efectuados y aquellos que se encuentran pendientes conforme al cronograma de pagos (...).
(Resolución de la SBS N ° 3274-2017, 2017)

En tal virtud, cuando se realizó un consumo con la tarjeta de crédito, y este está fraccionado en cuotas, la entidad financiera esta obligada a enviar periódicamente un estado de cuenta en donde se señala los detalles relativos al crédito, tal como se muestra en la Figura 2.6.

Figura 2.6

Estado de cuenta

ESTADO DE CUENTA DE TARJETA DE CRÉDITO Página 1 de 2

BBVA Continental

Señor:
SAN MIGUEL SINICHE VLADIMIR JESUS
CALL: LOS INCAS 170 F-103
NA NO APLICHA
L-212 LA MOLINA LIMA LIMA
PERU 0918
VLADIMIRSANMIGUEL@GMAIL.COM

RESUMEN DEL ESTADO DE CUENTA (Junio 2018)

Tarjeta Titular 4140-6482-1302-8825
Último día de pago 18/07/2018

	Soles	Dólares
Pago total del mes	305.00	---
Pago mínimo	305.00	---

Fecha de operación	Detalles de movimientos	Operaciones en (S)	Operaciones en (D)					
20-05	SALDO UTILIZADO PERIODO ANTERIOR	300.00	---					
20-05	INTERESES Y GASTOS PERIODO ANTERIOR	5.00	---					
DETALLE DE OPERACIONES TARJETA TITULAR - VLADIMIR SAN MIGUEL - 8825								
11-06	PAGO RECIBIDO	-305.00	---					
20-06	SEGURO DE DESGRAVAMEN	5.00	---					
DETALLE DE COMPRAS EN CUOTAS Y DISPOSICIÓN DE EFECTIVO EN CUOTAS - VLADIMIR SAN MIGUEL								
DETALLE DE COMPRAS PAGO SIN INTERESES - VLADIMIR SAN MIGUEL								
Fecha de Operación	Concepto	Monto Original	Número de Cuota	T.E.A.	Capital	Interés	Cuota Mes Soles	Cuota Mes Dólares
19-10	PREMIUM MEDICOM PERU S.	3,000.00	8 de 12	0.00%	300.00	0.00	300.00	---
TOTAL COMPRAS PAGO SIN INTERESES					300.00	0.00	300.00	---

Programa LifeMiles

Si 2,285.00 Crédito Disponible Si 2,285.00 Línea de Crédito otorgada

Programa LifeMiles

Número 1302607235
Miles de mes ---
Miles del mes ---

1 Información de la tarjeta

LIFE MILES ORO

Periodo de facturación DEL 21/05 AL 20/06
Línea de crédito otorgada Si 3,000.00
Crédito disponible Si 2,285.00
Disponibilidad de efectivo Si 2,285.00

2 Información de tu deuda

LÍNEA UTILIZADA	Soles	Dólares
Revolvente	---	---
En cuotas	1,500.00	---
Adicional	---	---
Comisiones y gastos del Pago Mínimo	5.00	---
Intereses de Pago Mínimo	---	---
Deuda Total	1,505.00	---

3 Tasas, penalidades y membresía

TASAS	Soles	Dólares
TGA de Compra (C)	26.99%	26.99%
TGA Disposición de efectivo (C)	50.99%	50.99%
PENALIDADES	Soles	Dólares
Incumplimiento de Pago	50.00	25.00

MEMBRESÍA

Consulte cómo pagarle el importe de la membresía en www.bbva.com/pe

(C) COMPRAS (D) DISPOSICIÓN DE EFECTIVO

¿Cómo se calcula tu pago TOTAL del mes?

Saldo anterior	Suma de Efectivo	Parcialidad	Compras revolvente	Compras cuotas	Deposición efectivo revolvente	Deposición efectivo cuotas	Línea adicional en cuotas	Intereses	Comisiones y gastos	PAGO TOTAL
Si	---	---	+	300.00	---	---	---	---	5.00	305.00
D	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

¿Cómo se calcula tu pago MÍNIMO del mes?

Saldo anterior	Suma de Efectivo	Parcialidad	Compras revolvente	Compras cuotas	Deposición efectivo revolvente	Deposición efectivo cuotas	Línea adicional en cuotas	Intereses	Comisiones y gastos	PAGO TOTAL
Si	---	---	+	300.00	---	---	---	---	5.00	305.00
D	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Fuente: BBVA Continental (comunicación personal, s.f.)

2.7.6 Los contratos relacionados

Si bien se podría pensar que el contrato de tarjeta de crédito, es el único vínculo jurídico patrimonial que debe celebrar el consumidor, esto no es verdad; debido a que la entidad financiera busca cubrir el riesgo de no pago de la relación obligatoria de dar suma de dinero que se genera por la utilización de la tarjeta de crédito.

En tal virtud, se debe mencionar que el contrato de tarjeta de crédito, es un contrato principal, debido a que como señala el Codice, el contrato para constituirse (es decir, celebrarse), regularse (o como menciona el Código civil peruano modificarse) o extinguirse (deja de surtir efectos jurídicos) depende de sí mismo.

No obstante ello, el contrato para su cabal ejecución necesita de la suscripción de un contrato coligado o también conocido como contrato relacionado, cuya existencia depende de la eficacia del contrato principal. El contrato relacionado en el caso del contrato de tarjeta de crédito, se llama contrato de seguro de desgravamen.

Con la celebración del contrato de seguro de desgravamen, el banco y/o la financiera buscan cubrirse de la falta de pago de aquello erogado como crédito al consumidor. En esta línea de ideas, la falta de pago, es decir, la inejecución de la relación obligatoria, se da por la imposibilidad que tiene el consumidor financiero de pagar el dinero dado en crédito por la entidad financiera.

Así mismo, se debe mencionar que el contrato de tarjeta de crédito, se enmarca dentro de la contratación masiva; no obstante, el contrato de seguro de desgravamen se sitúa dentro de la contratación forzosa, debido a que en puridad se trata de un contrato forzoso ortodoxo. Se debe precisar que, el contrato de seguro de desgravamen se celebra entre el consumidor y la compañía de seguros, teniendo al banco como beneficiario del contrato suscrito; por lo cual, se puede mencionar además, que se presenta un contrato a favor de un tercero.

En tal virtud, se pasará a desarrollar y explicar en los próximos párrafos, las ideas vertidas en el párrafo precedente.

El contrato de seguro de desgravamen, es un contrato forzoso, debido a que la entidad crediticia lo impone al consumidor como un pre requisito para la celebración del contrato principal (el contrato de tarjeta de crédito). En esta línea de ideas, es relevante mencionar la definición que brinda López de Santa María (1986), el mencionado autor entiende que: “Se denomina contrato forzoso aquel que el legislador obliga a celebrar o da por celebrado” (p. 127).

En relación a lo señalado por el jurista chileno; se desprende que, la contratación forzosa en su máxima esencia es el mandato imperativo de la norma para vincularse con una o varias partes, el sustento de esto radica en el interés social que busca tutelar el derecho por ser este una ciencia social que persigue como fin último el bienestar de la sociedad.

La doctrina italiana moderna, decanta por una posición en la cual reconoce la existencia del contrato impuesto, y esto lo manifiesta Roppo, el cual sostiene que:

(...) El contrato es el acuerdo de voluntades de las partes; el contrato puede no tener en su base la voluntad de una de las partes, constreñida al contrato por la ley también contra de su voluntad (o obligada a celebrar un contrato diferente del deseado, por ejemplo, en relación al precio); y entonces, ¿estamos frente a un verdadero contrato? O ¿la ausencia de autonomía de la parte impide que se de un contrato? (Roppo, 2009, p. 69)

Con lo expresado en el párrafo precedente, se puede tener claro que la doctrina italiana moderna tiene en consideración la existencia de un contrato impuesto; en tal virtud, Roppo (2009), concluye que: “algunos niegan que exista un verdadero contrato. Pero la tesis no convence, y es preferible pensar que también el contrato impuesto es un contrato” (p. 69).

Si bien, como se desprende de las definiciones esbozadas en los párrafos precedentes, el contrato de seguro de desgravamen, es impuesto por las entidades bancarias o financieras; ello no descalifica su importancia para suscribir el contrato de tarjeta de crédito; debido a que las instituciones de crédito requieren que para la celebración de contrato principal de tarjeta de crédito se suscriba el contrato accesorio.

Por último, la doctrina española a través del doctor Luis Diez-Picazo manifiesta que:

Bajo el nombre de contratos forzosos conoce la doctrina moderna todos aquellos casos en los cuales, por obra del dirigismo estatal en materia económica y de la intervención pública en el mundo patrimonial, las partes se ven inmersas en una relación contractual, o, para decirlo más exactamente, en una relación jurídica similar a la que habría creado un contrato, sin su voluntad y aun contra su voluntad. (Diez-Picazo, 1993, p. 133)

Se extrae como conclusion que, para poder obtener una tarjeta de crédito, el consumidor se ve en la imperiosa necesidad de contar con un seguro que cubra a la entidad bancaria o financiera, ante una eventual inexecución de la relación obligatoria de dar suma de dinero.



CAPÍTULO III:

LA TARJETAS DE CRÉDITO EN EL SISTEMA FINANCIERO PERUANO

3.1 Sistema financiero en el Perú

Se debe tener en consideración, que el sistema financiero es altamente regulado por las autoridades peruanas a fin de tutelar el bienestar económico del país.

La regulación de la tarjeta de crédito se da dentro del sistema financiero; en tal virtud, es importante analizar el sistema financiero, en su relación con el derecho bancario y el derecho financiero. Por lo cual, se ha de desarrollar los siguientes conceptos:

3.2 Derecho Bancario

3.2.1 Definición del Derecho Bancario

El derecho bancario es una rama moderna, la cual se encarga del estudio del derecho y su interrelación con el mundo de la banca. En tal virtud, resulta fundamental tener presente lo que señala Broseta (1978), quien define al derecho bancario como: “el conjunto de normas de derecho público y privado que regulan a los bancos y a su actividad económica” (p. 443).

La regulación de las entidades bancarias es llevada a cabo por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS); por lo cual, para poder alcanzar este objetivo, la SBS ha publicado la Ley N° 26702.

En esa línea de ideas, el numeral primero del artículo 282 de la Ley N° 26702 - Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, sostiene que una empresa bancaria:

(...) Es aquella cuyo negocio principal consiste en recibir dinero del público en depósito o bajo cualquier otra modalidad contractual, y en utilizar ese dinero, su propio capital y el que obtenga de otras fuentes de financiación en conceder créditos en las diversas modalidades, o a aplicarlos a operaciones sujetas a riesgos de mercado. (Ley N° 26702, 1996).

3.2.2 Definición de Banco

Para tener una idea concreta a lo que se hace referencia con el vocablo banco, se debe considerar lo que sostiene el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, el cual señala que el banco, es una: “empresa dedicada a realizar operaciones financieras con el dinero procedente de sus accionistas y de los depósitos de sus clientes”.

No obstante se deba tener en cuenta el aporte precitado; también se debe conceptualizar lo que se entiende por banco comercial, en tal virtud, el Diccionario de la Real Academia de la Lengua sostiene que el banco comercial “(...) recibe en depósito dinero de particulares y de empresas, y mantiene una parte del mismo a disposición inmediata del público”.

Del alcance realizado por el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, se puede señalar que, el banco es una institución de crédito que permite la circulación del dinero; en otras palabras, el banco se encarga de recaudar dinero por medio de los depósitos que realizan los ahorristas y coloca los fondos recaudados a manera de créditos erogados a los consumidores. En tal virtud, se puede concluir que el banco es una institución que permite el desarrollo económico de las personas.

3.2.3 Principales bancos del Perú

En el ámbito nacional, el sistema bancario en su conjunto es sólido, pero no llega a ser desarrollado como en otras latitudes; es así que, los cuatro bancos más grandes del país, son los siguientes:

- Banco de Crédito del Perú (BCP): es el banco más grande y antiguo; su historia comienza según su portal institucional, el 9 de abril de 1889 con el nombre de Banco Italiano, posteriormente en 1942 paso a llamarse Banco de Crédito del Perú. A día de hoy, se consolida como el banco líder del sistema financiero con el 32.5% de participación de mercado en créditos directos y el 33.1% en depósitos.

En cuanto a las tarjetas de crédito, el banco emite tarjetas de crédito, tanto de la franquicia American Express como de la franquicia Visa; así mismo, se puede señalar que el banco tiene una base interesante de clientes corporativos.

- BBVA Continental: de acuerdo a su portal institucional; se trata de una entidad subsidiaria del Holding Continental S.A., empresa peruana formada por el grupo Breca (50%), de capital peruano, y el grupo BBVA (50%), de España.

Con respecto a las tarjetas de crédito que emite el banco, se debe de mencionar que trabaja con las franquicias: Visa y MasterCard.

Una de las grandes ventajas para el consumidor es que, el banco ha implementado en sus tarjetas de crédito la posibilidad de realizar adquisiciones sin contacto, o también llamado “Contactless”.

- Banco Internacional del Perú (Interbank): de acuerdo a su página institucional; el Banco Internacional del Perú se fundó el 1 de mayo de 1897, e inicio sus operaciones el 17 del mismo mes.

Con respecto al tema de la tarjeta de crédito, este banco ha firmado acuerdos comerciales con las tres franquicias más importantes a nivel nacional: Visa, MasterCard y American Express.

- Banco Scotiabank: con relación a lo que se aprecia en su página web, el Scotiabank Perú forma parte de The Bank of Nova Scotia (BNS) o Scotiabank, una de las instituciones financieras más importantes de Norteamérica, y el banco canadiense con mayor presencia y proyección internacional.

En cuanto a la cuestión de la tarjeta de crédito, este banco trabaja con dos franquicias: Visa y MasterCard.

3.2.4 Establecimientos comerciales y Tarjetas de Crédito

Las tarjetas de crédito que se relacionan con establecimientos comerciales, empezaron siendo aceptadas en exclusividad en los establecimientos comerciales que las emitían, con posterioridad se masificaron y ahora son aceptadas a nivel mundial.

- CMR Visa – Banco Falabella: con regularidad se piensa que todas las tarjetas de crédito de la marca CMR, son emitidas por el Banco Falabella y franquiciadas por Visa; lo cual no es del todo cierto, habida cuenta que puede darse el caso, de las tarjetas de crédito exclusivamente emitidas y respaldadas por el Banco Falabella, sin la intervención de Visa en su calidad de franquiciante; lo cual se puede apreciar en la Figura 3.1.

Figura 3.1

Tarjeta CMR – Banco Falabella



Fuente: Banco Falabella (2012)

Así mismo, se debe mencionar que, el Banco Falabella emite tarjetas de la franquicia Visa en las categorías Clásica y Platinum; las cuales son mucho más económicas en cuanto a los intereses, que aquellas tarjetas emitidas directamente y exclusivamente por el Banco Falabella.

- Ripley – Banco Ripley: el banco Ripley cuenta con una mayor variedad en cuanto a la tipología de tarjetas que emite a comparación de las tarjetas CMR. No obstante, también ofrece la “Tarjeta Ripley Clásica”, la cual no cuenta con franquicia contratada por el banco Ripley; la mencionada tarjeta de crédito se muestra en la Figura 3.2.

Figura 3.2

Tarjeta Ripley Clásica



Fuente: Las Tarjetas de Crédito (2019)

El Banco Ripley, para la emisión de su tarjeta de crédito, utiliza la franquicia MasterCard; en esta línea de ideas en la Tabla 3.1, se puede observar, la diferencia en las tarifas de las distintas tarjetas de crédito que emite el mencionado banco.

En la mencionada Tabla 3.1 se muestra que la tarjeta que es emitida y respaldada por el propio banco es mucho más cara para el consumidor, además de contar con pocos beneficios colaterales.

Tabla 3.1

Cuadro comparativo de la tarjetas Ripley

Nombre comercial y marca	CARACTERÍSTICAS DE LA TARJETA								
	Ingreso mínimo	Tasa de interés (TEA %)**		Costos totales (TCEA %)**	Penalidad por atraso	Beneficios adicionales	Membresía	Seguros requeridos	Otras Características y tarifas
Tarjeta Ripley Clásica Marca: Propia	S/ 765	Compra en cuotas	18.72% - 110.00%	Compra cuotas: 161.99% Sistema revolvente: 151.59%	2.5% diario del pago mínimo. Mínimo mensual de S/ 39.00 y máximo mensual de S/ 99.00. Penalidad por pago fuera de fecha (A partir del segundo día de vencimiento de la cuota)	Welcome Kit: Descuentos en departamentos seleccionados y Ripley puntos. Descuentos Excluyivos en la Tienda.	Sin costo	Seguro degravamen S/ 7.90 al mes	Enlace Clásica
		Sistema Revolvente	11.0%						
		Efectivo Express (Disposición Efectivo)	41.25% - 127%						
Tarjeta Ripley MasterCard Silver Marca: MasterCard	S/ 765	Compra en cuotas	15.94% - 96.00%	Compra cuotas: 145.65% Sistema revolvente: 135.17%	2.5% diario del pago mínimo. Mínimo mensual de S/ 39.00 y máximo mensual de S/ 99.00. Penalidad por pago fuera de fecha (A partir del segundo día de vencimiento de la cuota)	Welcome Kit: Descuentos en departamentos seleccionados y Ripley puntos. Descuentos Excluyivos en la Tienda. Seguro de protección de compras.	Sin costo	Seguro degravamen S/ 7.90 al mes	Enlace MasterCard Silver
		Sistema Revolvente	15.94% - 96.00%						
		Efectivo Express (Disposición Efectivo)	127.00%						
Tarjeta Ripley MasterCard Gold Marca: MasterCard	S/ 2,000	Compra en cuotas	15.94% - 96.00%	Compra cuotas: 145.65% Sistema revolvente: 135.17%	2.5% diario del pago mínimo. Mínimo mensual de S/ 39.00 y máximo mensual de S/ 99.00. Penalidad por pago fuera de fecha (A partir del segundo día de vencimiento de la cuota)	Welcome Kit: Descuentos en departamentos seleccionados y Ripley puntos. Descuentos Excluyivos en la Tienda Seguro de protección de compras. Seguro de accidentes. Seguro de alquiler de vehicular. Garantía extendida.	Sin costo	Seguro degravamen S/ 7.90 al mes	Enlace MasterCard Gold
		Sistema Revolvente	15.94% - 96.00%						
		Efectivo Express (Disposición Efectivo)	127.00%						

*TEA Tasa de interés compensatorio e efectiva anual
**TCEA Tasa de costo efectiva anual (TEA + comisiones + gastos)

Fuente: Banco Ripley (2010).

- Cencosud – Banco Cencosud: un antecedente histórico de la tarjeta Cencosud se encuentra en lo que antes se conocía como Tarjeta Metro. En tal virtud, se debe mencionar que los dueños de la Corporación Wong crearon la tarjeta Metro para que sea aceptada tanto en el supermercado Metro como en los establecimientos comerciales Wong; no obstante, hace algunos años los dueños de la Corporación Wong vendieron su participación mayoritaria en la misma, la cual fue adquirida por la empresa Cencosud S.A.

Por esta razón, se debe tener en consideración la Tabla 3.2, que se muestra a continuación, en donde se detalla los tipos de tarjetas de crédito que emite el Banco Cencosud.

Tabla 3.2

Cuadro comparativo de la tarjetas Cencosud

TARJETA					
NOMBRE COMERCIAL		Cencosud Clásica	Cencosud Gold	Cencosud Signature	Cencosud Black
MARCA		Visa / Mastercard	Visa / Mastercard	Visa	Mastercard
INGRESO MÍNIMO		S/ 550	S/ 550	S/ 550	S/ 550
TEA (%) (1)	REVOLVENTE	89.9%	99.9%	99.9%	99.9%
	CUOTAS	34.07% - 89.90%	34.07% - 99.90%	34.07% - 99.90%	34.07% - 99.90%
	AVANCE EFECTIVO	116%	120%	120%	120%
TCEA (%) (2)	REVOLVENTE	129.37%	141.20%	141.20%	141.20%
	CUOTAS	144.39%	158.18%	168.64%	168.64%
	AVANCE EFECTIVO	197.73%	205.05%	216.17%	216.17%
MEMBRESÍA ANUAL(3)		S/ 39	S/ 49	S/ 99	S/ 99
USO DE CAJERO CORRESPONSAL(4)		3.99% (mín. S/ 9.9) Del monto retirado en cajas de Wong, Metro o Paris.	3.99% (mín. S/ 9.9) Del monto retirado en cajas de Wong, Metro o Paris.	3.99% (mín. S/ 9.9) Del monto retirado en cajas de Wong, Metro o Paris.	3.99% (mín. S/ 9.9) Del monto retirado en cajas de Wong, Metro o Paris.
ENVÍO FÍSICO DE EECC (5)		S/ 4.90	S/ 4.90	S/ 4.90	S/ 4.90
PENALIDADES (6)		Día 01 hasta día 30: S/ 45 Día 31 hasta día 60: S/ 55 Día 61 hasta día 90: S/ 65 A partir del día 91: 15% monto adeudado (mín. S/ 65 y máx. S/ 250)	Día 01 hasta día 30: S/ 45 Día 31 hasta día 60: S/ 55 Día 61 hasta día 90: S/ 65 A partir del día 91: 15% monto adeudado (mín. S/ 65 y máx. S/ 250)	Día 01 hasta día 30: S/ 45 Día 31 hasta día 60: S/ 55 Día 61 hasta día 90: S/ 65 A partir del día 91: 15% monto adeudado (mín. S/ 65 y máx. S/ 250)	Día 01 hasta día 30: S/ 45 Día 31 hasta día 60: S/ 55 Día 61 hasta día 90: S/ 65 A partir del día 91: 15% monto adeudado (mín. S/ 65 y máx. S/ 250)
GASTOS (7)		Seguro de Desgravamen S/ 7.90 mensual	Seguro de Desgravamen S/ 7.90 mensual	Seguro de Desgravamen S/ 7.90 mensual	Seguro de Desgravamen S/ 7.90 mensual
		Ir a Tarjeta Cencosud Clásica	Ir a Tarjeta Cencosud Gold	Ir a Tarjeta Cencosud Signature	Ir a Tarjeta Cencosud Black

Fuente: Banco Cencosud (2017)

- Jockey Plaza – Banco Scotiabank: esta tarjeta de crédito lleva el nombre de un Centro Comercial, lo cual es poco usual en el mercado peruano de tarjetas de crédito, habida cuenta que, la entidad bancaria que respalda la emisión de la Tarjeta de Crédito Jockey Plaza es el Banco Scotiabank. No obstante lo señalado, se debe precisar que la diferencia con las otras tarjetas de crédito, es que la tarjeta bajo análisis cuenta no solo con el respaldo de la entidad financiera antes mencionada, sino además, es emitida por la franquicia Visa. Lo cual permite que sea aceptada a nivel internacional, así como brinda una buena cantidad de beneficios colaterales a sus clientes. Por último, se debe mencionar que esta tarjeta brinda beneficios exclusivos en el Centro Comercial Jockey Plaza, como por ejemplo: descuentos y promociones exclusivos, Jockey Pass, Free Parking, Parking Vip y Scotia Puntos. Con lo cual, el Centro Comercial busca fidelizar a sus consumidores.

3.2.5 Diners Club y el Banco Pichincha

El caso de la tarjeta Diners Club es de lo más particular; por ser la pionera en el desarrollo del tema de la tarjeta de crédito moderna. En esa línea de ideas, Trane (2002) sostiene que: “(...) la primera iniciativa especializada, debe considerarse la de Diners Club, llevada a cabo en los Estado Unidos de América alrededor de los años 50” (p. 70).

Figura 3.3

Primera versión de la tarjeta de crédito Diners Club



Fuente: Diners Club Internacional (2019)

Así mismo se debe mencionar que, una particularidad con relación a esta tarjeta, es que el emisor de la tarjeta de crédito es el Banco Pichincha (antes Banco Financiero del Perú), pero la tarjeta de crédito es operada por la empresa Diners Club Perú S.A.

Del análisis realizado en los párrafos precedentes, se desprende que para la emisión de las tarjetas de créditos, las entidades financieras, adquieren franquicias para operar las tarjetas de crédito. En contraposición a esta tendencia, Diners Club en el Perú toma el papel de una empresa que no depende del Banco Pichincha, lo mencionado se puede observar en la Figura 3.4 la cual se muestra a continuación.

Figura 3.4

Contrato de tarjeta de crédito - Diners Club

CONTRATO DE TARJETA DE CRÉDITO

Día Mes Año

La TARJETA DE CRÉDITO DINERS es una tarjeta de crédito emitida por el Banco Financiero del Perú, en adelante EL EMISOR DINERS, y operada por Diners Club Perú S.A. El cliente titular de una TARJETA DE CRÉDITO DINERS será considerado como EL SOCIO DINERS.

EL SOCIO DINERS, cuyo nombre/denominación social y demás generales de ley se consignan en la Solicitud de Tarjeta de Crédito que forma parte integrante del presente contrato, conviene en abrir a su nombre una Cuenta Corriente Especial <<Cuenta Tarjeta>>, en la moneda detallada en la Solicitud de Tarjeta de Crédito, y declara conocer y aceptar las características y operatividad del Sistema de Tarjetas de Crédito que tiene establecido EL EMISOR DINERS, así como las tasas de interés compensatorio, comisiones, gastos y penalidades detalladas en la HOJA RESUMEN que se le entrega conjuntamente con este contrato, así como conocer las obligaciones derivadas del uso y/o tenencia de la Tarjeta de Crédito, según lo establecido en la normativa aplicable, y según las estipulaciones contractuales que a continuación se detallan, las mismas que expresa aceptar plenamente:

PRIMERA: DE LA CUENTA CORRIENTE ESPECIAL TARJETA Y LÍNEA DE CREDITO: A solicitud

Fuente: Diners Club Perú S.A. (comunicación personal, s.f.)

Finalmente, se debe recalcar que son las entidades bancarias las que emiten la mayoría de tarjetas de crédito; no obstante, en el mercado nacional, también participan las entidades financieras, que también se encargan de emitir una buena cantidad de tarjetas de crédito.

3.3 Derecho Financiero

3.3.1 Definición del Derecho Financiero

Se debe tener en consideración una definición básica sobre el particular; en tal virtud, el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, sostiene que el Derecho Financiero es un: “sector del ordenamiento que comprende el derecho tributario, el régimen presupuestario y el de los gastos públicos”.

Con respecto al tema de la tarjeta de crédito, el derecho financiero busca regular la emisión y posterior uso de las tarjetas de crédito en su conjunto; por lo cual es importante tener en consideración una serie de definiciones específicas.

3.3.2 Definición de Financiera

Para conceptualizar lo que se entiende por una Entidad Financiera, se debe de considerar lo que sostiene el numeral segundo del artículo 282 de la Ley N° 26702 -

Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, en donde se indica que, una entidad financiera:

(...) Es aquella que capta recursos del público y cuya especialidad consiste en facilitar las colocaciones de primeras emisiones de valores, operar con valores mobiliarios y brindar asesoría de carácter financiero.

(Ley N° 26702, 1996).

Por lo cual se concluye que, tanto las entidades bancarias y las entidades financieras son reguladas por la Ley N° 26702; y que la mencionada ley, es la norma base del sistema financiero peruano.

Se debe señalar así mismo que, en el presente trabajo de investigación solo se hará mención de una empresa financiera que emite una determinada tarjeta de crédito.

3.3.3 Tarjeta OH y la Financiera OH

La Tarjeta OH cuenta con el respaldo de la Financiera OH, la cual es una empresa del grupo Intercorp. En esa línea de ideas se debe de mencionar que es una tarjeta de crédito que se relacionó en un primer momento con la tienda por departamentos Oechsle; posteriormente se ha relacionado con otras empresas de grupo Intercop, en ese sentido, la Tarjeta OH se utiliza regularmente en las tiendas: PlazaVea, Promart e Inkafarma.

Esta tarjeta cuenta con dos versiones: Tarjeta OH clásica y la Tarjeta OH Internacional MasterCard.

Finalmente, una vez comprendido cuáles son las entidades bancarias y financieras que emiten las tarjetas de crédito, se ha de mencionar que estas entidades, buscan que las tarjetas de crédito sean aceptadas por la generalidad del público consumidor. Con ese objetivo, las entidades financieras y bancarias, suscriben contratos con franquicias internacionales, las cuales respaldan la aceptación de las tarjetas de crédito.

3.4 Franquicias

Con relación a este tema en particular, Lorenzetti sostiene que:

Dentro del contrato de franquicia encontramos elementos muy diversos como la licencia de marca y símbolos representativos, el suministro, el régimen de pagos e inversiones, el control, la asistencia técnica, la comunidad de interés y la finalidad del negocio. La franquicia encuentra sentido justamente en la relación de esta variedad de elementos, que otros contratos no presentan en tal intensidad. (Lorenzetti, 1999, p. 665)

En atención a lo sostenido por Lorenzetti, se debe señalar que, si bien las empresas que emiten el plástico de la tarjeta de crédito son las entidades bancarias o financieras; estas entidades celebran contratos de franquicia con empresa multinacionales como Visa, American Express y Mastercard. En virtud de los mencionados contratos de franquicia, las entidades bancarias o financieras pagan un derecho a determinada franquicia, y de esa manera los consumidores bancarios o financieros, pueden disfrutar de los beneficios que otorgan estas franquicias.

Se debe señalar que, una de las razones por las cuales las entidades bancarias o financieras firman contratos con las franquicias internacionales, es debido a que es más fácil pagar y participar; entiéndase adherirse al sistema que es operado por una determinada franquicia que montar un sistema nuevo.

En esta línea de ideas, las franquicias transnacionales más conocidas en el mercado peruano, son las siguientes:

3.4.1 Visa

Es la franquicia más conocida y difundida a nivel mundial; así mismo, es la de mayor cobertura a nivel nacional.

Por lo cual, se debe comparar los productos que ofrece la franquicia Visa. En tal virtud, una buena cantidad de las instituciones bancarias precitadas trabajan con la franquicia Visa; por lo cual, se debe tener presente lo que se consigna en el Tabla 3.3.

Tabla 3.3

Cuadro comparativo de las tarjetas Visa

Institución – Tipo de tarjeta	OTRAS	OTRAS	CLASICA	ORO	PLATINIUM	SIGNATURE	INFINITE
Banco de Crédito del Perú		Light	BCP	BCP Millas Travel	BCP Millas Travel		
			BCP Latam Pass	BCP Latam Pass	BCP Latam Pass	BCP Latam Pass	BCP Latam Pass
BBVA Continental	Tarjeta 0	B – Free Visa				BBVA Continental	
					LifeMiles	LifeMiles	
Banco Internacional del Perú	Access	Premia	Interbank	Interbank	Interbank	Interbank	
				CashBack	CashBack	CashBack	
Banco Scotiabank			Scotiabank	Scotiabank	Scotiabank	Scotiabank	Scotiabank
			AAvantage Silver	AAvantage Gold	AAvantage Platinum	AAvantage Signature	AAvantage Infinite
					AAvantage Platinum Pink		AAvantage Infinite Pink
CMR – Banco Falabella			CMR		CMR		
Cencosud – Banco Cencosud						Cencosud	
Jockey Plaza – Banco Scotiabank			Jockey Plaza – Scotiabank		Jockey Plaza – Scotiabank		

Fuente: Diversos bancos. (comunicación personal, s.f.)

Elaboración propia

Por lo que se observa en la Tabla 3.3, se debe mencionar que, Visa ofrece diferentes categorías en sus tarjeta, por lo cual se ha de analizar las categorías que son publicitadas en su pagina de internet, las mismas que son utilizadas por las entidades del sistema crediticio nacional. Los diferentes tipos de tarjetas de crédito que se muestran en la Tabla 3.3 se han recopilado de las distintas paginas de internet de varias entidades financieras.

- Tarjeta de Crédito Visa Classic.

Es una “tarjeta base”, es decir, la tarjeta que cuenta con los más básicos y usuales beneficios que brinda la franquicia visa; por lo cual los servicios asociados a la tarjeta Visa Classic son los que se desarrollan en la Tabla 3.4, cuya información fue recabada de la pagina de internet de Visa.

Tabla 3.4
Beneficios asociados a la Tarjeta Visa Classic

Beneficio	Descripción del beneficio
Protección de precios (protección).	(...) una protección en caso de que el artículo baje de precio en los primeros treinta días a partir de la fecha de compra del mismo. Si adquiriste un producto nuevo con tu tarjeta Visa Classic y lo consigues a un precio más bajo en menos de treinta días a partir de la fecha de compra, tu protección de precios te compensará la diferencia de precio hasta por el monto indicado por artículo y por cuenta por año.
Desembolso de efectivo de emergencia (servicio).	A través del Centro de Atención al Cliente Visa, te brindamos servicios de emergencia durante las 24 horas a nivel mundial. Puedes llamarnos utilizando una red mundial de números telefónicos para llamadas sin cargo y obtener servicios de emergencia relacionados con tu tarjeta. El servicio de desembolso de efectivo de emergencia te ayudará en obtener efectivo en caso de que tu tarjeta se pierda o la roben, bien sea en tu país de domicilio o desde cualquier parte del mundo.
Servicio de información para el viajero Visa (servicio).	Tu tarjeta Visa Classic te proporciona gratuitamente servicios de información y asistencia para que viajes con más seguridad y ahorres tiempo y dinero. Como tarjetahabiente Visa puedes obtener información las 24 horas del día los 7 días de la semana con sólo comunicarte con el Centro de Atención al Cliente Visa. ASISTENCIA PREVIA AL VIAJE Te proporcionamos información sobre destinos, ubicación de cajeros automáticos, los tipos de cambio, pasaporte, visado, requisitos de salud, inmunizaciones. ASISTENCIA DURANTE EL VIAJE Nuestros agentes del Centro de Atención al Cliente Visa te ayudarán a activar todos los seguros y beneficios de tu tarjeta Visa, incluyendo los servicios de emergencia médica internacional.
Centro de atención al cliente Visa (servicio).	A través del Centro de Atención al Cliente Visa, te proveemos acceso a todos los servicios y beneficios de tu tarjeta Visa las 24 horas del día, desde tu propio domicilio o mientras recorres el mundo.
Reposición de tarjeta de emergencia (servicio).	A través del Centro de Atención al Cliente Visa, te brindamos servicios de emergencia durante las 24 horas a nivel mundial. Puedes llamarnos utilizando una red mundial de números telefónicos para llamadas sin cargo y obtener servicios de emergencia relacionados con tu tarjeta. El servicio de reposición de tarjeta de emergencia te ayudará con el reemplazo de cualquier producto Visa en caso de pérdida o robo, bien sea en tu país de domicilio o desde cualquier parte del mundo.
Visa Rewards (servicio).	Como tarjetahabiente Visa Classic en América Latina y el Caribe tienes acceso al programa de premios más completo y exclusivo del mercado sin pagar ninguna cuota adicional. Especialmente diseñado para proporcionarte un máximo de flexibilidad, opciones, variedad y accesibilidad, Visa Rewards elimina numerosas restricciones y limitaciones que imponen otros programas

	para proporcionarte los mejores premios por ser un usuario leal de Visa Classic.
--	--

Fuente: Visa (2019)

Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 3.4, con la obtención de la tarjeta de crédito Visa Classic de cualquier banco, se puede obtener una serie de beneficios los cuales han sido desarrollados.

- Tarjeta de Crédito Visa Gold.

Los beneficios asociados a la tarjeta Visa Gold son los que se desarrollarán en la Tabla 3.5, la cual se muestra a continuación.

Tabla 3.5
Beneficios asociados a la Tarjeta Visa Gold

Beneficio	Descripción del beneficio
Seguro de alquiler de autos (protección).	Al reservar y pagar la totalidad del monto del alquiler de autos con la tarjeta Visa Gold y declinando los seguros CDW/LDW ofrecidos por la agencia de alquiler de autos, recibes, gratuitamente y a nivel mundial, incluyendo tu país de domicilio, protección contra robo o daño que le puedan ocurrir a ese vehículo. Tu seguro de alquiler de autos protege al vehículo alquilado contra colisión, hurto, vandalismo, incendios, accidentes parciales y accidentes totales. La reservación y el pago total del importe del alquiler tiene que hacerse con tu tarjeta Visa. Este seguro te cubre a ti, tarjetahabiente, y a todos los conductores registrados en el contrato de alquiler. Tienes hasta treinta días para abrir el caso de reclamo.
Protección de compras (protección).	Al pagar tus compras con tu tarjeta Visa Gold recibes gratuitamente y sin necesidad de registrar el artículo, una protección en caso de que el artículo sea robado o sufra daños accidentales, en los primeros cuarenta y cinco días a partir de la fecha de compra. Si adquiriste un producto nuevo con la tarjeta Visa Gold y el mismo es robado o sufre daños accidentales tu protección de compras puede pagar por la reparación del mismo o compensar el valor del artículo hasta cuarenta y cinco días a partir de la fecha de compra. Esta protección aplica para artículos comprados en tu país de domicilio o en el extranjero. Tienes hasta treinta días para abrir el caso de reclamo.
Garantía extendida (protección).	Al pagar tus compras con tu tarjeta Visa Gold recibes, gratuitamente y sin necesidad de registrar el artículo, una protección que dobla o extiende la garantía original del fabricante hasta por un año. Si adquiriste un producto nuevo con tu tarjeta Visa Gold, tu garantía extendida duplica o extiende el período de reparación gratuita otorgado por el fabricante original del producto, hasta por un año adicional, en productos que tengan una garantía del fabricante mínima de tres meses y hasta tres años de duración. Esta protección sigue los términos y condiciones descritos en la garantía escrita del fabricante. Tienes hasta treinta días para abrir el caso de reclamo.

Fuente: Visa (2019)

Elaboración propia

En la Tabla 3.5, solo se mencionan los nuevos beneficios que se obtienen con la tarjeta Visa Gold, debido a que los demás beneficios ya fueron desarrollados en la Tabla 3.4; por lo cual solo deben ser pasibles de mención. En esa línea de ideas, a los beneficios desarrollados en la Tabla 3.5 se les debe adicionar:

- Protección de precios (protección).
- Visa Rewards (protección).
- Servicio de información para el viajero Visa (servicio).
- Reposición de tarjeta de emergencia (servicio).
- Centro de atención al cliente Visa (servicio).
- Desembolso de Efectivo de emergencia (servicio).

Se debe proseguir con el análisis de la tarjeta de crédito Visa Platinum, la cual podrá ser catalogada como una tarjeta de crédito de gama media.

- Tarjeta de Crédito Visa Platinum.

En el cuadro 3.6, se desarrollará los beneficios que trae el obtener la tarjeta de crédito Visa Platinum.

Tabla 3.6

Beneficios de la tarjeta de crédito Visa Platinum

Beneficio	Descripción del beneficio
Servicios de Emergencia Médica Internacional + Certificado Schengen (protección).	Tus servicios de emergencia médica internacional te cubren a ti, tarjetahabiente, a tu cónyuge y a tus hijos menores de 23 años, en caso de accidentes o emergencia médicas que ocurran mientras disfrutan de sus viajes en el extranjero. Estos servicios incluyen gastos médicos, gastos dentales, gastos de recetas médicas y de transporte y alojamiento como se definen en los términos y condiciones. También provee el Certificado Schengen gratuitamente, cuando viajas a Europa. Tienes hasta treinta días para abrir el caso de reclamo. Esta protección cubre viajes de hasta sesenta días de duración.
Seguro de Accidentes en Viaje en Medios de Transporte (protección).	Tu seguro de accidentes en viaje en medio de transporte te cubre a ti, tarjetahabiente, a tu cónyuge y a tus hijos menores de 23 años, en caso de muerte accidental o desmembramiento a raíz de un accidente cuando te encuentres en el medio de transporte o si la muerte o el desmembramiento

	ocurre hasta un año luego de la fecha del accidente en el medio de transporte. Tienes hasta treinta días para abrir el caso de reclamo.
Visa Concierge (estilo de vida).	Tu Asistente Personal Visa Concierge trabaja para ti las 24 horas del día, los 365 días del año para facilitarte en todos los momentos de tu día.

Fuente: Visa (2019)

Elaboración propia

- Tarjeta de Crédito Visa Signature.

En este acápite se comenzará a desarrollar la gama alta de las tarjetas Visa, por lo cual en la Tabla 3.7 se podrá observar los beneficios de la tarjeta de crédito Visa Signature.

Tabla 3.7

Beneficios de la tarjeta de crédito Visa Signature

Beneficio	Descripción del beneficio
Perdida de Equipaje (Protección).	Tu protección de pérdida de equipaje te cubre a ti, tarjetahabiente, a tu cónyuge y a tus hijos menores de 23 años, contra la pérdida del equipaje registrado en un medio de transporte. La compensación por la pérdida del equipaje cubre hasta el beneficio máximo indicado en los términos y condiciones. Esta protección cubre todos los tramos del viaje incluyendo el de regreso a casa. Tiene hasta treinta días para abrir el caso de reclamo.
Demora de Equipaje (Protección).	Tu protección de demora de equipaje te cubre a ti, tarjetahabiente, a tu cónyuge y a tus hijos menores de 23 años, contra la demora en la entrega del equipaje registrado en el medio de transporte. Esta protección comienza desde la cuarta hora de demora y te compensará por cada hora de demora hasta el monto indicado en los términos y condiciones, para cubrir gastos adicionales de artículos de vestimenta e higiene personal que tengas que adquirir por causa de la demora de entrega de equipaje. Esta protección cubre todos los tramos del viaje menos el de regreso a casa. Tienes hasta treinta días para abrir el caso de reclamo.

Fuente: Visa (2019)

Elaboración propia

- Tarjeta de crédito Visa Infinite

La tarjeta Visa Infinite, solo se puede obtener por invitación directa según se consigna en la pagina institucional de Visa; en esa línea de ideas, se convierte en la tarjeta más exclusiva de la marca Visa en el mercado nacional; la cual es emitida tanto por el Banco de Crédito del Perú como por el banco Scotiabank. La tarjeta de crédito en cuestión se muestra en la Figura 3.5.

Figura 3.5

Tarjeta de crédito Visa Infinite



Fuente: Visa (2019)

Los principales beneficios de la tarjeta Visa Infinite se desarrollan en la Tabla 3.8.

Tabla 3.8

Beneficios de la tarjeta de crédito Visa Infinite

Beneficio	Descripción del beneficio
Pérdida de Conexiones (Protección).	Tu protección de pérdida de conexiones te cubre a ti, tarjetahabiente, a tu cónyuge y a tus hijos menores de 23 años, hasta el monto del beneficio indicado en los términos y condiciones por gastos razonables y adicionales, que son incurridos por necesidad y por encima de lo recuperado, a los que tienes derecho a recibir de un medio de transporte registrado para facilitarle el uso de un transporte alternativo para llegar a tu destino a tiempo, si debido a circunstancias no previstas, perdiste tu conexión de medio de transporte y no has podido llegar a su destino final originalmente planeado. Esta protección cubre todos los tramos del viaje incluyendo el de regreso a casa. Tiene hasta treinta días para abrir el caso de reclamo.

Fuente: Visa (2019)

Elaboración propia

Si bien solo se señala un solo beneficio, se debe mencionar que todos los demás beneficios otorgados por la franquicia Visa, se incluyen en este tipo de tarjeta de crédito.

3.4.2 Mastercard

La principal franquicia que opera en el mercado nacional es Visa, eso no quiere decir que sea la única franquicia de tarjetas de crédito. Por lo cual, se debe de mencionar la segunda franquicia que opera en el mercado nacional, la cual es Mastercard.

Mastercard al igual que Visa, tiene diferentes tipos de categorías, las cuales cuentan con diversos beneficios. En ese sentido es importante mencionar cada una de esas categorías que son ofrecidas a los consumidores.

- Tarjeta de Crédito Mastercard Standard.

Este tipo de tarjeta es la versión más básica que ofrece Mastercard, por lo cual se puede decir que es también la que cuenta con menos beneficios para el consumidor. No obstante, en la Tabla 3.9, se mencionan y desarrollan sus beneficios asociados.

Tabla 3.9

Beneficios de la tarjeta de crédito Mastercard Standard

Beneficios	Descripción de beneficios
Asistencia global de emergencia	Si se encuentra en una situación de emergencia la cual está relacionada con su tarjeta, llame a Mastercard Global Service inmediatamente para informarnos sobre su robo o pérdida de la tarjeta. Si necesita una nueva tarjeta durante su viaje, con la aprobación de su emisor, usted puede recibir una tarjeta temporal al siguiente día en Estados Unidos, y dentro de los días hábiles prácticamente en cualquier parte del mundo.
Protección de compras	La Protección de Compras proporciona reembolsos por el robo y/o daño accidental de una compra cubierta que debe ser cancelada en su totalidad con la tarjeta Mastercard Standard.

Fuente: Mastercard (2019)

Elaboración propia

Si bien Mastercard es la competencia directa de Visa, Mastercard no cuenta con la totalidad de beneficios que ofrece Visa.

- Tarjeta de Crédito Mastercard Gold.

La franquicia Mastercard ofrece la tarjeta de crédito Mastercard Gold, la cual cuenta con: asistencia global de emergencia y protección de compras; así como de garantía extendida. En esa línea de ideas, en la Tabla 3.10 se desarrolla los beneficios de la tarjeta de crédito Mastercard Gold.

Tabla 3.10

Beneficios de la tarjeta de crédito Mastercard Gold

Beneficios	Descripción de beneficios
Garantía extendida	La cobertura de Garantía Extendida, extiende el período de garantía original del fabricante o el de la marca de la tienda garantizando hasta un (1) año completo para los artículos que compre que estén cubiertos. Una Compra Cubierta debe tener un período de Garantía mínimo de tres (3) meses, sin exceder el periodo máximo de garantía de tres (3) años. La Compra Cubierta debe ser hecha en su totalidad con la tarjeta Mastercard Gold.

Fuente: Mastercard (2019)

Elaboración propia

- Tarjeta de Crédito Mastercard Platinum.

Este tipo de tarjeta puede ser catalogada como de gama media, en tal virtud, se debe tener en consideración la Tabla 3.11.

Tabla 3.11

Beneficios de la tarjeta de crédito Mastercard Platinum

Beneficios	Descripción de beneficios
Viajes	<p>Mastercard Platinum le brinda la posibilidad de disfrutar al máximo de sus viajes y convertidos en experiencias únicas que lo acompañan para siempre.</p> <p>Comuníquese en cualquier momento con Mastercard Travel Services y reciba atención personalizada por parte de nuestros experimentados asesores de viaje, mejoras en la categoría de habitación, desayuno continental complementario, check in adelantado y check out extendido, además de servicios especiales en más de 1300 hoteles y resorts alrededor del mundo. Además reciba descuentos adicionales y beneficios en renta de autos, excursiones y cruceros.</p> <p>Priceless Cities – Descubra cómo Mastercard Platinum le permite aprovechar de ofertas únicas en nuestras Priceless Cities, tanto en su ciudad como durante sus viajes.</p> <p>Asistencia global de emergencia – Mastercard Global Service brinda asistencia en todo el mundo, las 24 horas del día, con informes de tarjetas perdidas y robadas, reemplazo con tarjetas de emergencia y anticipo de efectivo de emergencia.</p>
Concierge y servicios	<p>Asistencia personal las 24 horas</p> <p>El tarjetahabiente de Mastercard Platinum espera lo mejor en todos los aspectos de su vida. Por eso, el Mastercard Concierge trabaja incansablemente para ayudarlo a cumplir dicho objetivo. Es como tener a su disposición un asistente personal las 24 horas de día.</p>
Protecciones	<p>Seguro médico en viajes – MasterAssist Plus – En caso de sufrir una lesión o enfermedad y necesite atención medica mientras esta fuera de su País de Residencia durante su viaje cubierto, Mastercard le brindará coordinación y asistencia para atender cualquier problema.</p> <p>MasterSeguro de autos – Al alquilar un vehículo utilizando su tarjeta Mastercard Platinum, usted recibirá cobertura global por daños causados en caso de colisión contra otro objeto, robo, vandalismo, incendio accidental y daño físico relacionado con el clima.</p> <p>Carta Schengen – Si va a viajar a cualquiera de los países europeos que requieren pruebas de seguro médico para los extranjeros, puede imprimir su propia carta de Schengen.</p>

	<p>Garantía extendida – Proteja sus compras al duplicar la garantía original de los productos que adquiera hasta por un año adicional.</p> <p>Protección de compras – Queremos que pueda disfrutar al máximo su experiencia de compra. Por eso, protegemos la mayoría de las compras que realice con su tarjeta Mastercard Platinum.</p> <p>Protección de precios – Para que pueda realizar sus compras con tranquilidad, usted cuenta con la cobertura de Protección de Precios, que le permite acceder a beneficios exclusivos al realizar compras.</p>
Ofertas de viajes	<p>Asesor Personal de Viajes está siempre a tu disposición para elaborar planes personalizados, hacerte recomendaciones y brindarte acceso exclusivo a beneficios y comodidades de acuerdo con tus preferencias.</p> <p>Atención preferencial y una gama amplia de beneficios con desayuno diario complementario en más de 1,200 de los mejores hoteles del mundo.</p> <p>No importa a donde te dirijas, tendrás una experiencia única y memorable.</p>

Fuente: Mastercard (2019)

Elaboración propia

- Tarjeta de Crédito Mastercard Black.

Por último, se debe mencionar y describir cuales son los beneficios que presenta la tarjeta de crédito Mastercard Black, de acuerdo al detalle que se muestra en la Tabla 3.12.

Tabla 3.12

Beneficios de la tarjeta de crédito Mastercard Black

Beneficio	Descripción de beneficios
Mastercard Airport Experiences provided by Loungekey	Mastercard Airport Experiences provided by Loungekey incluye una membresía de acceso a salas VIP, experiencias de ofertas seleccionadas en restaurants, spas y tiendas en más de 440 aeropuertos – todas adaptadas para satisfacer las necesidades de los viajeros afluentes.
Boingo	Boingo Wi-Fi para los tarjetahabientes de Mastercard brinda acceso ilimitado gratuito a más de 1 millón de hotspots alrededor del mundo.
Airport Concierge	Olvidese de las incomodidades al viajar y disfrute la experiencia de un lujoso servicio de primera clase en el aeropuerto.
Asistencia global de emergencia	Mastercard Global Service brinda asistencia en todo el mundo, las 24 horas del día, con informes de tarjetas perdidas y robadas, reemplazo con tarjeta de emergencia y anticipo de efectivo de emergencia.
Inconveniencia de viajes	Planee tranquilo su viaje sabiendo que, los gastos de viaje y alojamiento pagados por adelantado están cubiertos si un viaje se cancela de manera inesperada o se retrasa.
Protección contra robo en cajero automático	En caso de robo o asalto durante o después de un retiro en cajero automático con su tarjeta Mastercard Black, esta protección le repondrá el dinero robado.

Fuente: Mastercard (2019)

Elaboración propia

Así mismo se debe mencionar que esta tarjeta trae consigo una serie de promociones y ofertas. Por ejemplo, regala dos traslados al aeropuerto sin costo y permite estacionar gratis en la Zona VIP Mastercard Black en el centro comercial Jockey Plaza.

3.4.3 American Express

En el Perú, American Express trabaja con dos bancos, en esta línea de ideas se debe observar la Tabla 3.13, la cual se muestra a continuación.

Tabla 3.13

Cuadro comparativo de las tarjetas American Express

Institución – Tipo de tarjeta	BLUE	CLÁSICA	GOLD	BLACK	PLATINUM	PLATINUM CARD
Banco de Crédito del Perú		BCP LANPASS	BCP LANPASS		BCP LANPASS	
Banco Internacional del Perú	Interbank	Interbank	Interbank	Interbank	Interbank	Interbank

Fuente: Diversos bancos. (comunicación personal, s.f.)

Elaboración propia

Debido a la gran cantidad de tipos de tarjetas que presenta American Express, se ha de detallar cada una de ellas a continuación.

- Tarjeta de crédito American Express Blue

Esta tarjeta ha sido introducida en el mercado peruano hace pocos años, así mismo, se debe mencionar que esta proyectada para las personas que recién tienen su primera tarjeta de crédito. No obstante ello, en la Tabla 3.14 se desarrollan los beneficios que presenta esta tarjeta de crédito.

Tabla 3.14

Beneficios de la tarjeta de crédito American Express Blue

Beneficio	Descripción del beneficio
-----------	---------------------------

Millas Benefit (recompensa)	Acumula 1 Milla Benefit por cada S/. 3.50 de consumo. Si compras por Internet, cada S/. 3.50 acumulas 5 Millas Benefit.
Protección de compras (seguros)	Si tus compras son robadas o se malogran te devolvemos hasta \$ 1,000 por año o \$ 250 por incidente en los primeros 90 días de haber comprado el artículo con tu Tarjeta American Express Blue.
Asistencia de viajes	Servicio disponible las 24 horas del día a nivel mundial en caso de emergencias médicas y/o legales cuando estes de viaje.
Extracash	Extracash es el efectivo al instante que brinda la Tarjeta de Crédito para usarlo en lo que quieras.

Fuente: Interbank (2018)

Elaboración propia

- Tarjeta de crédito American Express Clásica

Ahora bien, se debe desarrollar las beneficios que presenta la tarjeta de crédito American Express Clásica, cuyo detalle se encuentra descrito en la Tabla 3.15.

Tabla 3.15

Beneficios de la tarjeta de crédito American Express Clásica

Beneficios	Descripción del beneficio
Seguro de protección de compras	Seguro gratuito que cubre robo o daño accidental de los bienes adquiridos con su Tarjeta American Express de Interbank. El seguro cubre gastos de reparación o reposición de bien que se haya adquirido en el Perú o en el extranjero hasta por US\$ 1,000 con un máximo de US\$ 5,000 por año. Válido para los bienes adquiridos en su totalidad con la Tarjeta American Express en el Perú y en el extranjero. Válido hasta 90 días después de haberlo adquirido.
Seguro de desgravamen	En caso de fallecimiento del titular, los montos adeudados están cubiertos al 100%.
Asistencia orientada al viajero	Envío de mensajes urgentes desde y hacia el Perú. Asistencia para ubicar su equipo perdido y un reporte diario del trámite, inclusive dentro del Perú. En caso de robo o pérdida recibirá asistencia para la reposición de su tarjeta y papeles personales necesarios para el retorno.
Asistencia legal	Recibirá referencias en caso de detención por accidente de tránsito. Se facilitarán los servicios de un abogado, pagando por cuenta suya hasta US\$ 1,000 por honorarios y US\$ 10,000 por fianza.
Asistencia personal	Información útil que lo ayudará a preparar su viaje a cualquier parte del mundo desde el país donde se encuentre, incluyendo Perú: visas, vacunas, costumbres, regulaciones tributarias y aduaneras, tipos de cambio, impuestos y ubicación de las Oficinas de Viajes American Express. Recibirá referencias de embajadas y consulados, y en caso de alguna eventualidad se le facilitarán los servicios de un interprete.
Asistencia médica de emergencia	Servicios de referencia de médicos, hospitales, clínicas, enfermeras, dentistas, proveedores de accesorios clínicos, farmacias, etc. Envío de un médico local, si las condiciones lo exigen. Arreglos para la admisión a hospitales y trámite de la garantía para los gastos médicos. Traslado de gafas o lentes de contacto rotos, perdidos u olvidados. Traslado inclusive dentro del Perú, de recetas médicas perdidas u olvidadas, o de medicamentos no disponibles localmente.

Fuente: Interbank (2018)

Elaboración propia

- Tarjeta de crédito American Express Gold

La tarjeta de crédito American Express Gold es una tarjeta que se puede catalogar como de gama media, debido a que la misma cuenta con una serie de beneficios para el consumidor, tal y como se detallan en la Tabla 3.16.

Tabla 3.16

Beneficios de la tarjeta de crédito American Express Gold

Beneficios	Descripción de beneficios
Seguro de accidentes de viaje	Al comprar su pasaje con la Tarjeta American Express, queda cubierto hasta por US\$ 250,000 en caso de muerte accidental o desmembramiento que ocurre en transporte público.
Seguro de alquiler de autos (CDW)	Un seguro que cubre gastos por daño, robo y/o colisión del vehículo hasta por US\$ 50,000. Deberá rechazar el seguro de colisión y daños de la agencia de alquiler de vehículos.
Seguro de demora de equipaje	Cubre hasta US\$ 200 en artículos esenciales de vestir o tocador por demora de vuelo superior a 6 horas.

Fuente: Interbank (2018)

Elaboración propia

Se ha de mencionar así mismo que, en el caso del Banco Internacional del Perú (Interbank), el titular de la tarjeta puede acumular hasta 1.25 Millas Benefit, por cada 3.5 Soles.

- Tarjeta de crédito American Express Platinum

Esta tarjeta es la última de la gama media que ofrece tanto el Banco de Crédito del Perú como el Interbank, en esa línea de ideas en la Tabla 3.17 se puede observar sus beneficios.

Tabla 3.17

Beneficios de la tarjeta de crédito American Express Platinum

Beneficios	Descripción de beneficios
Seguros de viajes	Al pagar la totalidad de tu tarjeta Interbank Express Platinum tú, tu cónyuge e

	hijos menores de 23 años cuentan con un seguro en caso de muerte accidental o incapacidad permanente si estas viajando en avión, tren, barco o autobús. Cobertura: hasta por US\$ 500,000
Asistente de viaje	Hasta US\$ 100,000 Europa (Tratado Schengen) hasta EUR 30,000
Pérdida de equipaje	US\$ 1,000
Demora de equipaje	US\$ 200
Demora de vuelo	US\$ 200
Pérdida de conexión	US\$ 200
Seguro de vehículo alquilado (CDW)	US\$ 50,000

Fuente: Interbank (2018)

Elaboración propia

- Tarjeta de crédito American Express Black

Con esta tarjeta se ingresa a la alta gama de la marca American Express, por lo cual en la Tabla 3.18 se detallan los beneficios de esta tarjeta de crédito.

Tabla 3.18

Beneficios de la tarjeta de crédito American Express Black

Beneficios	Descripción de beneficios
Servicio de Asistente Personal Concierge	La tarjeta Interbank American Express Black busca hacerte la vida más fácil, por eso pone a tu disposición la unidad de Servicio y Concierge, un asistente personal las 24 horas del día que cuida de todos los detalles como si lo hicieras tú mismo, brindándote soporte y las mejores alternativas de acuerdo a tus necesidades. Este servicio te ofrece organizar todo lo que necesitas, sea por falta de tiempo, expertise o contactos en los siguientes rubros: Viajes, Gastronomía, Entretenimiento, Compras y Elite Sports.
Priority Pass	Disfruta del confort y tranquilidad de los más de 900 salones VIP en aeropuertos del extranjero y del Espigón Internacional del Aeropuerto Jorge Chavez gracias a tu Priority Pass.
Seguros de viaje	Al pagar la totalidad de tu viaje con tu tarjeta Interbank American Express Black tú, tu cónyuge e hijos menores de 23 años cuentan con un seguro en caso de muerte accidental o incapacidad permanente si estas viajando en avión, tren, barco o autobús. Cobertura: hasta por US\$ 1'000,000.
Asistencia de viaje	Hasta US\$ 100,000 Europa (Tratado Schengen) hasta EUR 30,000
Perdida de equipaje	US\$ 1,000
Demora de equipaje	US\$ 200
Demora de vuelo	US\$ 200
Pérdida de conexión	US\$ 200
Seguro de vehículo alquilado (CDW)	US\$ 50,000

Fuente: Interbank (2018)

Elaboración propia

- Tarjeta de crédito The Platinum Card de American Express

Es la tarjeta más exclusiva del mercado peruano; en virtud a que, la tarjeta en cuestión para obtenerla se requiere un ingreso neto mensual de S/. 20,000.00 (Veinte mil con 00/100 Soles); por lo cual solo su obtención la hace excluyente de la generalidad de personas. No obstante lo mencionado en el párrafo precedente, esta tarjeta tiene los beneficios más exclusivos del mercado, en esa línea de ideas la tarjeta de crédito se muestra en la Figura 3.6. Así mismo, se puede observar que en el frente de la tarjeta no se consigna el nombre del banco a diferencia de las otras franquicias.

Figura 3.6
The Platinum Card de American Express



Fuente: Interbank (2018)

Así mismo, se debe tener en consideración la Tabla 3.19, en donde se puede observar todos los beneficios de la tarjeta.

Tabla 3.19
Beneficios de la tarjeta de crédito The Platinum Card American Express

Alquiler de jets y limosinas	Donde quiera que se encuentre la Unidad de Servicio y Concierge Platinum lo apoyará durante el proceso de reservación de jets privados y/o limosinas.
Cruceros	Un crucero reservado a través de la Unidad de Servicio y Concierge Platinum es el máximo placer, especialmente si usted navega en una de nuestras empresas asociadas de cruceros de lujo.
SilverSea	Crédito de US\$ 300 por suite en ocupación doble y crédito de US\$ 150 por suite en ocupación simple Una botella de Don Perignon por suite (o champagne similar) Visita a la cocina principal acompañado del chef.
Crystal Cruises	Crédito de US\$ 150 por persona (máximo 2 personas) Crédito para excursiones de US\$ 125 por persona (máximo 2 personas).

Priority Pass	Disfruta del confort y tranquilidad de los más de 900 salones VIP en aeropuertos del extranjero y del Espigón Internacional del Aeropuerto Jorge Chavez gracias a tu Priority Pass.
Hertz #1 Club Gold	Automáticamente reciba sin costo la membresía a Hertz #1 Club Gold y disfrute de un alto nivel de servicio, como: ascenso de categoría del auto alquilado (sujeto a disponibilidad), línea de atención especial y 10% de descuento en las tarifas publicadas.
Club Carlson – Gold Elite	Reciba también la membresía Gold Elite del programa de lealtad Club Carlson, con más de 1,000 hoteles entre ellos Radisson y Par Plaza. Se le otorgará beneficios como 50% de bonificación adicional en estadías calificadas, ascenso de categoría en habitaciones y late check out a las 4 p.m.
GHA Hotel Group	Reciba la membresía Platinum en el programa GHA Discovery y sin costo adicional periódico del día, acceso a internet, botella de agua, late check out a las 3 p.m., disponibilidad de habitación con 48 horas de antelación (excepto fechas restringidas), regalo de cortesía y recompensa especial después de la primera estadía.
Seguro de asistencia en emergencia	Usted se encuentra ampliamente cubierto con el servicio de asistencia en emergencias, podemos apoyarlo en localizarle un médico o asistirlo en el ingreso a un hospital y cubrir hasta US\$ 150,000 en gastos médicos alrededor del mundo o hasta 30,000 Euros en países del Tratado de Schengen. Además podemos asistirte en ubicar un abogado que hable su idioma, así como ayudarlo a obtener duplicados de pasaportes, documentos que hayan sido extraviados o robados, entre otros.
Demora de Vuelo	Cobertura hasta por US\$ 200
Pérdida de Conexión	Cobertura hasta por US\$ 200
Demora de Equipaje	Cobertura hasta por US\$ 500
Pérdida de Equipaje	Cobertura hasta por US\$ 3,000
Cancelación de Viaje	Cobertura hasta por US\$ 2,000
Seguro contra accidentes de viaje	Al pagar con su tarjeta la totalidad de su viaje, dispone de una cobertura de hasta US\$ 1'000,000 en caso de accidente cuando esté viajando en avión, tren, barco o autobús.
Seguro de protección de compras	Si compra un bien con The Platinum Card American Express de Interbank, y éste es robado o se malogra, le devolvemos hasta US\$ 5,000 por evento y hasta US\$ 5,000 por año.
Unidad Platinum	Deje que el servicio concierge se ocupe de usted: viajes, entretenimiento, gastronomía, compras, Elite Sports y otros servicios.

Fuente: Interbank (2018)

Elaboración propia

CAPÍTULO IV:

CÓMO FUNCIONA Y CUAL ES LA ESTRUCTURA DEL CONTRATO DE TARJETA DE CRÉDITO EN EL SISTEMA FINANCIERO PERUANO

Como menciona el título del presente trabajo de investigación, la tarjeta de crédito sirve como un mecanismo de desarrollo económico; en tal virtud, es un vehículo, que ha permitido la inclusión al sistema financiero de una buena cantidad de personas en la ciudad de Lima durante el último quinquenio.

Por lo cual, en el presente capítulo, se ha de mencionar los beneficios que otorga la suscripción del contrato de tarjeta de crédito. En esa línea de ideas, se ha de puntualizar que dichos beneficios, no siempre se brindarán a todas las personas que celebran el contrato bajo análisis, debido a que dependerá mucho del empleo de la tarjeta de crédito; es decir, entre mejor se ejecute el contrato de tarjeta de crédito, mayores serán los beneficios para el consumidor.

Ahora bien, acto seguido se pasará a explicar la prestación tipificante del contrato de tarjeta de crédito.

4.1 Compra a crédito

Como menciona su propio nombre, la tarjeta de crédito se ha creado para que el consumidor realice la adquisición de bienes o servicios a crédito; en esta línea de ideas, la doctrina señala que la tarjeta de crédito:

(...) Permite efectuar compras de bienes o servicios en los comercios que aceptan las tarjetas de crédito, generando de manera automática el acceso a un tipo de crédito de consumo, con la posibilidad del pago en cuotas. (Trane, 2002, p. 14)

Por lo cual, se puede decir que, el principal negocio de las instituciones financieras, es la erogación de crédito, y su posterior cumplimiento en pagos periódicos que deben ser realizados por el consumidor; en tal virtud, la ganancia que recibe la institución financiera es el pago de los intereses.

Por lo mencionado en el párrafo precedente, se ha de tener presente lo que señala el artículo 9 de la Ley N° 26702 - Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de

Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros. A través del citado precepto, la ley reconoce que las entidades financieras tienen, la libertad para fijar intereses, comisiones y gastos, de acuerdo al siguiente detalle:

“Las empresas del sistema financiero pueden señalar libremente las tasas de interés, comisiones y gastos para sus operaciones activas y pasivas y servicios. Sin embargo para el caso de la fijación de las tasas de interés deberán observar los límites que para tal efecto señale el Banco Central, excepcionalmente, con arreglo a lo previsto en su Ley Orgánica. La disposición contenida en el primer párrafo del art. 1243 del Código Civil no alcanza a la actividad de intermediación financiera”. (Ley N° 26702, 1996)

Por lo que, se debe puntualizar lo que se entiende por operación financiera; en ese sentido se debe recurrir a lo que sostienen Felipe Osterling Parodi y Mario Castillo Freyre, los cuales manifiestan que una operación dentro del sistema financiero, es aquella en la cual:

(...) interviene una empresa financiera (banco o financiera), ya sea contratando con otra empresa que también forma parte del sistema financiero o con el Estado o con un particular, sea una persona natural o jurídica. (Osterling y Castillo, 2011, p. 521-522)

Se desprende de lo señalado en los párrafos precedentes que, las entidades financieras que emiten las tarjetas de crédito, son libres de estipular las tasas de interés que han de aplicarse a los diversos productos que comercializan. En tal virtud, para comprender el tema de los intereses, comisiones y gastos; los mismos pasarán a ser desarrollados en los siguientes párrafos.

4.1.1 Intereses

Teniendo en consideración lo señalado por el Código Civil en los artículos 890 y 891, se puede desprender de la lectura de los mismos que, los intereses son frutos de origen

civil; en virtud a que los intereses se pagan o producen como consecuencia de una relación jurídica de índole patrimonial. En esa línea de ideas, se señala que:

Los intereses, vinculando la figura con los Derecho Reales, pueden ser calificados como frutos civiles, puesto que son frutos que se devengan de un capital proveniente de una obligación nacida de la ley o de un contrato. Se trata, entonces, de frutos nacidos de una ficción jurídica. (Osterling y Castillo, 2011, p. 517)

No obstante, para ampliar el alcance realizado por la doctrina nacional, se debe señalar lo que menciona Galgano, por lo cual, el mencionado docente italiano sostiene que:

La obligación de pagar una suma de dinero, tiene que ser liquida, es decir, determinada en su cuantía, y exigible, es decir, no debe estar sujeta a un plazo que aún no ha vencido; siempre debe estar acompañada, salvo pacto entre las partes las cuales la hayan excluido expresamente, por la obligación accesoria del pago de los respectivos intereses (art. 1282), según la tasa legal o según la tasa que las partes hayan acordado (art. 1284), por escrito. (Galgano, 2011, p. 57)

Así mismo, se debe sostener que desde el punto de vista económico, los intereses son el rendimiento del dinero en el tiempo; en cambio desde el punto de vista financiero, los intereses generan un plus, un monto de dinero adicional a favor del acreedor; es decir, a favor de la entidad financiera.

Por último, teniendo en consideración el concepto de la institución jurídica bajo análisis, se debe diferenciar entre los tipos de intereses que se pueden generar. En tal virtud, cuando el contrato de tarjeta de crédito se está ejecutando de manera adecuada; si el cliente financiero adquiere un producto y lo paga en cuotas tiene que pagar el precio del bien adquirido más los respectivos intereses retributivos; pero, una vez que el usuario de la tarjeta de crédito ha incurrido en mora, deberá pagar los intereses moratorios. Por lo cual, es importante diferenciar estos dos conceptos.

4.1.2 Intereses retributivos

Son también conocidos como intereses compensatorios; no obstante, el término retributivo resulta idóneo para nominar este tipo de interés, debido a que hace alusión a lo que el acreedor recibe a cambio del sacrificio realizado; en cambio, el término “compensatorio”, no resulta idóneo habida cuenta que, en el contrato de tarjeta de crédito, y específicamente cuando se realiza la erogación del crédito, el consumidor no “compensa” a la entidad financiera por el dinero prestado para la compra del bien o servicio, sino más bien retribuye, es decir paga, por aquel dinero prestado.

Como consecuencia de esta precisión terminológica, se debe recurrir a la doctrina para terminar de decantar el concepto bajo análisis. En esta línea de ideas, la doctrina italiana contemporánea, señala que:

“Los intereses compensatorios” y “los intereses retributivos” son expresiones empleadas generalmente, como equivalentes: ambas expresiones hacen alusión a la función que el art. 1282 del código atribuye a los intereses compensatorios o retributivos por el uso del dinero; es decir, el beneficio que el deudor obtiene por el uso de la suma de dinero que le adeuda al acreedor. (Galgano, 2011, p. 58)

Ahora bien, cuando el deudor de la obligación de dar suma de dinero entra en mora, la entidad financiera se ve habilitada para cobrar los intereses moratorios.

4.1.3 Intereses moratorios

Para un análisis adecuado de los intereses moratorios, se debe puntualizar que la mora es una situación jurídica que se produce ante el retraso en el pago que debe realizar el consumidor. En tal virtud, se ha de mencionar lo que señala Felipe Osterling y Mario Castillo, los cuales entienden que:

La mora es concebida desde su acepción etimológica (deriva del latín MORA o MORAE) como un retraso, tardanza o demora en la ejecución de la prestación.

En tal virtud, existe una fuerte vinculación con el factor tiempo. (Osterling y Castillo, 2011, p. 903)

Por lo cual, ante un retardo en el pago de las obligaciones dinerarias contraídas por el empleo de la tarjeta de crédito; esto generará que el consumidor financiero tenga que pagar los intereses moratorios. En este sentido los intereses moratorios, de acuerdo a lo que señala Felipe Osterling y Mario Castillo (2011), son: “(...) aquellos que cumplen la función económica de reparar el retardo en la ejecución de una obligación” (p. 518).

Así mismo, se debe mencionar que el código civil, autoriza al acreedor cuando el deudor incurra en mora, a poder aplicar el interés moratorio; en esa línea de ideas, se debe tener presente lo que sostiene Felipe Osterling Parodi (2007). Debido a que, el autor señala que el interés moratorio: “es debido por la circunstancia del retraso doloso o culposo en el cumplimiento de la obligación por parte del deudor. Su función es indemnizar la mora en el pago” (p. 162).

Finalmente, se sostiene que el interés moratorio, tiene que ser superior al interés retributivo ya que de lo contrario no tendrá sentido su aplicación. No obstante, las diferencias que se acaban de explicar; ahora se debe mencionar aquello que se entiende por capitalización de intereses.

4.1.4 Interés compuesto - capitalización de intereses

Se tiene la idea que los intereses imponen una prestación de carácter accesorio en relación al capital, por lo que desde un punto de vista conceptual esta descartada la posibilidad de que el interés devenga intereses; en esta línea de ideas el Código Civil en el artículo 1249, sostiene que: “No se puede pactar la capitalización de intereses al momento de contraerse la obligación, salvo que se trate de cuentas mercantiles, bancarias o similares”. (Decreto Legislativo N° 295 – Código Civil, 1984).

No obstante, esta prohibición surta efectos para las relaciones económicas que se den entre particulares; la mencionada prohibición no se aplica para el contrato de tarjeta

de crédito; habida cuenta que, las entidades bancarias y financieras pueden capitalizar los intereses que se generan como consecuencia de la ejecución del contrato que han suscrito con los consumidores o usuarios.

En tal virtud, en el anatocismo, los intereses se adicionan al capital y a partir de ese nuevo capital, se siguen generando más intereses. Para desarrollar el concepto bajo análisis, se debe recurrir a Luis Diez – Picazo; debido a que el mencionado autor sostiene que:

El anatocismo convencional puede derivar de un pacto expreso de los contratantes o de la aplicación de los usos generales en una determinada rama del tráfico económico o del mundo de los negocios (p. ej., usos bancarios). (Diez-Picazo, 1993, p. 287)

Ahora que se tiene claro que las entidades financieras, bancarias y similares, están facultadas a capitalizar los intereses que cobran por el dinero que prestan a los consumidores, se debe putualizar los tipos de interés específicos que se emplean en la tarjeta de crédito.

4.1.5 Tasa Efectiva Anual y Tasa de Costo Efectiva Anual

Si bien se puede llegar a confundir la TEA con la TCEA, se ha de señalar que son dos conceptos muy diferentes. La TEA es la Tasa Efectiva Anual, es decir, es aquella tasa de interés que la entidad financiera cobra al consumidor. En cambio, la TCEA es la Tasa de Costo Efectiva Anual, con esta tasa la entidad financiera va a cobrar a los consumidores de la tarjeta de crédito gastos adicionales, como pueden ser las comisiones.

Tal y como lo señala 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 el artículo 1:

La TCEA es aquella tasa que permite igualar el valor actual de todas las cuotas y demás pagos que serán efectuados por el cliente con el monto que efectivamente ha recibido del préstamo. (Ley N° 29888, 2012)

De lo señalado, se extrae que la TCEA es lo que efectivamente se aplicará al consumidor financiero, en su relación con la entidad bancario o financiera, cuando este realice el pago en cuotas con su tarjeta de crédito.

4.1.6 Comisiones y gastos

Las comisiones que cobra la entidad financiera vienen asociadas a los servicios que se brindan, y están relacionados directamente con el contrato de tarjeta de crédito; estas comisiones, están detalladas en la hoja resumen, por lo cual es de fácil conocimiento del usuario financiero.

En tal virtud, se debe tener presente lo que la Ley N° 29888 - 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 el artículo 6 refiere con relación al cobro de interés, comisiones y gastos:

(...) Las comisiones o gastos deben implicar la prestación de un servicio efectivo, tener justificación técnica e implicar un gasto real y demostrable para el proveedor del servicio. Para fines de información de costos de los productos que señale la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, las comisiones deben presentarse conforme con las categorías o denominaciones que esta reglamente.

Las tasas de interés, comisiones y gastos que las empresas cobran a los usuarios deben especificarse claramente en los contratos que se celebren, así como la periodicidad del cobro de los mismos. (Ley N° 29888, 2012)

De acuerdo a la normativa que regula la emisión y operación de las tarjetas de crédito, las entidades financieras y bancarias se encuentran facultadas para hacer el

cobro respectivo tanto de comisiones como de gastos; no obstante, deben observar lo señalado en los párrafos que anteceden. Así mismo, se debe tener presente lo que señala la SBS en su portal institucional, de acuerdo al detalle que se muestra en la Tabla 4.1.

Tabla 4.1

Categorías y denominaciones de las comisiones

Categoría	Denominación	Servicio Incluido
Membresía	Membresía Anual	Membresía Anual
Servicios asociados a la tarjeta de crédito	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluación de póliza de seguro endosada. 2. Envío físico de estado de cuenta. 3. Conversión de Moneda. 	<p>Evaluación de la póliza de seguro endosada.</p> <p>Envío del estado de cuenta al cliente que ha optado por su remisión en forma física.</p> <p>Conversión de moneda por consumos o disposición de efectivo en el extranjero en una moneda distinta a la contratada.</p>
Uso de canales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uso del cajero automático. 2. Operación en ventanilla. 3. Uso de cajero/agente corresponsal. 4. Uso de módulo electrónico. 	<p>Utilización del cajero automático, propio o de terceros, para realizar retiros, consultas y/o movimientos, entre otros.</p> <p>Retiros, consultas de saldos y/o movimientos, entre otros.</p> <p>Retiros, consultas y/o movimientos, pagos en los cajeros corresponsales de la empresa.</p> <p>Utilización de los módulos electrónicos, siempre que exista otro canal de consulta libre de costo.</p>
Modificación de condiciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fecha de pago. 2. Sistema de pago. 3. Reprogramación. 	<p>Modificación de fecha de pago a solicitud del cliente.</p> <p>Modificación del sistema de pago, a solicitud del cliente, de revolvente a cuotas o viceversa.</p> <p>Modificación de la programación de cuotas a solicitud del cliente, que no obedece a dificultades en su capacidad de pago.</p>
Entrega de tarjetas o dispositivo a solicitud	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reposición de tarjeta de crédito o dispositivo. 2. Tarjeta de crédito o dispositivo adicional y/u opcional. 3. Tarjetas de beneficios. 	<p>Duplicado, reposición o reimpresión de la tarjeta de crédito o dispositivo por robo, sustracción, pérdida o deterioro.</p> <p>Emisión y/o envío de tarjeta o dispositivo adicional y/u opcional, a solicitud del cliente.</p> <p>Servicios asociados a la tarjeta de beneficios a sus adicionales (tales como, “Priority Pass” o similares).</p>
Información actualizada conforme a la Circular de Categorías y Denominaciones de Comisiones, y sus modificaciones.		

Fuente: SBS (22 de enero de 2019)

Se puede pensar que todas las compras de bienes o servicios que se realizan con la tarjeta de crédito, son llevadas efectivamente a crédito; lo cual no es del todo cierto. No obstante, la prestación tipificante del contrato de tarjeta de crédito, es la prestación de dar una suma de dinero a crédito; se ha de desarrollar en los siguientes párrafos, las prestaciones adicionales que se asocian y hacen más complejo al contrato bajo análisis.

4.2 Efectos directos por la suscripción del contrato para la generalidad de tarjetas de crédito

El principal efecto del contrato de tarjeta de crédito, es la erogación del crédito que otorga el banco a favor del consumidor; esto no impide que, como resultado de la ejecución del contrato se den los siguientes efectos directos para todas las tarjetas de crédito.

4.2.1 Compra sin intereses

La tarjeta de crédito, se puede utilizar sin realizar el pago de los intereses respectivos; de tal manera que con una simple indicación cuando se realiza la adquisición de bienes y/o servicios, se puede hacer el pago total de él o los consumos realizados el último día de pago.

Con esta elección, el consumidor se beneficia, debido a que puede obtener hasta 45 (cuarenta y cinco) días sin intereses. Para realizar esto, el consumidor financiero, solo debe manejar de manera adecuada la fecha de corte y la fecha de pago de la tarjeta de crédito.

En esta línea de ideas, la Resolución SBS N° 6523-2013 - Reglamento de tarjeta de crédito y débito señala, en el numeral 23 del artículo segundo, aquello que entiende por fecha de corte, la cual es la:

(...) Fecha en la que se cierra un periodo de facturación. En la fecha de corte se determina la totalidad de la deuda revolvente registrada a dicha fecha, la suma de las cuotas que corresponde pagar en el periodo, las comisiones, los gastos, el interés compensatorio generado por la deuda revolvente en el periodo de facturación y el interés moratorio o penalidad aplicable en caso de incumplimiento del pago dentro del plazo establecido en el estado de cuenta del periodo de facturación anterior. (Resolución SBS N° 6523-2013, 2013)

Así mismo, se debe señalar que la fecha de pago, es el último día dentro del cual el cliente puede realizar el pago. En tal virtud, en la fecha de pago o antes de esa

determinada fecha, el consumidor financiero para no tener que pagar intereses, debe hacer el pago total de los consumos facturados durante un determinado periodo de facturación.

4.2.2 Promociones y descuentos

La generalidad de tarjetas de crédito, dan acceso a promociones y descuentos asociados; lo cual se hace debido a que todas las entidades financieras buscan que los consumidores realicen adquisiciones de productos y servicios utilizando la tarjeta de crédito.

Con relación a este particular, se debe de mencionar lo que se consigna en el artículo 46 de la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor, de acuerdo al siguiente detalle:

La oferta, promoción y publicidad de los productos o servicios se ajusta a su naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad, sin perjuicio de lo establecido en las disposiciones sobre publicidad.

El contenido de la oferta, promoción o publicidad, las características y funciones propias del producto o servicio y las condiciones y garantías ofrecidas obligan a los proveedores y son exigibles por los consumidores, aun cuando no figuren en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido. (Ley N° 29571, 2010)

Lo sostenido en los párrafos precedentes es lo suficientemente claro, no obstante, se debe tener en consideración que se esta realizando un análisis de un contrato cuyo origen es bancario y/o financiero, por lo cual, se debe recurrir a lo que se consigna en el numeral primero del artículo 23 de la Resolución de la SBS N° 3274-2017 – Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero y modifica el Manual de Contabilidad para las empresas del sistema financiero y el Reglamento de Tarjeta de Crédito y Débito, en donde se menciona que:

Las condiciones promocionales que incentiven la contratación de productos y/o servicios deben mantenerse durante el periodo ofrecido o, de ser el caso, por el número de unidades a ofertar u otro supuesto que determine el fin de la promoción. Estas condiciones promocionales deben ser informadas junto con las restricciones aplicables, plazos de duración de dichas condiciones o la posibilidad de variarlas o suprimirlas una vez producida la contratación. (Resolución de la SBS N° 3274-2017, 2017).

Finalmente, se puede concluir que, tanto el Código del Consumidor como la Resolución de la SBS N° 3274-2017, buscan tutelar de manera adecuada al consumidor. De tal manera que, cuando una entidad financiera realiza una oferta o promoción debe respetar la misma.

4.2.3 Disposición de efectivo de la tarjeta de crédito

La tarjeta de crédito, permite que el consumidor o usuario pueda acceder de manera instantánea a una cantidad de dinero, con el simple hecho de presentar la tarjeta de crédito, escoger la cantidad de dinero que quiere y retirar el efectivo. No obstante, se debe advertir que es la forma más costosa para endeudarse ante una entidad financiera.

En tal virtud, para poder tener una visión amplia sobre el costo que implica realizar la disposición de efectivo, se debe observar la tabla 4.2.

Tabla 4.2

Disposición de efectivo de las tarjetas de crédito Interbank American Express

% Tasa Efectiva Anual	La TEA máxima equivalente en soles y dólares, es: Para disposición de efectivo y casinos	98.95%	98.95%	98.95%	89.90%	89.90%	89.90%
% Tasa de costo efectiva anual	La TCEA máxima (TEA + comisiones y/o gastos) es:	102.21%	109.83%	115.68%	119.34%	125.11%	136.62%
Penalidad por incumplimiento de pago	Aplica solo si incumples con tus fechas de pago. Se carga a partir del día siguiente del	2% del Pago del mes, mínimo: S/. 35 y máximo: S/. 120					

	vencimiento de la fecha de pago y cada 20 días (1).	
Uso de canales:	En cajeros Globalnet.	3.5% mínimo: S/. 15 o US\$ 5
Solo para retiro en efectivo (3).	En otros cajeros, en Perú y en el extranjero.	3.5% mínimo: S/. 20 o US\$ 6
	En ventanillas de Tiendas Interbank.	3.5% mínimo: S/. 20 o US\$ 6
<p>1No incluye costos o gastos notariales o judiciales que estarán a cargo del cliente en caso incurra en cobranza judicial o prejudicial. Si el cliente se atrasa en pagar la deuda, será reportado a la Central de Riesgo, sobre la base de lo establecido por las disposiciones legales vigentes al momento del incumplimiento.</p> <p>3La comisión corresponde al uso del canal para disposición de efectivo; no hay cobro de comisión por consulta de saldos, movimientos y pago de servicios. Para la tarjeta Visa Premia solo aplica la tarifa en moneda soles. Los canales libres de costo para disposición en efectivo, para todas las tarjetas, son Banca por internet, App, Interbank agentes y cualquier otro canal que Interbank ponga a tu disposición.</p>		

Fuente: Interbank (comunicación personal, s.f.)

De lo que se observa en la tabla 4.2, se desprende que, la disposición de dinero en efectivo es la forma menos recomendable para tomar dinero prestado del banco. Si el consumidor bancario o financiero desea tener efectivo, debe escoger otra alternativa, la cual puede ser una Línea de Crédito Paralela; esta alternativa es muchas veces ofrecida por la entidad bancario y/o financiera al consumidor.

4.2.4 Línea de crédito limitada

La línea de crédito es aquella cantidad de dinero aprobada por la entidad financiera que puede utilizar el consumidor. En relación a este particular, se debe tener presente lo que se señala en el primer párrafo de la clausula segunda del Contrato de Tarjeta de Crédito del Banco Internacional del Perú S.A.A. (banco Interbank), en donde se menciona que la:

Cuenta Tarjeta y Línea de Crédito.- Previa evaluación y aprobación crediticia del Cliente, Interbank definirá la clase de Tarjeta, la vigencia y las demás características de la misma, para lo cual abrirá, a nombre del Cliente, una cuenta corriente especial (Cuenta Tarjeta) representada en una Tarjeta de Crédito (Tarjeta) personal e intransferible, en la que le concederá una línea de crédito

revolvente (Línea de Crédito) por el importe que aprobará Interbank y que informará al Cliente al momento de notificarle la aceptación de su Solicitud.

Por el presente Contrato, el Cliente acepta que Interbank podrá modificar el importe de la Línea de Crédito, el cual podrá ser reducido en cualquier momento (...) (Contrato de Tarjeta de Crédito del Banco Internacional del Perú S.A.A., 2018)

Si bien la línea de crédito en la generalidad de tarjetas de crédito, se encuentra determinada por una cierta cantidad de dinero, esta puede disminuir tal y como se consigna en el contrato precitado. No obstante ello, para que la línea de crédito se incremente, la entidad financiera deberá tener en consideración lo que se consigna en el artículo 37 de la Resolución SBS N° 3274-2017 – Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero y modifica el Manual de Contabilidad para las empresas del sistema financiero y el Reglamento de Tarjeta de Crédito y Débito, en donde se indica que:

Los incrementos de la línea de crédito no pueden efectuarse a través de modificaciones unilaterales por parte de las empresas. En ese sentido, no corresponde efectuar un aviso previo conforme lo señala el artículo 33, sino que debe requerirse el consentimiento expreso del cliente en cada oportunidad en que este se realice, a través de los mecanismos que para tal efecto las empresas pacten con los clientes, dejando constancia de la fecha a partir de la cual se procede a realizar el aumento de la línea de crédito. No puede considerarse el silencio del cliente como señal de aceptación. (Resolución de la SBS 3274-2017, 2017)

En esa línea de ideas, si bien un incremento de la línea de crédito es un beneficio que otorga la entidad financiera al consumidor; la misma es una puerta abierta para que el consumidor utilice un mayor monto de dinero como crédito; lo cual implica un potencial riesgo de sobre endeudamiento del consumidor; por tal motivo, las normas que tutelan al consumidor de servicios bancarios y financieros, exigen el consentimiento del consumidor para que se proceda al incremento de la línea de crédito.

4.2.5 Débito automático

Este beneficio permite al consumidor organizar el pago de servicios, tales como: la telefonía, la televisión de paga, el internet y demás.

Para que el consumidor financiero puede disfrutar de este beneficio, tiene que comunicarse con la entidad (empresa) prestadora del servicio y registrar el número de la tarjeta de crédito para que se realice el debito automático del servicio prestado.

Con relación a este particular, se puede citar lo que el Banco Internacional del Perú S.A.A. señala en el numeral 31 del Contrato de Tarjeta de Crédito, en donde se indica que a través del:

31. Sistema de Pagos Automáticos.- El Cliente podrá, solicitar su inclusión dentro de un sistema de pagos mediante cargos automáticos en su Cuenta Tarjeta. El Cliente deberá considerar que, los pagos por cargos automáticos procederían únicamente si (i) la Cuenta Tarjeta cuenta con Línea de Crédito Disponible; y, (ii) que será el Cliente quién asumirá la responsabilidad de notificar al citado establecimiento sobre el nuevo código de la Tarjeta (cualquiera sea el motivo que haya originado el cambio de código) para los efectos del respectivo cargo; sin perjuicio de lo anterior, Interbank podrá, pero no estará obligado a, realizar dicha notificación en los casos en los que pueda identificar al correspondiente establecimiento. En caso de terminación del Contrato por cualquier causa, el Cliente asume la obligación de notificar tal circunstancia a los establecimientos afiliados a los que hubiere solicitado su inclusión dentro de un sistema de pagos mediante cargos automáticos en la Cuenta Tarjeta, sin perjuicio de las responsabilidad establecida en la Ley Aplicable. (Contrato de Tarjeta de Crédito del Banco Internacional del Perú S.A.A., 2018)

De lo señalado en el contrato de tarjeta de crédito del Banco Interbank, se desprende que el presente beneficio es un mecanismo que facilita el pago de servicios, pero que se encuentra en el ámbito de control y responsabilidad del consumidor

financiero; por lo cual impone al consumidor financiero el ser cauto al momento de utilizar el presente servicio asociado a la tarjeta de crédito.

4.2.6 Compras a distancia.

El avance tecnológico ha permitido que la tarjeta de crédito facilite el comercio a nivel mundial, lo cual genera que se puedan celebrar contratos de compraventa a distancia, a través de la modalidad denominada como contrato virtual.

Por lo cual, es importante mencionar lo que sostiene Tossi, con relación al particular:

El contrato virtual es, en su calidad de contrato masivo –caracterizado por la ausencia de las tratativas, compatible con la necesidad de uniformidad y los rápidos intercambios del mercado virtual– un contrato por adhesión bajo los mismos términos que las cláusulas generales de contratación: en donde se presentan las condiciones negócias de manera uniforme, las cuales son expresión del poder unilateral de predisposición el cual se presenta en este contrato. (Tossi, 2010, p. 83-84)

En otras palabras, la obtención de una tarjeta de crédito permite realizar adquisiciones en todo el mundo con la mayor seguridad. Debido a que el contrato de compraventa virtual, el cual se celebra entre el consumidor y el proveedor del bien o servicio, será ejecutado en parte, teniendo como respaldo el dinero que proporciona la entidad bancaria o financiera.

4.3 Efectos directos por la suscripción del contrato para algunas tarjetas de crédito

Si bien los derechos que se le reconocen al tarjeta habiente en los párrafos precedentes, se presentan sin distinción en todas las tarjetas de crédito. Lineas más abajo se pasará a desarrollar los beneficios que solo pueden ser atribuidos a algunos consumidores bancarios o financieros.

Esta diferenciación, responde a los intereses que persiguen las entidades, con relación al vínculo contractual que suscriben con los consumidores, por lo cual se deben mencionar y desarrollar de manera adecuada.

4.3.1 No pago de membresía

Regularmente el pago de la membresía o también conocida como “cuota de manejo”, se realiza anualmente; en esa línea de ideas se puede sostener que, casi todas las tarjetas de crédito emitidas por las empresas del sistema financiero, cobran al consumidor una cierta cantidad de dinero, por el solo hecho de ser un tarjeta habiente.

Ahora bien, se debe sostener que el monto que corresponde a la membresía no es uniforme para todas las tarjetas de crédito; en tal virtud se ha tener presente la Tabla 4.3.

Tabla 4.3

Membresías de las tarjetas de crédito Interbank

	Access	Premia	Blue	Green	Clásica	Gold	Platinum	Signature	Black	The Platinum Card
Visa	Sin costo	Lima S/. 75 Provincias S/. 35	-	-	S/. 75	Oro S/. 170 CashBack S/. 170	Oro S/. 300 CashBack S/. 300	S/. 400 CashBack S/. 400	-	-
America Express	-	-	S/. 75	S/. 106	-	S/. 199	S/. 300	-	S/. 420	S/. 500
Mastercard	-	-	-	-	S/. 75	S/. 170	S/. 300	-	-	-

Fuente: Interbank (comunicación personal, s.f.)

Elaboración propia.

En la Tabla 4.3 se puede observar que el Banco Interbank, maneja dieciocho (18) tipos de tarjetas de crédito diferentes, de tres franquicias distintas. Así mismo, se desprende que, entre más alta la categoría de la tarjeta de crédito más honerosa es la membresía.

Se debe mencionar, el particular caso de la tarjeta de crédito Interbank Visa Access, la cual es la única tarjeta de crédito que no cobra la membresía. Las otras

tarjetas de crédito si realizan el cobro de la membresía; es más, en el caso de la tarjeta de crédito American Express The Platinum Card, el banco Interbank cobra S/. 500.00 (Quinientos con 00/100 soles) al titular de la tarjeta y a cada adicional de la tarjeta, cobra por el concepto de membresía S/. 250.00 (Doscientos cincuenta con 00/100 soles).

Por último, se debe subrayar que, si bien el pago de la membresía es obligatorio, el mismo puede ser exonerado. Para que esto sea realizado por la entidad financiera, el consumidor debe enviar al banco o a la entidad financiera, una solicitud pidiendo la exoneración del pago de la membresía, la cual será recepcionada y evaluada, que bajo ciertos parámetros aprobará o denegará la solicitud de exoneración.

4.3.2 Línea paralela de crédito

A comparación con la disposición de efectivo, la línea paralela de crédito que muchas veces es ofrecida por el banco al tarjeta habiente, es una forma más económica de endeudarse con la entidad bancaria o financiera. Debido a que, la tasa de interés que se cobra por la erogación de crédito es mucho más baja; lo cual se puede observar en la figura 4.1.

Figura 4.1

Línea paralela de crédito

The image shows a green and white approval card for Interbank's Extracash service. At the top, it says "VLADIMIR, Retira hoy tu Extracash sin trámites ni papeleos en nuestras Tiendas Interbank." Below this, the Interbank logo and "EXTRACASH" are displayed. The cardholder's name "VLADIMIR SAN MIGUEL SINCHE" is printed. The main amount is "S/. 27,100". Below this, it specifies "Tus cuotas serían: S/. 936.45" and "Nº de meses a pagar: 48". A large "100% APROBADO" stamp is overlaid on the card. At the bottom, it states "Total de intereses: S/ 17,849.46" and "Tasa preferencial 31.22%". A small note says "Retíralo al instante solo con tu DNI y tarjeta de crédito." and another at the bottom says "También puedes desembolsarlo llamando al 610-1240 en nuestra Banca por Internet o ingresando a www.interbankextracash.pe".

Fuente: Interbank (comunicación personal, s.f.)

Así mismo, se debe puntualizar que la línea paralela de crédito no afecta a la línea de crédito aprobada por el banco, debido a que si bien este crédito está asociado al contrato de tarjeta de crédito (el cual se puede entender como el contrato principal); la línea paralela de crédito se presenta como un contrato accesorio al contrato de tarjeta de crédito.

No obstante, se debe tener presente lo que sostiene el párrafo quinto del artículo 6 de la Ley N° 28587 - Ley complementaria a la ley de protección al consumidor en materia de servicios financieros, la cual menciona que:

En el caso de contratos de crédito a plazo fijo o de depósitos a plazo fijo sujetos a una tasa de interés fija, las empresas no pueden modificar la tasa de interés pactada durante la vigencia del contrato, salvo que estas variaciones sean favorables al usuario, en cuyo caso pueden hacerse efectivas de inmediato y sin necesidad de aviso previo. (Ley N° 28587, 2005)

En atención a lo que se señala en el párrafo precedente, la entidad bancaria o financiera, cuando eroga y posteriormente cobra las cuotas del crédito, no puede modificar la tasa de interés que ha de pagar el consumidor, siempre que esta modificación sea en perjuicio del consumidor. Incluso, en el párrafo séptimo del artículo 6 de la Ley N° 28587 – Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros, se sostiene que:

En todo contrato de crédito que implique el pago de cuotas, las empresas están obligadas a presentar a los usuarios un cronograma detallado de los pagos que deban efectuarse, incluyendo comisiones y gastos. Así mismo, en estos contratos se presenta un resumen del monto del crédito, de los intereses, de las comisiones y los gastos que deben ser asumidos por los usuarios. En aquellos casos en que existan modificaciones por parte de las empresas a estos conceptos, debe rehacerse el cronograma y comunicarse el mismo al usuario. (Ley N° 28587, 2005)

En tal virtud, se puede sostener que con las normas precitadas el estado busca tutelar el interés de los consumidores; así mismo, la línea paralela de crédito, se presenta como una forma más ordenada y adecuada para obtener un crédito.

4.3.3 Tarjeta adicional

Si bien la tarjeta de crédito es intransferible, la entidad bancaria, permite la obtención de tarjetas adicionales. Por lo cual, la tarjeta de crédito adicional, se presenta como un beneficio que brinda la entidad financiera al titular de la tarjeta. En tal virtud, la doctrina sostiene que:

El titular de una tarjeta de crédito puede solicitar la emisión de una tarjeta de crédito adicional en nombre de una persona diferente, la cual siempre estará relacionada, es decir, conectada con la tarjeta de crédito principal (o también llamada tarjeta base). (Trane, 2002, p. 87)

En palabras más simples, la tarjeta de crédito adicional, permite que un tercero, el cual no es la parte signataria del contrato, pueda hacer uso de la línea de crédito que esta asociada a la tarjeta de crédito.

Así mismo, se debe mencionar lo que se consigna en el artículo 8 de la Resolución SBS N° 6523-2013 - Reglamento de tarjeta de crédito y débito, la cual sostiene que:

(...) La tarjeta de crédito adicional es emitida a un usuario, a solicitud y bajo la responsabilidad del titular, al amparo del contrato celebrado con el titular y de la misma línea de crédito otorgada a este o parte de ella.

La tarjeta de crédito adicional a la tarjeta principal solo podrá emitirse cuando exista autorización expresa de su titular, utilizando los medios establecidos por las empresas para dicho efecto. (Resolución SBS N° 6523-2013, 2013)

Ahora bien, se debe mencionar un beneficio que para el mercado nacional es privativo solo para dos entidades financieras.

4.3.4 Pago en cuotas sin intereses

Este beneficio se presenta cuando se suscribe el contrato de tarjeta de crédito con los siguientes bancos:

- El Banco Pichincha, a través de la tarjeta Diners Club, permite la compra sin intereses en un máximo de 12 cuotas; tal como se muestra en la figura 4.2.

Figura 4.2

Pago en cuotas sin intereses Diners Club



Fuente: Clinica Petras (2018)

- El BBVA Continental, a través de buena parte de las tarjetas de crédito que comercializa, permite realizar el pago en 3, 6 o 12 cuotas sin intereses.

4.3.5 Millas, puntos y dinero en efectivo

Este beneficio también es llamado “programa de recompensas”, es decir, es aquello que recibe como “premio” el consumidor por usar su tarjeta de crédito. El beneficio, está en relación directa al consumo realizado por el consumidor; en otras palabras, entre más se consume con la tarjeta de crédito: más millas, puntos o dinero recibirá el consumidor.

Se debe mencionar que, cada entidad bancaria o financiera, decide de manera independiente que tipo de programa de recompensa ofrece a sus consumidores; para lo cual tendrá en consideración, la categoría de la tarjeta de crédito que ha emitido.

En la tabla 4.4, se puede observar los distintos programas de recompensa que ofrece el Banco Interbank.

Tabla 4.4

Programa de recompensas del Banco Interbank

	Acces	Premia	Blue	Green	Clási	Gold	Platinu	Signatur	Black	The
					ca		m	e		Platinu
										m Card
Visa	No tiene	Devolución del 5% en supermercados	-	-	1 milla benefit por 3.5 soles	1 milla benefit por 3.5 soles CashBack 1% o 5% de acuerdo al consumo	1 o 2 millas benefit de acuerdo al consumo por 3.5 soles CashBack 1% o 5% de acuerdo al consumo	1 o 2 millas benefit de acuerdo al consumo por 3.5 soles CashBack 1% o 5% de acuerdo al consumo	-	-
American Express	*	-	1 milla benefit por 3.5 soles	1 milla benefit por 3.5 soles	-	1 milla benefit por 3.5 soles	1 o 2 millas benefit de acuerdo al consumo por 3.5 soles	-	1 o 2 millas benefit de acuerdo al consumo por 3.5 soles	2 millas benefit por cualquier consumo
Mastercard	-	-	-	-	1 milla benefit por 3.5 soles	1 milla benefit por 3.5 soles	1 o 2 millas benefit de acuerdo al consumo por 3.5 soles	-	-	-

Fuente: Interbank (comunicación personal, s.f.)

Elaboración propia.

Interbank ofrece dos programas de recompensa, las Millas Benefit y la devolución de un porcentaje de la compra realizada (o también llamado CashBack). Claro está que, valorar cuál es el sistema que más beneficia a cada consumidor, dependerá de que tipo de consumidor se trate.

Si bien pareciera que estos tipos de programas de recompensa con el pasar del tiempo mantienen las mismas condiciones contractuales, esto no es del todo cierto, más aún teniendo en consideración lo que se consigna explícitamente en el primer párrafo de la cláusula 19 del Contrato de Tarjeta de Crédito del Banco Internacional del Perú S.A.A., en donde se indica que:

Los Programas de Recompensa son beneficios o condiciones promocionales que Interbank podrá incorporar a las Tarjetas. El Cliente acepta la afiliación e inclusión al o a los programas de recompensa que Interbank determine, bajo las condiciones y excepciones que regirán para los mismos de acuerdo al tipo de Tarjeta. Los Reglamentos de dichos programas, sus modificaciones, plazos de vigencia y demás características se pondrán a disposición del Cliente a través del presente contrato y/o dependiendo del tipo de Tarjeta de Crédito, solicitada según la Hoja Resumen. El Cliente acepta la afiliación e inclusión al o a los Programas de recompensa, los mismos que son gratuitos y se rigen de acuerdo a lo establecido en los Reglamentos respectivos comunicados al Cliente a través de los canales que Interbank pone a su disposición. Asimismo, los Reglamentos de dichos programas, sus modificaciones, plazos de vigencia y demás características se pondrán a disposición del Cliente en las oficinas de Interbank o en www.interbank.pe o mediante los mecanismos de comunicación establecidos en el numeral 28. (Contrato de Tarjeta de Crédito del Banco Internacional del Perú S.A.A., 2018)

Así mismo, se debe mencionar que la Autonomía Privada de la voluntad, es el principio sobre el cual se simienta el contrato de tarjeta de crédito. El principio de la Autonomía Privada, permite las modificaciones de las condiciones contractuales, tal como se señala en el párrafo precedente.

En esta línea de ideas, el banco puede modificar los términos del programa de recompensas que ofrece a los consumidores; lamentablemente la modificación de estas condiciones contractuales muchas veces va en contra de los interés del consumidor.

A manera ejemplificativa, estas modificaciones se pueden observar en el Figura 4.3, en donde se muestra como es que el Banco Interbank, modifica el programa de recompensas que ofrece a los consumidores.

Figura 4.3

Tarjeta de crédito Cashback programa de recompensas primigenio

Comienza a disfrutar de tu nueva tarjeta Interbank CashBack Visa!

Lima, Julio de 2009

Línea de Crédito:	S/. 3,000			
Límite de Disponición en Efectivo por ⁽¹⁾ :	S/. 3,000			
Nº de Tarjeta:	4732450300229634			
Cierre de Facturación:	11 de cada mes.			
Fecha de Pago:	05 de cada mes.			
	Cuotas Fijas		Revolvente	
	Soles	Dólares	Soles	Dólares
Interés Compensatorio Anual Compras:	34.33%	28.02%	34.33%	28.02%
Interés Compensatorio Anual de Disponición de Efectivo y Gasolina:	79.38%	79.38%	79.38%	79.38%
Plazo de Financiamiento:	36 meses		36 meses	

VLADIMIR SAN MIGUEL

Hoy ponemos en tus manos tu nueva tarjeta de crédito Interbank CashBack Visa para que empieces a disfrutar de todas sus ventajas y beneficios.

La tarjeta que te devuelve:

- 2%** de tus compras en todos los supermercados.
- 2%** de tus consumos en todas las estaciones de gasolina.
- 1%** de tus compras en otros establecimientos.

Las devoluciones de dinero por tus compras en supermercados, consumos en estaciones de gasolina y compras en otros establecimientos se harán en cheques que acompañaremos a tu estado de cuenta.⁽²⁾

Junto a esta carta recibirás:

1. La Guía de Beneficios para que obtengas el máximo provecho de tu tarjeta CashBack Visa.
2. Clave Secreto para que accedas a nuestra amplia red de cajeros automáticos Global Net y a los miles de cajeros Visa y Plus en el mundo entero. Te recomendamos cambiarla a un número de 4 dígitos de tu elección, en nuestros cajeros automáticos.
3. Copia del contrato de tarjeta de crédito y la hoja resumen.
4. Constancia de póliza de desgravamen de tu tarjeta de crédito.

Su tarjeta será activada aproximadamente a los 2 días útiles de haberla recibido (3 para provincial).

Ahora que ya conoces tu nueva tarjeta Interbank CashBack Visa, comienza a disfrutar de todos sus beneficios. Nuevamente bienvenido!

Cordialmente,


Marlon Ramos Li

Fuente: Interbank (Comunicación personal, julio 2009).

Como se puede observar en la figura 4.3; en un primer momento la tarjeta de crédito Visa Cashback devolvía, el 2% en las compras realizadas en todos los supermercados, el 2% en las compras realizadas en todas las estaciones de gasolina y el 1% en las compras realizadas en otros establecimientos. Se debe indicar que el documento data de julio de 2009. En cambio en la Figura 4.4 se puede observar algo muy distinto.

Figura 4.4

Tarjeta de crédito Cashback programa de recompensas en la actualidad

Tu Tarjeta Visa Cashback Signature te devuelve dinero por tus compras

Te devolvemos hasta S/500
Devoluciones del 5% en 2 rubros que tú eliges y 1% en el resto tus compras

Priority Pass™
Disfruta más de 800 salones VIP en aeropuertos del extranjero y de Perú con un acompañante

Bono de bienvenida
Usa tu Tarjeta Visa Cashback Oro durante los primeros 30 días y te devolvemos el 5% de todas tus compras

Visa Concierge
Tu Asistente Personal Visa Concierge trabaja para ti 24 horas al día

Fuente: Interbank (2018)

La modificación realizada de manera unilateral por Interbank, genera un perjuicio a los consumidores de la tarjeta de crédito Visa Cashback. Habida cuenta que, si bien por cualquier consumo recibirán el 1% (uno por ciento); para obtener la devolución del 5% (cinco por ciento), los consumidores, deberán inscribirse vía banca telefónica en dos rubros definidos con antelación por la entidad bancaria; lo cual entrapa de manera indirecta el beneficio que pueden recibir los consumidores.

4.4 Efectos directos por la suscripción del contrato para las tarjetas de crédito de gama alta

Las tarjetas de crédito más exclusivas del mercado tienen los mejores beneficios colaterales para el consumidor financiero, en tal virtud, se pasará a desarrollar con detalle los beneficios que conlleva ser el titular de una tarjeta de crédito de gama alta.

4.4.1 Priority Pass

Este beneficio es exclusivo de las tarjetas de crédito de gama alta, por lo cual, no todas las tarjetas de crédito permiten el uso de las salas Priority Pass de manera ilimitada y

gratuita. La tarjeta Priority Pass se puede observar en la Figura 4.5, la cual se muestra a continuación.

Figura 4.5

Tarjeta Priority Pass



Fuente: Loungebuddy (2019)

El sistema Priority Pass, es un servicio independiente, en virtud del cual, la empresa contratada por la franquicia Visa, MasterCard o American Express, brinda una serie de servicios al tarjeta habiente. Con la tarjeta Priority Pass se permite el ingreso del consumidor a más de 1200 salas VIP en todo el mundo, las cuales se encuentran ubicadas en los más importantes aeropuertos a nivel internacional.

Los servicios brindados al tarjeta habiente por la posesión y empleo de la tarjeta Priority Pass, se pueden observar en la Tabla 4.5, cuya información fue extraída de la página institucional de la marca Priority Pass.

Tabla 4.5

Beneficios de la Priority Pass en el salón Sumaq VIP Lounge and business center

<ul style="list-style-type: none">- Acceso para discapacitados- Internet

- Bebidas
- Ducha
- Diarios / revistas
- Telefono
- Tarjeta digital aceptada
- Wi-fi
- TV
- Area libre de fumadores
- Aire acondicionado
- Alcohol
- Monitores con información sobre vuelos
- Conferencia
- Fax

Fuente: Priority Pass (2019)

La información mencionada en la tabla 4.5 se hace relevante debido a que, el salón Sumaq VIP Lounge and business center, se ubica en el Aeropuerto Internacional Jorge Chavez, el cual es el principal terminal aeroportuario del Perú. Claro esta que, en otros aeropuertos que se ubican en otras latitudes, la tarjeta Priority Pass puede ofrecer otros beneficios adicionales al tarjeta habiente.

4.4.2 Concierge

Es un beneficio excluyente para una pequeña cantidad de tarjeta habientes, los cuales son titulares de la tarjeta Visa Signature o de la tarjeta Visa Infinite. El “Concierge”, atiende regularmente via telefónica al tarjeta habiente y le brinda información referente a entradas para espectáculos, arreglos de viaje, renta de vehículos, reservaciones para obras de teatro y cualquier otra información o asistencia que el tarjeta habiente Visa pueda necesitar, en su país de residencia y en cualquier lugar del mundo en el cual se encuentre.

Por lo cual, se debe tener en consideración la tabla 4.6, cuya información ha sido extraída del portal institucional de la franquicia Visa.

Tabla 4.6

Información que brinda el Concierge

Información y reservaciones de viaje	Visa Concierge podrá ayudarlo en la planificación de su viaje, desde principio a fin, desde el transporte hacia el aeropuerto, como en la búsqueda y reservaciones de hotel, city tours, alquiler de vehículos, como así también con las mejores recomendaciones para su itinerario de viaje.
Información cultural	Visa Concierge le podrá brindar información sobre eventos culturales, conciertos, teatros y eventos deportivos. También le podrá brindar información cultural sobre su destino de viaje, incluyendo costumbres de etiqueta y protocolo.
Información y reservas en restaurantes	A través de Visa Concierge tendrá acceso a una extensa red de distinguidos restaurantes en su país de residencia o mientras se encuentre de viaje. Si lo que usted busca es un restaurante especial con vista panorámica, para una experiencia gastronómica única, Visa Concierge podrá referirlo al lugar adecuado y ayudarlo con las reservas disponibles. Visa Concierge le podrá proporcionar información sobre la ubicación del restaurante, tipo de cocina, las horas de operación, vestuario requerido, rango de precios, opciones generales del menú, entre otros.
Información y arreglos en entretenimiento	Visa Concierge podrá brindar información acerca de cómo conseguir entradas a espectáculos, espectáculos de ópera y ballet, entradas de teatro, conciertos, eventos deportivos y museos. También podremos ayudarlo en la compra de las entradas como así también con los arreglos de envío.
Referencias y arreglos en viajes de negocios	Mientras se encuentra de viaje, el servicio de Visa Concierge lo podrá asistir en la búsqueda de intérpretes, o referencias de traductores, alquiler en equipamiento de oficina (computadoras, teléfonos celulares, etc) información cultural, costumbres de etiqueta y protocolo.
Referencias y reservas en campos de golf	Visa Concierge le podrá brindar información y referencias de tee times para campos de golf públicos y semi-privados en las principales ciudades.
Actividades de recreación y tiempo libre	<ul style="list-style-type: none"> - Excursiones y visitas turísticas. - Información deportiva recreativa. - Referencia a los clubes de salud y fitness.
Servicio de referencia en la compra y envío de regalos	Visa Concierge le podrá proporcionar referencias y realizar los arreglos necesarios en el envío de arreglos florales, globos y cestas de regalos, como así también asistirlo con ideas para regalos exclusivos de acuerdo a sus necesidades. El servicio de referencia y envío de regalos se puede proporcionar en su país de residencia como en cualquier parte del mundo. Todos los costos generados por este servicio estarán a cargo del titular de la tarjeta Visa.
Artículos difíciles de encontrar	Visa Concierge lo podrá asistir en la localización de artículos difíciles de encontrar, tales como libros agotados, objetos de arte y artículos exclusivos. Lo podremos asistir en realizar arreglos necesarios para la entrega de acuerdo al destino solicitado por el titular de la tarjeta.
Arreglos de viaje y transporte de lujo	Visa Concierge le podrá brindar información sobre los horarios de servicios de autobús, taxis y horarios de trenes. Además, le podrá proporcionar referencias y ayudarlo en la reserva de alquiler de coches de lujo o cualquier otro transporte de lujo.
Recomendaciones especiales de servicio	Cuando el titular de la tarjeta está planteando un viaje o se encuentra en el extranjero. Visa Concierge lo podrá asistir en la búsqueda de servicios generales como la búsqueda de interpretes, paseadores de perros, centros de salud y gimnasios.

Fuente: Visa (2019).

Elaboración Propia.

4.4.3 Línea de crédito ilimitada

Como bien se explico líneas arriba, la línea de crédito, es aquella cantidad de dinero que el consumidor de la tarjeta de crédito puede utilizar. En el mercado nacional es común que los clientes tengan líneas aprobadas en soles o en Dólares de los Estados Unidos de América; por lo cual, cuando el tarjeta habiente realiza el consumo de un bien o servicio en otra moneda, el mencionado consumo se facturará en Dólares de los Estados Unidos de América.

Las entidades financieras nacionales normalmente aprueban líneas de crédito limitadas, es decir, con un tope de consumo; no obstante, en las principales plazas financieras del mundo, se permite emitir tarjetas de crédito sin límite de gasto, tal como se aprecia en la Figura 4.6, en donde se muestra una tarjeta American Express Personal Card, erogada por el banco Credit Suisse, la cual cuenta con una línea de crédito ilimitada.

Figura 4.6

Tarjeta de crédito ilimitada



Fuente: Banco Credit Suisse (comunicación personal, s.f.)

4.4.4 Otros beneficios

Si bien en el mercado nacional predominan 3 franquicias internacionales. Para el presente acápite se hará alusión a los beneficios que otorga la franquicia Visa; debido a que en el mercado peruano es la franquicia más utilizada tanto por los consumidores como por las entidades bancarias y financieras.

En tal virtud, se puede señalar que un tarjeta habiente Visa, el cual posea una tarjeta de crédito de alta gama, podrá disfrutar de los siguiente beneficios:

- Desembolso de efectivo de emergencia.
- Seguro por pérdida de equipaje.
- Seguro por demora de equipaje.
- Garantía extendida.
- Protección de compras.
- Protección de precios.
- Servicios de emergencia médica internacional + certificado Schengen.
- Seguro de alquiler de autos.
- Servicio de información para el viajero Visa.
- Centro de atención al Cliente Visa.
- Servicios de Reposición de tarjeta.
- Seguro de accidentes en viaje en medio de transporte.

4.5 Efectos indirectos por la suscripción del contrato

La suscripción y posterior ejecución del contrato de tarjeta de crédito trae como consecuencia que el contrato surta efectos jurídicos entre las partes contratantes; no obstante ello, también trae consigo el surgimiento de externalidades, las cuales son también llamados “costos no contratados” o “efectos difusión”.

De lo antes mencionado, se desprende que, las externalidades positivas son aquellos costos no contratados que favorecen a los terceros no signatarios del contrato; en cambio, las externalidad negativa son aquellos efectos del contrato que perjudican a las partes que no suscribieron el contrato.

Los beneficios indirectos, se relacionan con las externalidades positivas; habida cuenta que, son aquellos beneficios que se dan como consecuencia de ser un consumidor financiero, y no necesariamente haber firmado el contrato de tarjeta de crédito.

De lo mencionado en los párrafos precedentes, se puede concluir que las externalidades, se enmarcan dentro del ensanchamiento del contrato. Lo cual va en contra de la máxima contractual, RES INTER ALIOS ACTA, que también es conocida como el principio de relatividad contractual.

En puridad, cuando el consumidor financiero suscribe un contrato, no solo se ve beneficiado con el empleo que le pueda dar a la tarjeta de crédito, sino además podrá disfrutar de una serie de beneficios al ser parte integrante del mundo financiero.

4.5.1 Acceso al crédito y otros productos

El acceso al sistema financiero en el Perú, es por lo general un poco complejo debido a que las entidades financieras no erogaron crédito a las personas naturales fácilmente.

No obstante, una vez que las personas poseen una cierta estabilidad laboral, cumplen una edad determinada (por lo general 18 años), así como satisfacen otros requisitos; la tarjeta de crédito se convierte en un vehículo que permite ingresar al mundo del crédito de consumo.

Lo señalado en el párrafo precedente, se reafirma debido a que las entidades crediticias constantemente buscan facilitar la erogación de crédito a sus consumidores o a los consumidores de otras entidades financieras que cumplan con los requisitos que estas entidades establecen. Por lo cual, el tarjeta habiente podría disfrutar de los siguientes productos financieros:

- Crédito en efectivo de libre disposición.
- Crédito vehicular.

- Crédito hipotecarios, etc.

Así mismo, se debe señalar que estar inserto en el mundo bancario, genera otros beneficios que serán desarrollados a continuación.

4.5.2 Tasas de interés

Como bien se menciona en los párrafos precedentes, tanto la Ley General del Sistema Financiero como el Código Civil, facultan a las entidades financieras a aplicar las tasas de interés que juzgen pertinentes; no obstante ello se debe señalar que, las tasas de interés que aplican los bancos y las financieras para las tarjetas de crédito son de las más altas en el mercado nacional.

En esta línea de ideas, se puede tomar como referencia la Figura 4.7, que muestra las tasas de interés que son aplicadas por el banco Ripley en sus tarjetas de crédito.

Figura 4.7
Tasas de interés de la tarjeta de crédito Ripley

HOJA RESUMEN TARJETAS DE CRÉDITO RIPLEY		
<small>Información previa de los costos y condiciones crediticias. Ley 28587 / Resolución S.B.S. Nro 8181-2012 Año base para efectos del cálculo de la Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA) Tasa fija a 360 días</small>		
TARIFAS Y CARACTERÍSTICAS	RIPLEY CLÁSICA	RIPLEY MASTERCARD
Monto de la línea de crédito	Línea de Crédito en Soles desde S/. 500 (1)	Línea de Crédito en Soles desde S/. 500 (1)
	TEA (2)	TEA (2)
POR ESTABLECIMIENTO Por compras en Tiendas Ripley / Establecimientos afiliados*	18.72% a 110.00%	15.94% a 89.00%
POR FORMAS DE FINANCIAMIENTO Al contado hasta 55 días (3)	Sin intereses	
En cuotas	18.72% a 110.00%	15.94% a 89.00%
En cuotas diferidas	18.72% a 110.00%	15.94% a 89.00%
Pago mínimo (Revolvente o Rotativo)	110.00%	15.94% a 89.00%
Reprogramaciones	15.94% a 69.39%	
POR DISPOSICIÓN DE EFECTIVO Súper Efectivo - Línea Paralela **	15.94% a 69.39%	
Efectivo Express (Disposición de efectivo) (4)	41.25% a 127.00%	124.12%

Fuente: Banco Ripley (comunicación personal, s.f.)

Si bien el mencionado banco aplica una serie de tasas de interés altas, el consumidor bancario o financiero tiene la posibilidad de recurrir a otras instituciones crediticias que brinden un crédito más económico.

4.5.3 Score crediticio

El score crediticio es la nota que tiene cada una de las personas, las cuales cuentan con un reporte en las centrales de riesgo; ya sea, con buena o con mala calificación, se debe señalar que la calificación va de 0 a 999 puntos; en donde, un consumidor que tiene como score crediticio 0 puntos es alto riesgo, en cambio, un consumidor que tiene como score crediticio 999 puntos es de muy bajo riesgo.

Como en el presente trabajo se ha clasificado al score crediticio como un beneficio indirecto de la celebración del contrato de tarjeta de crédito. Se debe mencionar que, el score crediticio, sirve para obtener acceso no solo a la aprobación de una tarjeta de crédito; sino además, coadyuva a obtener mejores y más sofisticados productos financieros.

No obstante, se debe indicar que, para obtener un score crediticio adecuado, las centrales de riesgo tienen en consideración los siguientes parámetros:

- El pago oportuno del o los crédito (s) que tiene el consumidor financiero; habida cuenta que, esto refleja la situación económica actual de la persona.
- El número de créditos u obligaciones crediticias que tiene el consumidor financiero; en esa línea de ideas, se debe de mencionar que entre menos cantidad de créditos se tenga, mejor será el score crediticio. Debido a que, es más fácil pagar una sola obligación de dar suma de dinero; en tal virtud, es mejor unificar las deudas y eliminar las tarjetas de crédito que no se estén utilizando.
- Realizar un pago mensual mayor al importe consignado como pago mínimo; debido a que ello refleja liquides de parte del consumidor financiero para el banco, es decir, el consumidor es una persona que cuenta con facilidad para pagar las obligaciones que contrae.
- El número de consultas al perfil crediticio del consumidor; ya que, si un consumidor financiero tiene muchas consultas en un corto periodo de tiempo, esto refleja una mayor necesidad de crédito. Por lo cual, se recomienda manejar periodos de tiempo, de entre, tres (03) y cuatro (04) meses para realizar consultas.

- Tener antigüedad en el sistema financiero; debido a que, entre mayor es el tiempo que se ha pertenecido al sector crediticio, es mejor; esto teniendo en consideración que, durante ese periodo el reporte crediticio de la persona sea catalogado como crédito normal.

Las entidades encargadas de realizar el score crediticio, son las Centrales de Riesgo; las cuales están supeditadas a lo que señala la Ley N° 27489 – Ley que regula las centrales privadas de información de riesgo y de protección al titular de la información. En la mencionada Ley N° 27489, se menciona que el reporte crediticio es: “(...) Toda comunicación escrita o contenida en algún medio proporcionada por una CEPIR con información de riesgos referida a una persona natural o jurídica, identificada”.

De lo que sostiene en el párrafo precedente, se concluye que, las centrales de riesgo generan reportes de crédito tanto de personas naturales como de personas jurídica. Así mismo, se debe mencionar que en el Perú existen 4 centrales privadas de riesgo, las cuales de acuerdo a la SBS son: Sentinel, Equifax, Experian (antes Datacrédito) y Xchange.

4.5.4 Inclusión financiera

La inclusión financiera sirve para formalizar la economía de un país, y de esa manera permite y potencia el desarrollo económico. No obstante, es un proceso que se viene realizando de manera gradual, debido a que la economía nacional es altamente informal; lo cual trae como consecuencia que la inclusión financiera no se haya dado de manera adecuada.

En esa línea de ideas, el gobierno central ha diseñado una Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), la cual es desarrollada por la Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera. En el documento de Julio de 2015, el cual fue expedido por la Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, se sostiene que:

(...) Se observa un importante crecimiento y desarrollo de los mercados financieros en Perú; el mercado de capitales ha quintuplicado su tamaño en 10 años, y el sistema financiero creció 4 veces respecto de sus colocaciones y en el mismo periodo, los depósitos lo hicieron en 3 veces.

Este escenario favorable permitió que Perú se consolide como líder y pionero en la inclusión financiera a nivel mundial, posicionándose durante siete años consecutivos como el país con el mejor entorno para microfinanzas y la inclusión financiera, gracias a las diversas iniciativas de las instituciones públicas o privadas. (Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, 2015, p. 3)

Si bien, durante los últimos años se ha avanzado un buen trecho con el objetivo de la inclusión financiera, este objetivo está lejos de cumplirse; y en esta línea de ideas la Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera; señala que:

(...) si consideramos que apenas el 29% de las personas mayores de edad declaran tener cuentas en el sistema financiero, que la oferta de servicios financieros todavía evidencia una concentración de operaciones en el ámbito urbano, y que todavía hay trabajo pendiente para lograr la articulación multisectorial del Estado respecto de las iniciativas promotoras de inclusión financiera, se hace evidente que el Perú aún debe enfrentar varios retos – especialmente en la cobertura y profundización de los servicios financieros – para lograr que todos los segmentos de la población estén en la capacidad de acceder y usar servicios financieros de calidad, y que a partir de ello se logre mejorar el bienestar de todos los peruanos. (Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, 2015, p. 3)

Por lo que se puede concluir, que permitiendo la inclusión financiera de la población en su conjunto se contribuye no solo el crecimiento del sector bancario y financiero, sino además, se fomenta el desarrollo del país.

4.5.5 Turismo financiero

El turismo financiero como tal, es un término nuevo, el cual se puede utilizar en alusión a que el consumidor o usuario de productos financieros, puede acceder a las distintas instituciones de crédito, con el solo hecho de usar los productos que estas ofrecen. En tal virtud, a los consumidores, les asiste el poder de elegir a libre albedrío cualquier tarjeta de crédito que el sistema comercialice; con lo cual pueden “pasearse” por cualquier banco o entidad financiera buscando aquello que le sea más conveniente.

Claro está que, para poder realizar el turismo financiero el consumidor debe de poseer un score crediticio muy bueno. En términos que son empleados por la SBS, el consumidor debe tener el nivel “0” o “normal”.

Las personas que realizan el turismo financiero, son consumidores altamente educados desde el punto de vista financiero, por lo cual, las entidades financieras no tendrían mayor problema en erogar créditos a los consumidores. En cambio, un consumidor incumplido, es decir, aquella persona que no cumple de manera adecuada con el pago de las obligaciones de carácter dinerario que ha contraído con las instituciones de crédito, no podrá aprovechar las bondades del turismo financiero.

4.5.6 Poder de negociación

El poder de negociación que pueda tener el consumidor de la tarjeta de crédito, tendrá mucho que ver con la cantidad de información que maneje. Si bien un consumidor informado tendrá un excelente punto de partida, ello no basta para conseguir un poder de negociación que permita la suscripción de un contrato con alguna entidad financiera. Por lo cual, se debe señalar que, en algunas ocasiones, se puede presentar el caso de los “personajes célebres”, con los cuales las entidades financieras están interesadas en celebrar no solo contratos de erogación de crédito, sino también estos personajes, llegan a convertirse en referentes de una marca en específica, tal como se muestra en la figura 4.8.

Figura 4.8

Personaje celebre



Fuente: Banco de Crédito del Perú (comunicación personal, s.f.)

Como se puede observar en la información enviada por el Banco de Crédito del Perú, la mencionada institución bancaria, recurrió al capitán de la Selección Peruana de Fútbol, el señor Paolo Guerrero, para que cumpla el papel de figura pública en una serie de anuncios publicitarios para el banco. Con lo antes mencionado, el banco busca atraer a los consumidores que gustan del fútbol, e incrementar sus ganancias.

Por lo que se extrae como conclusión, que obtener información es importante para tener un poder de negociación adecuado con la entidad financiera o bancaria; no obstante, el ser un personaje celebre permite que la entidad bancaria o financiera, otorgue mayores beneficios al consumidor de la tarjeta de crédito.

4.5.7 Transferencia del riesgo

La transferencia del riesgo, se presenta cuando la suma de dinero que debe ser empleada por el tarjeta habiente, es reemplazada por el uso de la tarjeta de crédito, que funge como un medio de pago ampliamente aceptado; esto permite que el consumidor del bien o servicio no ponga en peligro su patrimonio cargando consigo grandes sumas de dinero.

Claro esta que, la transferencia del riesgo, no solo se aplica para el uso exclusivo de las tarjetas de crédito, sino además para el uso de tarjetas de debito; las cuales al estar aseguradas permiten que ante un eventual robo de los fondos, el seguro cubra la perdida del dinero.

Con respecto a la transferencia del riesgo, se debe emplear el aforismo latino: RES PERIT DOMINO, es decir, la cosa se pierde para su dueño.

Por lo que, “en principio” es el propietario de la tarjeta de crédito, el cual se ve perjudicado por la pérdida del dinero o del bien que ha adquirido con el uso de la tarjeta de crédito; no obstante, lo mencionado no es del todo cierto, debido a que por la gran cantidad de seguros que protegen al consumidor, la franquicia se hara cargo del pago por la pérdida del bien o la sustracción del dinero. No obstante, se debe señalar que este beneficio se presenta en las tarjeta de crédito de gama alta, las cuales cuentan con los mejores seguros, los cuales a su vez permiten proteger de una manera adecuada al consumidor de la tarjeta de crédito.

4.5.8 Educación financiera

Como bien es sabido, un gran problema en el Perú es la educación que se imparte; en esa línea de ideas, el gobierno central, a impulsado la creación de un Plan Nacional de Educación Financiera. Así mismo la banca privada a contribuido con impulsar programas, como el ABC de la Banca, el cual es patrocinado por el Banco de Crédito del Perú.

No obstante las buenas intenciones, en el Plan Nacional de Educación Financiera, el cual fue elaborado por la Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, en el documento de setiembre de 2016, se señala que:

La “Estrategia Nacional de Inclusión Financiera en el Perú 2015-2021 (ENIF)” identifica que los niveles bajos de capacidad financiera y la falta de confianza en el sistema financiero son unas de las principales limitaciones que tienen los adultos y las MIPYME para la incorporación y uso sostenible de los servicios financieros. (Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, 2016, p. 3)


Como se resalta en el párrafo precedente, los consumidores muchas veces desconfían del sistema financiero nacional; por lo cual se hace de capital importancia

que el Estado y el sector privado trabajen de la mano para que se eduque de manera adecuada a la población en su conjunto en el tema financiero.

Con este tipo de iniciativas se busca incluir financieramente a la población, por lo que la Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, en el documento de setiembre de 2016, concluye que:

La educación financiera bien dirigida y efectiva puede ser considerada como un factor clave para el desarrollo del sector financiero del Perú. En términos concretos, la educación financiera puede incentivar el ahorro, animar a la gente a presupuestar su dinero, planear mejor sus gastos, créditos y prepararse para riesgos que pueden enfrentar creando consumidores financieros quienes actúan con más confianza y responsabilidad a beneficio de su propio bienestar además al desarrollo de los mercados. (Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, 2015, p. 3)

Así mismo, se debe señalar que la educación financiera no solo sirve para potencializar el desarrollo del sector bancario y financiero; sino además el gran beneficiado es el consumidor. Y en esta línea de ideas, Kiyosaki sostiene que: “la inteligencia financiera no se refiere a cuánto dinero ganas, sino a cuánto dinero conservas y qué tan duro trabaja ese dinero para ti” (p. 47). Por lo cual, si el consumidor sabe emplear los recursos económicos que le facilita el mercado financiero puede no solo insertarse en el mismo, sino además aprovechar y apalancarse con los fondos bancarios y financieros.



CAPÍTULO V:
**EL CONTRATO DE TARJETA DE CRÉDITO Y SU
APLICACIÓN EN EL MERCADO DE CONSUMIDORES
NACIONAL, ANÁLISIS A PARTIR DE RESOLUCIONES
DICTADAS POR LA COMISIÓN Y SALA DE
PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DEL INDECOPI**

5.1 La emisión de la tarjeta de crédito

Como bien se menciona en los capítulos precedentes, la primera compañía en emitir tarjetas de crédito en el Perú fue Diners Club; no obstante ello, esto no quiere decir que a día de hoy esta compañía sea la principal emisora de tarjetas de crédito, debido a que la principal franquicia de tarjetas de crédito en el mercado nacional es Visa.

Así las cosas, para comprender de manera adecuada como es que la tarjeta de crédito ha calado en el mercado nacional, se debe tener presente la información que brinda la Gerencia de Estudios Económicos de la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC).

5.1.1 Porcentaje de Tarjetas de Crédito en el mercado nacional

Se ha de mencionar que, las principales emisoras de tarjetas de crédito son las entidades bancarias; esto se reafirma con los datos que maneja ASBANC.

En esa línea de ideas, se debe tener presente que al 30 de Noviembre de 2018 se han emitido más de 7 (siete) millones de tarjetas de crédito, las cuales se utilizan en el crédito consumo; el detalle de las mismas tarjetas de crédito, se puede apreciar en la Tabla 5.1.

Tabla 5.1

Empresa	Porcentaje de Tarjetas de Crédito Titulares	
	Créditos de Consumo	
CREDITO BCP	10.86 %	
BBVA CONTINENTAL	8.55 %	
SCOTIABANK PERU	6.28 %	
INTERBANK	12.97 %	
MIBANCO	0.00 %	
BANBIF	1.34 %	
BANCO PICHINCHA (*)	3.80 %	
CITIBANK	0.00 %	
BANCO GNB	0.12 %	
FALABELLA PERU	19.45 %	
COMERCIO	0.01 %	
RIPLEY PERU	16.75 %	
AZTECA DEL PERU	0.88 %	
CENCOSUD	9.20 %	
Total Empresas Bancarias	90.21 %	
CREDISCOTIA FINANCIERA	9.79 %	
Total Empresas Financieras	9.79 %	
Total Bancos + Financieras	100%	

Porcentaje de tarjetas de crédito titulares

Fuente: SBS - ASBANC (2018a)

Elaboración propia.

De la Tabla 5.1, se extrae que hay una buena cantidad de emisores de tarjetas de crédito en el mercado peruano. Así mismo, las tarjetas de crédito, fueron emitidas por un total de quince (15) instituciones de crédito, de las cuales tres (03) de ellas representan aproximadamente el 50% (Cincuenta por ciento) de todas las tarjetas de crédito emitidas para el crédito consumo.

Como se menciona en el párrafo precedente, las entidades bancarias que emiten la mayoría de tarjetas, son: el Banco Internacional del Perú S.A.A. (Interbank), el Banco Falabella Perú y el Banco Ripley; por esa razón en la presente investigación se hará referencia a estas entidades como los principales emisores.

5.1.2 Empleo de las Tarjetas de Crédito en el mercado Nacional

Teniendo en cuenta el universo total de tarjetas de crédito colocadas por las diferentes entidades del sistemas financiero, se procederá a analizar el uso de las mismas.

En la Tabla 5.2, se expresa en miles de soles, la Utilización de las Tarjetas de Crédito de las empresas bancarias y financieras al 30 de noviembre de 2018.

Tabla 5.2

Utilización de las Tarjetas de Crédito por empresas bancarias y financieras

Tarjetas de Crédito	Total Empresas Financieras	Total Empresas Bancarias
Vigentes	S/. 1,086,578	S/. 20,769,788
Disposición de efectivo	S/. 708,203	S/. 3,600,765
Compras	S/. 317,487	S/. 8,332,760
Otros conceptos	S/. 60,889	S/. 8,836,263
Refinanciados	S/. 0	S/. 255,551
Vencidos	S/. 56,784	S/. 707,372
Disposición de efectivo	S/. 20,403	S/. 130,337
Compras	S/. 35,080	S/. 360,588
Otros conceptos	S/. 1,302	S/. 216,448
Vencidos Refinanciados	S/. 0	S/. 40,317
Cobranza Judicial	S/. 0	S/. 120,224

Disposición de efectivo	S/. 0	S/. 18,650
Compras	S/. 0	S/. 50,048
Otros conceptos	S/. 0	S/. 51,526
Cobranza Judicial Refinanciada	S/. 0	S/. 1,751
Total Consumo	S/. 1,143,362	S/. 21,895,003
Tipo de Cambio Contable: S/. 3,380		
FUENTE: AREAS DE CONTABILIDAD. BANCOS		
ELABORACION: DEPARTAMENTO DE ESTADISTICAS, ASBANC		

Fuente: SBS - ASBANC (2018c)

Se desprende de la tabla bajo análisis, que el grueso de los créditos vigentes fueron erogados por las entidades bancarias; es así que, estas entidades han brindado créditos consumo por un total de S/. 21,895,005 (Veintiún millones ochocientos noventa y cinco mil y cinco con 00/100 Soles) miles de soles, y las entidades financieras han otorgado un crédito para consumo ascendente a un total de S/. 1,143,362 (Un millón ciento cuarenta y tres mil trescientos sesenta y dos con 00/100 Soles) miles de soles, todo sumado haciendo a un total de S/. 23,038,367 (Veintitrés millones treinta y ocho mil trescientos sesenta y siete con 00/100 Soles) miles de soles.

Así mismo, se puede indicar que, un total de 1,181,999 (Un millón ciento ochenta y un mil novecientos noventa y nueve) miles de soles; y si desagregamos este total se obtiene S/. 1,125,215 (Un millón ciento veinticinco mil doscientos quince con 00/100 Soles) miles de soles, en las entidades bancarias y S/. 56,784 (Cincuenta y seis mil setecientos ochenta y cuatro) miles de soles, en las entidades financieras. Los mencionados créditos están en las siguientes condiciones:

- Refinanciados
- Vencidos
- Vencidos refinanciados
- Cobranza judicial
- Cobranza judicial refinanciada

Esto indica que, los consumidores no han podido cumplir de manera adecuada con las obligaciones de dar suma de dinero que han contraído con las entidades de crédito, por lo cual se han visto obligados, en el mejor de los casos a recurrir al

refinanciamiento y en los casos más extremos, las deudas que han contraído están en situación de cobranza judicial. Por ello, se debe decir que, el 5.14 % de los créditos concedidos están con problemas, en cambio el 94.86 % de los créditos se cumplen de manera adecuada.

En esa línea de ideas, se debe de recordar que, las entidades de crédito tienen como principal negocio el cobro de los intereses por la erogación de los créditos que conceden. No obstante, la erogación del crédito, y su posterior inejecución, genera costos que deben ser asumidos tanto por las entidades bancarias como por las entidades financieras.

El monto de S/. 23,038,367 (Veintitrés millones treinta y ocho mil trescientos sesenta y siete con 00/100 Soles) miles de soles, expresa el total erogado como crédito consumo. Es recomendable tener en consideración que las entidades de crédito, no solo brindan crédito directo para realizar compras con las tarjetas de crédito, sino además permiten realizar disposición de efectivo y también brindan otros servicios de crédito.

En esta línea de ideas, se debe tener presente la Tabla 5.3 que se muestra a continuación.

Tabla 5.3
Tarjeta de crédito, segmento consumo

EMPRESA	Disposición de efectivo	Compras	Otros conceptos
BANBIF	8%	33%	60%
AZTECA DEL PERU	78%	22%	0%
COMERCIO	14%	83%	3%
BANCO PICHINCHA	25%	75%	0%
BANCO GNB	2%	44%	54%
RIPLEY PERU	38%	44%	18%
BBVA CONTINENTAL	30%	41%	29%
CENCOSUD	10%	54%	36%
CREDITO BCP	5%	47%	48%
FALABELLA PERU	12%	42%	46%
INTERBANK	4%	33%	63%
SCOTIABANK PERU	34%	35%	31%

TOTAL EMPRESAS BANCARIAS	15%	41%	44%
CREDISCOTIA	64%	31%	5%
TOTAL EMPRESAS FINANCIERAS	64%	31%	5%
TOTAL EMPRESAS BANCARIAS Y FINANCIERAS	17%	40%	42%

Fuente: SBS - ASBANC (2018c)

En la Tabla 5.3 se puede observar los porcentajes de cómo se distribuye el crédito brindado al consumo tanto en la disposición de efectivo, las compras y otros conceptos, de cada una de las entidades financieras y bancarias.

Para una mejor comprensión de cuál es el comportamiento que tiene cada una de las entidades crediticias en la erogación del crédito, en los próximos párrafos se desarrollará el detalle de los mismos.

5.1.3 Tarjetas de crédito según segmento y situación de la deuda

Ahora se analizó la situación de la deuda que los consumidores han adquirido con las entidades de crédito. En esa línea de ideas, se debe tener presente la Tabla 5.4 que se muestra a continuación, la cual está expresada en miles de soles.

Tabla 5.4

Tarjeta de crédito por segmento y situación de la deuda y empresa bancaria y financiera

TARJETA DE CREDITO				
I	CONSUMO (Corresponde a Tarjetas de Crédito Abiertas y Cerradas) (1):	Total empresas bancaria	Total empresas financieras	Total empresas bancarias y financieras
1	Vigente	S/. 19,683,210 (89.90 %)	S/. 1,086,578 (4.96 %)	S/. 20,769,788 (94.86 %)
2	Refinanciados	S/. 255,551 (1.03 %)	S/. 0 (0 %)	S/. 255,551 (1.43 %)
3	Atrasados	S/. 812,881 (3.71 %)	S/. 56,784 (0.26 %)	S/. 869,665 (3.71 %)
	Vencidos	S/. 650,588	S/. 56,784	S/. 707,372
	Vencidos Refinanciados	S/. 40,317	S/. 0	S/. 40,317

	Cobranza Judicial	S/. 120,224	S/. 0	S/. 120,224
	Cobranza Judicial Refinanciada	S/. 1,751	S/. 0	S/. 1,751
4	Total Consumo (1 + 2 + 3)	S/. 20,751,641 (94.78 %)	S/. 1,143,362 (5.22 %)	S/. 21,895,003 (100 %)

Fuente: SBS - ASBANC (2018b)

Elaboración propia.

En esta línea de ideas, se realiza el desagregado por entidad crediticia de los montos utilizados con la tarjeta de crédito, lo cual se consigna en la Tabla 5.5.

Tabla 5.5

Resumen del monto utilizado de tarjetas de crédito por tipo de tarjeta y empresa bancaria y financiera

EMPRESA	Crédito de Consumo
CREDITO BCP	S/. 5,138,205 (23.47 %)
BBVA CONTINENTAL	S/. 2,172,012 (9.92 %)
SCOTIABANK PERU	S/. 2,851,426 (13.02 %)
INTERBANK	S/. 5,069,552 (23.15 %)
MI BANCO	S/. 0 (0 %)
BANBIF	S/. 432,752 (1.98 %)
BANCO PICHINCHA	S/. 459,004 (2.10 %)
CITIBANK	S/. 0 (0 %)
BANCO GNB	S/. 44,377 (0.20 %)
FALABELLA PERU	S/. 2,924,654 (13.36 %)
COMERCIO	S/. 2,813 (0.01 %)
RIPLEY PERU	S/. 826,281 (3.77 %)
AZTECA DEL PERU	S/. 46,226 (0.21 %)
CENCOSUD	S/. 784,339 (3.58 %)
TOTAL EMPRESAS BANCARIAS	S/. 20,751,641 (94.78 %)
CREDISCOTIA FINANCIERA	S/. 1,143,362 (5.22 %)
TOTAL EMPRESAS FINANCIERAS	S/. 1,143,362 (5.22 %)
TOTAL BANCOS + FINANCIERAS	S/. 21,895,003 (100 %)

Fuente: SBS - ASBANC (2018b)

Elaboración propia.

Finalmente para poder comprender mejor como ha sido el comportamiento tanto del sistema financiero nacional; en los siguientes párrafos se procederá a analizar a los

emisores de manera desagregada, así mismo se tendrá en consideración su participación en el mercado de tarjetas de crédito.

5.2 Principales emisores

Los principales emisores de tarjetas de crédito según las cifras de ASBANC, son tres entidades bancarias, las cuales sumadas alcanzan más de 3 (tres) millones quinientos mil tarjetas de crédito emitidas; esta cifra representa casi el 50% (Cincuenta por ciento) del total de tarjetas de crédito emitidas en el mercado nacional.

En tal virtud, es importante analizar la participación de mercado en detalle de cada una de estas tres entidades bancarias, debido a que representan una buena porción del mercado de tarjeta de crédito.

5.2.1 Banco Falabella

El principal emisor de tarjetas de crédito en el mercado peruano es el Banco Falabella.

El saldo de tarjetas de crédito emitidas por el Banco Falabella al 30 de Noviembre de 2018, llega a más de un (1) millón trescientas mil tarjeta de crédito. No obstante, el Banco Falabella sea el mayor emisor de tarjetas de crédito, se debe señalar que, durante el mes de Noviembre de 2018, y con relación a las cifras analizadas, se puede sacar como una primera conclusión que el Banco Falabella, ha disminuido la línea de crédito a una buena cantidad de sus consumidores, ello denota que el banco no realiza un exhaustivo análisis en el perfil creditico de las personas que suscriben el contrato de tarjeta de crédito.

En esa línea de ideas, se debe puntualizar que, la empresa ofrece tarjetas de crédito con el respaldo exclusivo del Banco Falabella, lo cual genera que los productos financieros puestos a disposición del consumidor, sean de menor calidad y sobre todo mucho más costosos.

Así mismo, se debe tener presente el detalle de los créditos erogados por el Banco Falabella, los cuales se consignan en la Tabla 5.6, que se expresan en miles de soles.

Tabla 5.6

Tarjetas de crédito por segmento y situación de deuda en el Banco Falabella

TARJETA DE CREDITO		FALABELLA PERU		
		M.N.	Equiv. M.E.	TOTAL HISTOR.
I.	CONSUMO (Corresponde a Tarjetas de Crédito Abiertas y Cerradas)			
1	Vigentes	S/. 2,733,082 (93.45 %)		S/. 2,733,082 (93.45 %)
2	Refinanciamiento	S/. 100,672 (3.44 %)		S/. 100,672 (3.44 %)
3	Atrasados	S/. 90,900 (3.11 %)		S/. 90,900 (3.11 %)
	Vencidos	S/. 73,952		S/. 73,952
	Vencidos Refinanciados	S/. 16,616		S/. 16,616
	Cobranza Judicial	S/. 332		S/. 332
	Cobranza Judicial Refinanciado	S/. 0		S/. 0
4	Total Consumo (1 + 2 + 3)	S/. 2,924,654 (100 %)		S/. 2,924,654 (100 %)
Tipo de Cambio Contable: S/. 3.380				

Fuente: SBS - ASBANC (2018b)

Elaboración propia.

De un total que asciende a S/. 2,924,654 (Dos millones novecientos veinticuatro mil seiscientos cincuenta y cuatro) miles de soles, de créditos erogados por el Banco Falabella; la suma del refinanciamiento y los atrasos ascienden a un total de S/. 191,572 (Ciento noventa y un mil quinientos setenta y dos) miles de soles, lo cual representa una buena cantidad de dinero que no es pagada respetando el plazo convenido entre las partes (es decir, entre la entidad bancaria y el consumidor).

Así mismo, es importante tener presente la Tabla 5.7; la cual muestra la evolución del crédito que el Banco Falabella ha erogado a través de las tarjetas de crédito emitidas para realizar consumos. Las cifras se expresan en millones de soles.

Tabla 5.7

Evolución de la disposición de efectivo, compras y otros conceptos del Banco Falabella

TIPO	Nov - 17	Dic - 17	Ene - 18	Feb - 18	Mar - 18	Abr - 18	May - 18	Jun - 18	Ju l- 18	Ago - 18	Set - 18	Oct - 18	Nov - 18	Nov- 18/ Nov- 18
DISP OSIC ION DE EFEC TIVO	1,78 7	1,7 27	1,6 99	344	373	376	378	379	371	376	335	35 1	34 9	- 0.64 %
COM PRA S	1,14 2	1,2 75	1,1 90	1,1 35	1,19 0	1,1 82	1,22 4	1,2 63	12 09	1,21 1	1,1 34	1,1 28	11 76	4.31 %
OTR OS CON CEPT O	274	257	240	1,5 61	1,43 2	1,4 06	1,40 9	1,3 95	13 43	1,32 7	1,3 19	1,3 06	12 82	- 1.83 %

Fuente: SBS - ASBANC (2018c)

Así mismo para comprender de una manera clara las cifras, se debe tener en consideración la evolución del crédito concedido por el Banco Falabella en el último año; lo señalado se desarrolla en la Tabla precedente. Del análisis de la Tabla, se extrae que el crédito erogado para comprar ha aumentado, en cambio, ha disminuido los otros dos rubros.

En esa línea de ideas, se sostiene que, las cifras que se muestran en los párrafos precedentes, van en contra del objetivo que persigue el Plan Nacional de Educación Financiera; en el mencionado plan se señala expresamente que:

La educación financiera bien dirigida y efectiva también puede ser considerada como un factor clave para el desarrollo del sector financiero del Perú. Es así que, los consumidores diligentes y bien informados, están familiarizados con una

gran variedad de productos y servicios, conocen las oportunidades y riesgos asociados a estos, y son más propensos a contratar productos adecuados para sí mismos, contribuyendo así con el uso responsable de los servicios financieros integrales. (Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, 2016, p. 7).

De lo que sostiene el Plan Nacional de Educación Financiera, se puede extraer como conclusión que, la educación financiera propende a que el consumidor financiero se beneficie de los distintos productos que ofrece el sistema financiero nacional; claro que para realizar ese objetivo el consumidor debe estar educado en el tema financiero. Lo cual dista mucho de la realidad peruana, en virtud a que el consumidor al obtener una tarjeta de crédito como la emitida y respalda exclusivamente por el Banco Falabella, no favorece a su propio desarrollo económico; lo cual, se da debido a que este producto no viabiliza la obtención de mejores productos de parte del banco que emite la tarjeta de crédito.

5.2.2 Banco Ripley

Según los datos recopilados por ASBANC, hasta Noviembre de 2018 el Banco Ripley ha emitido más de un (1) millón de Tarjetas de Crédito.

Con estos datos, el Banco Ripley se consolida en el mercado nacional como el segundo mayor emisor de tarjetas de crédito, según la información proporcionada por ASBANC. Así mismo, se debe acotar que, el mencionado banco, con su Tarjeta Ripley Clásica llega a cobrar por compras realizadas en tiendas Ripley y establecimientos afiliados un 110.00 % (Ciento diez por ciento) de TEA (Tasa de Interés Efectiva Anual), la cual es una tasa de interés muy elevada para el consumidor.

En esa línea de ideas, se debe tener presente el detalle de los créditos erogados por el Banco Ripley, los cuales se consignan en la Tabla 5.8, que se expresan en miles de soles, de acuerdo al siguiente detalle.

Tabla 5.8

Tarjetas de crédito por segmento y situación de deuda en el Banco Ripley

TARJETA DE CREDITO		RIPLEY PERU		
		M.N.	Equiv. M.E.	TOTAL HISTOR.
I.	CONSUMO (Corresponde a Tarjetas de Crédito Abiertas y Cerradas)			
1	Vigentes	S/. 797,233 (96.48 %)		S/. 797,233 (96.48 %)
2	Refinanciamiento	S/. 0 (0 %)		S/. 0 (0 %)
3	Atrasados	S/. 29,047 (3.52 %)		S/. 29,047 (3.52 %)
	Vencidos	S/. 27,882		S/. 27,882
	Vencidos Refinanciados	S/. 0		S/. 0
	Cobranza Judicial	S/. 1,166		S/. 1,166
	Cobranza Judicial Refinanciado	S/. 0		S/. 0
4	Total Consumo (1 + 2 + 3)	S/. 826,281 (100 %)		S/. 826,281 (100 %)
Tipo de Cambio Contable: S/. 3.380				

Fuente: SBS - ASBANC (2018b)

Elaboración propia.

De un total que asciende a S/. 826,281 (Ochocientos veintiséis mil doscientos ochenta y un) miles de soles, de crédito erogados por el Banco Ripley; la suma atrasada asciende a un total de S/. 29,047 (Veintinueve mil cuarenta y siete) miles de soles. Una particularidad del Banco Ripley, es que, no hay créditos refinanciados, lo cual denota que el análisis crediticio realizado por la entidad bancaria fue más eficiente; esto se concluye debido a que el refinanciamiento se presenta cuando el consumidor se apersona a la entidad de crédito y solicita modificar el plazo en el cual debe cumplir con sus obligaciones de dar sumas de dinero.

Es importante, tener presente la Tabla 5.9, la cual muestra la evolución del crédito del Banco Ripley ha erogado a través de las tarjetas emitidas para realizar consumos. Las cifras se expresan en millones de soles.

Tabla 5.9

Evolución de la disposición de efectivo, compras y otros conceptos del Banco Ripley

TIPO	Nov-17	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Ju-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18/Nov-18	
DISPOSICION DE EFECTIVO	333	338	340	339	334	326	317	308	300	301	302	311	314	0.92%
COMPRAS	384	440	398	369	358	359	374	386	372	363	346	338	360	6.45%
OTROS CONCEPTO	122	111	107	109	112	117	122	129	133	140	144	148	153	2.75%

Fuente: SBS - ASBANC (2018c)

Así mismo para comprender de una manera clara las cifras, se debe tener en consideración la evolución del crédito concedido por el Banco Ripley en el último año; lo señalado se desarrolla en la Tabla precedente, de la cual se desprende que los tres rubros han evolucionado de manera positiva.

5.2.3 Banco Interbank

Si bien el Banco Interbank no es el banco más grande del Perú, es el principal banco “tradicional” que emite tarjetas de crédito. Se consolida como, el tercer emisor de tarjetas de crédito, teniendo en consideración la cantidad de tarjetas aprobadas; y el segundo por la cuantía de los créditos erogados.

Se desprende de la de la información proporcionada por ASBANC, que el saldo de tarjetas de crédito emitidas por el Banco Interbank al 30 de Noviembre de 2018, llega a casi un (1) millón de tarjetas de crédito.

Realizando un análisis de los datos proporcionados por ASBANC, se puede concluir que el Banco Interbank, realiza un exhaustivo trabajo de riesgos para la erogación de las tarjetas de crédito.

En esta línea de ideas, se debe señalar que como el Banco Interbank, es una entidad crediticia grande, la misma permite la obtención de productos financieros. Este hecho, favorece al consumidor que obtiene una tarjeta de crédito Interbank, habida cuenta que, el banco permitirá la obtención de diversos productos a los consumidores que cumplen de manera adecuada con los créditos que le han brindado.

Así mismo, se debe tener presente el detalle de los créditos erogados por el Banco Interbank, los cuales se consignan en la Tabla 5.10, la cual se expresan en miles de soles y también en porcentajes.

Tabla 5.10

Tarjetas de crédito por segmento y situación de deuda en en el Banco Interbank

TARJETA DE CREDITO		INTERBANK		
		M.N.	Equiv. M.E.	TOTAL HISTOR.
I.	CONSUMO (Corresponde a Tarjetas de Crédito Abiertas y Cerradas)			
1	Vigentes	S/. 4,465,350 (88.08 %)	S/. 295,351 (5.83 %)	S/. 4,760,701 (93.91 %)
2	Refinanciamiento	S/. 109,932 (2.17 %)	S/. 62 (0.01 %)	S/. 109,994 (2.17 %)
3	Atrasados	S/. 194,541 (3.84 %)	S/. 4,317 (0.09 %)	S/. 198,857 (3.92 %)
	Vencidos	S/. 136,557	S/. 4,155	S/. 140,712
	Vencidos Refinanciados	S/. 11,329	S/. 23	S/. 11,352
	Cobranza Judicial	S/. 44,906	S/. 139	S/. 45,045
	Cobranza Judicial Refinanciado	S/. 1,749	S/. 0	S/. 1,749
4	Total Consumo (1 + 2 + 3)	S/. 4,769,823 (94.09 %)	S/. 299,729 (5.91 %)	S/. 5,069,552 (100 %)

Elaboración propia.

De un total que asciende a S/. 5,069,552 (Cinco millones sesenta y nueve mil quinientos cincuenta y dos) miles de soles, de créditos erogados por el Banco Interbank; la suma de los montos refinanciados y los atrasos asciende a un total de S/. 308,851 (Trescientos ocho mil ochocientos cincuenta y un) miles de soles.

De los datos que consolida ASBANC y que son materia de análisis, se puede concluir que, el Banco Falabella es el principal emisor de tarjetas de crédito; no obstante, el Banco Interbank ha erogado una mayor cantidad de dinero con la emisión de una menor cantidad de tarjetas de crédito. Lo señalado, es un indicador que el Banco Interbank es mucho más exigente al momento de conceder una tarjeta de crédito.

Las cifras que maneja ASBANC, permiten extraer como conclusión que el Interbank aventaja en cuanto a la emisión de tarjetas de crédito a los principales bancos del Perú. Este dato también es beneficioso para los consumidores en general, debido a que el Interbank, ofrece una gama más amplia de productos y servicios financieros. Es así que, con la obtención de una tarjeta de crédito del banco Interbank, el consumidor financiero puede acceder a otros productos que ofrece el banco, tales como: compras de deuda, extracash, adelanto de sueldo, créditos a sola firma, etc.

Así mismo, es importante tener presente la Tabla 5.11; la cual muestra la evolución del crédito el Banco Interbank, el cual ha erogado a través de las tarjetas de crédito emitidas para realizar consumos. Las cifras se expresan en millones de soles.

Tabla 5.11

Evolución de la disposición de efectivo, compras y otros conceptos del Banco Interbank

TIPO	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Ju	Ago	Set	Oct	N	Nov-
	-	-	-	-	-	-	-	-	l-	-	-	-	OV	Nov-
	17	17	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	-	18/
													18	Nov-
														18

DISP OSIC ION DE EFEC TIVO	224	210	198	193	185	178	174	171	17	177	182	18	19	3.43
COM PRA S	1,41 7	1,4 42	1,4 46	1,4 59	1,44 9	1,4 77	1,51 2	1,5 22	15 19	1,53 8	1,5 27	1,5 81	16 38	3.60
OTR OS CON CEPT O	2,36 6	2,3 52	2,3 44	2,3 93	2,52 3	2,6 59	2,74 7	2,8 23	28 68	2,92 6	2,9 93	3,0 61	31 13	1.70

Fuente: SBS - ASBANC (2018c)

Así mismo para comprender de una manera clara las cifras, se debe tener en consideración la evolución del crédito concedido por el Banco Interbank en el último año; lo señalado se desarrolla en la Tabla precedente. El año bajo análisis, denota que la entidad bancaria ha acrecentado la cantidad de créditos que brinda a los consumidores, lo cual favorece al sistema financiero en su conjunto.

5.3 Generalidad de emisores

Con este título, se hace alusión a los tres principales bancos del Perú. Los cuales, a pesar de su relevancia en el mercado bancario nacional, no son los principales emisores de tarjetas de crédito.

5.3.1 Banco de Crédito del Perú

En el presente trabajo se ha sostenido que el Banco de Crédito del Perú, es el banco peruano más grande; no obstante, este banco no es el principal emisor de tarjetas de crédito para personas naturales. La relevancia de esta entidad de crédito se da debido a que tiene una cantidad importante de clientes corporativos.

Se desprende de las cifras proporcionadas por ASBANC, que el saldo de tarjetas de crédito emitidas por el Banco de Crédito del Perú al 30 de Noviembre de 2018, llega a proxímadamente ocho (8) cientos mil tarjetas de crédito. No obstante, el Banco de Crédito del Perú sea el banco más grande del Perú.

El detalle de los créditos erogados por el Banco de Crédito del Perú, se consignan en la Tabla 5.12, la cual se expresa en miles de soles.

Tabla 5.12

Tarjetas de crédito por segmento y situación de deuda en en el Banco de Crédito del Perú

TARJETA DE CREDITO	CREDITO BCP			
	M.N.	Equiv. M.E.	TOTAL HISTOR.	
I.	CONSUMO (Corresponde a Tarjetas de Crédito Abiertas y Cerradas)			
1	Vigentes	S/. 4,199,800 (81.74 %)	S/. 706,809 (13.76 %)	S/. 4,906,609 (95.49 %)
2	Refinanciamiento	S/. 38,688 (0.75 %)	S/. 107 (0.01 %)	S/. 38,795 (0.76 %)
3	Atrasados	S/. 175,024 (4.41 %)	S/. 17,777 (0.35 %)	S/. 192,801 (3.75 %)
	Vencidos	S/. 132,506	S/. 13,795	S/. 146,301
	Vencidos Refinanciados	S/. 11,659	S/. 12	S/. 11,671
	Cobranza Judicial	S/. 30,857	S/. 3,970	S/. 34,827
	Cobranza Judicial Refinanciado	S/. 2	S/. 0	S/. 2
4	Total Consumo (1 + 2 + 3)	S/. 4,413,512 (85.90 %)	S/. 724,693 (14.10 %)	S/. 5,138,205 (100 %)
Tipo de Cambio Contable: S/. 3.380				

Fuente: SBS - ASBANC (2018b)

Elaboración propia.

De un total que asciende a S/. 5,138,205 (Cinco millones ciento treinta y ocho mil doscientos cinco) miles de soles, de créditos erogados por el Banco de Crédito del Perú; la suma del refinanciamiento y los atrasos ascienden a un total de S/. 131,596 (Ciento treinta y un mil quinientos noventa y seis) miles de soles.

También se debe de mencionar que, en el sistema crediticio nacional, el Banco de Crédito del Perú es el cuarto banco teniendo en consideración la cantidad de tarjetas emitidas; y también se consolida como el primer banco, teniendo en consideración la cuantía de los créditos erogados a los consumidores.

No obstante ello, es importante tener presente la Tabla 5.13; la cual muestra la evolución del crédito que ha otorgado el banco; los montos se expresan en millones de soles.

Tabla 5.13

Evolución de la disposición de efectivo, compras y otros conceptos del Banco de Crédito del Perú

TIPO	Nov - 17	Dic - 17	Ene - 18	Feb - 18	Mar - 18	Abr - 18	May - 18	Jun - 18	Ju l- 18	Ago - 18	Set - 18	Oct - 18	Nov - 18	Nov- 18/ Nov- 18
DISP OSIC ION DE EFEC TIVO	247	234	226	222	319	310	304	299	279	276	271	273	271	- 0.59 %
COM PRA S	4,039	4,078	4,111	4,132	2,052	2,104	2,136	2,129	2121	2,203	2,200	2,285	2390	4.61 %
OTR OS CON CEPT O	0	0	0	0	1,925	1,921	1,924	1,931	1973	2,094	2,233	2,336	2426	3,87 %

Fuente: SBS - ASBANC (2018c)

5.3.2 BBVA Continental

El Banco BBVA Continental, es una entidad crediticia consolidada en el mercado nacional. En esa línea de ideas, se desprende de la información proporcionada por ASBANC; que el saldo de tarjetas de crédito emitidas por el Banco BBVA Continental al 30 de Noviembre de 2018, llega a más de medio millón de tarjeta de crédito.

Con relación a las cifras analizadas, se puede sacar como conclusión que el Banco BBVA Continental, prácticamente no ha variado tanto en la cantidad de incrementos de líneas de crédito como en la disminución de las mismas; esto denota una solidez en cuanto al análisis de riesgo que realiza la entidad crediticia.

Por lo cual, se debe tener presente el detalle de los créditos erogados por el Banco BBVA Continental; los cuales se consignan en la Tabla 5.14, la cual se expresa en miles de soles, así como en porcentajes.

Tabla 5.14

Tarjetas de crédito por segmento y situación de deuda en el Banco BBVA Continental

TARJETA DE CREDITO		BBVA CONTINENTAL		
		M.N.	Equiv. M.E.	TOTAL HISTOR.
I.	CONSUMO (Corresponde a Tarjetas de Crédito Abiertas y Cerradas)			
1	Vigentes	S/. 1,760,771 (81.07 %)	S/. 331,009 (15.24 %)	S/. 2,091,780 (96.31 %)
2	Refinanciamiento	S/. 0 (0 %)	S/. 0 (0 %)	S/. 0 (0 %)
3	Atrasados	S/. 79,556 (3.66 %)	S/. 675 (0.03 %)	S/. 80,231 (3.69 %)
	Vencidos	S/. 45,808	S/. 525	S/. 46,334
	Vencidos Refinanciados	S/. 0	S/. 0	S/. 0
	Cobranza Judicial	S/. 33,748	S/. 150	S/. 33,898
	Cobranza Judicial Refinanciado	S/. 0	S/. 0	S/. 0
4	Total Consumo (1 + 2 + 3)	S/. 1,840,327 (84.73 %)	S/. 331,684 (15.27 %)	S/. 2,172,012 (100 %)
Tipo de Cambio Contable: S/. 3.380				

Fuente: SBS - ASBANC (2018b)

Elaboración propia.

De un total que asciende a S/. 2,172,012 (Dos millones ciento setenta y dos mil doce) miles de soles, de créditos erogados por el Banco BBVA Continental; los atrasos ascienden a S/. 80,231 (Ciento noventa y un mil quinientos setenta y dos) miles de soles.

Así mismo, es importante tener presente la Tabla 5.15; la cual muestra la evolución del crédito que ha otorgado el Banco BBVA a través de las tarjetas de crédito emitidas para realizar consumos. Las cifras se expresan en millones de soles.

Tabla 5.15
Evolución de la disposición de efectivo, compras y otros conceptos del Banco BBVA Continental

TIPO	Nov - 17	Dic - 17	Ene - 18	Feb - 18	Mar - 18	Abr - 18	May - 18	Jun - 18	Jul - 18	Ago - 18	Set - 18	Oct - 18	N ov - 18	Nov- 18/ Nov- 18
DISP OSICI ON DE EFFECT IVO	640	626	616	713	699	703	700	3	37 1	376	335	35 1	34 9	-0.64 %
COM PRAS	754	766	767	759	751	778	793	802	80 3	823	809	83 7	88 3	5.50 %
OTRO S CONC EPTO	518	495	530	466	450	457	467	578	53 1	550	636	59 7	62 8	5.13 %

Fuente: SBS - ASBANC (2018c)

5.3.3 Banco Scotiabank

Por último, se analizará las cifras que facilita ASBANC que corresponde al Banco Scotiabank, debido a que esta entidad crediticia es una de las más importantes del mercado nacional; no obstante, sea una entidad que expide una cantidad considerable de tarjetas de crédito.

Las cifras que maneja ASBANC, denotan que el banco no ha realizado un exhaustivo análisis de riesgo de sus consumidores con relación al tema específico de la emisión de tarjetas de crédito; debido a que la cantidad de disminuciones de líneas de crédito es casi el doble con relación a las líneas que el Banco Scotiabank a incrementado.

Es importante, tener en consideración el detalle de los créditos erogados por el Banco Scotiabank, los datos se consignan en la Tabla 5.16.

Tabla 5.16

Tarjeta de Crédito por segmento y situación de deuda en el Banco Scotiabank

TARJETA DE CREDITO		SCOTIABANK PERU		
		M.N.	Equiv. M.E.	TOTAL HISTOR.
I.	CONSUMO (Corresponde a Tarjetas de Crédito Abiertas y Cerradas)			
1	Vigentes	S/. 2,410,472 (84.54 %)	S/. 307,764 (10.79 %)	S/. 2,718,236 (95.33 %)
2	Refinanciamiento	S/. 0 (0.00 %)	S/. 0 (0.00 %)	S/. 0 (0.00 %)
3	Atrasados	S/. 117,745 (4.13 %)	S/. 15,445 (0.54 %)	S/. 133,190 (4.67 %)
	Vencidos	S/. 117,745	S/. 15,445	S/. 133,190
	Vencidos Refinanciados	S/. 0	S/. 0	S/. 0
	Cobranza Judicial	S/. 0	S/. 0	S/. 0
	Cobranza Judicial Refinanciado	S/. 0	S/. 0	S/. 0
4	Total Consumo (1 + 2 + 3)	S/. 2,528,217 (88.67 %)	S/. 323,209 (11.33 %)	S/. 2,851,426 (100 %)
Tipo de Cambio Contable: S/. 3.380				

Fuente: SBS - ASBANC (2018b)

Elaboración propia.

De un total que asciende a S/. 2,851,426 (Dos millones ochocientos cincuenta y un mil cuatrocientos veintiséis) miles de soles, de créditos erogados por el Banco Scotiabank; los atrasos ascienden a un total de S/. 133,190 (Ciento treinta y tres mil ciento noventa) miles de soles.

Es importante tener presente la Tabla 5.17; la cual muestra la evolución del crédito que ha erogado el Banco Scotiabank, a través de las tarjetas de crédito emitidas para realizar consumos, cuyas cifras se expresan en millones de soles.

Tabla 5.17

Evolución de la disposición de efectivo, compras y otros conceptos del Banco Scotiabank

TIPO	Nov - 17	Dic - 17	Ene - 18	Feb - 18	Mar - 18	Abr - 18	May - 18	Jun - 18	Ju l- 18	Ago - 18	Set - 18	Oct - 18	Nov - 18	Nov- 18/ Nov- 18
DISP OSIC ION DE EFEC TIVO	880	874	897	901	889	886	897	900	929	943	945	964	973	0.92 %
COM PRA S	925	935	910	926	941	927	945	962	930	951	949	963	1000	3.85 %
OTR OS CON CEPT O	711	712	740	746	746	739	785	820	859	865	866	875	878	0.33 %

Fuente: SBS - ASBANC (2018c)

En la Tabla precedente, se denota el incremento de los créditos erogados por el Banco Scotiabank.

Una vez analizados los datos facilitados por ASBANC, se puede decir que, si bien el Banco Falabella es el principal emisor de tarjetas de crédito, también se consolida como la entidad bancaria que ha disminuido la mayor cantidad de líneas de crédito a sus tarjeta habientes, lo cual denota un deficiente trabajo de análisis de riesgo por parte del mismo banco.

En esa misma línea de ideas, se puede decir que, las entidades crediticias que se relacionan con tiendas comerciales, tiendan a emitir una mayor cantidad de tarjetas de crédito; no obstante, los montos de líneas de crédito que aprueban son de una menor cuantía comparado con las entidades de crédito tradicionales.

El Banco de Crédito del Perú, no siendo el principal emisor de tarjetas de crédito, es la entidad bancaria que eroga la mayor cantidad de créditos. Lo cual corrobora ser el banco más grande e importante del Perú.

El Banco Interbank, se presenta como una entidad bancaria que facilita la incursión de nuevos consumidores al mercado financiero, esto debido, a que siendo el tercer emisor de tarjetas de crédito, también se consolida como el segundo banco teniendo en consideración la cuantía de los créditos aprobados a los consumidores. Así mismo, se debe puntualizar que cuenta con una buena cantidad de tipos de tarjetas de crédito las cuales permiten que sus tarjeta habientes escojan la tarjeta que ellos deseen.

Una vez analizada la participación de mercado de las entidades de crédito más relevantes. Ahora se debe tener en consideración como es que el INDECOPI actúa en el mercado de las tarjetas de crédito cumpliendo con su papel de regulador en las actividades económicas que realizan los consumidores.

5.4 INDECOPI y su papel como regulador de la actividad económica

INDECOPI cumple un papel regulador en cuanto a la actividad bancaria y financiera, en esa línea de ideas, la Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera sostiene que:

Según se detalla en el Documento de Trabajo BT/002/2010 de la SBS: “Si bien es posible que los mandatos del INDECOPI y la SBS se superpongan en cierta medida, en la práctica las dos entidades muestran una clara división de tareas en materia de aplicación coercitiva de normas y un buen nivel de coordinación e intercambio de información. La SBS concentra sus esfuerzos en el aspecto preventivo, a partir de la convicción de que las instituciones financieras bien reguladas y supervisadas son más transparentes y equitativas con sus clientes y el público en general; el INDECOPI, por su parte, dedica especial atención a las

medidas correctivas, esto es, a resolver problemas y conflictos entre el consumidor y el proveedor de servicios financieros. (Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, 2015, p. 37).

Como se señala en el informe de la Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, el campo de acción de INDECOPI, le permite viabilizar la resolución de los problemas que se presentan entre el tarjeta habiente y la entidad bancaria o financiera.

En esa línea de ideas, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), fue el precursor de la promulgación de la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Con la aplicación del Código del Consumidor, INDECOPI permite que la actividad económica, se desarrolle de una manera más justa y equitativa para el consumidor. Este objetivo, es perseguido por INDECOPI, debido a que muchas veces, la parte fuerte del contrato, es decir, la entidad bancaria o financiera, hace uso y abuso de su posición de dominio para imponer sus condiciones en el mercado.

5.5 Casos típicos en los que INDECOPI se ha pronunciado

Como una de las entidades que regulan el comportamiento de las instituciones bancarias y financieras, INDECOPI se ha pronunciado sobre una serie de infracciones que han cometido y siguen cometiendo dichas entidades. En tal virtud, es importante tener una visión amplia de las distintas infracciones al Código del Consumidor.

En esa línea de ideas, las entidades bancarias y financieras reciben reclamos y denuncias presentadas por los consumidores. En tal virtud, es importante diferenciar entre los siguientes conceptos:

- Reclamo: en un reclamo se presenta una relación jurídica entre reclamante (consumidor bancario o financiero) y reclamado (entidad bancaria o financiera). Se da en una primera instancia, la cual se desarrolla en el Área de Servicios de Atención al Ciudadano de INDECOPI. Ante un reclamo INDECOPI cumple el

papel de un intermediario, el cual cita a ambas partes y facilita que lleguen a un acuerdo conciliario.

En un reclamo no se desarrolla un análisis jurídico contractual del tema específico, así mismo no se da una sanción para el proveedor (entidad bancaria o financiera); no obstante, el reclamo puede devenir en una denuncia.

- Denuncia: en una denuncia se presenta una relación jurídica entre denunciante (consumidor bancario o financiero) y denunciado (entidad bancaria o financiera).

Cuando se realiza una denuncia se pueden presentar varias instancias: primero ante la comisión; posteriormente ante una sala; y por último se puede dar una Acción Contenciosa Administrativa que se ve en el Poder Judicial.

En una denuncia se realizará un análisis jurídico del tema a la luz de lo consignado en el Código del Consumidor.

En esa línea de ideas, si INDECOPI falla a favor del consumidor financiero, puede: sancionar (en donde se va en contra de los intereses del proveedor y a favor de INDECOPI) y aplicar medidas correctivas (en donde se ordena retribuir la prestación solicitada por el denunciante).

En tal virtud, se debe realizar un análisis pormenorizado de las principales afectaciones a los derechos que han sido cometidas por las entidades bancarias o financieras.

5.5.1 Afectación al deber de idoneidad

La idoneidad es la expectativa que se le genera al consumidor en base a la información brindada por el proveedor. En otras palabras, es aquello que el consumidor espera recibir de la entidad bancaria o financiera, como consecuencia de haber suscrito el contrato de tarjeta de crédito.

Las entidades financieras y bancarias, han afectado y afectan de manera recurrente el deber de idoneidad, el cual se encuentra contemplado tanto en el artículo 18, como en el artículo 19 del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

En esa línea de ideas, se ha de mencionar lo que estipula el artículo 18, de la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor:

Artículo 18.- Idoneidad

Se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido, la publicidad e información transmitida, las condiciones y circunstancias de la transacción, las características y naturaleza del producto o servicio, el precio, entre otros factores, atendiendo a las circunstancias del caso.

La idoneidad es evaluada en función a la propia naturaleza del producto o servicio y a su aptitud para satisfacer la finalidad para la cual ha sido puesto en el mercado.

Las autorizaciones por parte de los organismos del Estado para la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, en los casos que sea necesario, no eximen de responsabilidad al proveedor frente al consumidor.

(Ley N° 29571, 2010).

Es así que, cuando una entidad bancaria no cumple con aquello a lo que se ha obligado, la mencionada entidad está violando el deber de idoneidad. En esa línea de ideas el consumidor puede hacer valer sus derechos utilizando el libro de reclamaciones, siempre teniendo en observancia lo que se consigna en el artículo 18 del Código del Consumidor. Con relación al particular, INDECOPI sostiene que:

Todo proveedor ofrece una garantía sobre la idoneidad de los bienes y servicios que ofrece en el mercado, lo anterior en función de la información que traslada a los consumidores de manera expresa o tácita. En tal sentido, para establecer la existencia de una infracción corresponderá al consumidor o a la autoridad administrativa acreditar la existencia del defecto, siendo que ante tal situación será de carga del proveedor demostrar que dicho defecto no le es imputable para ser eximido de responsabilidad. (Resolución final INDECOPI N° 0006-2017/CC1, 2018)

Por lo cual se debe tener en consideración lo mencionado por INDECOPI, debido a que hace acotación al deber de idoneidad. Así mismo, se ha de señalar que el

deber de idoneidad también se consigna en el artículo 19 de la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor, de acuerdo al siguiente tenor:

Artículo 19.- Obligación de los proveedores

El proveedor responde por la idoneidad y calidad de los productos y servicios ofrecidos; por la autenticidad de las marcas y leyendas que exhiben sus productos o del signo que respalda al prestador del servicio, por la falta de conformidad entre la publicidad comercial de los productos y servicios y éstos, así como por el contenido y la vida útil del producto indicado en el envase, en lo que corresponda. (Ley N° 29571, 2010).

En esa línea de ideas, se puede decir que lo que realizó el artículo 19 del Código del Consumidor es desarrollar las obligaciones que se enmarca dentro del deber de idoneidad, el cual debe ser respetado por las entidades bancarias y financieras. Con respecto a este artículo específico INDECOPI, señala que:

Por su parte el artículo 19° del citado dispositivo legal señala un supuesto de responsabilidad administrativa objetiva conforme al cual el proveedor responde por la idoneidad y calidad de los servicios ofrecidos (...). (Resolución final INDECOPI N° 0224-2018/INDECOPI-LAM, 2018)

Finalmente, si bien puede parecer que el deber de idoneidad es el único y más importante deber que se tutela en el Código del Consumidor, esto no es del todo cierto, debido a que muchas veces las entidades bancarias o financieras afectan otros derechos de los consumidores.

5.5.2 Afectación a los intereses económicos de los consumidores

La afectación a los intereses económicos de los consumidores, esta consignada en el literal c) del numeral 1.1 del artículo 1 de la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor, en donde se señala que:

Artículo 1.- Derechos de los consumidores

1.1 En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos:

c. Derecho a la protección de sus intereses económicos y en particular contra las cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos, cualquier otra práctica análoga e información interesadamente equívoca sobre los productos o servicios. (Ley N° 29571, 2010).

En observancia del citado artículo, se puede sostener que la protección de los intereses económicos de los consumidores, tiene que ver con que estos últimos no deben ser perjudicados por los bancos o financieras en lo que respecta a su esfera patrimonial. Lamentablemente, esta afectación se da sobre todo cuando se estipulan en los contratos de tarjetas de crédito cláusulas leoninas, vejatorias y abusivas; las cuales van en contra del interés de los consumidores bancarios y financieros.

Ciertamente esta no es la única forma de perjudicar a los consumidores bancarios o financieros; debido a que, se debe tener presente lo que ha sostenido INDECOPI en el punto 14 de la Resolución Final 0003-2018/PS0-INDECOPI-CAJ, en donde señala que:

(...) Debe resaltarse la trascendencia que mantiene la información contenida en la central de riesgo de la SBS, en tanto configura un rol importante en las decisiones que puedan tomar los operadores financieros, quienes tomarán en cuenta el historial crediticio para decidir con quién contratar productos financieros; por ejemplo, un cliente con calificación negativa tendrá pocas posibilidades de acceder a un préstamo personal, tarjeta de crédito y/o crédito hipotecario. (Resolución final INDECOPI N° 0003-2018/PS0-INDECOPI-CAJ, 2018).

El pronunciamiento que se menciona en el párrafo precedente, se da como consecuencia de que el Banco Falabella, reporto a un consumidor como moroso de manera errónea; lo cual genera un perjuicio económico relevante para aquel consumidor, habida cuenta que se le impide (debido a la calificación crediticia asignada) obtener créditos de cualquier índole; lo cual configura un perjuicio contra los intereses económicos de este consumidor financiero en particular.

5.5.3 Afectación al deber de información

Se ha de mencionar que, los consumidores nunca van a tener el acceso a toda la información que pueda manejar una entidad bancaria o financiera. Lo señalado se da debido, a que cuando estas entidades tratan de comercializar un producto como la tarjeta de crédito; el acceso a la información es un derecho fundamental que asiste al consumidor financiero, ya que la información permite al consumidor, elegir la opción que más le favorezca.

Este deber de información se encuentra tutelado en dos artículos del Código del Consumidor. En esa línea de ideas, el artículo 1 de la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor, en donde se consigna que:

Artículo 1.- Derechos de los consumidores

1.1 En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos:

b. Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.

(Ley N° 29571, 2010).

Por lo cual, para tener una idea clara del tipo de información a la cual tienen derecho a acceder los consumidores financieros, se debe analizar de manera detallada el artículo bajo análisis; en tal virtud, se ha de diferenciar los siguientes conceptos:

- Información oportuna: la información que proporciona la entidad bancaria o financiera debe brindarse en el tiempo adecuado, es decir, en el momento en el cual le sea útil al consumidor; debido a que proporcionar información a destiempo genera una serie de problemas a los consumidores.
- Información suficiente: la información debe brindarse en cantidades adecuadas para que el consumidor pueda tomar una decisión conciente.

- Información veraz: la información debe ser cierta, es decir, el consumidor debe tener la certidumbre de que la información que recibe es la que le va a permitir contratar de manera adecuada con la entidad bancaria o financiera.
- Información fácilmente accesible: se debe señalar que la información debe ser puesta al alcance del consumidor, en virtud, a que la información no debe ser de difícil acceso, ya que esto generaría altos costos de transacción que normalmente deben ser asumidos por el consumidor, lo cual le genera un perjuicio.

En esa línea de ideas, se debe tener presente lo que señala el INDECOPI en el punto 11 de la Resolución Final N° 0006-2017/CC1 de fecha 4 de enero de 2018, en donde sostiene explícitamente que:

(...) La Sala Especializada en Protección al Consumidor (antes, Sala de Defensa de la Competencia N° 2, en adelante la Sala) en anteriores oportunidades señaló que la obligación de las entidades del sistema financiero de informar al consumidor no se limita a brindarle información adecuada al momento de la contratación del servicio, sino que se extiende al período de ejecución del contrato. Ya sea que el consumidor requiera la información para decidir no continuar con la relación y escoger otro proveedor, determinar la procedencia de los pagos que se le puedan requerir, o para hacer uso adecuado del servicio, el proveedor se encuentra en la obligación de atender debidamente los requerimientos de información que el consumidor le formule en relación al producto o servicio contratado. (Resolución final INDECOPI N° 0006-2017/CC1, 2018)

Con relación a lo que señala INDECOPI, se puede concluir que el deber de información que debe observar cada una de las entidades financieras, se da durante todo el ITER CONTRACTUAL (camino del contrato). En virtud a que, el deber de información, se ha de cumplir durante la negociación, la celebración y sobre todo la ejecución del contrato de tarjeta de crédito.

Así mismo, ha de señalarse que el derecho a la información también se encuentra consignado en el artículo 2 de la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor, de acuerdo al siguiente detalle:

Artículo 2.- Información relevante

2.1 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 veráz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, deviendo 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. (Ley N° 29571, 2010).

Con relación a este particular, se debe señalar que los diversos análisis contractuales realizados durante el desarrollo del presente trabajo de investigación, llevan a la conclusión de que los distintos textos contractuales de las diferentes tarjetas de crédito revisten una complejidad terminológica; no solo ello, carecen muchas veces de un orden adecuado para su cabal comprensión. Esto perjudica tremendamente al consumidor financiero, debido a que como el contrato de tarjeta de crédito es un contrato complejo, una redacción complicada dificulta y a veces imposibilita la adecuada ejecución de las distintas prestaciones que se enmarcan y desarrollan dentro del contrato.

5.5.4 Afectación al deber de atención de reclamos

Las entidades bancarias y financieras, muchas veces no cumplen con su deber de atención a los reclamos que son presentados por los consumidores. Con lo cual, hacen

caso omiso a lo que se consigna en el artículo 88 de la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor, en donde se señala que:

Artículo 88.- Reclamo de productos o servicios financieros y de seguros

88.1 Las entidades del sistema financiero y de seguros, en todas sus oficinas de la República, deben resolver los reclamos dentro del plazo establecido en la normativa correspondiente, sin perjuicio del derecho del consumidor de recurrir directamente ante la Autoridad de Consumo.

88.2 El reclamo debe presentarse y registrarse en la forma que determinan las normas de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.

88.3 En caso de identificarse comportamientos que tengan repercusión en intereses de terceros, el INDECOPI, de oficio o por denuncia, inicia el procedimiento administrativo sancionador contra el proveedor responsable. (Ley N° 29571, 2010).

De lo señalado en los párrafos precedentes, se extrae como conclusión que, las entidades bancarias o financieras, muchas veces:

- No se apersonan cuando son citadas por INDECOPI a una audiencia en donde se tratará de conciliar el tema que esta en discusión con el consumidor. Esta actitud de la entidad bancaria genera dilación y perjudica a los intereses del consumidor.
- Deniegan los reclamos presentados ante las mismas empresas bancarias; esto se presenta muchas veces cuando los consumidores financieros plantean sus reclamos, ante las mismas entidades bancarias, las cuales no conceden lo peticionado por el consumidor, hecho que muchas veces genera que el consumidor se desista del reclamo o sino proceda a recurrir a INDECOPI.
- No responden los reclamos planteados por los consumidores bancarios o financieros; lo cual va en desmedro de los intereses de los consumidores.

En relación a lo señalado, se debe tener en consideración lo mencionado por INDECOPI en la Resolución Final N° 585-2016/PSO-INDECOPI-PIU de fecha 7 de julio de 2016, en la cual sostiene que:

(ii) Declaró fundada la denuncia contra el Banco, por haber incurrido en la infracción a lo establecido en el artículo 88° del Código, al haberse acreditado durante el procedimiento que no dio una respuesta al reclamo presentado por la señora Ramos el 1 de noviembre de 2015, vía comunicación virtual, dentro de los 30 días correspondientes. Por ello, lo sancionó con multa de 2UIT. (Resolución final INDECOPI N° 585-2016/PSO-INDECOPI-PIU, 2016).

Como se aprecia en la Resolución precitada, INDECOPI sanciona al Banco Internacional del Perú S.A.A. (Interbank), por no atender el reclamo presentado por una tarjeta habiente. En este caso INDECOPI falla favor del consumidor financiero el cual se ve perjudicado con la no respuesta de parte de la entidad bancaria.

5.5.5 Métodos comerciales coercitivos

Los métodos comerciales coercitivos que las entidades bancarias y financieras emplean en contra de los consumidores, están consignados en el artículo 56 de la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor, de acuerdo al siguiente detalle:

Artículo 56.- Métodos comerciales coercitivos

56.1 De manera enunciativa y no limitativa, el derecho de todo consumidor a la protección contra los métodos comerciales coercitivos implica que los proveedores no puedan:

- a. En los contratos de duración continuada o de tracto sucesivo, condicionar la venta de un producto o la prestación de un servicio a la adquisición de otro, salvo que, por su naturaleza o con arreglo al uso comercial, sean complementarios. La oferta de productos o servicios no complementarios debe garantizar que puedan ofrecerse por separado.
- b. Obligar al consumidor a asumir prestaciones que no ha pactado o a efectuar pagos por productos o servicios que no han sido requeridos previamente. En ningún caso puede interpretarse el silencio del consumidor como aceptación de dichas prestaciones o pagos, salvo que lo haya autorizado previamente de manera expresa.

- c. Modificar, sin el consentimiento expreso del consumidor, las condiciones y términos en los que adquirió un producto o contrató un servicio, inclusive si el proveedor considera que la modificación podría ser beneficiosa para el consumidor. No se puede presumir el silencio del consumidor como aceptación, salvo que él así lo haya autorizado expresamente y con anterioridad.
- d. Completar formularios, formatos, títulos valores y otros documentos emitidos incompletos por el consumidor, de manera distinta a la que fue expresamente acordada al momento de su suscripción.
- e. Establecer limitaciones injustificadas o no razonables al derecho del consumidor a poner fin a un contrato cuando legal o contractualmente se le haya reconocido ese derecho, o a emplear los mismos mecanismos de forma, lugar y medios utilizados en la celebración de los contratos para desvincularse de estos.
- f. Tomar ventaja indebida en las relaciones contractuales de duración continuada o de tracto sucesivo, en aquellas situaciones en las que el cambio de un proveedor resulta significativamente costoso para el consumidor.
- g. Exigir al consumidor la presentación de documentación innecesaria para la prestación del servicio que contrate o la entrega del producto adquirido, pudiendo, en todo caso, exigirse solo la documentación necesaria, razonable y pertinente de acuerdo con la etapa en la que se encuentre la prestación del producto o ejecución del servicio.

56.2 Se sujetan a estas limitaciones todas las ofertas de productos o servicios, sean estas efectuadas dentro o fuera de establecimientos comerciales o mediante métodos de contratación a distancia, cualquiera sea el medio de comunicación empleado para ello. (Ley N° 29571, 2010).

El Código del Consumidor, es claro con relación a la tutela que le brinda al usuario o consumidor; no obstante INDECOPI en la Resolución 0445-2018/SPC-INDECOPI del 2 de marzo de 2018, se pronunciado sobre el particular de la siguiente manera:

Conforme ha sido señalado por la Sala en reiterados pronunciamientos, un consumidor tiene el derecho de definir, aceptar y autorizar las condiciones y

relaciones contractuales que considere pertinentes en sus operaciones de consumo. Lo contrario implicaría vulnerar el Principio de Autonomía Privada que debe regular toda relación contractual. El único sujeto que puede juzgar qué es lo que más le conviene al consumidor es él mismo, no estando ningún proveedor autorizado para arrogarse tal decisión. (Resolución INDECOPI N° 0445-2018/SPC-INDECOPI, 2018).

Así mismo, se ha de señalar un tema específico que ha dado mucho de que hablar en los últimos meses, debido a que las entidades bancarias tratando de comercializar de manera agresiva las tarjetas de crédito muchas veces han ido en contra de lo estipulado en la Ley N° 29733. En esa línea de ideas se debe mencionar lo que se consigna en el artículo 1 de la Ley N° 29733 – Ley de protección de datos personales:

Artículo 1. Objeto de la Ley

La presente Ley tiene el objeto de garantizar el derecho fundamental a la protección de los datos personales, previsto en el artículo 2 numeral 6 de la Constitución Política del Perú, a través de su adecuado tratamiento, en un marco de respeto de los demás derechos fundamentales que en ella se reconocen. (Ley N° 29733, 2011)

Este tipo de conductas que colisionan contra el artículo antes mencionado, se presentan porque se utilizó, trata y distribuye los datos personales de los consumidores y potenciales consumidores de manera descontrolada, por el simple afán de las entidades bancarias y financieras de colocar la mayor cantidad de tarjetas de crédito en el mercado.

5.5.6 Métodos abusivos de cobranza

Los métodos abusivos de cobranza se estipulan en dos artículos del Código del Consumidor. En esa línea de ideas, ha de mencionarse lo que señala el artículo 61 de la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor; en el mencionado cuerpo legal:

Artículo 61.- Procedimientos de cobranza

El proveedor debe utilizar los procedimientos de cobranza previstos en las leyes. Se prohíbe el uso de métodos de cobranza que afecten la reputación del consumidor, que atenten contra la privacidad de su hogar, que afecten sus actividades laborales o su imagen ante terceros. (Ley N° 29571, 2010)

Con relación a este particular, el Consumidor Peruano Medio, es decir, aquella persona que no tiene una instrucción en el tema financiero es víctima muchas veces de la intimación al pago llevada a cabo por entidades bancarias o financieras.

Para entender de manera cabal este tema se debe diferenciar, los siguientes supuestos de inejecución de dar suma de dinero en los cuales se ve inmerso el consumidor bancario o financiero:

- Inejecución total: se presenta cuando el consumidor bancario o financiero no cumple con pagar íntegramente la obligación de dar suma de dinero. Específicamente, en este supuesto se presenta un incumplimiento, debido a que la obligación de dar suma de dinero es una obligación fungible; la cual puede ser ejecutada.
- Inejecución parcial: esto se presenta cuando el deudor de la prestación, es decir el consumidor financiero, no cumple de manera íntegra con el pago del dinero que debe devolver a la entidad bancario o financiera.
- Inejecución tardía: en este supuesto el consumidor bancario o financiero, atenta contra la oportunidad del pago.

Los supuesto mencionados traen como resultado que las entidades financieras muchas veces ostigan a los consumidores financieros tratando de cobrar la deuda contraída por estos últimos. No teniendo en consideración lo dispuesto en la artículo 61 del Código del Consumidor.

Las entidades de crédito, para hacer cobro de las deudas contraídas por el uso de la tarjeta de crédito, hacen uso y abuso del derecho que les asiste. Llamando incluso a los centros laborales de los consumidores que les adeudan sumas de dinero, por lo cual infringen lo consignado en el Código del Consumidor; debido a que afectan las

actividades laborales del consumidor moroso lo cual a su vez atenta contra la imagen del consumidor ante terceros.

Así mismo, los métodos abusivos de cobranza, se desarrollan en el artículo 62 de la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor, de acuerdo al siguiente detalle:

Artículo 62 .- Métodos abusivos de cobranza

A efectos de la aplicación del artículo 61, se prohíbe:

- a. Enviar al deudor, o su garante, documentos que aparenten ser notificaciones o escritos judiciales.
- b. Realizar visitas o llamadas telefónicas entre las 20.00 horas y las 07.00 horas o los días sábados, domingos y feriados.
- c. Colocar o exhibir a vista del público carteles o escritos en el domicilio del deudor o del garante, o en locales diferentes de éstos, requiriéndole el pago de sus obligaciones.
- d. Ubicar a personas con carteles alusivos a la deuda, con vestimenta inusual o medios similares, en las inmediaciones del domicilio o del centro de trabajo del deudor, requiriéndole el pago de una obligación.
- e. Difundir a través de los medios de comunicación nóminas de deudores y requerimientos de pago sin mediar orden judicial. Lo anterior no comprende a la información que se proporcione a las centrales privadas de información de riesgos reguladas por ley especial, la información brindada a la Central de Riesgos de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondo de Pensiones ni la información que por norma legal proporcione al estado.
- f. Enviar comunicaciones o realizar llamadas a terceros ajenos a la obligación informando sobre la morosidad del consumidor.
- g. Enviar estados de cuenta, facturas por pagar y notificaciones de cobranza, sea cual fuera la naturaleza de estas últimas, al domicilio de un tercero ajeno a la relación de consumo, salvo que se trate de un domicilio contractualmente acordado o que el deudor haya señalado un nuevo domicilio válido.

- h. Cualquier otra modalidad análoga a lo señalado anteriormente. (Ley N° 29571, 2010)

Con relación a este particular se debe señalar que los métodos que utilizan las entidades bancarias y financieras, son por decirlo menos de los más incómodos para buena cantidad de los consumidores, ya que tanto los consumidores que están bien reportados en las centrales de riesgos como aquellos consumidores que no han cumplido de manera adecuada con sus obligaciones de dar sumas de dinero se ven incómodos, fastidiados y hasta hostigados por las entidades de crédito.



CONCLUSIONES

1. El contrato de tarjeta de crédito se enmarca dentro de la contratación masiva, no obstante, es un acuerdo de voluntades que se da entre las partes contratantes, las cuales buscan obtener beneficios económicos por su celebración.
2. El contrato de tarjeta de crédito es en realidad un haz de contratos, los cuales están interrelacionados entre sí, y cuyos efectos jurídicos alcanzarán a todas las partes contratantes directa o indirectamente; durante la ejecución del contrato de tarjeta de crédito se desprende que, el contrato interrelaciona tanto al consumidor, como a la entidad crediticia y al proveedor de los bienes o servicios.
3. En el contrato de tarjeta de crédito se da una relación crediticia entre el acreedor y el deudor, que es propia de una modalidad del contrato de préstamo bancario, como es el contrato de tarjeta de crédito; también se presenta una relación entre el proveedor y el consumidor desde la perspectiva de la protección al consumidor; y una relación entre el proveedor y el cliente en la cual el deudor tiene esta calidad, desde una perspectiva comercial.
4. El contrato de tarjeta de crédito es un contrato moderno, motivo por el cual es un contrato mercantil, bancario, el cual tiene regulación a través de circulares de la Superintendencia de Banca y Seguros del Perú (SBS).
5. El contrato de tarjeta de crédito, por pertenecer al moderno derecho de los contratos y ser expresión de la Autonomía Privada, presenta una complejidad propia de su relevancia económica.
6. El contrato de tarjeta de crédito como regla es un contrato por adhesión, en donde el consumidor se ve en la imperiosa necesidad de tomar o dejar el íntegro del contrato. No obstante ello, la entidad financiera (banco, financiera o similar), puede en determinados supuestos, dejar a negociación los temas de la tasa de interés y el importe de la línea de crédito; en tal virtud, el contrato de tarjeta de crédito se puede asimismo catalogar como un contrato por Clausulas Generales de Contratación.

7. Los distintos textos contractuales de las diferentes tarjetas de crédito revisten una complejidad terminológica; no solo ello, carecen muchas veces de un orden adecuado para su cabal comprensión. Esto perjudica tremendamente al consumidor, debido a que como el contrato de tarjeta de crédito es un contrato complejo, una redacción complicada dificulta y a veces imposibilita la cabal ejecución de las distintas prestaciones que se enmarcan y desarrollan dentro del contrato.
8. La tarjeta de crédito, es un medio de pago, que busca facilitar la concreción de las distintas operaciones económicas que desea celebrar el consumidor.
9. La tarjeta de crédito trilateral facilita el comercio y viabiliza la adquisición de bienes y servicios.
10. El principal negocio de las instituciones financieras, es la erogación de crédito, y su posterior cumplimiento en pagos periódicos que deben ser realizados por el consumidor; en tal virtud, la ganancia que recibe la institución financiera es el pago de los intereses.
11. Los bancos y las financieras tienen en consideración la información recopilada por las Centrales Privadas de Información de Riesgo (CEPIRS) para la aprobación de una determinada tarjeta de crédito; es decir, si el consumidor pasa por el análisis de riesgos; ya sea la entidad financiera o la entidad bancaria suscribirán el contrato de tarjeta de crédito con el consumidor. Esta sistematización y autorización dinamiza el otorgamiento de los créditos, dando rapidez al sistema y al ciclo del mercado.
12. El empleo adecuado de la tarjeta de crédito es un método idóneo, el cual permite no solo la inclusión del consumidor en el sistema bancario, sino también, funge como un instrumento adecuado para el desarrollo económico de las personas.
13. El desarrollo económico de cada uno de los consumidores que hacen uso de la tarjeta de crédito dependerá mucho de la forma de usar la tarjeta de crédito. Un uso adecuado y responsable permitirá potenciar el desarrollo y obtención de diversos productos financieros; en cambio, un uso inadecuado de la tarjeta de crédito, no permitirá que se desarrolle el acceso a crédito futuro del consumidor.
14. Los beneficios de la tarjeta de crédito, no siempre se brindarán a todas las personas que celebran el contrato de tarjeta de crédito, debido a que dependerá mucho del empleo de la tarjeta de crédito; es decir, entre mejor se ejecute el contrato de tarjeta de crédito, mayores serán los beneficios para el consumidor.

15. La educación financiera propende que el consumidor se beneficie de los distintos productos que ofrece el sistema financiero nacional; claro que para realizar ese objetivo el consumidor debe estar educado en el tema financiero. Lo cual dista mucho de la realidad peruana.
16. El campo de acción del INDECOPI, como ente encargado de supervisar el correcto desarrollo de las actividades comerciales de las entidades bancarias y financieras, le permite resolver las controversias que se presentan entre los consumidores y las entidades de crédito, precisamente por el uso de la tarjeta de crédito. En esa línea, se debe señalar cuales son las tipologías de infracciones que han sido sancionadas por INDECOPI.
- 16.1. El INDECOPI menciona que las entidades de crédito afectan el deber de idoneidad de los servicios financieros que brindan a los consumidores de las tarjetas de crédito, sobre todo con relación a las expectativas que tienen los consumidores del sistema financiero.
- 16.2. Las entidades bancarias y financieras también afectan los intereses económicos de los consumidores, lo cual afecta a la esfera patrimonial de los consumidores financieros, y sobre todo a las personas que son titulares de las tarjetas de crédito.
- 16.3. La afectación más grave que cometen tanto las entidades bancarias como las entidades financieras, es contrariar el deber de información, debido a que cuando estas entidades emiten una tarjeta de crédito; el acceso a la información es un derecho fundamental que asiste al consumidor financiero, ya que la información le permite al consumidor, elegir la opción que más le favorezca, antes de celebrar el contrato así como cuando se comienza a ejecutar el contrato.
- 16.4. Los consumidores financieros pueden presentar sus reclamos, ante el mismo banco que ha emitido la tarjeta de crédito, también pueden presentar su reclamo ante el Defensor del Cliente Financiero el cual es operado por la Superintendencia de Banca y Seguros del Perú (SBS), así mismo puede presentar su reclamo ante INDECOPI y por último puede presentar una denuncia ante el mismo INDECOPI. No obstante, se debe señalar que si bien el sistema permite tutelar el derecho a reclamar que le asiste al consumidor, el mismo sistema tiende a ser insuficiente.

16.5. El INDECOPI ha sancionado a las entidades bancarias y financieras por los métodos comerciales coercitivos que emplea en contra de los consumidores para que accedan a una tarjeta de crédito.

16.6. Es cierto que de la ejecución del contrato de tarjeta de crédito, se genera para el consumidor el deber de pagar el crédito que ha contraído a la entidad bancaria o financiera; no obstante, las entidades del sistema financiero no están autorizadas a utilizar métodos abusivos de cobranza.



RECOMENDACIONES

1. La existencia de documentos a la hora de celebración del contrato de tarjeta de crédito, los cuales se deben encontrar redactados de manera adecuada y concisa; no obstante deben ser entendidos de una manera idónea por el consumidor financiero.
2. Las entidades bancarias y financieras proporcionan toda la información relevante al consumidor con relación al contrato de tarjeta de crédito; no obstante, el consumidor no comprende el alcance de los documentos entregados, debido a su alto tecnicismo, lo cual genera que las entidades de crédito tengan que entregar hoja resumen de los contratos para su cabal comprensión.
3. El consumidor debe de conservar de manera diligente los documentos que le son facilitados por las entidades bancarias y financieras, lo cual permitirá a futuro que sea consciente de las prestaciones y contraprestaciones del contrato de tarjeta de crédito.
4. Las entidades bancarias y las CEPIRS son cuidadosas al momento de reportar con una determinada nota crediticia al consumidor de la tarjeta de crédito, no obstante, debe capacitar de manera adecuada, a sus empleados, para que no perjudiquen al consumidor financiero con un mal reporte crediticio cuando en verdad este último no se lo merece.
5. Los consumidores deberían educarse financieramente, para aprovechar todas las oportunidades que el sistema financiero proporciona. En esa línea de ideas, el sistema bancario nacional debe propender a fomentar la educación del usuario y/o consumidor de la tarjeta de crédito.
6. La tarjeta de crédito debe servir como un mecanismo de desarrollo económico, debido a que se presenta como un vehículo, que debe permitir la inclusión al sistema financiero de una buena cantidad de personas.
7. El INDECOPI debe tutelar de mejor manera el deber de información que ha de ser cumplido por las entidades bancarias y financieras, antes de celebrarse el contrato y sobre todo cuando este acto jurídico se ejecuta.

8. La obtención de una tarjeta de crédito, permite hacer transacciones, lo cual es la llave a la bancarización de toda la población en su conjunto, siempre que el empleo del dinero plástico se dé de manera responsable. Por lo cual, la recomendación para el consumidor es el uso adecuado de la tarjeta de crédito.



REFERENCIAS

- Arias Schreiber, M. (2006). *Exégesis del Código Civil Peruano de 1984* (Tomo I). Lima. Gaceta Jurídica.
- ASBANC - SBS. (2018a). Informe P Tarjeta de Crédito. Recuperado de <http://www.asbanc.com.pe>
- ASBANC - SBS. (2018b). Informe P: Tarjetas de Crédito Según Segmento y Situación de la Deuda Tarjeta de Crédito. Recuperado de <http://www.asbanc.com.pe>
- ASBANC - SBS. (2018c). Informe P2: Utilización de las Tarjetas de Crédito. Recuperado de <http://www.asbanc.com.pe>
- Avolio, A. e Del Vecchio, R. (2009). *Compendio di Diritto Civile e Commerciale*. Napoli. Gruppo Editoriale Esselibri – Simone.
- Banco Cencosud (2017). Comparativo de Tarjetas de Crédito. Recuperado de <https://momentosbancocencosud.pe/comparativo-tarjetas-cencosud/>
- Banco Interbank (2018). Contrato de Tarjeta de Crédito del Banco Internacional del Perú S.A.A. Recuperado de <https://interbank.pe/american-express?rfid=navegacion:menu-home:link#!lq-pd-5>
- Banco Interbank (2018). Tarjeta de Crédito American Express Blue. Recuperado de <https://interbank.pe/american-express-blue>
- Banco Interbank (2018). Tarjeta de Crédito American Express Clásica. Recuperado de <https://interbank.pe/american-express?rfid=categoria-tarjetas:card:boton>
- Banco Interbank (2018). Tarjeta de Crédito American Express Gold. Recuperado de <https://interbank.pe/american-express-gold?rfid=categoria-tarjetas:card:boton>
- Banco Interbank (2018). Tarjeta de Crédito American Express Platinum. Recuperado de <https://interbank.pe/american-express-platinum?rfid=categoria-tarjetas:card:boton>
- Banco Interbank (2018). Tarjeta de Crédito American Express Black. Recuperado de <https://interbank.pe/american-express-black?rfid=categoria-tarjetas:card:boton>
- Banco Interbank (2018). Tarjeta de Crédito The Platinum Card de American Express. Recuperado de <https://interbank.pe/american-express-the-platinum-card?rfid=categoria-tarjetas:card:boton>
- Banco Interbank (2018). Tarjeta de Crédito Visa Caschback Signature. Recuperado de <https://interbank.pe/visa-cashback-signature?rfid=categoria-tarjetas:card:boton>

- Banco Falabella (2012). Tarjeta de Crédito CMR. Recuperado de <https://www.cmrpuntos.pe/disfruta/como-y-donde-canjear.html>
- Banco Ripley (2010). Solicitud de Tarjeta de Crédito. Recuperado de http://www.bancoripley.com.pe/bancoripley/tarjetas_credito/clasica.html
- Bianca, M. (1984). *Diritto Civile* (3). Milano. Giuffrè Editore.
- Bravo, S. (2016). *Contratos Modernos Empresariales*. Lima. Ediciones Legales E.I.R.L.
- Broseta, M. (1978). *Manual de Derecho Mercantil*. Madrid. Editorial Tecnos.
- Capriglione, F. (2013). *I Contratti dei Risparmiatori* (3.^a ed.). Milano. Giuffrè Editore.
- Chirinos Soto, E. y Chirinos Soto, F. (2006). *La Constitución: Lectura y Comentario*. Lima. Editorial RODHAS.
- Clinica Petras. (2018). Opciones de financiamiento. Recuperado de <https://clinicapetrasperu.com/financiamiento/>
- Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera (2015). Perú: Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF). Lima. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/contenidos/archivos-descarga/ENIF.pdf>
- Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, (2016). Perú: Plan Nacional de Educación Financiera. Lima. Recuperado de <http://www.bn.com.pe/inclusion-financiera/archivos/ENIF/plan-nacional-educacion-financiera-junio2017.pdf>
- Constitución Política del Perú. (1993). Recuperado del sitio de internet del Congreso de la República del Perú: <http://www.congreso.gob.pe/Docs/files/documentos/constitucionparte1993-12-09-2017.pdf>
- Dávalos, C. (2002). *Derecho Bancario y Contratos de Crédito* (2.^a ed.). México Distrito Federal. Oxford University Press.
- Decreto Legislativo N° 295, Código Civil. (25 de Julio de 1984). Recuperado del sitio de internet del sistema peruano de información jurídica: <http://spij.minjus.gob.pe/notificacion/guias/CODIGO-CIVIL.pdf>
- De la Puente y Lavalle, M. (2011). *El Contrato en General (Comentarios a la Sección Primera del Libro VII del Código Civil)*. Lima. Palestra Editores.
- Diez-Picazo, L.(1993). *Fundamentos del derecho civil patrimonial* (Vol. 2, 4.^a ed.) Madrid: Editorial CIVITAS.
- Di Nanni, G. (1983). *Pagamento e sostituzione nelle carte di credito*. Napoli. Jovene.
- Diners Club International (2019). Diners Club. Recuperado de: <https://www.dinersclub.pe/portal/conoce-nuestro-club/historia>

- Furmston, M. (2012). *Law of Contract* (16.^a ed.). Great Britain. Oxford University Press.
- Gabrielli, E. (2013). *Operación Económica y Teoría del contrato*. Milano. Giuffrè Editore.
- Galgano, F. (2011). *Il Contratto* (2.^a ed.). Milano. Casa Editrice Dott. Antonio Milani.
- Galgano, F. (2011). *Le obbligazioni in generale* (2.^a ed.). Milano. Casa Editrice Dott. Antonio Milani.
- Gherzi, C. (1994). *Contratos civiles y comerciales Parte general y especial Figuras contractuales modernas*. Editorial Astrea de Alberto y Ricardo Depalma S.R.L.
- Guillén, M. (1997). El Contrato de Tarjeta de Crédito en el Perú. *Revista Peruana de Derecho de la Empresa*, 47, pp. 166.
- Klass, G. (2010). *Contract Law in the USA*. Great Britain. Kluwer Law International BV.
- Kiyosaki, R. (2007). *Niño Rico Niño Listo*. Mexico: Aguilar.
- Las Tarjetas de Crédito. (2019). Beneficios de la Tarjeta Ripley Clásica. Recuperado de <http://lastarjetasdecredito.pe/beneficios-tarjeta-ripley-clasica.html>
- Ley N° 26702. (06 de Diciembre de 1996). Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros. Recuperado del sitio de internet del Congreso de la República: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/8CEF5E01E937E76105257A0700610870/\\$FILE/26702.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/8CEF5E01E937E76105257A0700610870/$FILE/26702.pdf)
- Ley N° 27489. (11 de junio de 2001). Ley que regula las centrales privadas de información de riesgo y de protección al titular de la información. Recuperado del sitio de internet del Congreso de la República: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/27353B1562B83B96052577C1006DB777/\\$FILE/C.5-cp--Ley-peruana-de-proteccion-de-datos.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/27353B1562B83B96052577C1006DB777/$FILE/C.5-cp--Ley-peruana-de-proteccion-de-datos.pdf) .
- Ley N° 28587. (27 de junio de 2005). Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros. Recuperado del sitio de internet del Banco de la Nación: <https://www.bn.com.pe/transparenciabn/transparencia-financiera/Ley28587-SBS.pdf>
- Ley N° 29571. (01 de septiembre de 2010). Código de Protección y Defensa del Consumidor. Recuperado del sitio de internet del INDECOPI: <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/CodigoDProteccionyDefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e>
- Ley N° 29733 (03 de julio de 2011). Ley de protección de datos personales. Recuperado del sitio de internet del Congreso de la República: <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/29733.pdf>

- Ley N° 29888. (23 de junio de 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.. Recuperado del sitio de internet del Diario Oficial el Peruano: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-la-ley-29571-codigo-de-proteccion-y-defens-ley-n-29888-805832-1/>
- López, J. (1986). *Los contratos, parte general*. Santiago de Chile. Editorial Jurídica de Chile.
- Lorenzetti, R. (1999). *Tratado de los contratos* (Tomo I). Buenos Aires. Rubinzal Culzoni Editores.
- Loungebuddy (2019). Priority Pass: The Ultimate Guide. Recuperado de <https://www.loungebuddy.com/blog/priority-pass-the-ultimate-guide/>
- Mastercard (2019). Mastercard Standard. Recuperado de: <https://www.mastercard.com.pe/es-pe/consumidores/encontrar-una-tarjeta/tarjetas-de-credito/tarjeta-standard.html>
- Mastercard (2019). Mastercard Gold. Recuperado de: <https://www.mastercard.com.pe/es-pe/consumidores/encontrar-una-tarjeta/tarjetas-de-credito/tarjeta-gold.html>
- Mastercard (2019). Mastercard Platinum. Recuperado de: <https://www.mastercard.com.pe/es-pe/consumidores/encontrar-una-tarjeta/tarjetas-de-credito/tarjeta-platinum.html>
- Mastercard (2019). Mastercard Black. Recuperado de: <https://www.mastercard.com.pe/es-pe/consumidores/encontrar-una-tarjeta/tarjetas-de-credito/tarjeta-black.html>
- Moisset De Espanés, L. (2004). *Curso de obligaciones* (Tomo I). Buenos Aires. Editorial Zavalia,
- Osterling, F. (2007). *Las Obligaciones*. Lima. Editorial Jurídica Grijley E.I.R.L.
- Osterling, F., Castillo, M. (2011). *Compendio de derecho de las obligaciones*. Lima. Palestra Editores.
- Priority Pass. (2019). Aeropuerto Internacional Jorge Chavez. Recuperado de <https://www.prioritypass.com/es/lounges/peru/lima-jorge-chavez-intl>
- Real Academia Española. (2019). Diccionario de la Lengua Española (Edición Tricentenario). Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=4wkKYpU>
- Resolución INDECOPI N° 0445-2018/SPC-INDECOPI. (2 de marzo de 2018). <http://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/proteccion-consumidor.seam>

- Resolución final INDECOPI N° 0003-2018/PS0-INDECOPI-CAJ. (8 de enero de 2018). <http://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/proteccion-consumidor.seam>
- Resolución final INDECOPI N° 585-2016/PSO-INDECOPI-PIU. (7 de julio de 2016). <http://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/proteccion-consumidor.seam>
- Resolución final INDECOPI N° 0224-2018/INDECOPI-LAM. (2 de abril de 2018). Recuperado de <http://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/proteccion-consumidor.seam>
- Resolución final INDECOPI N° 0006-2017/CC1. (4 de enero de 2018). Recuperado de <http://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/proteccion-consumidor.seam>
- Resolución SBS N° 6523-2013. (30 de octubre de 2013). Reglamento de tarjeta de crédito y débito. Recuperado de https://intranet2.sbs.gob.pe/dv_int_cn/718/v3.0/Adjuntos/6523-2013.pdf
- Resolución SBS N° 3274-2017. (21 de agosto de 2017). Aprueban Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero y modifica el Manual de Contabilidad para las empresas del sistema financiero y el Reglamento de Tarjeta de Crédito y Débito. Recuperado de <https://elperuano.pe/NormasElperuano/2017/08/21/1556283-1/1556283-1.htm>
- Rizzieri, A. (1995). *Carte di crédito*. In “RDC” II, p. 223.
- Rodriguez Velarde, Javier. (1995). *Los Contratos Bancarios Modernos*. (2.^a ed.). Lima. Editora Jurídica Grijley E.I.R.L.
- Roppo, V. (2009). *El Contrato*. Lima. Gaceta Jurídica.
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (22 de enero de 2019). Categorías y denominaciones de las comisiones. Recuperado de <http://www.sbs.gob.pe/usuarios/informacion-financiera/categorias-y-denominaciones-de-las-comisiones>
- Tosi, E. (2010). *Contratiti informatici, telematici e virtuali, Nueve forme e procedimenti formativi*. Milano. Giuffrè Editore.
- Trane, P. (2002). *Le carte di credito*. Milano. Giuffrè Editore.
- Visa (2019). Visa Classic. Recuperado de <https://www.visa.com.pe/pague-con-visa/tarjetas/credito/visa-classic.html>
- Visa (2019). Visa Concierge. Recuperado de <https://www.visa-signature.com/pe/visa-concierge>
- Visa (2019). Visa Gold. Recuperado de <https://www.visa.com.pe/pague-con-visa/tarjetas/credito/visa-gold.html>

Visa (2019). Visa Infiniti. Recuperado de <https://www.visa.com.pe/pague-con-visa/tarjetas/credito/visa-infinite.html>

Visa (2019). Visa Platinum. Recuperado de <https://www.visa.com.pe/pague-con-visa/tarjetas/credito/visa-platinum.html>

Visa (2019). Visa Signature. Recuperado de <https://www.visa.com.pe/pague-con-visa/tarjetas/credito/visa-signature.html>

Visa Net (2018). Poket. Recuperado de <https://afiliarmeavisanet.com/productos/poket-pos/?product-visit=true>

