

**Segundo ranking mercado financiero:  
LAS TARJETAS DE CASAS COMERCIALES TIENEN  
EL MAYOR NÚMERO DE RECLAMOS**

- El SERNAC recibió casi 16 mil reclamos contra el mercado financiero entre junio y octubre lo que implica un crecimiento de más de 15% comparando con el ranking anterior.
- La mayoría de los reclamos se concentran en las tarjetas de las casas comerciales.

Entre junio y octubre este año, el SERNAC ha recibido casi 16 mil reclamos contra el mercado financiero, lo que representa el 22% de todas las quejas que llegan al Servicio.

El SERNAC quiso analizar estos reclamos para saber cómo se están portando las empresas y qué están diciendo los consumidores a través de sus quejas. Para eso, realizó un ranking que ubica a las tarjetas no bancarias (multitiendas y supermercados) y a los Bancos en general, por el **índice de reclamos**.<sup>1</sup>

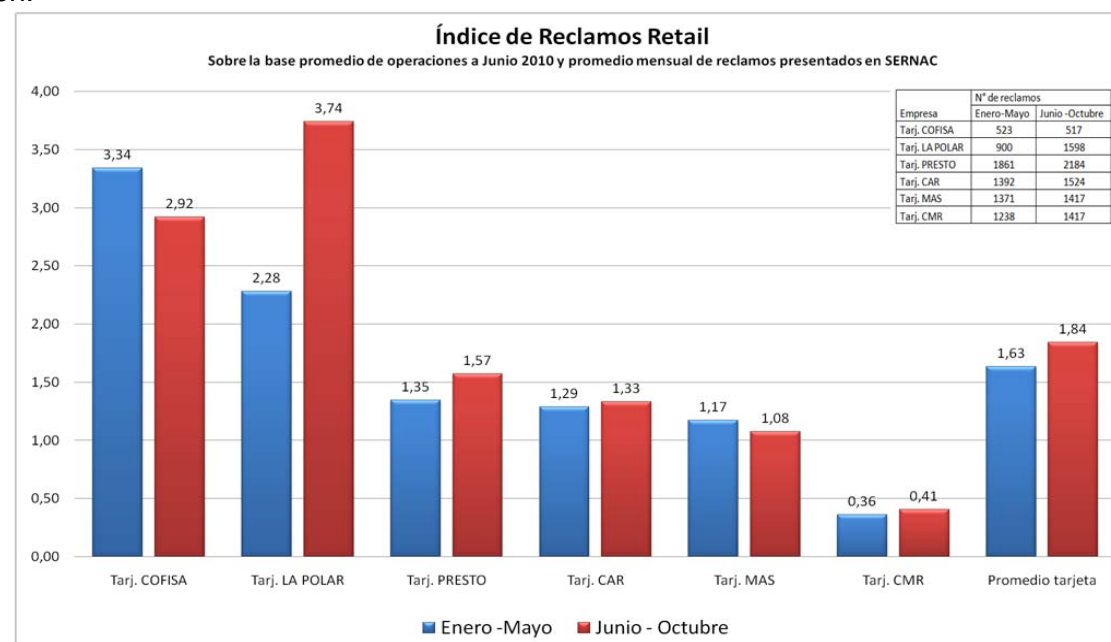
Este índice sirve para ordenar de manera objetiva los reclamos considerando el número de operaciones y deudores.

De los **15.730** reclamos recibidos contra el mercado financiero **entre junio y octubre de 2010** el **64% de los reclamos** se concentra en las tarjetas de crédito del retail, y el **32%** en los bancos. Las Cajas de Compensación ocupan un 3,34% de los reclamos y un 1,49% las Cooperativas de Crédito.

Respecto al ranking anterior, el volumen de reclamos aumentó en un **15,4%**, registrándose un aumento de **20%** en los reclamos contra el Retail y **12,1%** en la Banca.

**¿Cómo es el índice de reclamos del retail?**

Durante el período junio-octubre, el mayor índice de reclamos lo registra la Tarjeta LA POLAR (3,74), seguido por Tarjeta ABCDIN o COFISA (2,92) y tarjeta PRESTO (1,57). Repitiéndose estas empresas en los primeros índices de los ranking de ambos períodos pero en distinto orden.



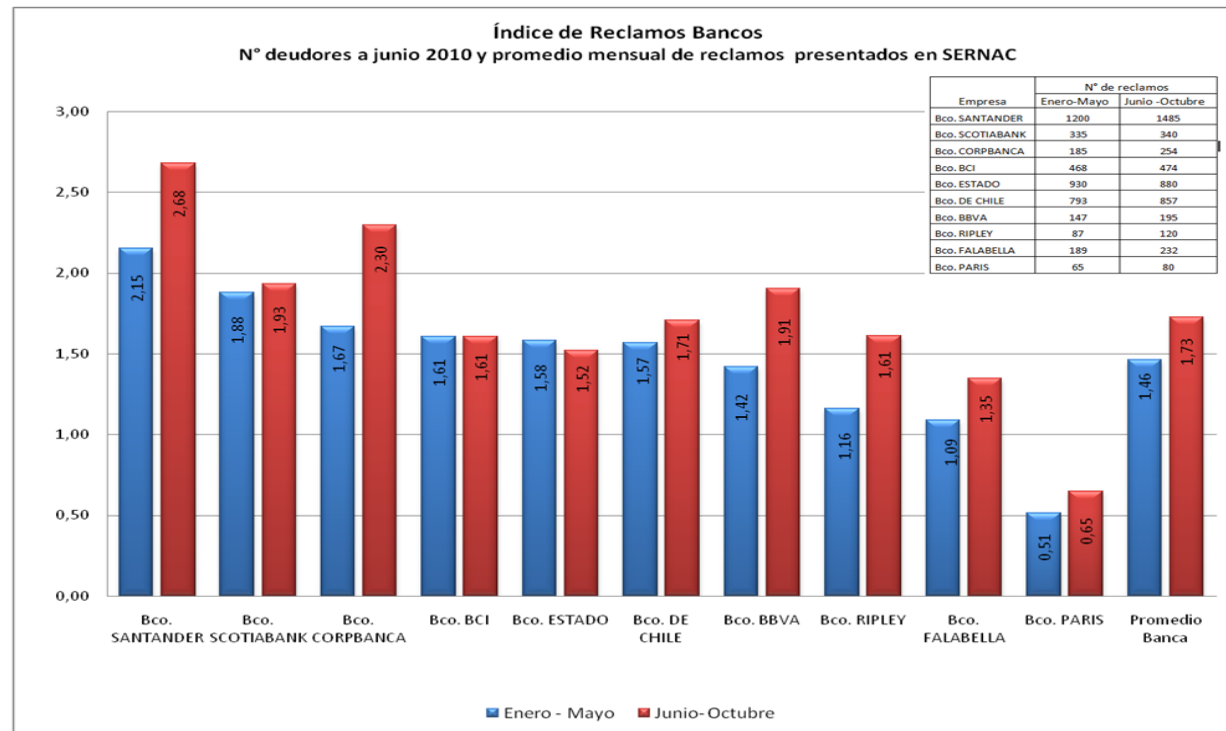
<sup>1</sup> Este índice ordena a las empresas considerando el número de reclamos por transacciones en el caso de las tarjetas del retail y por número de deudores en el caso de la Banca, lo que es estadísticamente más correcto que un ranking que sólo suma el número de reclamos. De lo contrario, la empresa que aparezca con más reclamos podría responder a su mayor número de clientes. En el caso de las multitiendas, este cálculo incluye el promedio mensual de reclamos y el promedio de las operaciones al segundo trimestre 2010 por cada 10.000 operaciones. En el caso de los Bancos, incluye los promedio mensual de reclamos y el número de deudores a junio 2010 por cada 10.000 deudores según Informe Trimestral de Presentaciones SBIF.

El mayor aumento de reclamos se detectó en tarjetas LA POLAR, quien subió su índice en un 64% (1,46ptos), seguido por Tarjeta PRESTO con 16,8% (0,23ptos) y tarjeta CMR (0,04ptos).

**¿Cómo se portan los bancos?**

El ranking lo lidera Banco Santander con un índice de 2,68 (1.485 reclamos totales), seguido de Banco Corbanca con un índice de 2,30 (254 reclamos totales) y Banco Scotiabank con 1,93 (340 reclamos totales).

Al comparar los resultados del índice entre períodos (enero-mayo 2010 y junio-octubre 2010) se verifica un aumento en los resultados en casi todas las instituciones. El mayor incremento de ellos se detecta en Banco RIPLEY 38,4% (0,45ptos), CORPBANCA 37,6% (0,63ptos) y BBVA 34,3% (0,49ptos). Repitiéndose estas empresas en los primeros índices de los ranking de ambos períodos pero en distinto orden.



**¿Qué reclaman los consumidores?**

Más del 80% de los reclamos corresponden a problemas de cobro (49,1%) y condiciones de contrato (32,2%).

Tanto en la Banca como en el Retail los consumidores se quejan de cobros indebidos, uso de productos en forma fraudulenta, cobro de comisiones que no se informan. En las multitiendas, se agregan los cobros por servicios no contratados como seguros, cobros por compras no realizadas, repactaciones sin consentimiento del consumidor, cobros por deudas inexistentes.

Los consumidores se quejan de incumplimiento en las condiciones contratadas como la dificultad para hacer efectivo los seguros, tanto en los Bancos como en las multitiendas. En éstas últimas, este ítem incluye también que no se reconoce la repactación o no llegan las cuentas como deberían.

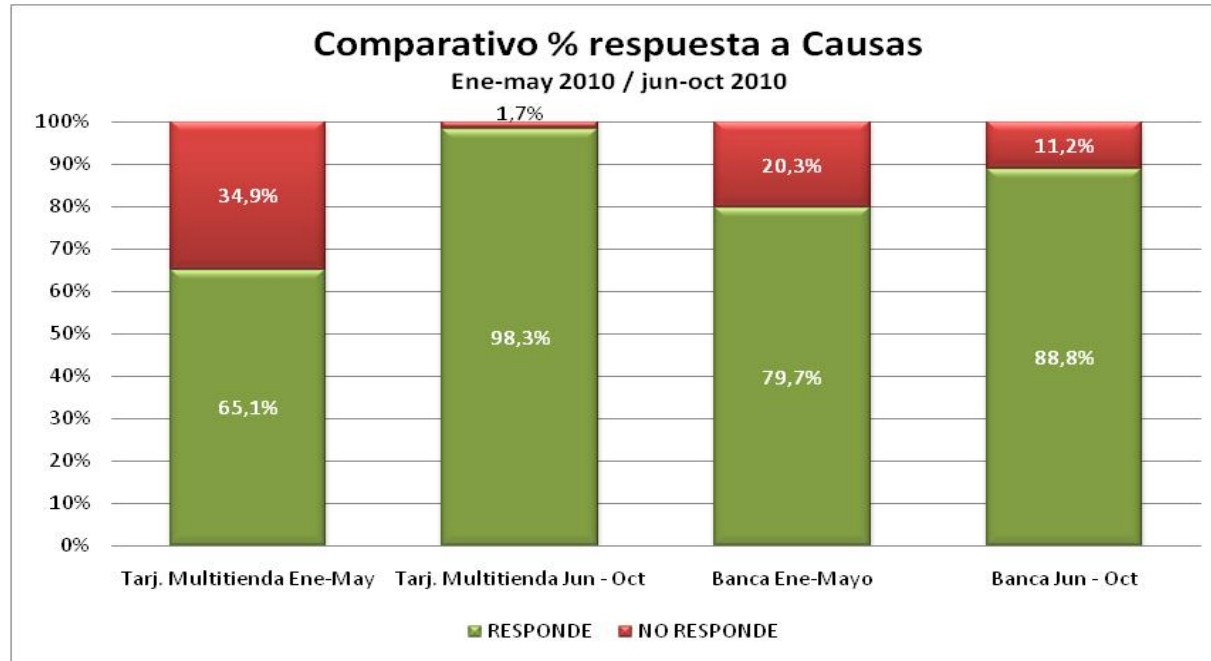
En los Bancos, también se registran reclamos por mala calidad del servicio como la imposibilidad de renunciar a productos, el mal funcionamiento de productos financieros (cajeros automáticos, tarjetas de crédito, etc.), derivación de sucursal en sucursal sin solucionar problema, aumento de deuda por tiempo de dar respuesta a clientes, imposibilidad de aplicar garantía, no solucionan problema presentado.



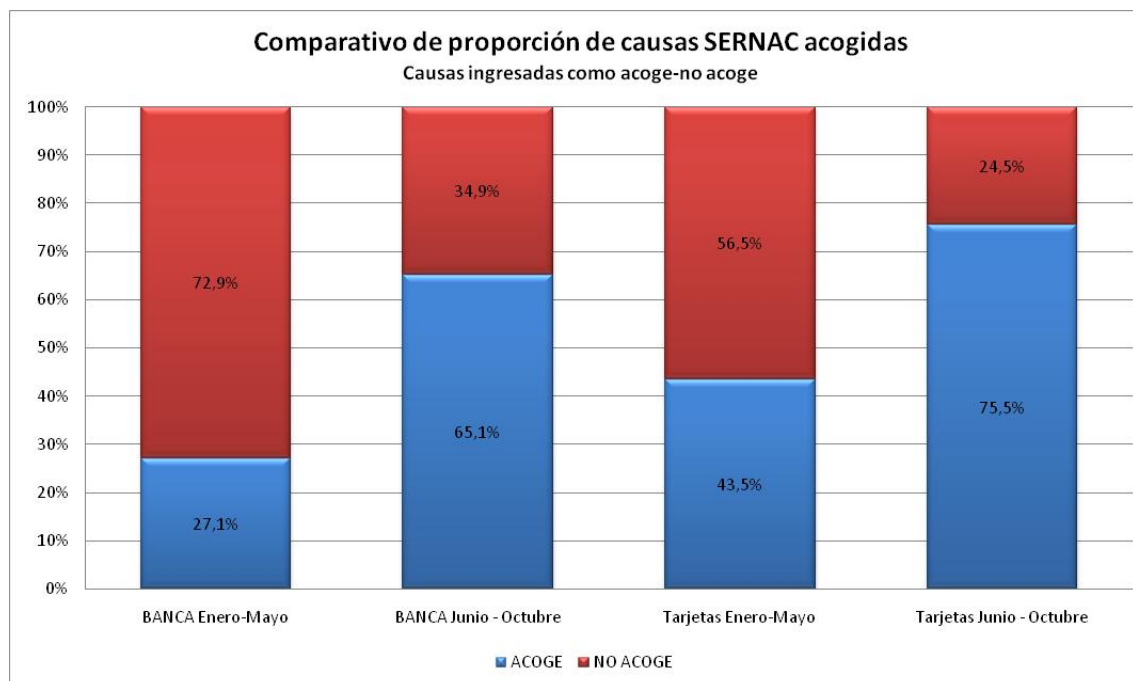
### ¿Cómo respondieron las empresas?

El SERNAC tiene la facultad de mediar entre los consumidores y empresas buscando soluciones oportunas y adecuadas antes de llegar a Tribunales.

En este proceso, de las empresas, las casas comerciales respondieron el 98,3% de los reclamos y los Bancos respondieron el 89% de los reclamos, lo que representa un aumento de 33,2 y 9,1 puntos porcentuales respectivamente al compararlos con el período anterior.



De los reclamos que sí tuvieron respuesta, el 65,1% tuvo una propuesta de solución por parte de la Banca, y el 75,5% tuvo respuesta positiva en las tarjetas de multitiendas.



### En conclusión:

Este ranking permitirá a los consumidores saber cómo se portan las empresas del mercado financiero y premiar con su contratación a quienes respetan sus derechos y resuelven sus problemas.

Asimismo, estos datos confirman los problemas de este mercado donde los consumidores sufren cobros indebidos, cargos que no aceptaron, dificultades para saber qué están pagando, cobranzas abusivas y cambios en las reglas del juego establecidas en los contratos.

Si bien en esta oportunidad, aumentó el índice de solución a los problemas de los consumidores, también hay un aumento de los reclamos y cada queja puede esconder un universo de consumidores afectados por el mismo problema, pero que no se atrevieron a estampar su queja. No basta que las empresas se porten bien con el SERNAC. Deben portarse bien con los consumidores, en el mercado.

El SERNAC espera que este ranking sirva para que las empresas aprendan a escuchar sus reclamos y eliminar las causas de raíz en beneficio de todos sus clientes.

PRENSA SERNAC  
351 9545

