

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL



“ANÁLISIS SOBRE LA PERCEPCIÓN DE LA V REGIÓN CON RESPECTO AL NUEVO SERNAC
FINANCIERO Y SU EFECTO EN LA VISIÓN DEL SISTEMA BANCARIO ACTUAL”

MEMORIA PARA OPTAR
AL GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS EN LA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL


Profesor Guía: GLORIA DEL REAL FERNANDEZ.

NICOLÁS OSVALDO ERAZO RUBIÑO
MARÍA DE LOS ÁNGELES NAVARRETE SALAS

INDICE

INTRODUCCION	1
Capítulo I.....	2
1.- SERNAC.....	3
1.1 Historia y Origen	3
1.2 Autoridades y organigrama.....	5
1.3 Ley.....	7
2.- SERNAC Financiero	9
2.1 Historia y Origen	9
2.2 Autoridades y Organigrama	10
2.3 Ley.....	10
2.4 Funciones y Atribuciones.....	12
2.4.1 Tareas de protección.....	12
2.5 Derechos del Consumidor Financiero.....	18
Capítulo II.....	20
1.- Identificación y Definición del Problema a investigar.	21
2.- Determinación de los objetivos del estudio.....	22
3.- Investigación Exploratoria.....	23
3.1.- Selección de los Métodos de recolección de datos.....	23

3.2.- Definición de Hipótesis de trabajo.	25
4.- Diseño Investigación Concluyente	26
4.1.- Determinación del universo a Investigar	26
4.2.- Procedimientos de Muestreo	27
4.2.1.- Determinación de las unidades de muestreo	28
4.2.2.- Determinación del tipo de muestreo.	28
4.2.3.- Determinación del tamaño de la muestra.	29
4.2.4 Determinación de los elementos componentes de la muestra	31
4.3 Diseño de los métodos de recolección de información.	32
4.4 Pretest	34
4.5.- Codificación y Tabulación de Información.	38
4.6.- Análisis e Interpretación de Datos.	38
Conclusiones y Recomendaciones	48
Bibliografía	51
Anexos	53



En agradecimiento a
nuestras familias por el
apoyo incondicional y
a todos quienes fueron
parte de nuestro
proceso educativo
universitario.

Resumen

Actualmente en nuestro país, el sistema financiero se ha visto envuelto en distintas situaciones, las cuales no han sido positivas hacia la imagen de éste, es por esto que se ha incentivado la creación de este nuevo SERNAC Financiero, el objetivo de esta tesis será realizar una investigación de mercado la cual permita determinar si la percepción de la población de la comuna de Valparaíso es positiva o negativa, ante este nuevo marco legal, para luego finalizar con conclusiones y recomendaciones para esta interrogante.

Abstract

Currently in our country, the financial system has been involved in different situations, which have not been positive for the image of it. Is for this reason that has been created the new SERNAC Financiero, the aim of this thesis will be to make a market research that allows to define if the population perception from Valparaiso is positive or negative before the new legal framework to finish with conclusions and recommendations in order to resolve this question.

INTRODUCCION

En el contexto social que se está viviendo actualmente en nuestro país han sucedido diversos hechos, los cuales han provocado que la imagen del sistema bancario y financiero en general haya decaído durante los últimos años, irregularidades financieras, cláusulas que generan confusión, colusiones, etc. Han derivado a que exista desconfianza y poca seguridad hacia las entidades que brindan servicios de esta índole, desde esta base es creado el nuevo marco legal, SERNAC Financiero, el que tiene como función dar protección a los consumidores y usuarios de este sistema.

La percepción que tiene la sociedad sobre esta nueva entidad resulta un objeto de análisis interesante ya que es una institución nueva la cual tiene muchas posibilidades de proyección y trascendencia en la comunidad, sobre todo en la comuna a analizar que será la de Valparaíso. Es así que el objetivo principal de esta tesis será analizar la percepción de esta comuna de la quinta región, llevándose a cabo a través de una investigación de mercado, la cual constará de una investigación exploratoria y concluyente, en que esta última contendrá una encuesta a realizar en la población nombrada anteriormente.

Esta tesis se estructurará en dos partes, la primera contextualizará a este nuevo marco legal, en cuanto a sus derechos, atribuciones, reglamentos y leyes, para luego poner en práctica el análisis de mercado, finalizando con conclusiones derivadas del análisis hecho para generar recomendaciones ante la respuesta que se obtenga a la interrogante guía planteada al inicio.

Capítulo I

En el presente capítulo se contextualizará la investigación a realizar sobre el SERNAC Financiero a través de material teórico que ayudará a la comprensión del tema que se está abordando, este análisis nace a partir de la reflexión de el contexto financiero actual, en el cual han ocurrido distintas situaciones que han afectado de forma directa su imagen, teniendo como resultado la creación de una nueva institución la cual es el objeto de este marco teórico.

En su primera parte se expondrá los elementos del SERNAC por sí solo, su origen e historia, autoridades y organigrama para terminar con la ley que lo ampara, utilizándose como base para luego poder iniciar con el tema que se convoca.

En cuanto al SERNAC Financiero, este será abordado en su totalidad, con los mismos puntos que se exponen anteriormente pero añadiéndosele las características propias de esta entidad, ley bajo la cual se rige, sus funciones y atribuciones para finalizar con los nuevos derechos que se le otorgan a los consumidores.

Para la realización de este análisis se tiene disponible toda la información del SERNAC Financiero ya que debido a la nueva ley de transparencia, y por ser un órgano dependiente del Estado, debe poner a disposición de la población todos sus antecedentes y responder a todas las dudas que se presenten.

1.- SERNAC

1.1 Historia y Origen

SERNAC es el servicio nacional del consumidor, este es un organismo dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, el cual tiene como función educar, informar y defender a los consumidores amparándose en la ley 19.496 de los derechos del consumidor.

Este servicio remonta sus orígenes a un organismo llamado Comisariato general de subsistencia y precios que se desarrolló en el gobierno de Carlos Dávila, el objetivo de este organismo era “asegurar a todos los habitantes de la República las más convenientes condiciones económicas de vida”¹.

Luego al pasar al gobierno de Gabriel González Videla, parte de las funciones del comisariato pasaron a estar bajo la tutela del ministerio de economía, reduciéndose así su campo de acción a sólo fiscalizar, controlar y defender a los consumidores de malas praxis de entidades financieras.

Durante 1953 a través del decreto con fuerza de ley numero 173, el presidente Carlos Ibáñez del campo sustituyó el Comisariato por la Superintendencia de Abastecimientos y Precios (SAP), la cual obtuvo personalidad jurídica y patrimonio propio, luego, bajo la presidencia de Jorge Alessandri Rodríguez se volvió a modificar esta vez por la dirección de Industria y Comercio (DIRINCO),

¹Sernac. Historia del Sernac. [en línea] < http://www.sernac.cl/acercade/historia_2.php > [consulta : 12Junio 2012]

mediante el decreto con fuerza de ley 242, este organismo quedó completamente radicado bajo la dirección del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.

"Substituyese en el D.F.L. N° 242 de 1960 todas las menciones a la Dirección de Industria y Comercio por la de Servicio Nacional del Consumidor y, por lo tanto, todas las referencias que las leyes efectúen a la Dirección de Industria y Comercio se entenderán hechas al Servicio Nacional del Consumidor"².

Con esa frase, que se publicó el día 24 de febrero de 1990 en el diario oficial, nació el SERNAC, bajo el amparo de la ley n° 18.959.

Este cambio sólo manifestó una modificación para el nombre del organismo sin otorgarle funciones específicas, lo que sí se instituye en la promulgación de la ley 19.496 sobre protección de los derechos de los consumidores, es ahí donde se le otorgan finalmente sus derechos y deberes antes los consumidores.

²Sernac. Historia del Sernac. [en línea] <http://www.sernac.cl/acercade/historia_6.php> [consulta : 10 Junio 2012]

1.2 Autoridades y organigrama

Este organismo dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, actualmente es regido por su director Nacional Juan Antonio Peribonio, el cual dirige las distintas ramas que posee esta entidad.

Actualmente, se divide en distintas direcciones las cuales son seguidas por departamentos de Finanzas, Administración, etc. para luego en sus rangos más bajos terminar en distintas unidades de atención directa a los consumidores, ésta descripción corresponde a una estructura organizacional funcional la cual “divide las responsabilidades en función de los principales papeles en la organización”³

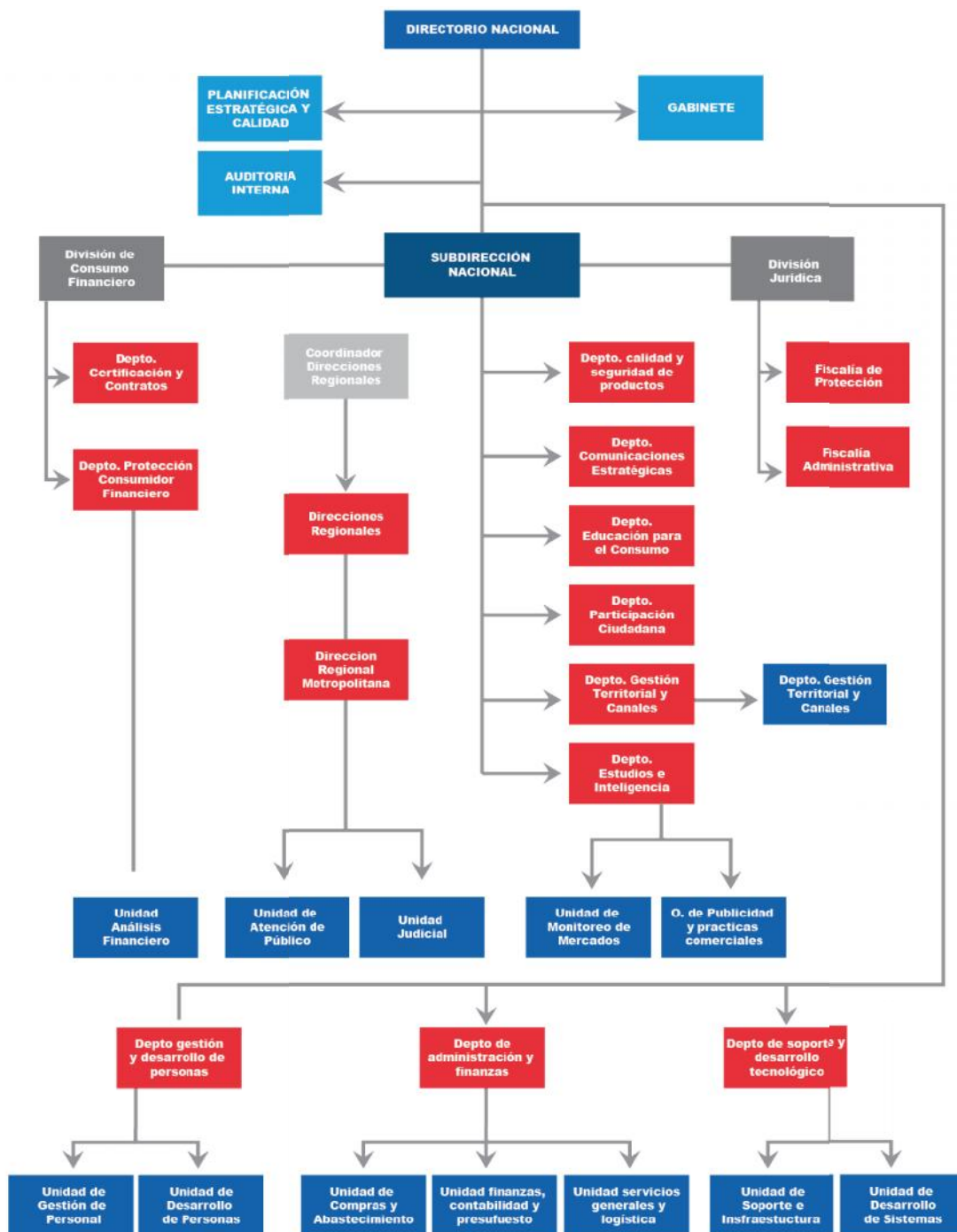
Una de las unidades que se vieron agregadas actualmente fue la de “división de consumo financiero” la cual viene a adherirse bajo un marco legal aprobado por el Congreso Nacional, otorgándole mayores atribuciones al SERNAC actual.

Cabe destacar que este servicio cuenta con distintas sucursales a lo largo del país, es más opera en un “94% del territorio nacional”⁴

³ Johnson, Gerry, Scholes, Kevan., Whittington, Richard. Dirección Estratégica. 7ª Edición, ed. Pearson Educación, S.A, Madrid 2006. 392p

⁴ Gobierno de Chile. Las claves del SERNAC Financiero. [en línea]. <<http://www.gob.cl/especiales/las-claves-del-sernac-financiero/>> [consulta : 22 Junio 2012]

Organigrama⁵



⁵ SERNAC. Organigrama. [en línea]. <<http://www.sernac.cl/sernac2011/sernac/organigrama.php>>[consulta : 22 Junio 2012]

1.3 Ley

El Servicio Nacional del Consumidor nace el año 1932 ante el amparo de la ley 19.496 sobre protección de los derechos de los consumidores la cual establece los derechos y deberes de este servicio. “La presente ley tiene por objeto normar las relaciones entre proveedores y consumidores, establecer las infracciones en perjuicio del consumidor y señalar el procedimiento aplicable en estas materias”⁶

En su primera parte esta ley, establece los fundamentos teóricos para poder comprender de mejor manera su contenido, entregando las definiciones de consumidor, proveedores, publicidad, información, contrato de adhesión, etc.

En su título segundo hace mención a los derechos y deberes del consumidor en torno a las decisiones financieras que éste quiera realizar, así como también de los organismos que vayan en protección de él en el caso de que sea objeto de malas prácticas. Dentro de este mismo capítulo se hace referencia además, a las obligaciones que tienen los proveedores en cuanto a la relación que tienen con los clientes y usuarios, es decir el compromiso de cumplir con todas las cláusulas con las cual se obliga, así como también se nombran las sanciones en las que deberá incurrir el proveedor en caso del no cumplimiento de sus deberes.

⁶Ley N° 19.496. CHILE. Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores. Ministerio de economía, Fomento y Reconstrucción, Santiago, Chile, Marzo de 1997. ART 1°.

Otro tópico que se aborda en esta ley es la de publicidad engañosa, la que se encuentra en el título tercero de este texto, especificándose de que, cualquier información errónea otorgada a los clientes deberá ser castigada, aplicándose también esta normativa a ofertas, promociones, crédito y prestaciones al consumidor.

En los capítulos siguientes se exponen aquellas entidades que deberán interceder en el caso de algún inconveniente o incumplimiento de alguna de las normas establecidas en esta ley, dentro de estas se nombran los juez de policía local, así como también en el caso de la mediación al SERNAC, estableciéndose que éste “deberá velar por el cumplimiento de las disposiciones de la presente ley y demás normas que digan relación con el consumidor, difundir los derechos y deberes del consumidor y realizar acciones de información y educación del consumidor.”⁷

⁷Ley N° 19.496. CHILE. Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores. Ministerio de economía, Fomento y Reconstrucción, Santiago, Chile, Marzo de 1997. ART 57°.

2.- SERNAC Financiero

2.1 Historia y Origen

Entre los diversos reclamos y consultas que ha recibido el Servicio Nacional del Consumidor a lo largo de su historia, más de un cincuenta por ciento corresponden a temas relacionados con servicios financieros y de telecomunicaciones. Estas materias se encontraban en un mercado regido por leyes especiales, las cuales hacían deficiente la ayuda que el SERNAC podría brindar a los consumidores.

La información entregada por los mercados de estas materias sobre productos y servicios con referencia al precio de éstos, es poco detallada y no completamente clara, sumado a los reclamos que los consumidores realizan sobre estas mismas materias es necesario crear algún tipo de facultad que le otorgue al SERNAC atribuciones financieras que antes le era imposible de manejar. Es por esto que el presidente de la República Don Sebastián Piñera Echeñique junto al ministro de economía Pablo Longueira; promulgan la ley 20.555 que crea el SERNAC Financiero, este es un nuevo marco legal el cual va enfocado a: aumentar los derechos de los consumidores acerca de precios y servicios, crear nuevas obligaciones para la empresas, así como también otorgar nuevas atribuciones al SERNAC en cuanto a la asignación de ministros de fe, Sello SERNAC y solicitar información a proveedores sobre su relación con sus clientes.

Este nuevo marco legal que fue promulgado el 25 de Noviembre del 2011, comenzó su marcha el día 5 de Marzo del 2012, momento en el cual se hacen exigibles las disposiciones que en él se encuentran.

2.2 Autoridades y Organigrama

Este nuevo marco legal que produce la creación del SERNAC Financiero, otorga mayores funciones y atribuciones al Servicio Nacional del Consumidor por lo que las autoridades y organigrama pertinentes a este nuevo “organismo” serán los mismos expuestos anteriormente al definir la estructura organizacional del SERNAC.

2.3 Ley

Esta nueva entidad que va en defensa de los consumidores en el ámbito financiero , tiene sus fundamentos y raíces en la ley número 20.555, la cual es un complemento que da nuevos derechos y atribuciones al Servicio Nacional del consumidor, organismo que se rige por la ley 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores.

Esta ley establece que “LEY NUM 20.555 modifica ley n°19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, para dotar de atribuciones en materias financieras, entre otras, al Servicio Nacional del Consumidor”⁸, esta nueva ley añade siete nuevos artículos especificando funciones en el ámbito de derechos del consumidor, así como de créditos de consumo, y también de atribuciones de fiscalizador, a aquellos que otorgan servicios financieros, entre otras modificaciones.

Este nuevo marco legal extiende el campo de acción del SERNAC como organismo que recibe las inquietudes de los consumidores respecto a su relación con las empresas que le otorgan servicios. En este caso se delimitan nuevas funciones en el campo de bancos, proveedores, y toda aquella organización que tenga una relación financiera o económica con el usuario.

Entiéndase como financiera “Perteneiente o relativo a la Hacienda Pública, a las cuestiones bancarias y bursátiles o a los grandes negocios mercantiles.”⁹

⁸ Ley n° 20.555. Chile. Modifica ley n° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, para dotar de atribuciones en materias financieras, entre otras, al servicio nacional del Consumidor. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo; subsecretaría de economía y empresas de menor tamaño, Santiago, Chile, diciembre de 2011.

⁹Real Academia Española. Financiero, ra. [en línea]. < <http://lema.rae.es/drae/?val=financiero>>. [consulta: 21 junio 2012].

2.4 Funciones y Atribuciones

Bajo esta nueva normativa con la cual empieza a funcionar el nuevo SERNAC Financiero, este organismo adquiere nuevas funciones y atribuciones las cuales se explicitan en la ley número 20.555.

En primera instancia se entenderá funciones como “Tarea que corresponde realizar a una institución o entidad, o a sus órganos o personas.”¹⁰. Por lo tanto, las funciones que cumple esta nueva entidad se dividirán en tres conceptos que engloban sus tareas en general, proteger, informar y educar a los usuarios de entidades financieras.

2.4.1 Tareas de protección

La primera función (proteger), está destinada a resguardar los intereses y derechos de los consumidores, se debe entender que los derechos de estos se encuentran establecidos en la ley que ampara este servicio, los cuales al ser transgredidos pueden ser llevados a instancias judiciales, teniendo el SERNAC Financiero una función fiscalizadora y protectora de los clientes.

Luego en relación a la información que se maneja tanto por parte de usuarios como empresas, esta debe ser clara y transparente.

¹⁰ Real Academia Española. Función. [en línea]. < <http://lema.rae.es/drae/?val=funciones> >. [consulta: 21 junio 2012].

Se debe tener en cuenta que esta nueva legislación en el ámbito de fiscalización financiera obliga a las empresas a tener dentro de sus contratos de adhesión a algún servicio, la información mínima para que los clientes tengan una buena comprensión de éste, así como que esta información cuente con un alto grado de simplicidad y transparencia, es así que en cualquier circunstancia el SERNAC Financiero puede solicitar información sobre su forma de operar a cualquier empresa del rubro financiero.

Finalmente uno de los roles más importantes que cumple este organismo es la de entregar las herramientas y conocimientos necesarios a los usuarios para que estos puedan hacer valer los derechos que les fueron otorgados y que finalmente puedan tomar decisiones con información clara y transparente, concluyendo en firmar contratos con pleno conocimiento de lo que se está acordando.

Junto con las funciones que esta entidad posee, existen facultades que específicamente fueron otorgadas a través de la nueva ley promulgada, estas son las llamadas atribuciones del SERNAC Financiero.

Estas constituyen poderes para generar un mayor control a las entidades financieras.

- a) Hoja de Resumen: “Los contratos de adhesión de productos o servicios financieros deberán tener una hoja resumen con toda la información relevante del crédito, según los contenidos que determine el reglamento correspondiente”¹¹.

Esta herramienta constituye una obligación para cualquier entidad financiera que tenga como vínculo con sus clientes un contrato, éste busca una mayor comprensión por parte del cliente, ya que estos documentos suelen ser extensos y no muy entendibles, por lo que esta hoja otorga mayor accesibilidad a la información relevante de ese texto.

- b) Ministros de Fe: Estos son funcionarios los cuales están destinados a verificar las acciones de las organizaciones financieras, las cuales tienen que estar bajo el actuar de la nueva ley, estos funcionarios son elegidos por el Director del SERNAC.

Todo lo que este ministro verifique y presencie debe estar plasmado en un informe, el cual se tomará como verdad absoluta y todo aquel que cuestione esta información deberá probar que éste está equivocado. En otro caso, de comprobarse que los datos entregados por el ministro de fe no sean verídicos esto se llevará ante su superior en jerarquía, el cual deberá analizar el caso y aplicar las medidas dictadas en la ley 19.653, sobre probidad administrativa de los órganos de administración del estado.

¹¹SERNAC Financiero. Hoja de Resumen. [en línea].<<http://www.sernacfinanciero.cl/hoja-de-resumen/>> [consulta : 29 Junio 2012]

c) Carga Anual Equivalente (CAE): La carga anual equivalente es un indicador expresado en porcentaje, el cual refleja el costo que posee un crédito anualmente, éste se compone de todos los gastos y costos que conlleva el acceder a alguna herramienta financiera, a modo de ejemplo una tarjeta bancaria. Este porcentaje tiene un mayor grado de importancia que la tasa de interés ya que refleja el conjunto de tarifas a pagar por el usuario, se expresa en forma global e indica lo que deberá desembolsar el cliente a la hora de acceder a estos beneficios financieros aparte del pago mensual de la cuota correspondiente.

Esta carga deberá figurar en la hoja de resumen del contrato a firmar, para que así el cliente tenga libertad de elección entre aquella entidad que le ofrezca una menor carga equivalente, teniendo en cuenta que aquel crédito que tenga la menor tasa será el que más le conviene, al momento de comparar se debe hacer bajo los mismos parámetros de monto y plazo.

d) Sello SERNAC: Es un certificado que se le otorgará a aquellas entidades que pongan en prueba y como objeto de revisión, a sus contratos de forma voluntaria, y que además estos cumplan las reglas de la nueva ley, teniendo en ellos todas las formalidades, y que estén libre de cláusulas abusivas, éstas son “aquellas reglas del juego que fija la empresa en los contratos y que establecen condiciones que pueden perjudicar a los consumidores”¹², a modo de ejemplo, la repactación

¹² SERNAC. Consejos. ¿Qué es una cláusula abusiva?. [en línea]. <<http://www.sernac.cl/consejos/detalle.php?id=2720>>. [Consulta: 30 Junio 2012]

unilateral de deudas sin aviso previo a los que incurrieron a estos pactos, o cambiar el valor de las cuotas ya establecidas en algún crédito, etc.

El SERNAC Financiero analizará aquellos contratos que sean puestos a su disposición de forma voluntaria por parte de las empresas que otorgan servicios financieros y que formen parte del nuevo marco legal que otorga la ley número 20.555.

Al momento de firmar un contrato que posea el sello SERNAC, esa empresa estará obligada a tomar los reclamos que establezca el consumidor a través del servicio al cliente de la entidad, resolviendo la situación con un máximo de 10 días, en el caso de no ser atendida la necesidad manifestada del cliente, se podrá someter a mediación el caso para ser resuelto con un plazo también de 10 días y de no resultar ambas opciones se optará por una instancia final que será el arbitraje, el cual tiene 90 días como plazo para ser realizado.

Las empresas que opten por obtener esta distinción se verán sometidas a tres obligaciones adicionales dentro de su desempeño, primero, someter a revisión todos los contratos que unan a la organización con los clientes así como cualquier modificación que se les haga a aquellos que ya han obtenido la firma del SERNAC Financiero, segundo, deberán poner a disposición de los clientes un servicio de atención el cual reciba sus reclamos y que los atienda dentro de los próximos 10 días hábiles que siguen, en el caso de obtener una resolución que beneficie al cliente, la empresa, deberá realizar las acciones pertinentes para ir en pro de éste

dentro de 5 días dictada la resolución del caso y por último, todas estas obligaciones están sometidas a la observación constante de un “árbitro” al momento de no cumplirse o no atender a los reclamos de los clientes.

La distinción que obtienen las empresas al momento de recibir el sello SERNAC puede ser retirada en caso de que la empresa modifique cláusulas o estructuras de sus contratos, o que el comportamiento de esta empresa sea irregular y la atención a sus clientes no sea la correcta, viéndose aumentado el número de reclamos. Al perder la firma del SERNAC la cual certifica que los contratos cuentan con claridad y transparencia en sus cláusulas, esto conllevará a cesar por parte de la empresa, cualquier publicidad que haga mención a dicho sello, no teniendo ningún perjuicio a la marcha interna de la organización.

Los beneficios que trae para el consumidor un contrato que tenga sello SERNAC a uno que carezca de él, son que el usuario podrá tener seguridad de que al optar al uso de algún instrumento financiero, éste contará con cláusulas correctas y claras y que no correrá ningún riesgo o engaño, a la hora de utilizarlo, cumpliendo así, con todo lo que dicta la ley.

2.5 Derechos del Consumidor Financiero

Con la puesta en marcha de este nuevo marco legal se agregaron diez nuevos derechos que van en beneficio de los consumidores, estos vienen a complementar los que ya existían en la ley 19.496 los que poseían un carácter general, siendo los derechos agregados por el SERNAC Financiero más puntuales, esto se refiere a que va directo a malas prácticas tales como el cierre de cuentas, ventas atadas, modificación de condiciones, entre otras.

A continuación se enumeraran los derechos otorgados a los consumidores:

Primero: el primero otorga el beneficio al cliente de tener la posibilidad de cerrar su cuenta dentro de los 10 primeros días sin que se presente ningún inconveniente por parte de la empresa, esto es si es que el usuario no tiene ninguna deuda pendiente con la entidad.

Segundo: el cliente no se encuentra obligado a acceder a ventas atadas, esto quiere decir, que al adquirir algún servicio financiero este no conlleve un servicio extra del cual el cliente no está enterado o simplemente no quiere obtenerlo.

Tercero: en el caso, de querer obtener este servicio, deberá ser contratado a través de un documento aparte y con pleno conocimiento de lo que se está realizando.

Cuarto: los precios establecidos por el contrato no pueden ser modificados de forma unilateral de parte de la empresa con la que se contrae el contrato.

Quinto: en el caso de realizarse los pagos por medios electrónicos, estos no podrán ser limitados por el solo hecho de que el cliente tenga cuenta en otra organización que no sea la que realizó el pago.

Sexto: al momento de solicitar una cotización ésta se debe encontrar disponible durante un plazo mínimo de 7 días.

Séptimo: cualquier servicio o contrato que se deba realizar, este no debe ser enviado al lugar de trabajo o residencia del cliente, por ende toda transacción debe realizarse en la sucursal de la entidad.

Octavo: el cliente tiene la libertad de realizar sus pagos con la tarjeta que estime conveniente, no viéndose obligado a cancelar con la tarjeta de la misma institución donde está realizando la compra.

Noveno: cualquier modificación material que se realice a la tarjeta del propietario no deberá ser cobrado al usuario de ésta

Décimo: al momento de incurrir en una hipoteca, se tiene el derecho que ésta solo cubra el crédito y no la deuda total que se tenga, así como que este contrato hipotecario se pueda cancelar en un período de 15 días.

Estos diez nuevos derechos le dan la posibilidad al cliente de realizar prácticas financieras con mayor seguridad al saber que el SERNAC Financiero le ha otorgado estos derechos, así como que este organismo también mediará en el momento que éstos no se cumplan.

Capítulo II

Proyecto de Investigación de Mercado

En el presente capítulo se efectuará una investigación de mercado, metodología que se entiende como “la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia”¹³ para el desarrollo de este formato se utilizará una estructura que comienza con la determinación de objetivos, seguida por una investigación exploratoria y concluyente, finalizando con el desarrollo de un método de recolección de datos, para luego ser estos tabulados y comprobar las hipótesis que serán expuestas.

Esta estructura está basada en un formato utilizado en el año 2011 en la cátedra de Investigación de Mercados, de la Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad de Valparaíso, realizada por la académica Srta. Gloria Del Real F.

¹³Naresh, Malhotra. Investigación de Mercados Un enfoque Práctico. Segunda Edición. Naucalpan de Juárez. Prentice Hall.1997. 21p y 22p.

1.- Identificación y Definición del Problema a investigar.

Actualmente en nuestro país, el sistema financiero se ha visto envuelto en distintas situaciones, las cuales no han sido positivas hacia la imagen de éste, estafas, cláusulas unilaterales, “letras chicas” han hecho que poco a poco vaya decayendo la imagen de esta institución, es a raíz de esto que se ha incentivado la creación de este nuevo marco legal que es el SERNAC Financiero, entidad que va en beneficio de los usuarios que acceden a elementos bancarios o que ya habían incurrido en ellos. Esta nueva entidad tiene variados beneficios, pero a pesar de esto se quiere evaluar su acción sobre la sociedad, ya que esta no asegura la satisfacción completa de los usuarios, por eso se estima necesario evaluar si la implementación de este nuevo proyecto tendrá el efecto deseado, el cual es, hacer que la población se sienta segura, con mayor confianza e información sobre los elementos financieros a los cuales está accediendo.

Para poder evaluar este problema se utilizará información recopilada a través de personas profesionales del tema, así como también de la población de la quinta región específicamente la comuna de Valparaíso. Los métodos a utilizar para la obtención de estos datos serán una entrevista personalizada a los expertos, y una encuesta a un universo a especificar de personas de la región.

2.- Determinación de los objetivos del estudio.

Para la realización de esta investigación se tendrán como premisas, metas que harán entender de mejor manera el por qué de este análisis.

- Determinar el porcentaje de población que ha sido afectada por alguna irregularidad de instrumentos o instituciones financieras.
- Determinar la necesidad de la población en cuanto a protección financiera.
- Identificar el porcentaje de beneficiados a nivel regional, con la puesta en marcha de esta institución.
- Determinar el nivel de confianza existente dentro de la población ante el sistema financiero actual.
- Identificar la percepción de la sociedad ante este nuevo marco legal.
- Determinar el conocimiento de la población respecto del Sernac financiero y sus instrumentos.

3.- Investigación Exploratoria.

Para mejorar la comprensión de esta investigación, y para obtener una mejor panorámica de la situación y entidad que se está analizando, se utilizarán los siguientes instrumentos.

3.1.- Selección de los Métodos de recolección de datos.

Las técnicas a utilizar para poder desarrollar el sistema de obtención de datos pueden ser variados, encuestas, entrevistas, cuestionarios, focus group. En este caso para la investigación sobre el SERNAC Financiero, utilizaremos en primera instancia la entrevista a expertos y con posterioridad realizaremos una encuesta a una muestra determinada de la población de la quinta región, ambas herramientas se complementarán para tener una visión más amplia del contexto a analizar así como también obtener una investigación más completa.

Para mayor claridad de los métodos de recolección de datos a utilizar en la presente investigación definiremos los instrumentos como:

- a) Entrevista: “Mantener una conversación con una o varias personas acerca de ciertos extremos, para informar al público de sus respuestas. Tener una conversación con una o varias personas para un fin determinado”.¹⁴

¹⁴Real Academia Española. Entrevista. [en línea]. <<http://lema.rae.es/drae/?val=entrevista>>. [consulta: 10 noviembre 2012].

- b) Encuesta: “Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho”.¹⁵

El primer método es del tipo primario donde se realizó consultas a dos expertos, Sabrina Araya, Agente de Banco Estado, sucursal Playa Ancha Valparaíso (ANEXO 1), y el segundo Gonzalo Blanco Tejos, Encargado de Comunicación y Relacionamiento, Dirección Regional Metropolitana, SERNAC Financiero (Anexo 2), a través de ambas consultas se extrajeron las siguientes referencias las cuales ayudarán a las conclusiones finales de esta investigación.

- SERNAC Financiero brinda mayor transparencia a los procesos y documentos financieros.
- Se han puesto en marcha distintos elementos (Sello SERNAC, Hoja resumen, CAE) desde la instauración de este marco legal, y a su vez estos elementos van en beneficio de los consumidores.
- Al momento de incurrir en situaciones que afecten a los usuarios, estos serán revisados y observados de forma inmediata.
- Existe poco conocimiento por parte de los usuarios de los procesos y documentos a utilizar en los servicios financieros que adquieren.

¹⁵Real Academia Española. Encuesta. [en línea]. <<http://lema.rae.es/drae/?val=encuesta>>. [consulta: 10 noviembre 2012].

El segundo método a utilizar también posee la característica de primario ya que se obtendrá a través de un instrumento que se encuentra a disposición tal como es la encuesta a realizar.

3.2.- Definición de Hipótesis de trabajo.

Al desarrollar esta investigación utilizaremos suposiciones que comprobaremos al realizar la encuesta a la muestra determinada. Estas hipótesis son basadas en los objetivos que se determinaron con anterioridad.

- El porcentaje afectado de la población es sobre el 70%
- La población requiere de un alto nivel de protección en cuanto a sistemas financieros
- Los beneficiados no sobrepasan el 30% en las comuna de Valparaíso
- Actualmente en la V región el nivel de confianza que existe es bajo con respecto a el sistema financiero.
- La percepción que existe con respecto al SERNAC Financiero es positiva.
- No existe un conocimiento acorde a las necesidades de los consumidores.

4.- Diseño Investigación Concluyente

Ese diseño de investigación ayudará al análisis en la obtención de información irrefutable, para así obtener conclusiones acertadas sobre el tema que se encuentra bajo análisis. Este diseño comprende la obtención de datos a través de encuestas por lo que se deben determinar elementos tales como universo, muestra, tipo de muestreo y elementos componentes de la muestra.

4.1.- Determinación del universo a Investigar

Para la realización de esta investigación se utilizará la encuesta como método de recolección de datos, para esto se debe determinar el universo o el conjunto de elementos de los cuales se quiere obtener información.

Este universo se analizará y definirá a través de cuatro variables estas son:

- Homogeneidad: Las personas a encuestar deberán poseer las mismas variables, debiendo coincidir en los parámetros a utilizar.
- Tiempo: El universo a investigar deberá ser evaluado en el mismo período de tiempo para unificar opiniones a un momento acotado.
- Espacio: La población en que se enfoque el interés deberá ser perteneciente a un mismo lugar.

- Cantidad: Este parámetro será el número de la población que se encuestará finalmente, esta cantidad será un número finito ya que es probable su conteo, tanto alcanzarlo como sobrepasarlo, es decir posee un límite.

A raíz de estos parámetros se definirá el universo de la consulta a realizar como:

Hombres y Mujeres residentes en la región de Valparaíso específicamente en la comuna de Valparaíso, que se encuentren en el rango etario de 20-60 años, esta encuesta será realizada durante el período comprendido entre 21 de noviembre y 30 de Noviembre del año 2012 en la quinta región, país Chile, la cantidad estimada para la medición será asignada en la determinación del tipo de muestreo y posterior definición de la muestra.

4.2.- Procedimientos de Muestreo

Analizar la población completa que contiene las características especificadas anteriormente sería complejo ya que es un gran número de personas a encuestar y esta investigación de mercado sólo busca obtener una muestra representativa de el universo seleccionado, es por esto que el procedimiento de muestreo contendrá los elementos que se utilizarán para el cálculo del tamaño de la muestra, así como también el procedimiento para la obtención de esta.

4.2.1.- Determinación de las unidades de muestreo

Las unidades de muestreo se entenderán como una muestra representativa de la población universo, que fue establecida como: *Hombres y Mujeres residentes en la región de Valparaíso específicamente de la Comuna de Valparaíso, que se encuentren en el rango etario de 20-50 años, esta encuesta será realizada durante el período comprendido entre 21 y 30 de Noviembre del año 2012 en la quinta región, país Chile.* Esta unidad de análisis otorgará información que se considerará útil para la investigación.

El número de unidades que se encuestarán se determinará a través de una fórmula la cuál será explicada en la determinación del tipo de muestreo.

4.2.2.- Determinación del tipo de muestreo.

Para la realización de encuestas o algún tipo de sondeo en particular, se debe tener en cuenta que existen distintos tipos de muestreo los cuales varían según la necesidad del investigador o el propósito que este tenga.

Para esta investigación se utilizará la metodología de Muestreo por Conveniencia, este se basa en la necesidad del investigador siendo un método no probabilístico ya que no se cuenta con una base de datos que contenga por ejemplo la dirección y teléfono de cada persona para luego seleccionar y realizar de forma directa la

encuesta. En este tipo de muestreo se establece un lugar o formato, para la realizar la recolección de datos y a aquellos que se les quiera realizar la encuesta pueden acceder o no a responderla.

El Muestreo por Conveniencia no se realiza al azar ya que se establece de antemano por el investigador las cualidades o características que debe poseer la muestra seleccionada, en consecuencia es un método más simple para aquel que realiza la investigación ya que acota de mejor manera la población a encuestar.

4.2.3.- Determinación del tamaño de la muestra.

Para determinar el tamaño o número de personas que tendrá la muestra, se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{P * Q}{\frac{e^2}{z_{1-\alpha}^2} + \frac{P*Q}{N}}$$

Donde:

n: Tamaño Muestra

P: Probabilidad de que la hipótesis sea verdadera.

Q: Probabilidad que hipótesis sea falsa.

e: Error muestra.

$Z_{1-\alpha}$: Probabilidad según distribución normal.

α : Nivel de confianza.

N: Universo a investigar.

En el caso de esta investigación se determinará tanto el nivel de confianza y el porcentaje de error según los valores más utilizados en las investigaciones de mercado estos son:

e : 7%, el margen de error es escogido, ya que el método por conveniencia muestra un sesgo que no puede ser determinado y a su vez este cuenta con un sesgo mayor que los demás tipos de muestreo, es por esto que fue utilizado este nivel de error ya que las investigaciones de mercado ocupan desde porcentajes estándar que van desde un 5 hasta un 10% de margen de error, por lo que se estableció un promedio entre estos valores teniendo en cuenta las características anteriores.

α : 95% de confianza, en que según la tabla de distribución normal esto equivale a $Z_{1-\alpha} = 1,96$. Este porcentaje significará la probabilidad de que el parámetro que se está estimando se encuentre dentro de lo analizado.

La fórmula para la determinación de la muestra en esta investigación estaría dada por:

$$n = \frac{0,5 * 0,5}{\frac{0,07^2}{1,96^2} + \frac{0,5*0,5}{153.841}}$$

$$n = 195,75$$

Dando como resultado 196 personas que conformarán la muestra a encuestar.

4.2.4 Determinación de los elementos componentes de la muestra

Los factores que compondrán la muestra serán los siguientes: Fecha, Hora, Lugar.

- Fecha: Desde 21 de noviembre 2012 hasta 30 Noviembre 2012.
- Horario: 12:00 – 16:00
- Lugar: Centro de Valparaíso, Tramo Calle Condell – Pratt (Lugares de concentración de retail, bancos, cooperativas de ahorro e instituciones financieras). Además de esto parte de recolección se desarrolló de forma digital a través del portal encuesta fácil, realizándose en el mismo período nombrado.

4.3 Diseño de los métodos de recolección de información.

Para la realización de esta investigación se estableció un método de recolección de datos con formato de encuesta, este posee distintas características las cuales serán nombradas a continuación:

- Personalizada: El número de encuestados es de 196, de los cuales la mitad de ellos será encuestado de forma directa es decir no existirá intermediarios entre el encuestador y el encuestado, pero aún así se le dará la libertad al encuestado de responder de forma espontánea sin generar ningún sesgo por parte del encuestador.
- No disfrazada: Las preguntas y objetivos de la consulta serán explicadas claramente en el documento y al momento de encuestar, estas carecerán de información que pueda generar confusión o inducir al encuestado a responder de forma guiada.
- Digitalizada: Como se estableció con anterioridad la mitad de la muestra es decir, 98 personas, serán entrevistadas de forma virtual, esta modalidad será realizada a través del sitio web encuesta fácil, el cual posee la característica especial, de que al haber sido realizada la consulta, no puede ser repetida desde el mismo usuario o IP, por lo que le otorga una mayor representatividad.

- Estructurada: El test a realizar, poseerá un formato establecido, este constará de un número específico de preguntas, así como también su estructura y formato estarán definidas, a continuación.

Las preguntas o cuestionamientos que serán aplicados a la muestra, tendrán las siguientes características:

- Cerradas: En ciertos ítems, de la encuesta que se verá con posterioridad, se realizarán preguntas que no dan la opción de extenderse en la respuesta de esta.
- Mixtas: Dentro de la misma encuesta se realizarán preguntas que luego de ser respondidas dicotómicamente darán paso a profundizar la respuesta a través de un ¿Por qué? , “Explique”, “Otros”, etc.
- Dicotomía: La mayoría de las encuestas a realizar sólo se pueden contestar con un “Sí” o un “No”, lo que dicta de forma inmediata que esta pregunta no queda bajo la libertad de expresarse por parte del encuestado.

4.4 Pretest

Como se ha nombrado anteriormente, la recolección de datos se realizará a través de una encuesta, esta fue sometida a estudio a través de un pretest, el cual es un formato preliminar de la encuesta final, este será sometido a prueba en 20 personas de las cuales se darán a conocer aquellas preguntas que causan confusión o incomprensión por parte del lector o en este caso encuestado, y con posterioridad modificar aquellas en que se encontraron errores.

- Pretest

Esta encuesta es anónima, por lo que siéntase libre de contestar, por favor marcar la alternativa con la que se siente identificado con una X en el recuadro establecido.

1.- ¿Su Residencia actual es en la comuna de Valparaíso?

Sí

No

Si su respuesta es Sí, prosiga con la encuesta, si es No, no es necesario contestarla, y gracias por su tiempo.

2.- ¿Ha sufrido algún tipo de fraude financiero, ya sea en casas comerciales, bancos, cooperativas de ahorro, organismos previsionales, etc.?

Sí

No

3.- ¿Conoce las funciones que tiene el nuevo SERNAC Financiero? Si su respuesta es Sí, especifique cuales conoce en el recuadro de más abajo.

Sí No

¿Cuáles?

4.- ¿Conoce los derechos que posee dentro de los sistemas financieros?

Sí No

5.- Si su respuesta a la pregunta anterior fue Sí, conteste la siguiente pregunta, sino, pase a la pregunta nº 6.

¿A través de qué medio se enteró de sus derechos en el sistema financiero?

- a) Televisión
- b) Internet
- c) Radio
- d) Medios escritos (diarios, revistas, panfletos)

6.- ¿Cuál es su nivel de confianza en los sistemas financieros en una escala de uno a 10? Siendo 1, un bajo nivel de confianza, y si 5 un alto nivel de confianza.

1

2

3

4

5

7.- ¿Cree que es necesaria una institución como el SERNAC Financiero?

Sí

No

8.- ¿Ha sido ayudado o ha solicitado alguna vez ayuda al SERNAC Financiero?

Sí

No

9.- ¿Cree que se le ha brindado un nivel correcto de protección en cuanto al sistema bancario?

Sí

No

10.- ¿ Cree que la labor hecha por el SERNAC Financiero ha sido la correcta?

Sí

No

Modificaciones

Pregunta nº2: La pregunta número dos fue modificada ya que “fraude financiero” es un concepto arbitrario para referirse a irregularidades financieras por lo que se modificó a “problema o irregularidad financiera”, para referirse al concepto anteriormente mencionado, y así no generar influencia en el encuestado en forma negativa.

Posterior a esta pregunta se le agregó una nueva, para especificar en qué tipo de institución habría sufrido aquella irregularidad que aseveró en la pregunta anterior (número 2).

Pregunta nº 4: Esta pregunta fue trasladada a otra posición ya que se agregó una nueva pregunta relacionada a las funciones que esta institución tiene y si estas son conocidas por las personas encuestadas, de ser así se solicita que estas especifiquen a través de qué medio les fue transmitido este conocimiento.

En resumen se realizaron dos cambios, fueron agregadas dos preguntas las que luego se profundizaron de mayor forma con una interrogante más específica, se realizó también modificaciones en la redacción para una mejor comprensión, resultando así la estructura final de la encuesta a realizar (Anexo 3).

4.5.- Codificación y Tabulación de Información.

Luego de haber sido recabados los datos para la obtención de la información, proceso que duro alrededor de una semana, se procede a realizar la codificación y tabulación de los datos, esto implica procesar la información obtenida para trasladarla a elementos numéricos (Anexo 4), estableciendo así, respuestas concretas y cuantitativas sobre las hipótesis establecidas al inicio de esta investigación.

Al momento de obtener los resultados concretos estos serán interpolados con los objetivos y afirmaciones definidas, para determinar si estas se cumplen o no dentro del estudio.

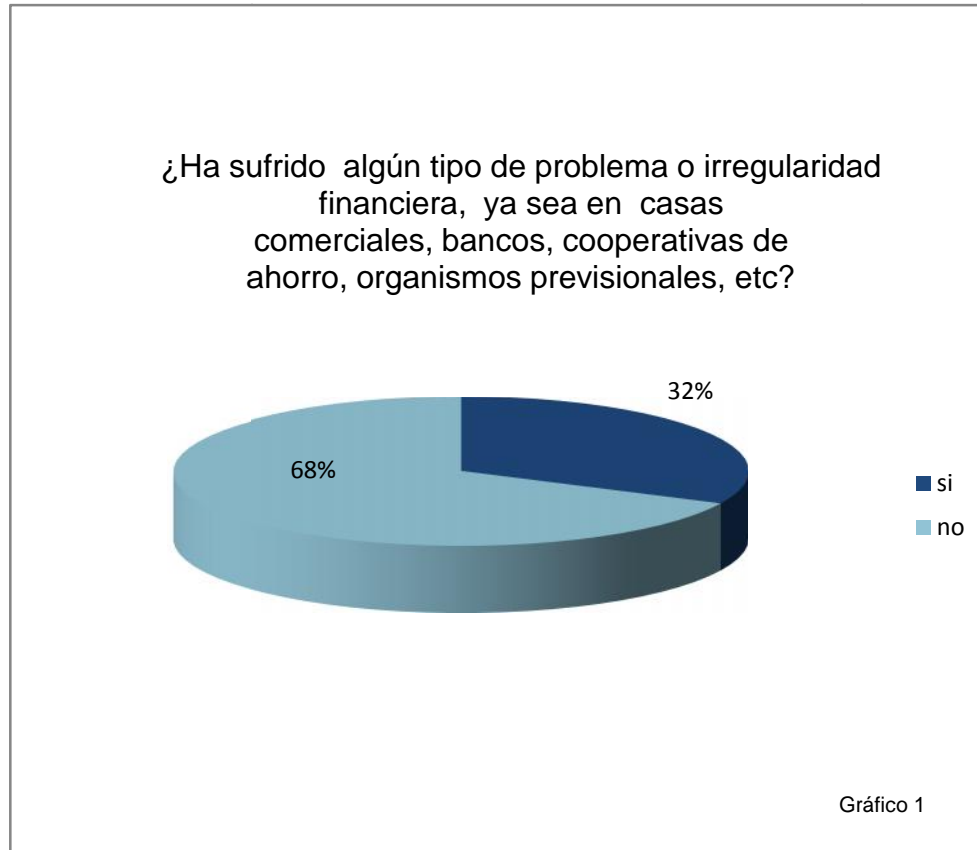
4.6.- Análisis e Interpretación de Datos.

En la codificación y Tabulación de datos fue procesada la información obtenida y trasladada a valores numéricos por lo que el análisis e interpretación de datos se enfocará en relacionar cada uno de los resultados con la pregunta, objetivo, e hipótesis guía para cada una de ellas.

El formato a realizar en este ítem, será exponer la hipótesis planteada para luego comprobar su veracidad a través de lo obtenido en la tabulación, cabe destacar que para cada hipótesis puede existir más de una pregunta a utilizar para establecer una posición frente a la afirmación planteada.

Hipótesis 1

“El porcentaje afectado por la población es sobre el 70%”



La hipótesis nº1 ha sido rechazada ya que dentro de la muestra encuestada sólo el 32% ha sufrido irregularidades financieras, no sobre pasando el 70% establecido en la hipótesis. Dentro de las personas que manifestaron alguna irregularidad, se indicó que el 59% de ellas lo habría tenido en Bancos y el 41% restante en casas comerciales (Anexo 5)

Hipótesis 2

“La población requiere de un alto nivel de protección en cuanto a sistemas financieros”

¿Cree que es necesaria una institución como el SERNAC Financiero?

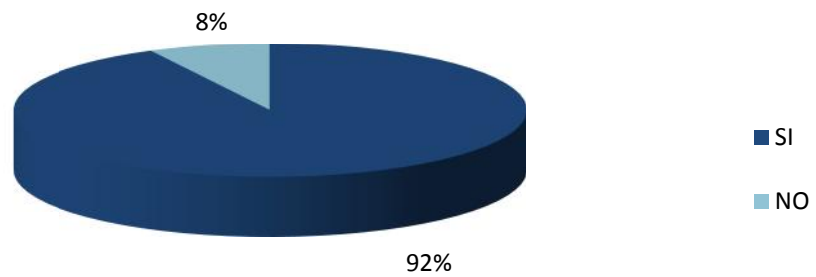


Gráfico 2

¿Cree que se le ha brindado un nivel correcto de protección en cuanto al sistema bancario?

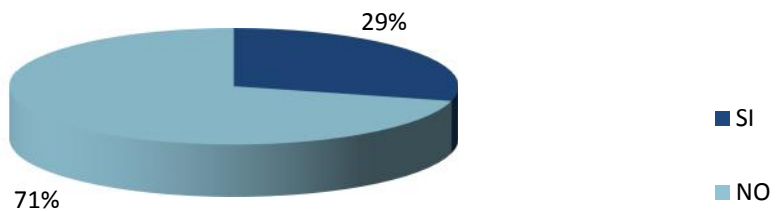
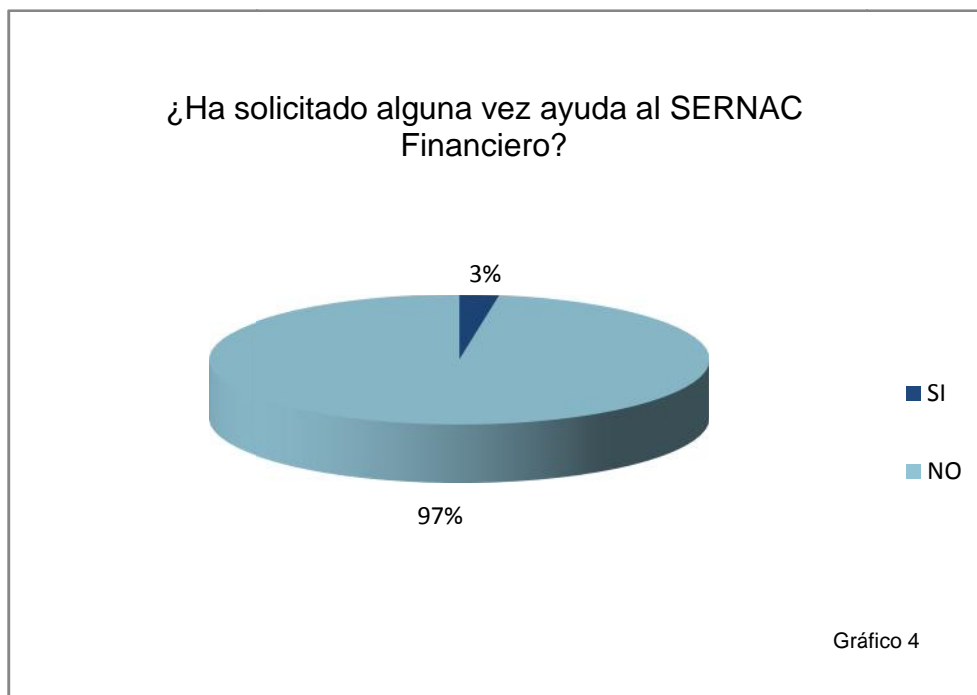


Gráfico 3

La hipótesis nº 2 ha sido aceptada ya que la población cree necesaria una institución que vele por sus derechos de consumidor, pero a su vez la muestra ha evidenciado que el nivel de protección brindado no ha sido satisfactorio ni suficiente, teniendo un 71% de negatividad ante la protección que genera el sistema financiero a sus consumidores, concepto que engloba a esta institución, esto se ve representado en el gráfico nº 3.

Hipótesis nº 3

“Los beneficiados no sobrepasan el 30% en la comuna de Valparaíso”



Si su respuesta anterior fue Sí, responda la siguiente pregunta si no, pase a la pregunta siguiente.

¿La ayuda solicitada terminó con resultados beneficiosos para su caso?

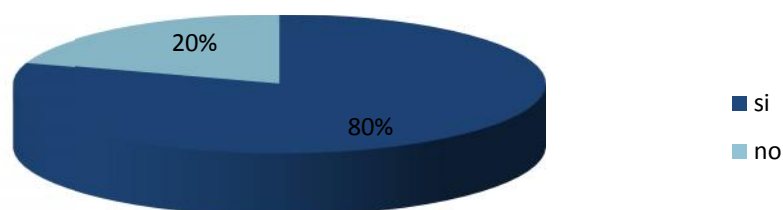


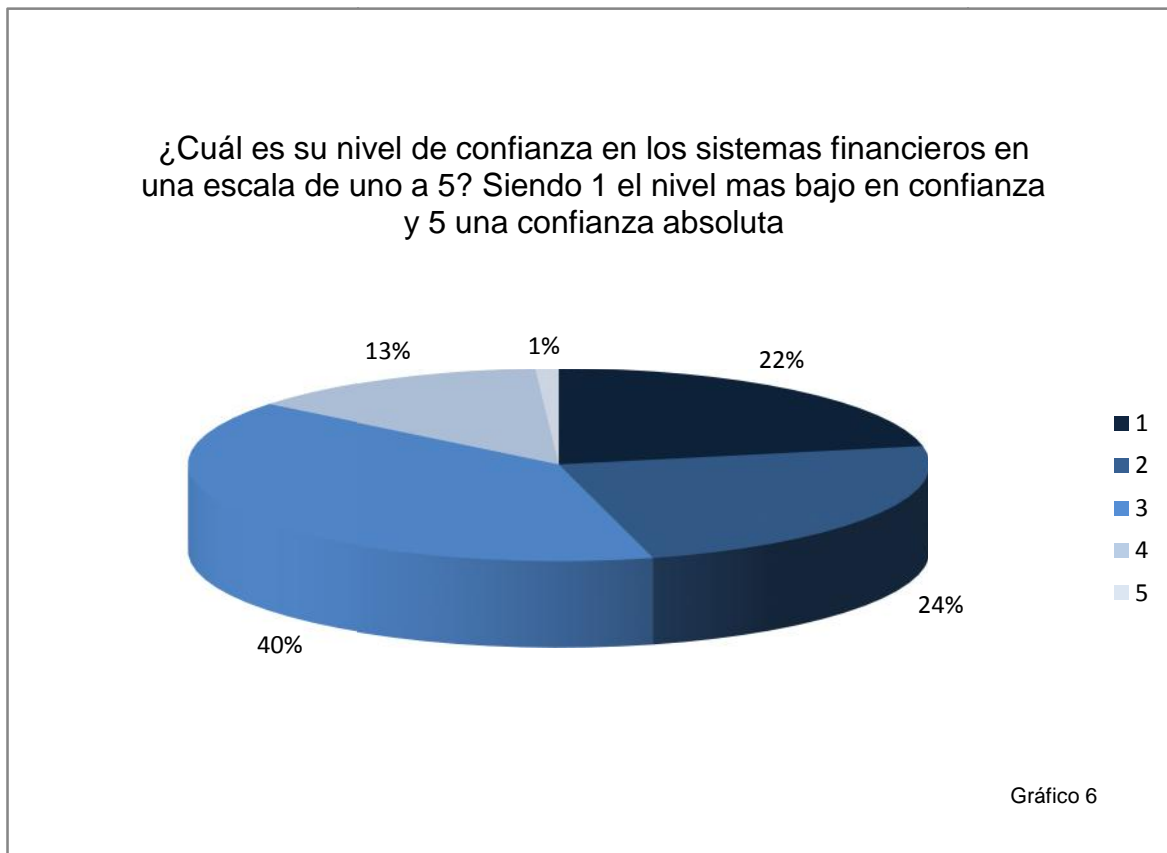
Gráfico 5

El estudio arrojó que no más del 30% había solicitado ayuda al SERNAC Financiero, es más solamente un 3% de los encuestados es el que ha solicitado ayuda a esta entidad, siendo así rechazada la hipótesis establecida.

Para profundizar esta pregunta se consultó a aquellos que afirmaron haber solicitado ayuda, si ésta habría sido fructífera o beneficiosa para ellos respondiendo un 80% que efectivamente sí había sido beneficioso para su caso.

Hipótesis nº 4

“Actualmente en la quinta región el nivel de confianza que existe es bajo con respecto a el sistema financiero”

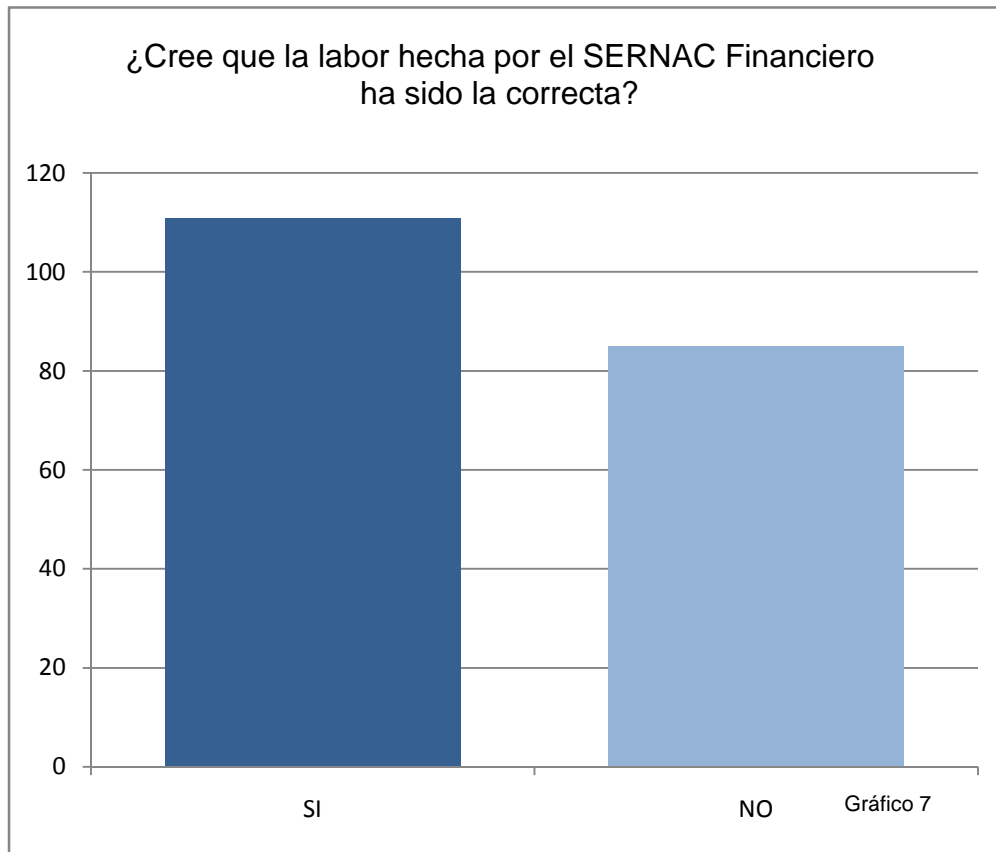


La hipótesis es aceptada ya que el 46% de la población encuestada muestra un nivel de confianza baja, este rango va desde 1, nivel más bajo de confianza a 2 que es un nivel bajo, esto se ve reflejado en el gráfico 6.

Sólo el 1% refleja una confianza absoluta frente a los sistemas financieros, y un 40% de la población confía de forma regular en este sistema.

Hipótesis nº 5

“La percepción que existe con respecto el SERNAC Financiero es positiva”

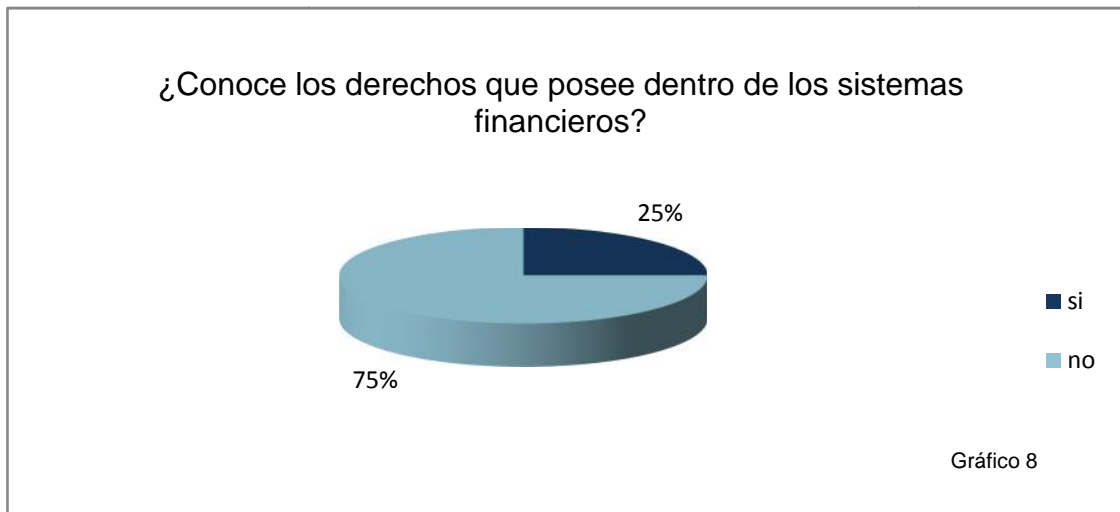


La hipótesis ha sido aceptada ya que el 57% de la población encuestada cree que la labor del SERNAC Financiero ha sido satisfactoria, por ende la percepción ante ésta entidad es positiva, es más, se puede evidenciar esta visión en el nivel de personas que solicitó ayuda y que esta terminó de buena manera (Gráfico 5), otorgándole una mayor credibilidad a este servicio.

Hipótesis nº 6

“No existe un conocimiento acorde a las necesidades de los consumidores”

Para una mejor comprensión de esta aseveración y de las preguntas utilizadas para su comprobación, el término “conocimiento” nombrado en la hipótesis, englobará tanto a los derechos que tienen los consumidores así como las funciones y atribuciones del SERNAC Financiero, es por esto que se realizó dos interrogantes para poder detectar la noción que tiene la población sobre estos conceptos.



La población encuestada tiene un nivel bajo de conocimiento sobre sus derechos dentro de los sistemas financieros, esto se ve reflejado en un 25% de personas que precisa conocerlos, y en contraste un 75 % reconoce desconocerlos.



En cuanto a las funciones que posee el SERNAC Financiero la población reconoce no tener un conocimiento de estas, siendo sólo un 18% aquellos que estiman conocer las funciones que esta institución posee.

A este 18% que afirmó tener conocimiento de las funciones, se les realizó además una pregunta abierta, la cual consistía mencionar alguna de ellas, es así que las respuestas dadas no eran lo suficientemente específicas o certeras, pero sí se acercaban al desempeño actual que la entidad tiene.

Es por lo anterior mencionado que la hipótesis nº 6 es aceptada ya que en definitiva, más de la mitad de los encuestados desconoce tanto las funciones como los derechos.

Conclusiones y Recomendaciones

SERNAC Financiero es un nuevo marco legal que nace bajo el amparo del Servicio Nacional del Consumidor, este servicio tiene como función fundamental resguardar la seguridad de los consumidores ante servicios financieros de cualquier índole, teniendo especial énfasis en las necesidades y derechos que estos tienen en este ámbito, luego de haber realizado una investigación de mercado para analizar su efectividad dentro de la población de la quinta región, Comuna de Valparaíso, se vieron cumplidos los objetivos generales de esta tesis, en primera instancia, se determinó que la población encuestada no ha sido afectada de sobre manera por irregularidades financieras ya que el nivel de afectados se encuentra por debajo de un 50% del total encuestado, aún así se determina necesaria la protección por parte de entidades gubernamentales como la que se está analizando, ya que se consideró relevante tener un nivel adecuado de resguardo ante cualquier evento negativo que pudiera producirse en desmedro de la población.

A lo largo de la puesta en marcha de la organización antes nombrada se han tenido también, distintos casos de problemas financieros, en los que este se ha manifestado en defensa de los consumidores, estos han tenido cierto número de beneficiados, en el sector de Valparaíso, resultó ser bajo este nivel, obteniéndose un 3% de beneficiados de un total de 32% que manifestó haber tenido algún problema.

Los puntos anteriormente mencionados, nivel de afectados y beneficiados, están directamente relacionados con el nivel de confianza existente dentro de la población, ya que una buena o mala experiencia dentro del sistema financiero o con esta institución puede generar sesgos en la opinión existente sobre esta materia, es así que en esta investigación se determinó que el nivel de confianza existente se encuentra en niveles bajos, en la población encuestada, un 46% de ella tiene un nivel de confianza bajo los parámetros esperados, este nivel de confianza es evidenciado por la falta de conocimiento que se tiene ante esta nueva institución y del sistema financiero- bancario en general, al realizar la consulta sobre la noción existente sobre los derechos, funciones, e instrumentos que nacen con este nuevo marco legal, las personas mostraron tener un conocimiento vago sobre ellas, no teniendo claridad ni exactitud en los conceptos.

El objetivo principal de este proyecto de tesis, es la determinación de la percepción de la Quinta región sobre el SERNAC Financiero y como éste ha beneficiado a la visión sobre el sistema bancario actual, luego de haber realizado la investigación de mercado correspondiente, se puede establecer que la percepción ante esta entidad es positiva, ya que se cree necesaria una institución como ella, pero aún así es carente de algunos ámbitos, como lo son la difusión de la información, dentro de la población no existe claridad de los procesos ni derechos que se tienen para su defensa al momento de ser objetos de alguna irregularidad, otro ítem que se mantiene deficiente esta organización, es la mejora de la imagen del sistema financiero- bancario, las personas tienen un nivel de

desconfianza que se genera de su propia experiencia, o de temas colectivos que han sucedido en el último tiempo, esto lleva a una inseguridad por parte de aquellos que se encuentran insertos en el sistema.

Si bien existe inseguridad en la población, las entidades financieras han implementado los instrumentos que el SERNAC Financiero les ha sugerido para realizar mejores prácticas y mejorar su desempeño ante el consumidor, elementos como la Hoja Resumen, claridad en CAE, Sello SERNAC, etc., han posibilitado que exista un servicio más transparente y cercano al usuario reformando poco a poco la perspectiva que existe en este momento en la población.

En conclusión, la percepción que existe sobre esta institución es favorable dentro de la población de la comuna de Valparaíso, creyendo positiva y necesaria su presencia dentro del sistema financiero actual, su desempeño y apoyo en los clientes ha sido beneficiosa dentro de la comunidad pero, se pueden realizar mejoras para tener como resultado una posición aún más positiva ante este servicio y mejorar la visión que se tiene sobre el sistema financiero en general, se necesita y sugiere una mayor difusión de sus funciones y de los sistemas de apoyo que se encuentran disponibles a favor del usuario, se debe poner mayor énfasis en corregir la visión e imagen existente sobre las entidades comerciales y financieras, ambas necesidades pueden ser resueltas con campañas de promoción y transmisión tanto de los esfuerzos que se están realizando para mejorar el sistema actual, como de los derechos y herramientas que se encuentran a disposición.

Bibliografía

- 1.- SERNAC. Historia del SERNAC. [En línea]
<http://www.sernac.cl/acercade/historia_2.php > [consulta: 12 Junio 2012]
- 2.- SERNAC. Historia del SERNAC. [En línea]
<http://www.sernac.cl/acercade/historia_6.php > [consulta: 10 Junio 2012]
3. - Johnson, Gerry.Scholes,Kevan., Whittington, Richard. Dirección Estratégica.7ª Edición, ed. Pearson Educación, S.A, Madrid 2006. 392p
- 4.- Gobierno de Chile. Las claves del SERNAC Financiero.
[enlínea].<<http://www.gob.cl/especiales/las-claves-del-sernac-financiero/>>
[consulta: 22 Junio 2012]
- 5.- SERNAC. Organigrama. [En línea].
<http://www.sernac.cl/sernac2011/sernac/organigrama.php> [consulta: 22 Junio 2012]
- 6.- Ley N° 19.496. CHILE. Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores. Ministerio de economía, Fomento y Reconstrucción, Santiago, Chile, Marzo de 1997. ART 1°.
- 7.- Ley N° 19.496. CHILE. Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores. Ministerio de economía, Fomento y Reconstrucción, Santiago, Chile, Marzo de 1997. ART 57°.

8.- Ley nº 20.555. Chile. Modifica ley nº 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, para dotar de atribuciones en materias financieras, entre otras, al servicio nacional del Consumidor. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo; subsecretaría de economía y empresas de menor tamaño, Santiago, Chile, diciembre de 2011.

9.- Real Academia Española. Financiero, ra. [En línea].

<<http://lema.rae.es/drae/?val=financiero>>. [Consulta: 21 junio 2012].

10.- Real Academia Española. Función. [En línea].

<<http://lema.rae.es/drae/?val=funciones> >. [Consulta: 21 junio 2012].

11.- SERNAC Financiero. Hoja de Resumen. [En

línea].<<http://www.sernacfinanciero.cl/hoja-de-resumen/>> [consulta : 29 Junio 2012]

12.- SERNAC. Consejos. ¿Qué es una cláusula abusiva? [En línea].

<<http://www.sernac.cl/consejos/detalle.php?id=2720> >. [Consulta: 30 Junio 2012]

13.- Naresh, Malhotra. Investigación de Mercados Un enfoque Práctico. Segunda Edición. Naucalpan de Juárez. Prentice Hall.1997. 21p y 22p.

14.- Real Academia Española. Entrevista. [En línea].

<<http://lema.rae.es/drae/?val=entrevista> >. [Consulta: 10 noviembre 2012].

15.- Real Academia Española. Encuesta. [En línea].

<<http://lema.rae.es/drae/?val=encuesta>>. [Consulta: 10 noviembre 2012].

Anexos

Anexo 1: Entrevista a Experto

Nombre: Sabrina Inés Araya Verdejo

Cargo: Agente Sucursal Banco Estado, Playa Ancha.

Cuestionario

¿Qué Beneficios o inconvenientes ha generado la instauración del nuevo marco legal, SERNAC Financiero?

R: El nuevo marco legal (SERNAC Financiero) , trajo como beneficio para banco estado y sus clientes una mayor transparencia en los procesos, sin embargo esto genera mucha información que los clientes no entienden , por lo que finalmente los complica , por ejemplo los estados de cuentas de las tarjetas de crédito, a su vez esto provocó mayor burocracia que no es clara para todos los clientes por su falta de conocimiento y poco "manejo" en los tecnicismos que son utilizados dentro del ambiente bancario

¿Qué elementos se han debido agregar a los procesos luego de la creación del SERNAC Financiero?

Dentro de este mismo marco legal se ha instaurado el uso de Hojas Resumen que tienen como objetivo brindar mayor claridad a los clientes así como utilizar la carga anual equivalente para este mismo propósito, estos elementos han sido utilizados por el Banco estado desde la instauración de esta entidad.

¿Este banco ha postulado a la obtención del Sello SERNAC, el cuál asegura el correcto funcionar de la institución y de sus procesos?

Dentro de este nuevo marco legal este banco se ha estado preparando constantemente para poder obtener el Sello SERNAC a través de capacitaciones que le dan paso para poder obtenerlo, pero sus requerimientos son variados por lo que no se ha podido conseguir el propósito aún. Además el banco está empeñado en mantener el sello después de obtenerlo, pero es alta la exigencia y falta aun para esa etapa por que si el banco posteriormente falla, las multas son muy altas y no estamos dispuestos a arriesgarnos a esa institución.

¿Se han realizado fiscalizaciones en esta sucursal, luego de la instauración de esta entidad?

Este banco ha sido objeto de fiscalizaciones para evaluar su desempeño, en esta ámbito tenemos inspectores incognitos del SERNAC que se entrevistan con ejecutivos simulando ser clientes con el fin de constatar en terreno si cumplimos con las exigencias.

Anexo 2: Entrevista a Experto

Nombre: Gonzalo Blanco Tejos

Cargo: Encargado de Comunicación y Relacionamiento, Dirección Regional Metropolitana, SERNAC Financiero.

Cuestionario

A grandes rasgos, ¿Cuál es el rol, funciones, deberes y atribuciones que posee esta institución en pro de los usuarios de instrumentos financieros?

El SERNAC Financiero es una nueva Ley que entrega nuevos derechos a los consumidores, establece nuevas obligaciones para las empresas y entrega nuevas facultades al SERNAC.

El SERNAC Financiero viene a equilibrar la balanza a favor de los consumidores en un mercado donde sufrían las mayores desigualdades. Los consumidores hasta ahora debían ser matemáticos o economistas para saber cuánto terminarían pagando por un crédito o abogados para entender los contratos.

La Ley del SERNAC Financiero exige a las empresas mayor transparencia y devuelve al consumidor un derecho básico como es el de elegir libremente los productos y servicios.

¿Cuál es el procedimiento a seguir cuando un usuario presenta irregularidades en trámites, documentos financieros, y este desea obtener ayudar?

Cada vez que un consumidor siente que sus derechos son vulnerados, puede recurrir al SERNAC, e interponer su reclamo.

Lo que hace el SERNAC es buscar soluciones oportunas y adecuadas antes de llegar a tribunales: Si una empresa no entrega soluciones, deberá responder ante Tribunales.

Los consumidores que tenga un problema de consumo pueden recurrir al SERNAC mediante una serie de canales de atención: visitando nuestra página www.sernac.cl; a través de las oficinas comunales de atención al consumidores ubicadas en los municipios y en la Dirección Regional del SERNAC, ubicada en Teatinos 333, segundo piso, entre las lunes a viernes, de 8 a 16:00 hrs.

Además, el SERNAC tiene convenios para recibir reclamos y consultas a través de las oficinas del IPS (Programa Chileatiende), Biblioredes y oficinas de SERNATUR, cuyos funcionarios han sido capacitados incluso respecto a la nueva Ley del SERNAC Financiero.

No obstante, nuestro énfasis hoy, además de fortalecer la protección de los consumidores individuales, es buscar soluciones de raíz en los mercados. Es decir, si vemos que existen prácticas repetitivas que perjudican a los consumidores o donde están en evidente desventaja, tomamos acciones mayores para generar cambios estructurales.

Por ejemplo, así lo hicimos con la eliminación de las cláusulas abusivas del mercado financiero.

Queremos que las empresas logren ver en la resolución de sus reclamos una oportunidad para mejorar, y no una amenaza.

¿Cuáles han sido los canales de difusión para dar conocimiento a los usuarios de sus derechos y posibilidades de protección?

El SERNAC tiene como misión informar, educar y proteger a los consumidores.

No tenemos facultades legales para fiscalizar ni sancionar, pero si para:

- Mediar en los problemas de consumo entre proveedores y consumidores.
- Denunciar a la justicia hechos que afecten el interés público
- Informar realizando estudios e investigaciones.

Para cumplir con nuestra misión, el SERNAC utiliza los distintos canales de difusión, como campañas informativas, notas de prensa, información en la web, entre otras herramientas.

A nivel Nacional y si es posible también a nivel de Quinta región, comuna de Valparaíso. ¿Qué rubros han sido los más involucrados en quejas relacionadas con el ámbito financiero? (ej.: casas comerciales, bancos, cooperativas de ahorro, etc.)

Según último ranking dado a conocer por el SERNAC el pasado 19 de noviembre de 2012; estudio que consideró los reclamos relacionados con el mercado financiero ingresados en el segundo cuatrimestre del año (mayo-agosto 2012) comparándolo con igual período del año anterior; determinó que se recibieron 27.781 reclamos contra el mercado financiero, lo que representa una disminución de 12,4% respecto al mismo período del año anterior (sin considerar los reclamos por repactaciones unilaterales contra la empresa La Polar).

Los reclamos contra los Bancos registraron un aumento de 139%, mientras las tarjetas del Retail bajaron un 58% respecto al mismo período del año anterior.

Los reclamos se concentraron principalmente en la Banca con un 51,1%, seguido por las multitiendas 37,4%, Cajas de Compensación 8,8% y, Cooperativas de Ahorro y Crédito 2,6%.

Motivo de reclamo en la Banca	
Motivo del reclamo	%
Cobros indebidos (productos o servicios no contratados, dobles cobros; no reconoce deuda; cargos mal efectuados; deuda excesiva)	17,6
Consumidor no reconoce transacción por clonación o suplantación	15,6
Comisiones excesivas o no contempladas en el contrato/aumento unilateral de comisiones	7,5
Dinero no entregado en cajeros automáticos	7,6
Cobranzas extrajudiciales (informa deuda a terceros)	3,6
No entregar copia del contrato o incorpora cláusulas que producen desequilibrio	7,6
No entregar información para renegociar las deudas	2,7

Negativa o dificultades para término de contrato	1,9
Envía productos o contratos no solicitados al domicilio del consumidor	1,9
Negativa injustificada a otorgar crédito	1,7
Otros	32,3

Motivo reclamo tarjetas Retail	
Motivo de reclamo	%
Cobros indebidos (no reversa cobros; no reconoce deuda; cobros por servicios o productos no contratados; cobro deuda excesiva; duplicidad de cobros; interés sobre TIMC)	33,5
Cobranzas Extrajudiciales (afectan la privacidad; cobro interés moratorio, gastos de cobranza, interés moratorio que no corresponde, cobranzas por deudas ajenas)	12,4
No reconoce transacción por clonación o suplantación	8,9
Comisiones excesivas/incremento unilateral de comisiones	5,6
No informa monto total a pagar/desglose del crédito	3,8
Incumplimiento en el marco de una repactación	3,3
Otros	32,5

A nivel Nacional y si es posible también a nivel de Quinta región, comuna de Valparaíso. ¿Cuántas quejas o reclamos han sido registrados desde la instauración de este marco legal, y cuántos de estos casos han tenido resultados beneficiosos para el cliente?

Desde marzo a noviembre el SERNAC ha recibido cerca de 64 mil reclamos contra el mercado financiero, del cual un 11% pertenecen a quejas de consumidores de la región de Valparaíso.

Del total regional, un 49% de las quejas son acogidas por las empresas; un 26% no son acogidas; mientras que un 2,4% no son respondidas.

¿Qué instituciones o empresas han optado por acceder al reconocimiento del SERNAC Financiero, es decir optar por obtener el Sello SERNAC?

Hay empresas que han hecho consultas y mostrado interés. Lo importante es que hoy los consumidores cuentan con una nueva Ley y sabemos que poco a poco percibirán los cambios que los benefician.

No olvidemos también que las empresas con o sin sello deberán cumplir con la Ley y estaremos monitoreando que así sea. Las empresas que tengan el Sello demostrarán su interés por ir un paso más allá y mostrar su excelencia.

¿Qué sanciones o medidas son aplicadas para aquellas instituciones que violen los reglamentos y códigos establecidos por esta institución?

La Ley del SERNAC Financiero incluye una serie de facultades al SERNAC, por ejemplo, los ministros de fe, los que nos servirán para certificar hechos que infrinjan la Ley. Con eso podremos probar por ejemplo, las malas prácticas de las empresas que hoy no dejan huella y llevarlas a tribunales.

Asimismo, aumentarán las multas a las empresas hasta \$30 millones de pesos así que deberán pensarlo dos veces antes de cometer una infracción.

FUENTE: SERNAC

Anexo 3: Encuesta Final

1.- ¿Su residencia actual se encuentra en alguna de estas dos ciudades: Valparaíso y Viña del Mar?

Sí No

2.- ¿Ha sufrido algún tipo de problema o irregularidad financiera, ya sea en casas comerciales, bancos, cooperativas de ahorro, organismos previsionales, etc?

Sí No

3. Si su respuesta es Sí en la pregunta anterior, conteste la siguiente pregunta, si no pase a la siguiente.

¿En cuál de las siguientes instituciones sufrió el problema?

- banco
- casa comercial
- cooperativas de ahorro
- institución previsional

4. ¿Conoce las funciones que tiene el nuevo SERNAC Financiero?

si no

5. Si su respuesta anterior fue Sí, especifique cuales funciones conoce;
si fue NO siga a la próxima pregunta

6. ¿Conoce los derechos que posee dentro de los sistemas
financieros?

si no

7. Si su respuesta a la pregunta anterior fue Sí, conteste la siguiente
pregunta, sino, pase a la pregunta n° 8.

¿A través de qué medio se enteró de sus derechos en el sistema
financiero?

- Televisión
- Internet
- Radio
- Medios escritos (diarios, revistas, flayers)
- Otro (Por favor especifique)

8. ¿Cuál es su nivel de confianza en los sistemas financieros en una escala de uno a 5? Siendo 1 el nivel más bajo en confianza y 5 una confianza absoluta

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

9. ¿Cree que es necesaria una institución como el SERNAC Financiero?

- SI NO

10. ¿Ha solicitado alguna vez ayuda al SERNAC Financiero?

- SI NO

11. Si su respuesta anterior fue Sí, responda la siguiente pregunta si no, pase a la pregunta siguiente.

¿La ayuda solicitada terminó con resultados beneficiosos para su caso?

sí no

12. ¿Cree que se le ha brindado un nivel correcto de protección en cuanto al sistema bancario?

SI NO

13. ¿Cree que la labor hecha por el SERNAC Financiero ha sido la correcta?

SI NO

Anexo 4: Codificación y Tabulación de datos

¿Ha sufrido algún tipo de problema o irregularidad financiera, ya sea en casas comerciales, bancos, cooperativas de ahorro, organismos previsionales, etc?			
	N°		%
si	63	si	32%
no	133	no	68%
total	196	total	100%

Si su respuesta es Sí en la pregunta anterior, conteste la siguiente pregunta, si no pase a la siguiente. ¿En cuál de las siguientes instituciones sufrió el problema?			
	N°		%
banco	37	banco	59%
casa comercial	26	casa comercial	41%
cooperativas de ahorro	0	cooperativas de ahorro	0%
institución previsional	0	institución previsional	0%
total	63	total	100%

¿Conoce las funciones que tiene el nuevo SERNAC Financiero?			
	N°		%
Si	35	si	18%
No	161	no	82%
total	196	total	100%

¿Conoce los derechos que posee dentro de los sistemas financieros?			
	N°		%
si	49	si	25%
no	147	no	75%
total	196	total	100%

Si su respuesta a la pregunta anterior fue Sí, conteste la siguiente pregunta, sino, pase a la pregunta nº 8. ¿A través de qué medio se enteró de sus derechos en el sistema financiero?			
	Nº		%
Televisión	31	Televisión	63%
Internet	13	Internet	27%
Radio	0	Radio	0%
Medios escritos	2	Medios escritos	4%
Otros	3	Otros	6%
total	49	total	100%

¿Cuál es su nivel de confianza en los sistemas financieros en una escala de uno a 5? Siendo 1 el nivel más bajo en confianza y 5 una confianza absoluta			
	Nº		%
1	43	1	22%
2	47	2	24%
3	78	3	40%
4	26	4	13%
5	2	5	1%
total	196	total	100%

. ¿Cree que es necesaria una institución como el SERNAC Financiero?			
	Nº		%
si	181	si	92%
no	15	no	8%
total	196	total	100%

¿Ha solicitado alguna vez ayuda al SERNAC Financiero?			
	Nº		%
si	5	si	3%
no	191	no	97%
total	196	total	100%

Si su respuesta anterior fue Sí, responda la siguiente pregunta si no, pase a la pregunta siguiente. ¿La ayuda solicitada terminó con resultados beneficiosos para su caso?			
	N°		%
si	4	si	80%
no	1	no	20%
total	5	total	100%

¿Cree que se le ha brindado un nivel correcto de protección en cuanto al sistema bancario?			
	N°		%
si	57	si	29%
no	139	no	71%
total	196	total	100%

¿Cree que la labor hecha por el SERNAC Financiero ha sido la correcta?			
	N°		%
si	111	si	57%
no	85	no	43%
total	196	total	100%

Anexo 5: ¿En cuál de las siguientes instituciones sufrió el problema?

Si su respuesta es Sí en la pregunta anterior, conteste la siguiente pregunta, si no pase a la siguiente.
¿En cuál de las siguientes instituciones sufrió el problema?

