

Universidad de Concepción
Campus Los Ángeles
Departamento de Gestión Empresarial



ANÁLISIS A LAS TARJETAS DE CRÉDITO DE RETAIL EN EL MERCADO CHILENO

SEMINARIO PARA OPTAR AL TÍTULO DE CONTADOR AUDITOR CON GRADO
ACADÉMICO DE LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Seminaristas : Constanza Javiera Sáez Sanhueza
Jean Paul Troncoso Panes
Profesor Coordinador : Fernan Andrés Vásquez González
Profesor Guía : Carlos Fernando Silva Medina
Profesor Informante : Víctor Alfonso Solar Pérez

Los Ángeles, diciembre de 2018

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a todos mis profesores que me han dado las herramientas fundamentales con las cuales me desenvolver como una profesional integra en un futuro cercano, en especial a el profesor Jorge Sandoval y a el profesor Carlos Silva Medina por su gran pedagogía y preocupación de que los alumnos aprendan.

También quiero agradecer a Jean Paul Troncoso, amigo y compañero, quien trabajó conmigo, brindándome su tiempo, amistad, y por sobre todo paciencia, en las constantes dificultades que tuvimos que atravesar para llevar a cabo esta importante tarea.

Para finalizar quiero agradecer a mi madre quien me ha apoyado siempre y quien me enseñó a jamás rendirme hasta lograr mis objetivos y a todas las personas que me han apoyado.



Constanza Javiera Sáez Sanhueza

AGRADECIMIENTOS

Una vez llegado a esta etapa final, me gustaría agradecer a todos los profesores que me han hecho clases, por su dedicación y disponibilidad de ayudar. Además, agradecer a las personas que me han apoyado durante toda la carrera universitaria, en especial a Constanza Javiera Sáez Sanhueza por su paciencia y todas esas horas de trabajo en conjunto.

01001100 01101001 01100010 01100101 01110011 01110101 01100001
01100100

Jean Paul Troncoso Panes

DEDICATORIA

A mis hermanos Nicolás, Dania y Consuelo y mi madre Paulina quienes son el motor de mi vida, mi fuerza y esperanza.

Constanza Javiera Sáez Sanhueza



GLOSARIO

- BCCH: Banco Central de Chile, 14, 27, 36, 37, 120
- CAE: Carga Anual Equivalente, 3, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 110, 111
- CNFBCCH: Compendio de Normas Financieras del Banco Cenral de Chile, 30, 31, 32, 34
- DFL: Decreto con fuerza de ley, 17
- EFH: Encuesta Financiera de Hogares, 2, 41, 53
- Fee: Tasa o comisión porcentual, 21
- IEC: International Electrotechnical Commission, 14, 122
- ISO: International Organization for Standardization, 14, 122
- LOC: Ley Órgánica Constitucional del Banco Central de Chile, 27
- PNR: Monto total de pagos anuales efectuados, 37
- POS: Point of sale, 20, 21, 23
- RFID: Radio Frequency Identification, 13, 15
- RI: Reserva de liquidez, 37
- SAG: Sociedad de apoyo la giro, 27, 28, 29, 65
- SERNAC: Servicio Nacional del Consumidor, 32, 78, 117
- Switch: Red de almacenamiento de datos para intercambio entre emisor y adquirente, 21
- TDLC: Tribunal De Libre Competencia, 22
- TMC: Tasa Máxima Convencional
- TPV: Terminal Punto de Venta, 13
- UF: Unidad de Fomento, 31, 36, 37, 93, 96

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	1
DEDICATORIA	2
GLOSARIO	3
FORMULACIÓN Y DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	3
1. Limitaciones del alcance del trabajo	3
2. Fundamentación del tema	3
3. Objetivo general.....	4
4. Objetivos específicos.....	4
5. Metodología de trabajo	5
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1: MARCO CONCEPTUAL	7
1.1. Desarrollo histórico.....	8
1.1.1. Historia en Chile	10
1.1.2. El futuro de la tarjeta de crédito	11
1.2. ¿Qué son las tarjetas de crédito?.....	12
1.2.1. Características de las tarjetas.....	13
1.3. Descripción física de las tarjetas de crédito.....	13
1.4.1. Formato ID-1	13
1.4.2. Tecnología de lectura	13
1.4. Tipos de tarjeta de crédito	14
1.5.1. Tipos de tarjetas de crédito según reglamento de tarjetas de crédito.....	15
1.5. Diferencia entre una tarjeta de crédito y una tarjeta de débito.....	16
1.6. Beneficios de las tarjetas de crédito	17
1.7. Requisitos para obtener una tarjeta de crédito.....	17
1.8. Funcionamiento del mercado de las tarjetas de crédito	18
1.8.1. Descripción del sistema de tarjetas en Chile	20
1.8.2 Ingresos percibidos por los actores del mercado.....	22
1.8.3 Costos involucrados en cada rol.....	23
❖ RESUMEN	24

CAPITULO 2: MARCO TEÓRICO	26
1.1.1. Regulación y Fiscalización	27
2.2. Empresas autorizadas a emitir tarjetas de crédito bancarias y no bancarias.....	28
2.3. Operadores de tarjetas de crédito	29
2.4. Inscripciones.....	29
2.4.1. Inscripción en el Registro de Emisores de Tarjetas de Crédito	29
2.4.2. Inscripción en el Registro de Operadores de Tarjetas de Crédito.....	30
2.5. Contratos.....	31
2.5.1. Contrato de los emisores con los titulares de las tarjetas de crédito.....	31
2.5.2. Contrato entre emisor y operador	31
2.5.3. Contrato de los emisores u operadores con las entidades afiliadas.....	32
2.6. Pérdida, hurto, robo, falsificación o adulteración de la tarjeta	33
2.7. Sanciones.....	33
❖ RESUMEN	34
CAPITULO 3: Análisis de deudas	36
3.1. Encuesta Financiera de Hogares	37
3.1.1. Tenencia de deudas totales.....	37
3.1.2. Tenencia de Deuda de consumo	42
3.1.3. Uso y frecuencia de los medios de pago	50
CAPITULO 4: Análisis al uso de las tarjetas de crédito	53
3.2. Evolución de tarjetas de crédito vigentes respecto a cada casa comercial	54
3.2.1. Tarjetas de crédito FALABELLA.....	54
3.2.2. Tarjetas de crédito CENCOSUD	59
3.2.3. Tarjeta de crédito RIPLEY	62
3.2.4. Tarjeta de crédito HITES.....	64
3.3. Tipos de operaciones que se efectúan con las tarjetas de crédito referente a los montos transados anualmente por emisor	65
3.4. Emisores de tarjetas.....	71
3.4.1. Emisores de tarjeta de crédito no bancarias	71
3.4.2. Sociedades de apoyo al giro bancario (tarjetas bancarias).....	71
3.5. Mora.....	72
3.6. Nivel de satisfacción de los usuarios asociado a los reclamos.....	75
3.6.1. Evolución de los reclamos de las tarjetas de crédito de Retail	75

3.6.2.	Principales motivos de reclamos.....	78
3.6.3.	Reclamos por marca de la tarjeta de crédito.....	79
3.6.4.	Tasa de reclamos por marca de tarjeta de crédito.....	80
3.6.5.	Ranking de reclamos en tarjetas de crédito. TABLA N°4: ranking de reclamos en todas tarjetas de crédito asociadas al Retail.....	81
❖	RESUMEN.....	82
CAPÍTULO 5: FACTORES A CONSIDERAR AL ADQUIRIR Y HACER USO DE LA TARJETA DE CREDITO		84
.....		
5.1	Adquisición de una tarjeta de crédito.....	85
5.1.1.	Condiciones generales de una tarjeta de crédito según contratos de apertura.....	85
5.2	Uso de la tarjeta.....	89
5.2.1	Costos asociados al uso de la tarjeta de crédito.....	89
5.2.2	Mensualidad o valor cuota.....	91
5.2.3	Carga anual equivalente (CAE).....	93
5.2.5	Comprobación de mensualidades y CAE de casas comerciales.....	97
5.2.5	Costo monetario Prepago.....	112
5.2.6	Refinanciamiento de mensualidad.....	114
CAPITULO 6: CONCLUSIONES		117
Bibliografía y Linkografía		122
ANEXOS		126
ANEXO N°1	127
ANEXO N°2	129
ANEXO N°3	131
ANEXO N°4	132
ANEXO N°5	133
ANEXO N°6	134
ANEXO N°7	135
ANEXO N°8	136
ANEXO N°9	137

FORMULACIÓN Y DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

1. Limitaciones del alcance del trabajo

Este trabajo está limitado a las tarjetas de crédito de casas comerciales tomando como muestra cuatro casas comerciales establecidas en Chile: RIPLEY, FALABELLA, HITES y CENCOSUD, para lo cual examinaremos de manera general los siguientes contenidos: la incorporación de las tarjetas de crédito al mercado de medios de pago en Chile, las principales características que las distinguen como tales, el funcionamiento del mercado en el cual circulan, quienes están autorizados para emitir tarjetas de crédito en Chile según la normativa aplicable, la tenencia de deudas de las familias chilenas tomando como base la EFH, la evolución del uso de las tarjetas de créditos, el comportamiento de la mora en el tiempo, la satisfacción de los clientes por el uso de la tarjeta de crédito e información primordial que debe manejar el usuario.

No se analizarán los servicios financieros, solo compras de bienes de consumo en tiendas de Retail emitidas en Chile.

Este seminario no pretende adentrarse en el análisis de un tema específico sobre las tarjetas de crédito de casas comerciales sino mas bien busca orientar a los tarjetahabientes sobre todo lo que conlleva el tener y usar este medio de pago.

2. Fundamentación del tema

Con el transcurso de los años en un mundo continuamente cambiante resulta indispensable el tener un conocimiento y manejo adecuado respecto de las tarjetas de créditos como uno de los tantos medios de pago existentes para efectuar transacciones, dado que las empresas a nivel mundial lo han incorporado como uno de sus principales servicios que ofrecen a sus clientes. Por lo anterior resulta de

suma importancia realizar un análisis de lo que es una tarjeta de crédito, el uso de esta, su emisión respecto tiendas de Retail, las leyes a las que se encuentran sujetas, las tasas, cargos, comisiones, entre otros valores monetarios que tiene asociado el servicio. Todo esto como una pequeña arista de las tantas que componen el tema.

Cabe mencionar que las entidades comerciales como lo son: FALABELLA, HITES, RIPLEY y CENCOSUD cuentan con este servicio que les genera un no menos importante ingreso financiero, a tal grado es la importancia de este servicio que hoy en día aparte de poder utilizarla para adquirir bienes de consumo sin la necesidad de contar con dinero en efectivo para cancelar de inmediato, se han asociado con compañías de nivel mundial como lo son VISA Y MasterCard, que permiten su uso de manera internacional otorgando una serie de beneficios. Además, se ha implementado la modalidad de sumar puntos para después poder canjearlos y la opción de poder solicitar avances en efectivo, todo esto entre las tantas cosas que se encargan de agregar valor al producto ofrecido a los clientes.

Desde la perspectiva del usuario de la tarjeta de crédito, esta adquiere importancia a la hora de evaluar el endeudamiento personal de cada individuo, por lo que es fundamental para el cliente saber si le es conveniente hacer uso de ella y en qué casas comerciales adquirirlas. En ese sentido realizar un análisis de los montos totales a pagar por el cliente, permitirán a la población tener una idea adecuada de lo que realmente significa tener una tarjeta de crédito no bancaria en su poder.

3. Objetivo general

El objetivo de este seminario es analizar el funcionamiento y factores que intervienen en la utilización de la tarjeta de crédito de casas comerciales, de manera tal que podamos proporcionar información respecto del impacto que generan en las casas comerciales y las personas

4. Objetivos específicos

- Estudiar normativa vigente (leyes o reglamentos de tarjetas de créditos).
- Entender el funcionamiento del mercado de tarjetas de crédito en Chile.

- Conocer la tenencia deudas de las familias chilenas.
- Procesar e interpretar datos obtenidos de la SBIF referente a montos de deuda, mora y montos de operaciones efectuadas con tarjeta de crédito.
- Conocer el nivel de satisfacción de los clientes a través del análisis de los reclamos.
- Verificar datos asociados a la compra de bienes en sociedades objeto¹.
- Otorgar información sobre las condiciones de crédito de las sociedades objeto.

5. Metodología de trabajo

- Recopilar y analizar información contenida en reglamentos, leyes, compendios.
- Reunir y procesar datos de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, Banco Central de Chile, Servicio Nacional del Consumidor Financiero.
- Realizar gráficos con información recolectada.
- Realizar ejercicios matemáticos.



¹ FALABELLA, RIPLEY, CENCOSUD e HITES

INTRODUCCIÓN

Desde la edad antigua el humano ha tenido la necesidad de cosas materiales. Cuando se descubrió la agricultura las comunidades utilizaban los excedentes de las cosechas para intercambiarlas por bienes que otras comunidades tenían como excedentes. En ese momento nació el trueque. El trueque tuvo varias desventajas, entre las que destacan: las personas tenían que coincidir en la misma necesidad de mercancías ofertadas, los bienes eran perecibles y a veces difíciles de juntar. Posteriormente se comenzaron a utilizar metales preciosos (oro) u otro tipo de objetos duraderos como forma de pago. Más tarde, con las innovaciones del transporte era más fácil llevar grandes cantidades de metales preciosos a otros lugares del mundo.

En el año 1950 el señor Fran X Mcmara cenaba en un restaurante con sus amigos, al momento de pagar se dio cuenta de que había olvidado su billetera con dinero, de manera que pidió prestado para poder pagar. En ese momento él tuvo la idea de que las personas pudieran postergar el pago mediante un crédito asociado a ellos. Un año más tarde fundó Diners Club International, la primera compañía de tarjetas de crédito del mundo. Esto otorgó seguridad a las personas, ya que antiguamente no existían los cajeros automáticos y había que ir al banco para retirar dinero, además de tener la posibilidad de pagar bienes o servicios a distancia.

No hay duda de que hoy en día las tarjetas de crédito han influido fuertemente en el hábito de las personas y todo apunta que lo seguirán haciendo por mucho tiempo más. Muchas cosas no pueden ser compradas sino es mediante tarjetas de crédito, el mejor ejemplo: comprar bienes o servicios a través de internet.

En este trabajo de investigación revisaremos un poco de historia respecto a la evolución de los medios de pago, analizaremos las normas aplicables a las tarjetas de créditos y a sus emisores, y aprenderemos cómo funciona el mercado de las tarjetas. Lo anterior, para tener una noción general respecto de su funcionamiento.

CAPÍTULO 1: MARCO CONCEPTUAL



1.1. Desarrollo histórico

Existen diversas teorías acerca de su origen por lo cual autores como Sarmiento Ricausti Hernando sostienen que las primeras tarjetas de crédito se emitieron a clientes distinguidos de prestigiosos hoteles en países europeos como Alemania, Inglaterra y Francia, siendo el sistema operativo el siguiente: se les propinaba a los clientes una credencial con la que podría cancelar los gastos de hospedaje y alimentación; en este proceso intervienen el hotel que otorgaba el crédito, y el cliente que lo usaba por un plazo fijo; en caso de insolvencia el hotel corría con todos los riesgos, por lo que tuvo una aplicación muy reducida. En consecuencia, la idea más aceptada dice que su origen se encuentra en Estados Unidos país en el cual en 1914 se registró la primera emisión de una tarjeta de crédito a manos de la empresa Western Union con el propósito de asegurarles a los usuarios una atención preferencial y otorgarles además la posibilidad de que efectuarán un pago diferido, con esto se dio inicio a la fase introductoria del producto al mercado.

Posteriormente dado el éxito obtenido por las tarjetas Western Union otras empresas norteamericanas se sumaron a esta iniciativa, así como General Petroleum Corporation que en 1924 emitió una tarjeta de crédito destinada a sus empleados y clientes seleccionados para comprar gasolina, y American Telephone & Telegraph en 1929 emitió la tarjeta denominada Bell destinada a identificar a sus principales clientes y autenticar sus telegramas. La idea original bajo la cual funcionaban estas tarjetas era igual a la que emplean hoy en día las tiendas comerciales, es decir sin la intervención de instituciones bancarias dado que su único objetivo eran el otorgamiento de un trato preferente y la oportunidad de realizar un pago diferido respecto a las compras y servicios efectuadas por los clientes.

En octubre 1929 debido a la crisis ocasionada por el denominado martes negro que marcó el inicio de la gran depresión se produjo un aumento de la morosidad, además sumado a esto se presentó la emisión del Reglamento W de la Federal Reserve Board, que restringe el uso del instrumento hasta el final de la Segunda

guerra mundial, estos factores influyeron negativamente en su fase introductoria por lo que se produjo un descenso notorio en el uso de este instrumento de pago.

Su empleo renace con fuerza en 1947, de la mano de compañías ferroviarias y líneas aéreas especiales que facilitaban la adquisición de sus pasajes. Este tipo de tarjetas se diferenciaban de las actuales, dado que introdujeron un tercer elemento a la relación bilateral que existía, la ya conocida entidad financiera, quien era la encargada de otorgar el crédito al cliente y, además, agiliza los pagos a los establecimientos afiliados.

Sin embargo, fue en 1949 con la fundación de Diner's Club a manos de Frank X. McNamara y sus socios, quienes unieron la búsqueda de un sistema seguro y personal de pago a crédito junto con la comodidad de pagar en varios establecimientos con la misma tarjeta, teniendo como objetivo específico el pago en restaurantes, hoteles y moteles, que se creó la primera tarjeta de crédito similar a la que se conoce en la actualidad. Dado que el rol de la empresa radica en actuar de intermediario entre el establecimiento y el cliente, cobrando una comisión por transacción al primero y una comisión de mantenimiento al segundo a cambio de un pago aplazado a final de mes sin intereses.

Debido al éxito obtenido por la empresa las entidades bancarias decidieron copiar su modelo por lo que en 1951 Franklin National Bank de New York (EE.UU) emite la primera tarjeta de crédito bancaria, ella identificaba el número de cuenta corriente del cliente y su línea de crédito, los establecimientos comerciales copiaban los datos de los clientes en un formulario especial, luego depositaban el formulario en su cuenta corriente del mismo banco y se les abonaba los valores correspondientes, previa deducción de la comisión acordada. Posteriormente en 1958 se introduce al mercado la tarjeta estadounidense American Express, la cual fue emitida por una agencia de turismo del mismo nombre, la que más tarde se transformaría en una empresa financiera de gran importancia hasta nuestros días. En 1965 el Bank of America de la ciudad de California en alianza con otros bancos emite la tarjeta Bankamericard, la cual en 1977 cambiaría su nombre a Visa. Un año después se crean los programas de computación para el empleo de tarjetas de créditos y en

1967 un grupo de bancos locales del Oeste de EE. UU se unieron para crear Master Charge, que luego pasaría a llamarse MasterCard.

1.1.1. Historia en Chile²

En 1975 la industria del Retail introduce las primeras tarjetas de crédito destinadas al financiamiento de las compras en sus propios establecimientos, tres años después la empresa Diner's Club Chile introduce al país las primeras tarjetas de amplia aceptación. En 1979 se constituye Bancard Administradora de Tarjetas de Crédito, que logró obtener la autorización del ministerio de Economía, esta empresa dio impulso a la emisión bancaria de tarjetas de crédito y además potenció de gran manera la afiliación de comercios aceptantes de plásticos al país, en ese mismo año la SBIF otorgó el permiso a los bancos para funcionar como operadores de tarjetas.

Los primeros bancos emisores de tales instrumentos fueron el Banco Hipotecario y de Comercio (Diners Club) en el año 1979 seguidos por los Bancos de Talca y Concepción (Visa). En 1983 la emisora Diners Club Chile fue adquirida por CITICORP (sociedad que sería adquirida en el 2007 por el Banco de Chile), luego en 1986 la reforma a la LGB³ permite la constitución de Sociedades de Apoyo al Giro Bancario, lo que permitió facilitar la constitución de redes compartidas entre los bancos. En el año 1987, la empresa Fincard inicia la emisión de la Tarjeta Magna (la cual sería adquirida a principios de los noventa por el actual Banco Santander).

Como suceso fundamental para el sistema de tarjetas de crédito en el país en 1989 siete entidades bancarias constituyen la empresa de apoyo al giro Sociedad Interbancaria Administradora de Tarjetas de Crédito S.A., la que luego sería lo que hoy se conoce como Transbank S.A. Los dos años siguientes la nueva empresa se dedicó a realizar negociaciones con la principal operadora de tarjetas de la época, Bancard y con los emisores bancarios, incorporando nuevas marcas a su operación

² https://www.sbif.cl/sbifweb/internet/archivos/publicacion_7256.pdf

³ Ley General de Bancos

(Visa, Diners Club, MasterCard y Magna) y ampliando sustantivamente la red establecimientos comerciales afiliados.

A comienzos del año 2000 las tarjetas asociadas al Retail, amplían su cobertura permitiendo su operación como instrumentos de pago y crédito fuera de los comercios relacionados al emisor. La emisión de tarjetas no bancarias para ese entonces venía aumentando su número, la penetración en nuevos segmentos de la población e importancia respecto de los instrumentos bancarios.

El origen de la tarjeta de crédito se encuentra a inicios del siglo XX en países europeos como Francia, Inglaterra y Alemania, por hoteles distinguidos, quienes entregaban a algunos de sus clientes una especie de credencial con la que podían pagar de manera diferida sus gastos de hospedaje y alimentación. Esta manera de operar empezó a tener problema porque algunos clientes no pagaban sus cuentas y el hotel tenía que correr con todos los gastos ya que no contaba con ningún respaldo.

1.1.2. El futuro de la tarjeta de crédito

Actualmente las tarjetas de crédito y de débito se siguen renovando. Poco a poco se ha ido dejando de utilizar la banda magnética por los chips, mucho más seguros. Más si cabe es la estandarización de la tecnología RFID, que permite el pago contact-less. Esta forma de pago permite realizar compras acercando la tarjeta al terminal TPV, sin introducirla en el lector ni pasarla por el lector de bandas magnéticas.

Asimismo, también surgen nuevos sistemas de pagos en Internet alternativos a la tarjeta de crédito, como por ejemplo Nimble.

1.2. ¿Qué son las tarjetas de crédito?

- Para tener una definición precisa de lo que son tomaremos como base el reglamento ⁴sobre tarjetas de crédito y los contratos de apertura de las casas comerciales.
- Primeramente, diremos que por “emisor” debemos entender las empresas bancarias y sociedades financieras, las cooperativas de ahorro y crédito y demás entidades que, habitualmente (conforme a la ley), emitan y pongan en circulación tarjetas de crédito bancarias y tarjetas de crédito no bancarias.
- Asimismo, entenderemos por operador una persona jurídica que presta a un emisor servicios relacionados con la autorización y registro de las transacciones que hagan los titulares de una tarjeta.
- De igual forma entenderemos por “titular” o “usuario” la persona que contrata una tarjeta de crédito
- Luego, una tarjeta de crédito es cualquier instrumento que permite a su titular o usuario obtener un crédito otorgado por un emisor para adquirir bienes o pagar servicios en entidades que estén afiliadas con un emisor u operador de tarjetas de crédito

Otra definición según las normas financieras del Banco Central de Chile⁵

Define las tarjetas de crédito como un instrumento, dispositivo físico o electrónico y que cuente con un sistema de identificación. Tal instrumento o dispositivo permite al titular disponer de un crédito para adquirir bienes o pagar servicios, en los establecimientos comerciales o empresas de servicios que estén afiliados al sistema, es decir, entidades que acepten dicho instrumento o dispositivo como medio de pago.

⁴ Decreto 44 de julio de 2012

⁵ Compendio de normas financieras BCCH Capítulo III – J.1 Emisión de tarjetas de pago

1.2.1. Características de las tarjetas

Son intransferibles y deben contener como mínimo lo siguiente:

- Marca
- Nombre del emisor
- Numeración codificada⁶
- Nombre del titular o persona autorizada a usarla (Adicional)

1.3. Descripción física de las tarjetas de crédito⁷

Su tamaño se encuentra definidos por la Organización Internacional de Normalización (ISO) y por la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC), esta última tiene como objetivo la normalización en los campos de: eléctrico, electrónico y tecnologías relacionadas.

1.4.1. Formato ID-1

Este formato se utiliza comúnmente para las tarjetas de pago (crédito y débito) y su tamaño estándar es de 85,60 x 53,98 mm y un grosor de 0,76 mm. Además, deben tener sus esquinas redondeadas.

1.4.2. Tecnología de lectura⁸

- 1) Banda magnética: la información se codifica en una banda o cinta de color negro. Son bastante populares y de bajo costo.
- 2) Chip RFID: Identificación por Radio Frecuencia por sus siglas en inglés. La información se transmite mediante ondas de radio. También son llamadas tarjetas Contact-less por no necesitar contacto físico con el lector de tarjeta.

⁶ ISO / IEC 7812

⁷ ISO/IEC 7810:2003

⁸ <https://www.tarjenova.com/tarjetas-plasticas/tecnologia-de-lectura/>

- 3) Chip de contacto: Contiene un microprocesador (chip) muy pequeño que proporciona identificación, autenticación, almacenamiento y procesamiento de datos. Utiliza clave de acceso o PIN.

1.4. Tipos de tarjeta de crédito

Autores como Julio Simon⁹ establecen que las tarjetas de crédito se pueden clasificar de la siguiente manera:

a) Por el servicio que conceden:

- Rotativo: el cliente es poseedor de un cupo mensual para consumir, y a medida que se va pagando, se va renovando el cupo que tendrá disponible para su uso.
- Diferido: el cupo de la tarjeta es independiente de cuando se efectúen los pagos, por lo que a través de esta modalidad el cliente puede posponer el pago de los bienes o servicios adquiridos en un número determinado de meses, acordados entre el cliente y el emisor de la tarjeta.

b) Por el tipo de entidad emisora:

- Bancarias: corresponden a las tarjetas de crédito emitidas por entidades bancarias
- No bancarias: a diferencia de las bancarias, estas son emitidas por entidades financieras o de crédito
- Mixtas: son aquellas tarjetas que bajo un mismo nombre emiten y procesan las informaciones de las tarjetas que emiten los bancos afiliados al sistema, como ejemplo se puede dar a la compañía visa, que trabaja con diversas entidades en el país
- Propias: con estas tarjetas el emisor busca facilitar el consumo a sus clientes de modo de fidelizarlos, lo esencial de esta tarjeta es que solo puede ser

⁹ Simón, Julio A. (1990). Tarjetas de Crédito. Editorial Abeledo-Perrot. Caracas.

usada en el establecimiento que la emitió, tarjetas como Corona y Tricot son ejemplos de ello.

c) Por el ámbito del objetivo¹⁰:

- Universales: ellas permiten el consumo de cualquier tipo de bienes y servicios.
- Particulares: permiten el consumo de un determinado bien o servicio en distintos establecimientos.

d) Por el ámbito de acción territorial:

- Nacionales: estas tarjetas solo pueden ser usadas para realizar compras dentro del país.
- Internacionales: son las tarjetas que pueden ser usadas para realizar compras en diferentes partes del mundo.

1.5.1. Tipos de tarjetas de crédito según reglamento de tarjetas de crédito¹¹

a) Tarjeta de crédito bancaria

Conforme al reglamento de tarjetas de crédito, las tarjetas de crédito bancarias son las emitidas por una empresa bancaria o cooperativa de ahorro y crédito fiscalizada por la SBIF.

Ahora bien, según dispone el mismo reglamento, el concepto de empresa bancaria es bastante amplio y comprende a las (i) sociedades filiales de un banco o una sociedad financiera que preste servicios financieros, y (ii) también las sociedades de apoyo al giro que figuren como filiales de un banco, o donde dicho banco sea accionista.

¹⁰ Referido a los tipos de bienes que son posibles de adquirir con la tarjeta

¹¹ Decreto 44, Julio 2012

La ley¹² agrega que, las sociedades de apoyo al giro son aquellas que actúan de intermediario y pueden realizar algunas operaciones de giro bancario con el público, excepto captar dinero. Si tales sociedades realizan actividades relacionadas con medios de pago, podrán prestar servicios a los emisores u operadores de los medios de pago que sean fiscalizados por la SBIF¹³.

b) Tarjeta de crédito no bancaria

En virtud del mismo reglamento, se define como aquella que es emitida por empresas distintas de las mencionadas en la definición anterior y que puedan o no ser fiscalizadas por la SBIF. En el complemento de la definición anterior podemos encontrar empresas no bancarias, filiales de empresas bancarias o de sociedades financieras que no presten servicios financieros.

1.5. Diferencia entre una tarjeta de crédito y una tarjeta de débito¹⁴

La tarjeta de crédito es un medio de pago en el cual el cliente tiene acceso a utilizar un monto¹⁵ determinado otorgado por la entidad emisora de la tarjeta para efectuar compras y solicitar avances en efectivo, en cambio la tarjeta de débito es un medio de pago el cual el cliente utiliza el dinero propio que tiene depositado en ella, por lo no debe incurrir en el pago de intereses relacionados al crédito.

¹² Letra b) del artículo 74 de la Ley General de Bancos DFL N°3, 1997

¹³ Inciso segundo del artículo 2 del DFL N°3 DE 1997

¹⁴ <http://www.clientebancario.cl/clientebancario/tarjeta-de-credito-diferencias-tarjeta-debito.html>

¹⁵ Monto que se encuentra afecto a intereses si no se efectúa su pago en la fecha de vencimiento establecida

1.6. Beneficios de las tarjetas de crédito¹⁶

Toda tarjeta de crédito ofrecida por una tienda comercial tiene una serie de beneficios que las personas podemos aprovechar a la hora de comprar en el comercio. Al analizar los beneficios que otorgan estos establecimientos se tiene que los más comunes son:

- Comprar a distintas cuotas (pagar de manera diferida)
- Realizar avances en efectivo o súper avances
- Acceder a ofertas en la tienda
- Obtener descuentos en locales asociados
- Contratar seguros
- Obtener tarjetas adicionales
- Acumular puntos
- Realizar compras en el sitio web
- Obtener un aumento de cupo disponible
- Realizar compras en el extranjero (Visa, MasterCard)

1.7. Requisitos para obtener una tarjeta de crédito

Los principales factores de evaluación para el otorgamiento de crédito según las empresas emisoras están asociados a: acreditación de renta, verificación de buen comportamiento externo, verificación de domicilio y teléfono de red fija y tramo de edad según actividad comercial del cliente, factores que varían de una empresa a otra. Finalmente, en función del nivel de bancarización del cliente, se asigna el cupo de línea de crédito inicial.

¹⁶ Páginas web de cada tienda comercial

1.8. Funcionamiento del mercado de las tarjetas de crédito¹⁷

Existen diferentes actores que intervienen en el mercado de las tarjetas de crédito cuando una persona se dirige al comercio y realiza una compra de un bien de consumo, a continuación, se explican cada uno de ellos:

- a) Marca de la tarjeta: Estas compañías otorgan una licencia a los emisores de tarjetas de crédito bancarias y no bancarias otorgándole la facultad para emitir tarjetas bajo una determinada marca. Las marcas más tradicionales en Chile son: Visa, MasterCard, American Express, Diners Club.
- b) Emisores bancarios: Entidades bancarias o sociedades financieras.
- c) Emisores no bancarios: Pueden ser casas comerciales que emiten tarjetas de crédito a través de alguna sociedad que es creada exclusivamente para ello.
- d) Tarjetahabiente: Son los consumidores o clientes de las empresas comerciales, ellos demandan los créditos para la compra de bienes de consumo.
- e) Operadores de tarjetas de crédito: Son los administradores de las tarjetas de crédito o débito del país y su función es manejar la información derivada del uso de las tarjetas. También otorgan el servicio de red que hace posible la conexión entre comercios, emisores, marcas y operadores de tarjetas.

En Chile existen algunos operadores de tarjeta, uno de ellos es Transbank que se dedica al procesamiento y autorización de transacciones efectuadas con tarjetas de crédito y débito de los bancos y comercios a través de la afiliación con estos últimos. También hace una captura electrónica de estas transacciones

Otro operador importante es Nexus S.A, este proporciona servicios de administración y procesamiento de tarjetas de crédito (no débito).

¹⁷ https://fae.usach.cl/fae/docs/boletinEstudiosSec/Boletin_2.pdf

Actualmente administra las tarjetas de crédito que sean Visa, MasterCard o American Express.

- f) Comercio: Son las entidades encargadas de proveer los bienes o servicios a los consumidores
- g) Reguladores: Son los encargados de dictar normas y supervisar el mercado de tarjetas de crédito y débito. En Chile los organismos que tienen estas funciones son el Banco Central de Chile (Dicta normas a los bancos) y la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (Dicta normas y supervisa).



1.8.1. Descripción del sistema de tarjetas en Chile

La estructura de la industria de pagos con tarjetas en Chile consta de tres roles o funciones principales: **(i)** emisión, **(ii)** adquirencia y **(iii)** procesamiento u operación.

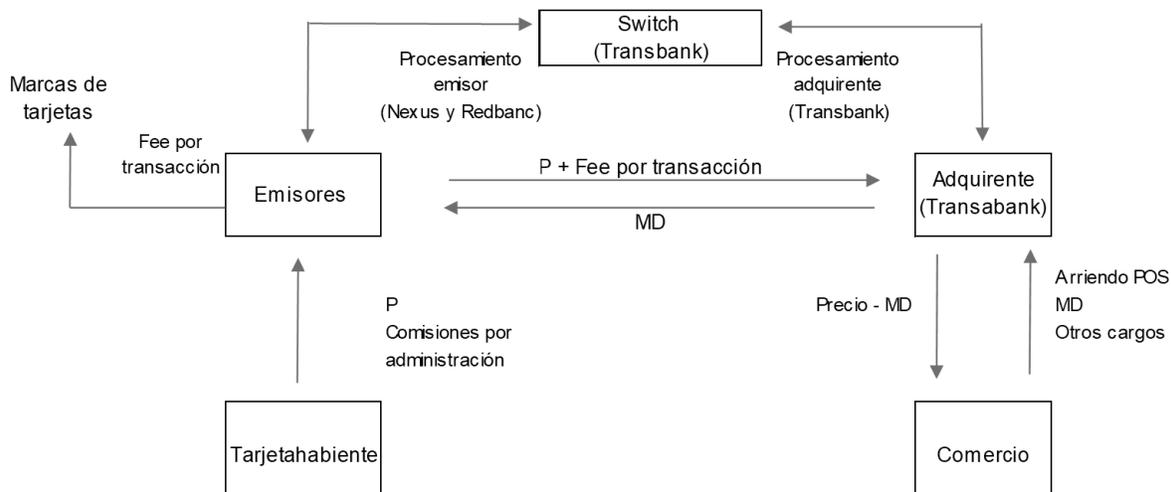
En primer lugar, la emisión hace referencia a la circulación de tarjetas de crédito o débito. La entidad emisora proporciona a sus clientes tales instrumentos para que estos efectúen compras de bienes y servicios en los lugares adheridos al sistema de pagos de la tarjeta respectiva. A cambio, los clientes pagan al emisor las comisiones o intereses determinadas al momento de suscribir el contrato entre las partes.

En segundo lugar, la adquirencia consiste en afiliar establecimientos de comercio al sistema de pago con tarjeta de aceptación universal. El adquirente provee servicios para que los comercios puedan aceptar tarjetas como medios de pago. A cambio, el adquirente cobra a cada establecimiento de comercio una comisión o merchant discount por cada transacción realizada, cobros fijos relacionados con el arriendo del POS (point of sale) y otros servicios que pacten las partes.

En tercer lugar, el procesamiento consiste en interrelacionar los roles anteriores a través de procesos tecnológicos. Dentro de esta actividad se distinguen tres etapas: **(i)** procesamiento adquirente, **(ii)** operación de la red o switch y **(iii)** procesamiento emisor

Adicionalmente, para operar tarjetas que tengan aceptación internacional se requiere el licenciamiento de las marcas respectivas (Visa, MasterCard, American Express, entre otras). En Chile, esta función puede consistir recibir una licencia para emitir tarjetas de una determinada marca o efectuar su adquirencia, a cambio de un fee (tasa o comisión) por cada transacción en que esté involucrada la marca respectiva, entre otros cobros.

A continuación, se muestra la estructura de la industria de los medios de pago en Chile, exhibiendo los flujos de pago que se traspasa al momento de realizar una transacción.



Notas: P= Precio del bien o servicio; Fee= Tasa o comisión porcentual; MD= Merchant discount; POS= Point of sale; Switch= Red de almacenamiento de datos para intercambio entre emisor y adquirente.

En la figura anterior, se aprecia que Transbank es quien realiza la adquirencia, el procesamiento adquirente y provee el servicio switch para las transacciones. El procesamiento emisor es realizado por la empresa Nexus, en el caso de las tarjetas de crédito, y por la empresa Redbanc, en el caso de las de débito.

Flujos de pago en el sistema

Quién recibe	Quién paga	Concepto
Transbank	Emisores	Fee por cada transacción
	Comercios	Pagos por POS y otros conceptos
Emisores	Transbank	Merchant discount
	Tarjetahabientes	Comisiones por administración
Marcas de tarjetas	Emisores	Fee por cada transacción
	Emisores	Pagos por otros conceptos
Nexus	Emisores	Fee por cada transacción de crédito
	Emisores	Pagos por otros conceptos
Redbanc	Emisores	Fee por cada transacción de débito

Es importante tener presente, respecto de los pagos descritos anteriormente, que las empresas que prestan servicios a los emisores (Transbank, Redbanc y Nexus) se encuentran integradas de manera vertical por bancos emisores y, en consecuencia, su rentabilidad regresa a ellos vía distribución de utilidades.

Estructura de participación en la propiedad de Transbank, Redbanc y Nexus, a diciembre de 2017:

Banco	Redbanc	Transbank	Nexus
Chile	38,1%	26,1%	25,8%
Santander-Chile	33,4%	25,0%	12,9%
BBVA	0,0%	13,9%	9,6%
Itaú	2,5%	8,7%	12,9%
BCI	12,7%	8,7%	12,9%
Estado	0,0%	8,7%	12,9%
Scotiabank	12,7%	8,7%	12,9%
Otros	0,6%	0,2%	0,1%
	100,0%	100,0%	100,0%

1.8.2 Ingresos percibidos por los actores del mercado

Según dispone el Tribunal De Libre Competencia (TDLC), en Chile no existe una tasa de intercambio que el adquirente deba pagar a los emisores, sino que Transbank traspasa íntegramente a los emisores el merchant discount que recauda de los comercios, es decir, los emisores reciben las comisiones por venta de los comercios a través de Transbank. A su vez, los emisores pagan a Transbank un fee por transacción que remunera los costos por concepto de procesamiento (switch y procesamiento adquirente) y adquirencia. Además de este fee, Transbank cobra a los emisores algunos pagos fijos por otros servicios¹⁸. Por otro lado, Transbank cobra a los comercios, además del merchant discount, otros cobros fijos que están relacionados con la habilitación del POS en sus locales y otros servicios.

Asimismo, los emisores deben pagar a las empresas Nexus y Redbanc una tarifa por cada transacción que estas procesan, además un monto por cada transacción a las empresas dueñas de marcas internacionales por el licenciamiento obtenido para la emisión de tarjetas de dicha marca. Por otra parte, los emisores cobran comisiones a sus tarjetahabientes relacionadas con la mantención de las tarjetas emitidas, intereses por compras a crédito, número de giros desde cajeros

¹⁸ Requerimiento de vales vista, mantención de cartera de establecimientos, habilitación del emisor o marca a productos esenciales, entre otros.

automáticos, entre otras. Adicionalmente, los emisores en general mantienen beneficios para sus clientes asociados al uso de las tarjetas, tales como descuentos en ciertos comercios, acumulación y canje de puntos, entre otras estrategias comerciales.

1.8.3 Costos involucrados en cada rol

Siguiendo con la misma lógica anterior, los costos del sistema de pagos se pueden clasificar en: **(i)** costos de emisión, **(ii)** costos de adquirencia y **(iii)** costos de procesamiento. Por lo tanto, la tarificación del sistema depende de estos tres tipos de costos que existen.

A continuación, se mencionan las actividades principales de las funciones mencionadas para identificar los costos de cada actor involucrado. De esta manera podremos entender que la tarificación del sistema se debe a la cadena de servicios que intervienen en la industria.

En primer lugar, respecto de las actividades que generan costos para los emisores, se pueden mencionar las siguientes: **(i)** fabricación de las tarjetas, **(ii)** operación de las cuentas, **(iii)** costo de fondos (colocación sin intereses), **(iv)** costo de fuerza de ventas, **(v)** planes de beneficios, **(vi)** royalties y comisiones de marca, **(vii)** costo de fraude y **(viii)** resolución de controversias. Es importante señalar que la emisión de tarjetas de crédito y débito difieren en cuanto a costos para el emisor. Por ejemplo, en las tarjetas de débito no existe un costo de fondos debido a que el dinero se descuenta inmediatamente desde la cuenta del cliente.

Adicionalmente, dentro de las actividades que generan costos para los adquirentes podemos mencionar las siguientes: **(i)** a gestión de afiliación a los comercios, **(ii)** la activación del establecimiento, **(iii)** la habilitación del establecimiento, **(iv)** el desarrollo de la aceptación, **(v)** el desarrollo de nuevas soluciones y productos, **(vi)** el pago de los montos vendidos con tarjeta al comercio y **(vii)** el desarrollo y mantención de todos los procesos tecnológicos necesarios para llevar a cabo las funciones anteriores.

Por último, respecto al procesamiento, éste se divide en tres etapas. El procesamiento adquirente comprende las actividades de: **(i)** validación de que el comercio se encuentre habilitado para aceptar tarjetas del emisor, **(ii)** captura y registro de la transacción y **(iii)** mantención y registro de las transacciones procesadas. El procesamiento de la red o switch consiste en: **(i)** el ruteo o transmisión de la información de la transacción entre el procesador adquirente y el procesador emisor. Finalmente, el procesamiento emisor consiste en: **(i)** validación de la autenticidad de la tarjeta y de la clave (en caso de que la transacción se realice con clave secreta) y **(ii)** verificación de la disponibilidad de fondos de la cuenta del cliente (débito) o verificación de la disponibilidad de cupo (crédito).

❖ RESUMEN

- Las tarjetas de crédito son instrumentos que permiten a las personas acceder a servicios y productos (financieros o no financieros) y beneficios ofrecidos por las empresas, están individualizadas, numeradas y codificadas. Actualmente existen organizaciones que definen los estándares de cada tarjeta respecto a su tamaño y seguridad.
- Los tipos de tarjetas son variados dependiendo de la entidad que las emite. Cada empresa establece un uso específico para ellas, es decir, algunas son universales, otras sólo permiten determinadas transacciones, y otras son aceptadas en el extranjero.
- Existen varias teorías acerca de su origen. Algunos autores sostienen que estas fueron creadas en Europa debido a que algunas empresas otorgaban una especie de “credencial” a sus clientes para pagar de manera diferida. Otros autores señalan que su origen proviene de empresas estadounidenses que propagaron de manera rápida esta forma de pago hasta que en la década del 50' se creó la primera tarjeta de crédito bancaria y posteriormente se crearon algunas de las marcas que hoy conocemos (Diner's Club, American Express, Visa, MasterCard).
- En nuestro país la industria del Retail comienza en el año 1975. Posteriormente se constituyen empresas como Bancard que administraban

y emitían tarjetas bancarias y Transbank que fue creada por una serie de bancos como Sociedad de Apoyo al Giro bancario.

- Existen diferentes actores que intervienen en el mercado de las tarjetas de crédito, generalmente son empresas integradas verticalmente con el objetivo de generar economías de escala y crear sinergias entre cada empresa. Las actividades que intervienen en el mercado son tres: (i) actividad emisora, (ii) actividad de adquirencia y (iii) actividad de procesamiento.



CAPITULO 2: MARCO TEÓRICO



1.1.1.Regulación y Fiscalización

En virtud de la Ley Orgánica Constitucional del Banco Central de Chile ¹⁹(LOC), la Superintendencia debe vigilar el cumplimiento de las normas que dicte el Banco, sin perjuicio de que el BCCH también tiene esa facultad, es decir, puede examinar cuentas, libros, pedir documentos y antecedentes que estime necesario de las instituciones que deban aplicar sus normas (Emisores).

Asimismo, BCCH también puede pedir todos los antecedentes o informaciones respecto de las operaciones que tengan relación con las políticas o acuerdos que el adopte y requerir de la Superintendencia los informes o estados de las fiscalizaciones que esta haga.

Emisores bancarios

Estas entidades son supervisadas por la Superintendencia según dispone la Ley General de Bancos²⁰. Además, deben sujetarse a las normas y condiciones que dicte el Banco Central de Chile²¹

Emisores no bancarios

Son supervisadas por la Superintendencia según la Ley General de Bancos.

Cabe destacar que los emisores de tarjetas de créditos que no sean empresas bancarias, SAG, ni cooperativas de ahorro y crédito, además de constituirse como sociedades anónimas especiales, deben regirse por las disposiciones de las Sociedades Anónimas Abiertas, ley 18.046. De todas maneras, estas entidades quedan bajo la supervisión de la Superintendencia y deben aplicar las normas que dicte el BCCH.²²

¹⁹ Artículo 82, Ley Orgánica Constitucional del Banco Central de Chile 18.840

²⁰ Artículo 2, Ley General de Bancos

²¹ Artículo 35 N°1, Ley Orgánica Constitucional del Banco Central de Chile

²² Artículo 35 N°7 ley 18.840

2.2. Empresas autorizadas a emitir tarjetas de crédito bancarias y no bancarias²³

A) Emisores bancarios:

- Empresas bancarias constituidas en el país
- Cooperativas de ahorro y crédito constituidas en el país

Además, debe entenderse por empresa bancaria las sociedades filiales de: bancos y sociedades financieras. Dichas filiales deben estar destinadas a efectuar prestación de servicios financieros.²⁴

Asimismo, se consideran empresas bancarias las sociedades de apoyo al giro (SAG) que tengan el carácter de filial de un banco y cuyo único objeto sea el de efectuar algunas operaciones de giro bancario con el público, excepto captar dinero.²⁵

Por su parte, se consideran cooperativas de ahorro y crédito las SAG que tengan el carácter de filiales de una cooperativa. También son considerados emisores bancarios²⁶

B) Emisores no bancarios

Todas las empresas que sean distintas de las indicadas anteriormente. Aquí podemos encontrar a las sociedades anónimas especiales²⁷, ya que la Ley General de Bancos establece que los emisores u operadores de tarjetas de crédito que sean distintos de las empresas bancarias, de sus filiales, de las SAG y de las cooperativas de ahorro y crédito deberán constituirse en el país como sociedades anónimas especiales (se rigen por la ley 18.046).

²³ Compendio de normas financieras Capítulo III – J.1.1 Emisión de tarjetas de crédito

²⁴ Artículo 70 letra b), Ley General de Bancos

²⁵ Artículo 74 letra b), Ley General de Bancos

²⁶ Decreto 44, artículo 3 N°1

²⁷ Artículo 2, inciso 3, Ley General de Bancos

2.3. Operadores de tarjetas de crédito

- Estas compañías se encargan de recepcionar información y enviarla a los establecimientos de comercio. En Chile existen dos operadores inscritos en la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras: Transbank S.A (SAG²⁸) y Multicaja a través de “Is witch S.A”

2.4. Inscripciones

2.4.1. Inscripción en el Registro de Emisores de Tarjetas de Crédito²⁹

Quedaran obligadas a inscribirse en el registro de emisores de tarjetas de crédito todas aquellas entidades que tengan la autorización otorgada por la SBIF para funcionar como tales o queden sujetos a fiscalización por parte de esta entidad de acuerdo con lo estipulado en el artículo 2 de la LGB³⁰, entre las cuales se encuentran las empresas bancarias, las cooperativas de ahorro y crédito y los emisores no bancarios. por el contrario, casas comerciales u otros establecimientos, ni sus sociedades anexas que emitan tarjetas de pago solo para que los clientes las usen en su mismo grupo empresarial, no quedaran sujetas a la fiscalización de la SBIF por lo tanto tampoco tienen la obligación de inscribirse en el registro.

Las empresas establecidas en la letra A del título I del sub capítulo III.J.1.1³¹, al momento de inscribirse deberán acompañar los antecedentes que la SBIF determine necesarios, de igual manera lo deberán efectuar las empresas pertenecientes a la letra B del título I del sub capítulo III.J.1.1³² quienes además

²⁸ Sociedad de Apoyo al Giro bancario

²⁹ Establecido en el sub capítulo III J.1.1 para “Emisión de Tarjetas de crédito” del CNFBCCH

³⁰ Quedaran sujetas a la fiscalización de la SBIF las entidades cuyo giro consista en la emisión u operación de tarjetas de crédito tarjetas de pago con provisión de fondos o de cualquier otro sistema similar a los referidos medios de pago, siempre que estos importen que el emisor contraiga habitualmente obligaciones de dinero para con el público en general o ciertos sectores o grupos específicos de él.

³¹ A.1) empresas bancarias y A.2) Cooperativas de ahorro y crédito

³² Emisores no bancarios

tendrán que solicitar la autorización de existencia como sociedad anónima especial y acreditar que se encuentran preparadas para iniciar actividades³³.

Los antecedentes que deben presentar todos los emisores se encuentran desglosados en el ANEXO 1.

Una vez que la SBIF verifique la información solicitada se hará efectiva la correspondiente inscripción con la generación de un código que identificará a la empresa para los efectos de la información que debe enviar periódicamente a este Organismo.

2.4.2. Inscripción en el Registro de Operadores de Tarjetas de Crédito³⁴

Para inscribirse en el registro de operadores de tarjetas las empresas bancarias y cooperativas de ahorro y crédito requerirán en primer término contar con un patrimonio igual o superior a 400.000 UF, posteriormente deberán comunicar a las SBIF su decisión de operar tarjetas acompañado de los respectivos antecedentes que le sean solicitados detallados en el ANEXO 2, momento en el cual se entenderán inscritas en el respectivo registro por el solo hecho de efectuar dicha comunicación, por su autorización para funcionar o simplemente por haber quedado sujeta a fiscalización .



³³ Para acreditar el inicio de actividades deben dar cuenta de la estructura organizativa dispuesta para gestionar los riesgos, el funcionamiento de la infraestructura tecnológica que soportará la operación normal de la empresa, la Superintendencia también podrá exigir las evaluaciones o certificaciones que corresponda, conforme a estándares internacionales de común aceptación, practicadas por empresas especializadas en el tipo de materias señaladas.

³⁴ Establecido en el Capítulo III J.2 para “Operación de tarjetas de pago” del CNFBCCH

2.5. Contratos³⁵

2.5.1. Contrato de los emisores con los titulares de las tarjetas de crédito

El contrato entre los emisores y titulares se llevará a cabo cuando se quiera hacer uso de la tarjeta de crédito como medio de pago y deberá contener una serie de requisitos mínimos explicados en el **ANEXO N°3**, tal acuerdo podrá ser llevado a cabo de manera presencial o través de medios tecnológicos, electrónicos o cualquier otro que la ley considere apto para que los titulares puedan aceptar las condiciones de contratación que les son propuestas.

Además, deberán ajustarse a los demás requisitos y obligaciones que emanen del ordenamiento jurídico, como la ley N°19.496³⁶, principalmente referido a la información mínima que deba contener y los deberes de información y exigencias legales que le merezca tener en consideración al emisor al momento de llevar a cabo el contrato.

2.5.2. Contrato entre emisor y operador³⁷

Este contrato se da cuando el emisor le traspasa la responsabilidad de operar las tarjetas de crédito al operador, y de ser así se deberá dejar establecido los actos que constituirán dicha integración y las obligaciones que contraerán las partes, como parte primordial del contrato la SBIF fija unos requisitos mínimos que debe contener el contrato que sean posibles de apreciar en el **ANEXO N°4**, además tendrán que dejar en claro que las bases de datos generadas a partir de los procesos administrativos de las tarjetas de crédito son de responsabilidad exclusiva de los emisores u operadores por lo tanto no pueden ser utilizadas por terceros.

³⁵ Establecido en el Capítulo III J.1 para "Emisión de tarjetas de pago" del CNFBCCH

³⁶ Ley 19.496 "Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores" emanada de SERNAC

³⁷ : Circular N° 40 Emisores y operadores de tarjetas de crédito

2.5.3. Contrato de los emisores u operadores con las entidades afiliadas

Este contrato se celebrará cuando las entidades afiliadas se comprometan a vender bienes o a prestar servicios a los titulares de las tarjetas de crédito y deberá especificar todas las obligaciones y derechos de las partes, el respectivo acuerdo podrá llevarse a cabo de manera presencial o por mecanismos tecnológicos, o de cualquier otra manera que resulte apto para que las entidades afiliadas puedan aceptar las condiciones de contratación propuestas.

Como parte de su contenido mínimo deberá poseer al menos la modalidad de pago a las entidades afiliadas, que podrá ser al contado o dentro del plazo de 15 días desde la fecha de operación o el plazo inferior a ese lapso que se pudiera acordar entre las partes y si el pago se pacta en cuotas el plazo se contará desde que se haga exigible la obligación de pago. Además, deberá especificar todas las normas que las partes determinan en para precaver el uso indebido de este medio de pago

La responsabilidad de establecer un proceso de autenticación de la tarjeta para que los titulares puedan usarla para efectuar transacciones será de los emisores o en su defecto de los operadores de la tarjeta, conforme a lo que la ley les permita y a los términos establecidos en el contrato con la entidad afiliada. Las partes además podrán pactar un medio u documento de carácter válido para ambas partes a través del cual se hará exigible la obligación del emisor u operador de pagarle a la entidad afiliada por la transacción efectuada por el uso de la tarjeta y en el caso de que no se fijará un documento se entenderá como válido el comprobante que posee la entidad afiliada por la transacción efectuada con la tarjeta. Cabe mencionar que una vez realizada la operación con las tarjetas el emisor u operador no podrá eximirse de la obligación de pago con la entidad afiliada, pero si tendrá el derecho para tomar acciones en caso de fraudes o situaciones desfavorables según el ordenamiento jurídico general

El emisor u operador deberá informar a la SBIF acerca de los contratos que se hayan suscrito con los titulares de marcas de tarjeta³⁸, también deberá facilitar a los usuarios de la tarjeta los medios para que puedan notificar durante las 24 horas del día la pérdida, robo, hurto, adulteración o falsificación de sus Tarjetas, luego de eso este deberá impedir el uso de esta tarjeta de manera de proteger al usuario.

2.6. Pérdida, hurto, robo, falsificación o adulteración de la tarjeta³⁹.

Según la ley 20.009, el emisor u operador deberá mantener servicios de comunicación para que los titulares puedan avisar de forma gratuita, el extravío, falsificación, robo, hurto o adulteración de su tarjeta.

Las tarjetas por las que se haya dado aviso serán bloqueadas por el emisor

Si una tarjeta es utilizada después de haber dado aviso al emisor, este último debe comprobar que la operación fue realizada por el titular de la tarjeta o por los adicionales. El titular de la tarjeta no es responsable de las operaciones realizadas con posterioridad al aviso. Sin embargo, puede tener algún tipo de responsabilidad penal.

2.7. Sanciones

En el artículo 26 bis de la Ley General de Bancos se establece que la Superintendencia puede suspender todas o algunas de las actividades de los emisores u operadores de tarjetas de crédito hasta por 90 días al cometer las siguientes faltas:

- Infringir las normas que dicte el Banco Central de Chile
- Incurra en infracciones o multas reiteradamente

³⁸ que impongan al Emisor la obligación de cumplir los actos que, por cuenta de éste, ejecute cualquier Operador que mantenga un vínculo contractual directo respecto de la misma Marca de Tarjetas, conforme a lo previsto en el Capítulo III.J.2 para "Operadores de tarjeta de pago" del CNFBCCH

³⁹ Ley 20.009

- No cumplan con las normas impartidas por la Superintendencia
- Presenten inestabilidad financiera⁴⁰
- No cumpla con estándares de seguridad operacional exigible

Asimismo, la Superintendencia puede ordenar una o más de las siguientes medidas:

- 1) No emitir nuevos instrumentos de pago
- 2) No afiliar nuevos establecimientos de comercio (Para operadores)
- 3) No realizar nuevas operaciones

Además, en el citado artículo se establece que cuando un emisor u operador infrinja las normas dictadas por el BCCH deberá dar aviso a la Superintendencia y también debe presentar un plan de normalización para su aprobación. En caso de no aprobarse el plan, la Superintendencia puede revocar la autorización para ejercer el giro

Sanciones a los funcionarios

La LGB en su artículo 19 dispone que la Superintendencia podrá amonestar o multar a los directores, gerentes, funcionarios que resulten responsables de las infracciones cometidas (infracciones a la ley, leyes orgánicas, a las órdenes del Superintendente, entre otras) por una cantidad igual a 1.000 UF.

Reserva de liquidez (Emisores no bancarios)

El BCCH mediante sus normas ⁴¹obliga a los emisores de tarjetas de crédito a mantener una reserva de liquidez para evitar problemas de solvencia. Esto es sancionado por la Superintendencia en el evento en que no se cumpla⁴².

❖ RESUMEN

- En nuestro país, los tipos de emisores de tarjetas de crédito son dos: Emisores bancarios y Emisores no bancarios. Saber el origen de nuestras tarjetas es importante porque tendremos conocimiento sobre el respaldo que

⁴⁰ Artículo 20, Ley General de Bancos (Presunción de inestabilidad financiera)

⁴¹ Compendio de normas financieras del Banco Central, Capítulo III J.1.1

⁴² Artículo 26 bis, Ley General de Bancos

tiene dicho emisor. La Ley General de Bancos establece que las tarjetas bancarias son las que provienen de: Bancos, Cooperativas de ahorro y crédito, sociedades de apoyo al giro bancario y sociedades filiales de bancos y empresas financieras. Por otro lado, las tarjetas no bancarias provienen de cualquier empresa que sea distinta a las mencionadas anteriormente, estas empresas son obligadas a constituirse como sociedades anónimas especiales. Por lo tanto, para saber si determinada tarjeta se considera bancaria o no, basta con conocer la estructura societaria de la empresa emisora o su composición jurídica.

- En general, los emisores de tarjetas de crédito están obligados a informar su actividad a la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras para que esta los autorice e incorpore en el registro de emisores. Además, el Banco Central de Chile obliga tanto a emisores como a operadores de tarjetas que suscriban contratos entre ellos donde acuerden las condiciones con las que trabajarán en conjunto. Otros contratos que son obligatorios son los que deben suscribir los consumidores con las empresas emisores donde se estipulen las condiciones de los servicios ofrecidos tales como: Aumentos de cupo, periodos de facturación, tasas y cargos, intereses por mora, entre otros más.
- La ley otorga una serie de facultades a la Superintendencia para que esta pueda realizar su función fiscalizadora. Una de ellas es la de sancionar a los emisores u operadores de tarjetas en el evento en que actúen de manera contraria a las normas. Así, la Superintendencia como medidas puede suspender las actividades de los emisores por los días que estime necesarios, o bien, revocar la licencia de emisor. Otra facultad de la Superintendencia es la de obligar a los emisores (no bancarios) a mantener una reserva de liquidez para evitar problemas de solvencia.

CAPITULO 3: Análisis de deudas



3.1. Encuesta Financiera de Hogares

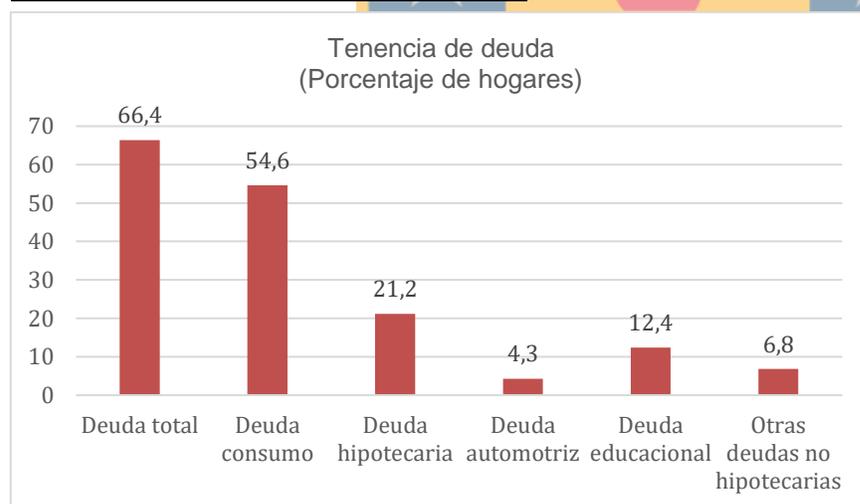
3.1.1. Tenencia de deudas totales

El Banco Central de Chile en el año 2007 comenzó a realizar una encuesta financiera de hogares (EFH) con el objetivo de generar información detallada acerca de las deudas de los hogares (Consumo, hipotecaria, automotriz, educacional, otras deudas no hipotecarias), ver ANEXO N°5.

A continuación, inferiremos algunas conclusiones a partir de los resultados de la encuesta financiera de hogares de 2017.

Para lograr lo anterior, el Banco Central de Chile tomó un tamaño muestral de aproximadamente 4.500 hogares, lo que representa a una población aproximada de 5.000.000 de personas.

Consideraciones generales de deudas⁴³

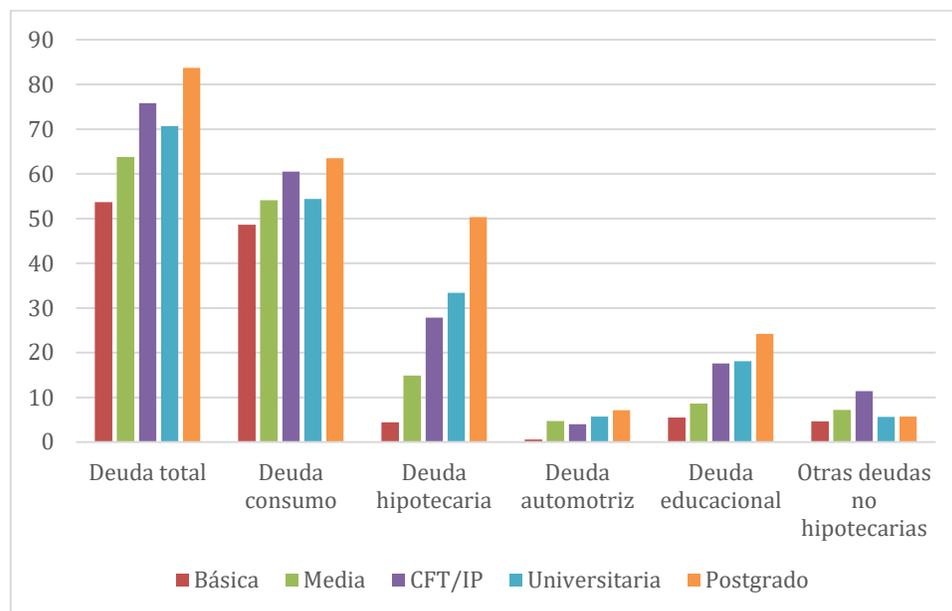


Se observa que, de todos los hogares encuestados, el 66% dice tener algún tipo de deuda. Al desagregar las tenencias, la deuda de consumo es la que tiene un mayor porcentaje de posesión (55%), seguida de la deuda hipotecaria (21%).

⁴³ Siempre la primera barra de izquierda a derecha de los gráficos asociados a deudas corresponde al total de la población encuestada.

A continuación, se muestran gráficos desagregando la deuda total por tipo de deuda (Consumo⁴⁴, hipotecaria⁴⁵, automotriz, educacional, otras no hipotecarias⁴⁶)

Tenencia porcentual de deuda en hogares según nivel de educación



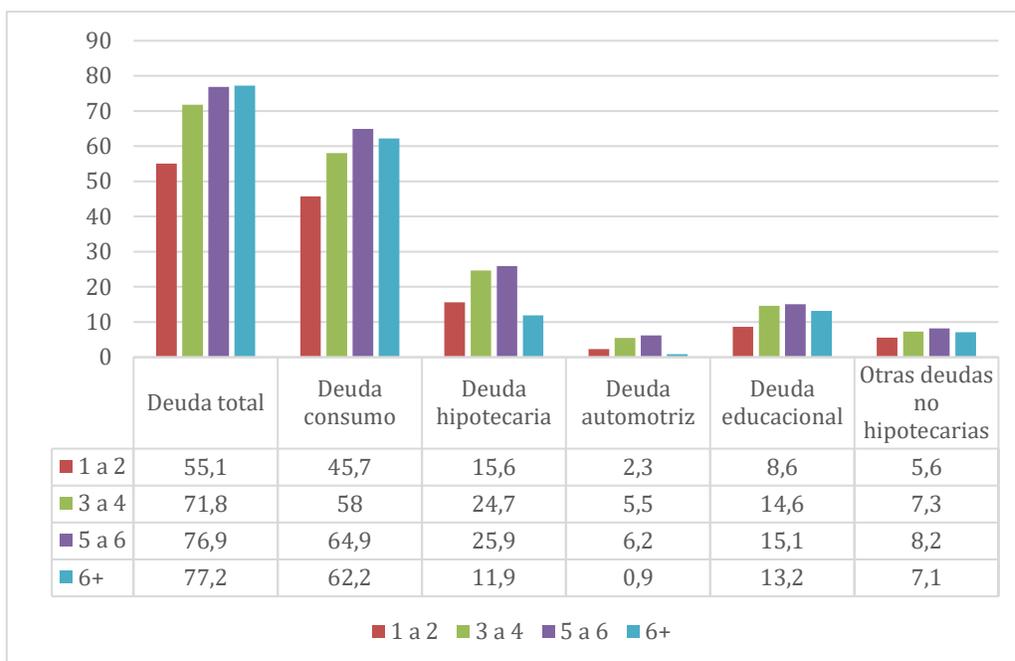
Se infiere que la tenencia de deuda tiende a ser creciente según el nivel de educación de la persona que representa cada hogar encuestado respecto del tipo de deuda. De todas maneras, gran parte de los hogares encuestados posee deuda de consumo. Además, gran cantidad de familias donde el representante cuenta con el nivel máximo de estudios (Postgrado) poseen deudas hipotecarias y de consumo, esto explica el nivel máximo de la categoría “Deuda total”.

⁴⁴ Incluye préstamos de consumo bancario, tarjetas de crédito bancarias, líneas de crédito bancarias, préstamos de consumo en compañías financieras o casas comerciales, tarjetas de crédito de casas comerciales y créditos en cajas de compensación, cooperativas y similares.

⁴⁵ Incluye deuda por vivienda principal y otras propiedades

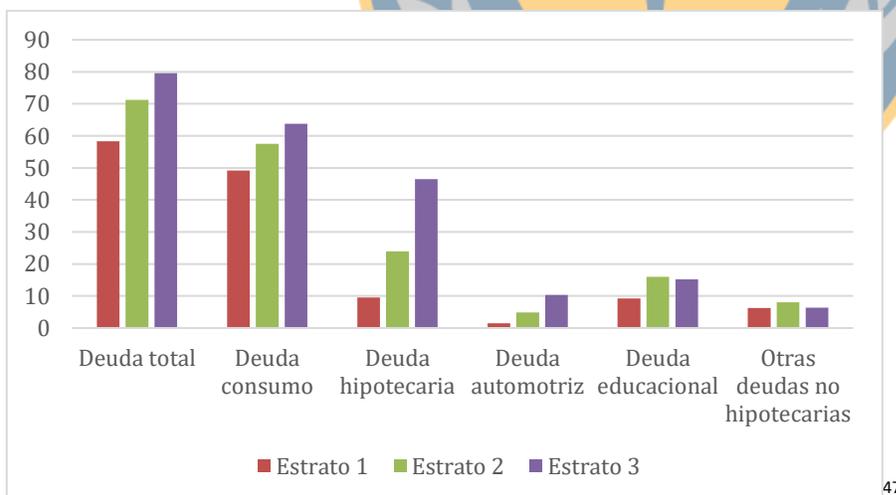
⁴⁶ Incluye préstamos de parientes o amigos, casa de crédito prendario, crédito de prestamistas, fiado, y otras deudas.

Tenencia porcentual de deuda en hogares según tamaño del hogar



En general, la tenencia de deuda según el tamaño del hogar crece paulatinamente, excepto en los hogares con más de 6 personas, donde se aprecia una leve disminución de deuda (Consumo, hipotecaria, automotriz, educacional, otras deudas).

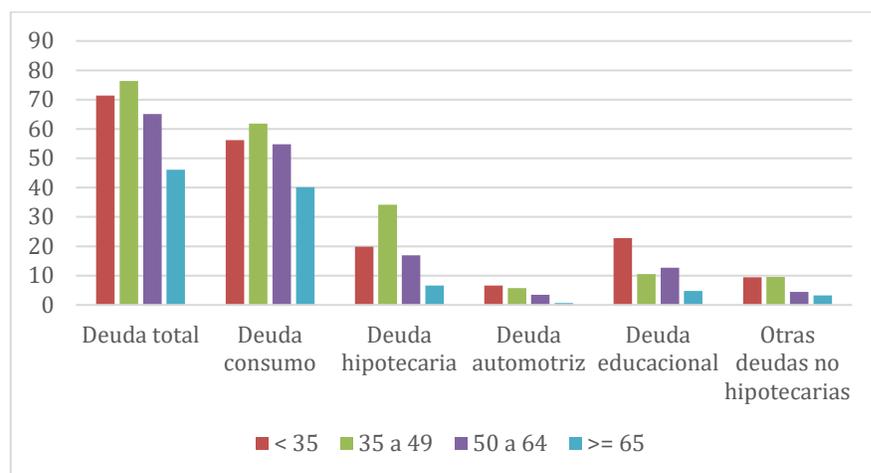
Tenencia porcentual de deuda en hogares según el nivel de ingresos



⁴⁷ El estrato 1 corresponde a los deciles 1 a 5 de la distribución del ingreso total de los hogares
 El estrato 2 a los deciles 6 a 8
 El estrato 3 a los deciles 9 y 10

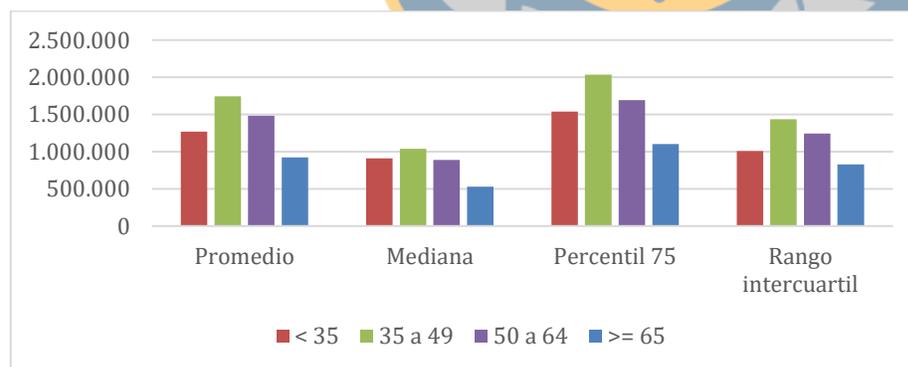
Respecto a la tenencia de deuda, esta muestra un aumento gradual según el estrato de ingresos. Nuevamente la deuda de consumo es la de mayor tenencia (sin importar el estrato).

Tenencia porcentual de deuda según tramo de edad



Se observa que la deuda por tramo de edad presenta una forma similar a una V invertida entre las categorías, a excepción de la deuda automotriz y educacional que presentan un comportamiento descendente y aleatorio, respectivamente. El máximo se encuentra en el tramo de 35 a 49 años y el mínimo en el tramo de más de 65 años.

Ingresos efectivos según el tramo de edad



48

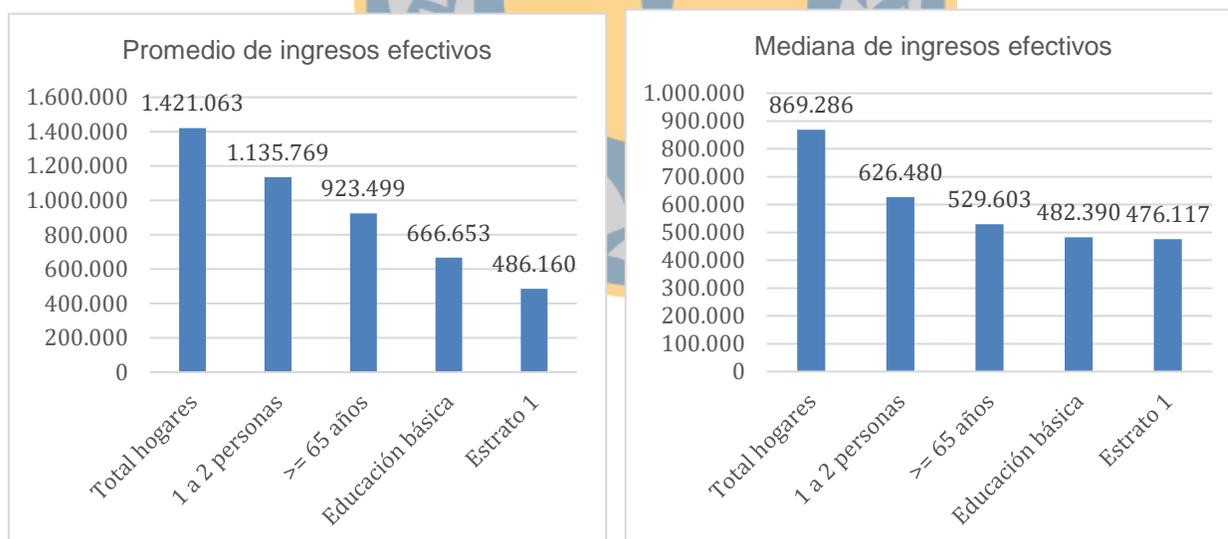
⁴⁸ Ingreso efectivo corresponde a los ingresos laborales, por pensiones, subsidios y otros ingresos (dividendos, ingreso por arriendos, entre otros).

Si analizamos los ingresos efectivos por tramo de edad, se observa el mismo patrón. De lo anterior se puede afirmar que existe una correlación positiva entre el ingreso efectivo y los tramos de edad, por cuanto la V invertida se manifiesta en el promedio, mediana, percentil 75 y rango intercuartil respecto de cada tramo de edad.

Algunas conclusiones

De los gráficos expuestos anteriormente se puede concluir que los grupos de hogares con menor tenencia de deuda son los hogares donde el representante cuenta con educación básica (deuda total 54%), los hogares entre 1 a 2 personas (deuda total 55%), los hogares del estrato 1 (deuda total 58%) y los hogares cuya persona de referencia tiene 65 años o más (deuda total 46%). Lo anterior se debe a que estas 4 categorías tienen en común los ingresos más bajos respecto del total.

Para una mejor comprensión, el ingreso mediano de los hogares con hasta 2 personas asciende a \$626.480, el de los hogares cuyo representante tiene 65 años o más es de \$529.603, el de los hogares del estrato 1⁴⁹ es de \$476.117, el de los hogares cuyo representante cuenta solamente con educación básica asciende a \$482.390, mientras que la mediana de ingresos de todos los hogares es de



Mediana corresponde al percentil 50, es decir, los datos acumulados hasta el 50% del total. Rango intercuartil corresponde a la diferencia entre los percentiles 75 y 25, es decir, lo acumulado hasta el 75% menos lo acumulado hasta el 25%.

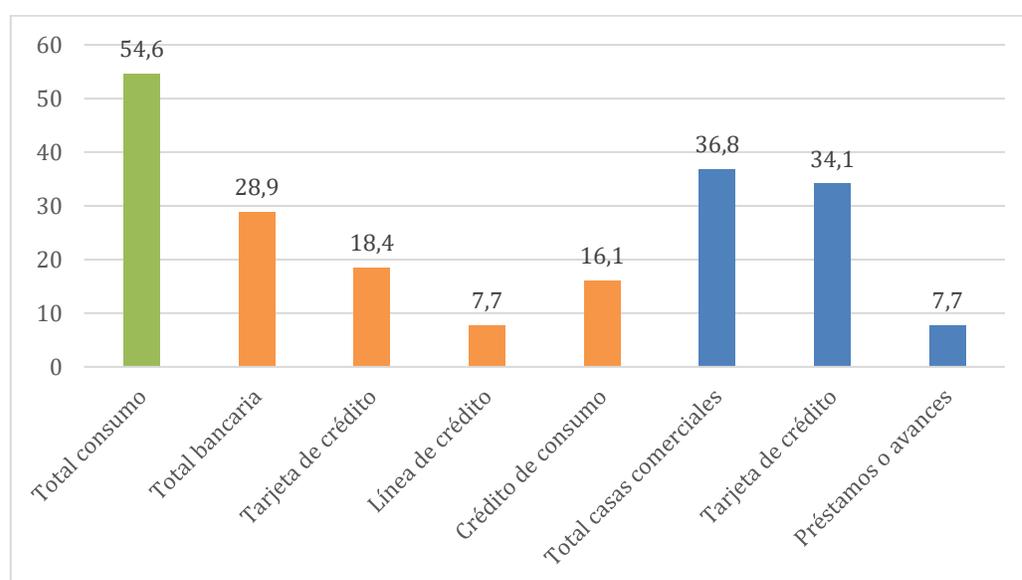
⁴⁹ El ingreso máximo del estrato 1 es justamente la mediana

\$869.286. Lo mismo ocurre con el promedio de los ingresos efectivos respecto del promedio total de los hogares.

3.1.2 Tenencia de Deuda de consumo⁵⁰⁵¹

Como se mencionó anteriormente, la deuda de consumo es el tipo de deuda más común entre las familias, el 55% de los hogares la poseen. Desagregando la deuda de consumo, se tiene que la de mayor tenencia es la deuda con casas comerciales (37%), por encima del 29% que poseen los hogares de deuda bancaria.

Tenencia de deuda de consumo (porcentaje de hogares)



52

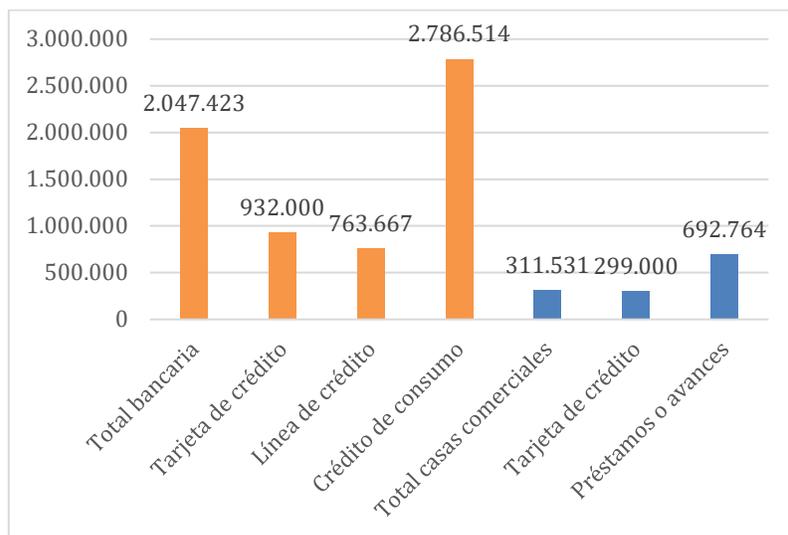
A su vez, al desagregar toda la deuda de consumo bancaria y de casas comerciales, se observa que la deuda con tarjetas de crédito es la que tiene mayor tenencia porcentual, no así en el monto de dinero donde el crédito de consumo es el de mayor tenencia por todas las familias.

⁵⁰ Se descompone en bancaria, con casas comerciales y con cajas de compensación, cooperativas y otros similares

⁵¹ Todos los gráficos de barras (de deudas) deben leerse de derecha a izquierda, ya que se encuentran desagregados por categorías con su respectivo "Total".

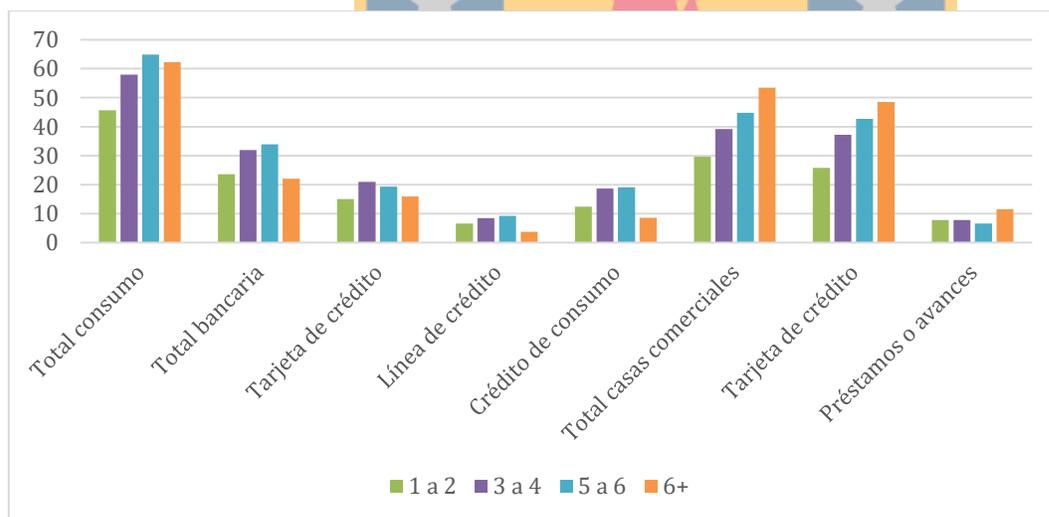
⁵² Color verde corresponde al total de deuda de consumo, color naranja a la de deuda de consumo bancaria, color azul a la de deuda de consumo en casas comerciales

Tenencia de deuda de consumo (pesos chilenos)



Deuda de consumo desagregada⁵⁴

Tenencia porcentual de deuda de consumo según el tamaño del hogar



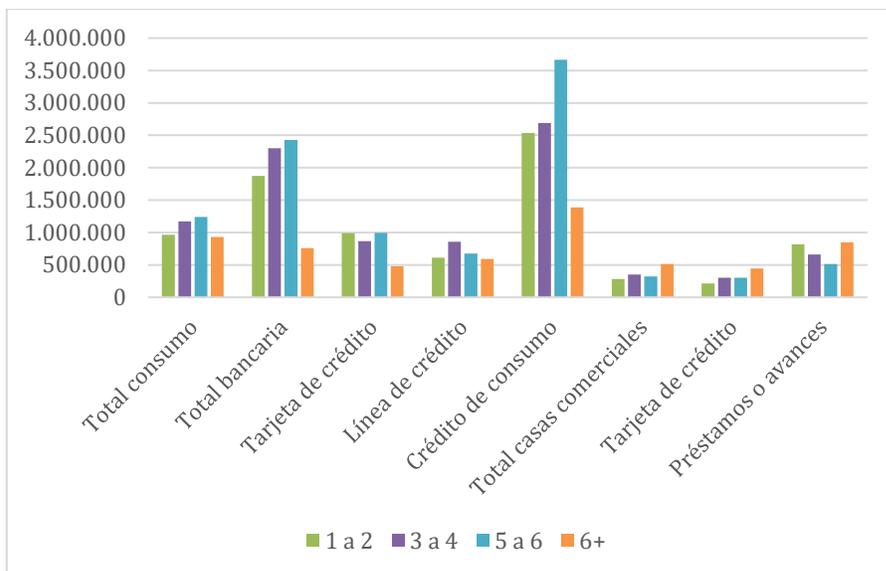
En general, la deuda total de consumo es creciente al tamaño del hogar. Para deuda de consumo bancaria el máximo se produce en el tramo de 5 a 6 personas por hogar

⁵³ Los montos de dinero de todos los gráficos de deuda corresponden al monto mediano (estadística) según el Banco Central de Chile.

⁵⁴ Se encuentra separada por tamaño del hogar, estrato de ingreso, tramo de edad y nivel de educación. En cada gráfico se debe distinguir entre deuda comercial, bancaria y el total general (de derecha a izquierda)

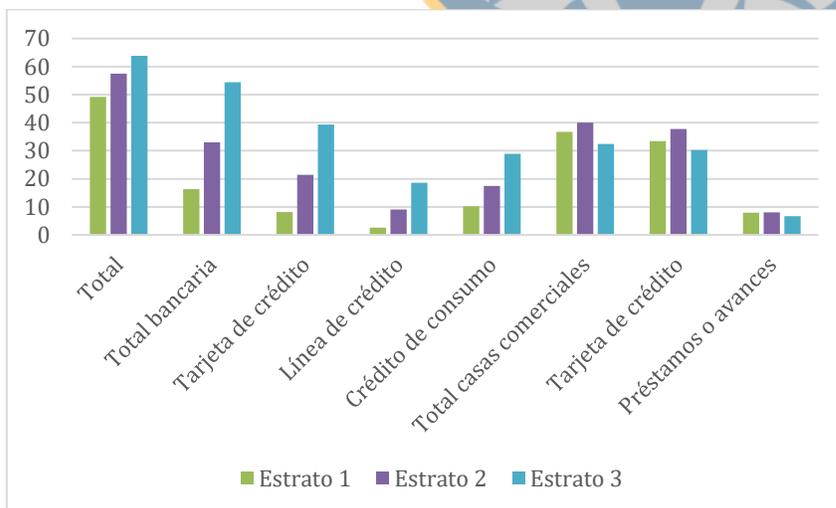
y en la deuda de consumo en casas comerciales el máximo se produce en el tramo de 6 o más personas por familia, ver ANEXO N°6

Monto de deuda de consumo según el tamaño del hogar (pesos chilenos)



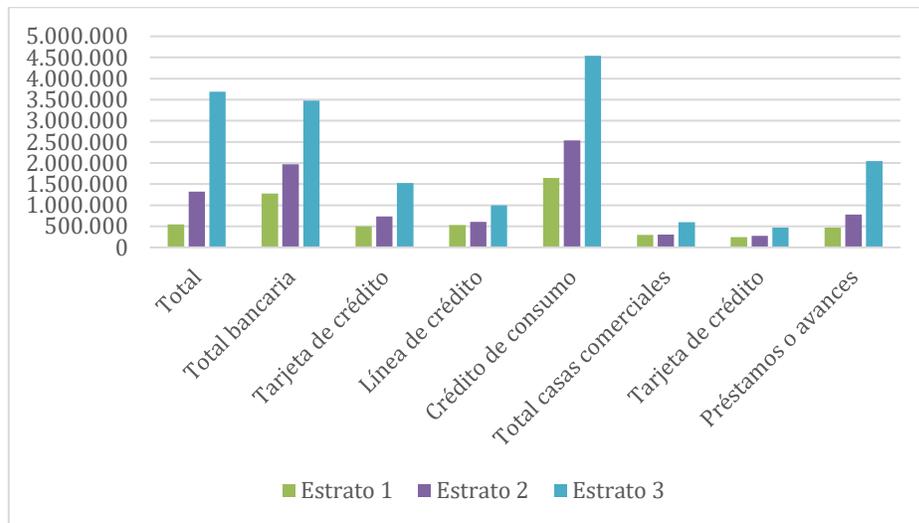
Complementando el gráfico inmediatamente anterior, se tiene que el máximo de deuda de consumo bancaria se encuentra en el tramo de 5 a 6 personas debido a la alta tenencia de crédito de consumo (\$3.665.382). Respecto de la deuda de consumo en casas comerciales, el máximo se produce en el tramo de más de 6 personas por familia (\$849.187).

Tenencia porcentual de deuda de consumo según estrato



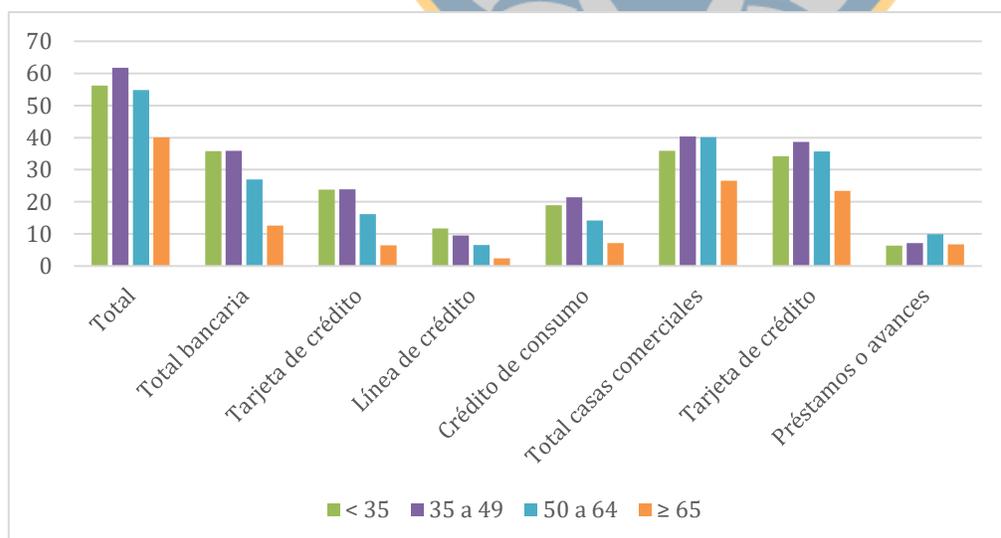
El endeudamiento por estrato tiende a ser creciente para deudas bancarias. Respecto de deudas en casas comerciales, el estrato 2 tiene mayor tenencia, ya sea en tarjetas de crédito o en préstamos o avances en efectivo. Sin perjuicio de lo anterior, el estrato 3 presenta un monto endeudamiento superior en todos los tipos de deuda de consumo.

Monto de deuda de consumo según estrato



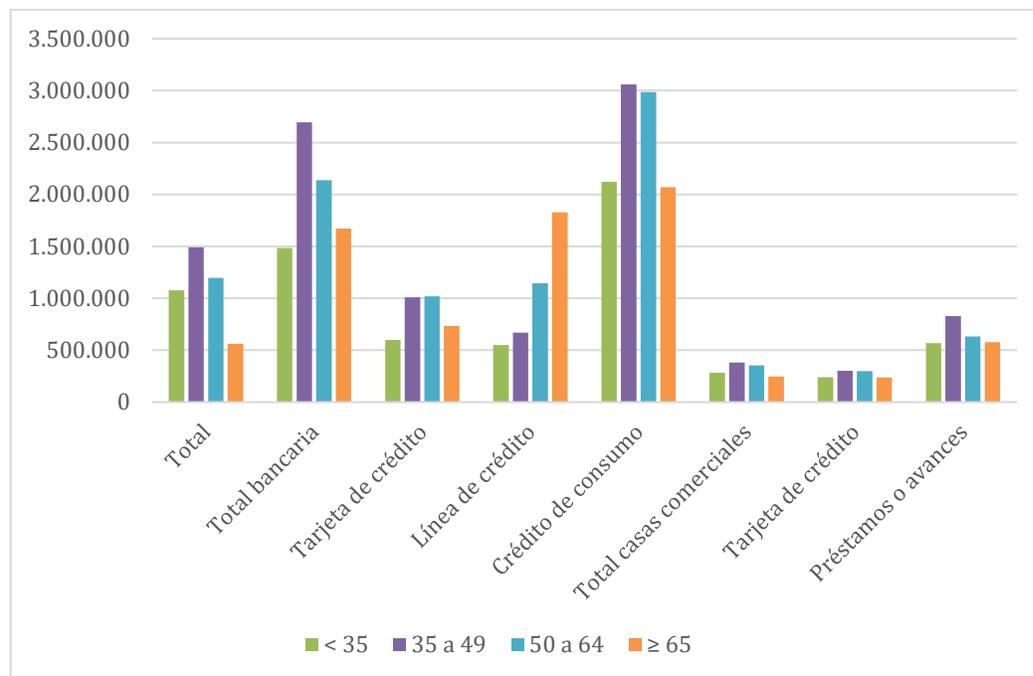
También podemos concluir que, pocos hogares de los estratos 1 y 2 cuentan con deuda bancaria (porcentual) y la deuda que tienen no es tan elevada (en dinero) si lo comparamos con el endeudamiento del estrato 3.

Tenencia porcentual de deuda de consumo según tramo de edad



Analizando el endeudamiento por tramo de edad, se infiere que los hogares en que sus representantes tienen menos de 50 años presentan la mayor tenencia de deuda de consumo bancaria y en casas comerciales. Las personas de entre 50 a 64 años suelen ocupar más su tarjeta de crédito para realizar compras de bienes que para pedir préstamos de dinero o avances en efectivo.

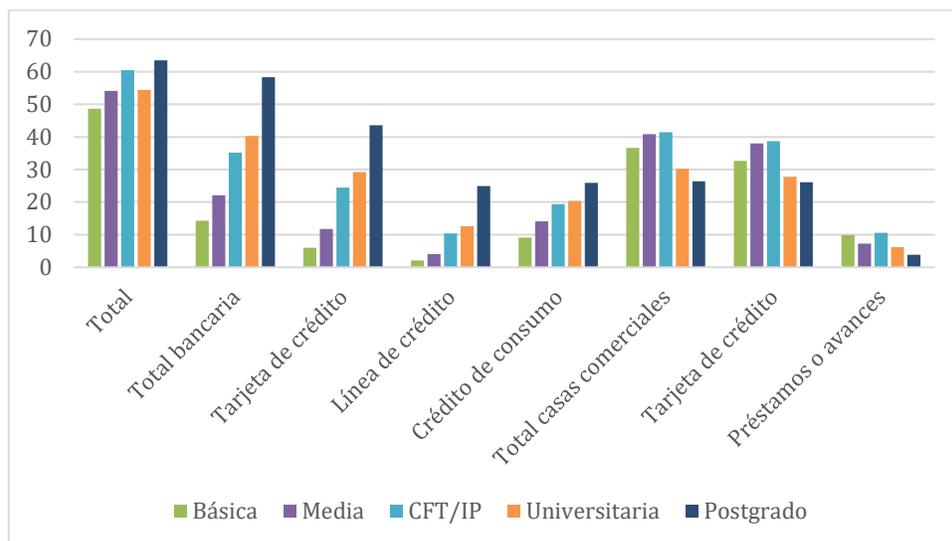
Monto de deuda de consumo según tramo de edad (pesos chilenos)



Respecto de los montos de endeudamiento, se observan deudas elevadas en la categoría de créditos de consumo para el tramo de 35 a 49 años y 60 a 64 años.

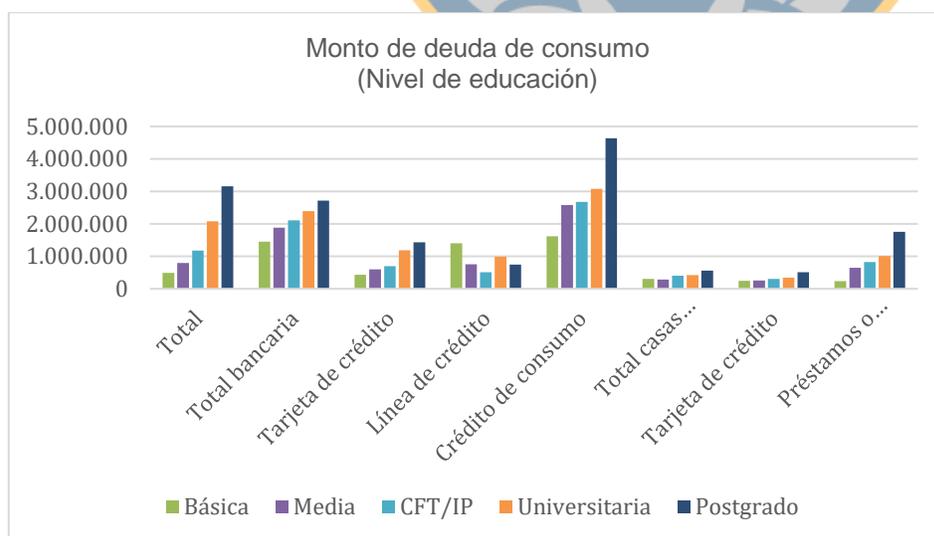
Gran parte de los hogares donde su representante tiene menos de 35 años cuenta con deuda en casas comerciales. Sin embargo, los montos de deuda no son elevados (el máximo de deuda de este tramo se encuentra en la categoría de préstamos con un valor de \$829.932).

Tendencia porcentual de deuda de consumo según el nivel de educación



En cuanto a la deuda según el nivel de educación, en materia bancaria se nota una tendencia ascendente conforme las personas tienen una mejor educación. Respecto de la deuda comercial, el endeudamiento lo concentran los hogares donde la persona de referencia cuenta con educación media y educación en centros de formación técnica o institutos profesionales. Las familias con educación básica también representan una gran parte de los hogares con deuda comercial. Sin embargo, esta no alcanza a ser máximo en deuda con tarjetas de créditos ni en deuda por préstamos o avances en efectivo

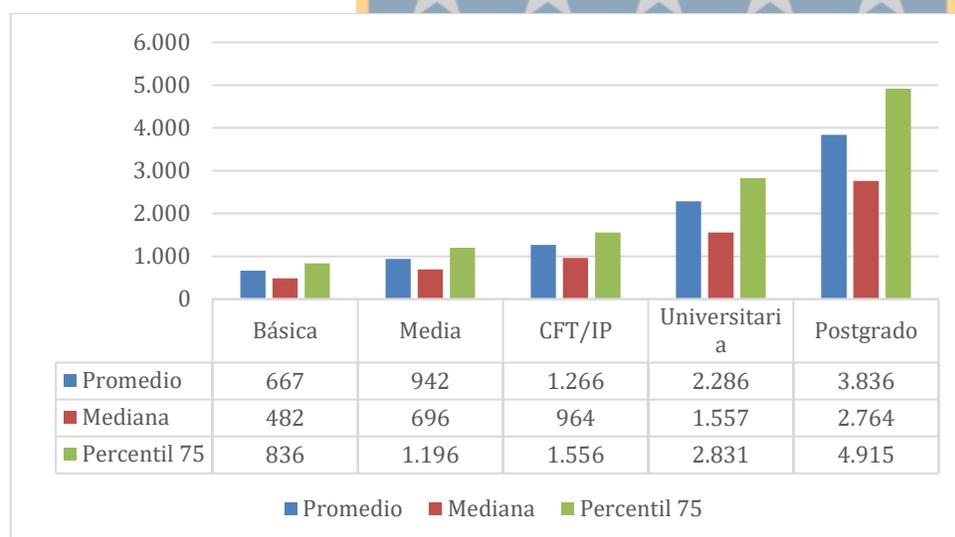
Monto de deuda de consumo según el nivel de educación



Sin perjuicio de lo anterior, las personas que tienen el último nivel de educación poseen las deudas más altas, salvo el endeudamiento por línea de crédito.

Si bien, las familias que cuentan con educación básica, media y en CFT/IP representan gran parte de los hogares con deuda comercial (sobre todo deuda con tarjetas de crédito), sus montos son bajos, con un mínimo de \$230.000 y un máximo de \$820.000 (ambos en la categoría de préstamos o avances en efectivo). No así para las personas con educación universitaria o que cuenten con postgrado, donde en todas las categorías cuentan con mayores montos de deuda, salvo en línea de crédito. Lo anterior se explica porque este grupo de familias cuenta con los mayores ingresos.

Ingresos efectivos según nivel de educación (miles de pesos chilenos)



Motivaciones del endeudamiento de consumo⁵⁵

De los resultados de la encuesta financiera de hogares, el Banco Central de Chile generó información acerca de las motivaciones por las cuales los hogares contraen deudas, en la EFH se preguntó por una motivación principal para haberla adquirido.

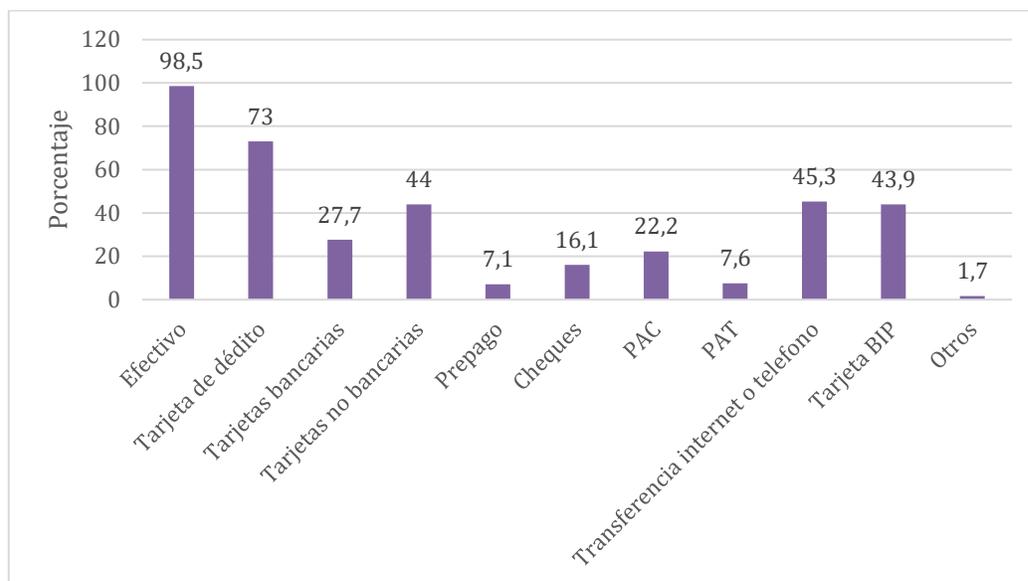
Motivaciones para endeudarse	Tarjetas de crédito bancarias, casas comerciales y líneas de crédito
Compra de artículos durables para el hogar	28,2
Compra de mercadería y otros no durables	15,2
Compra de vehículos u otros medios de transporte	1,7
Compra de vestuario	17,3
Vacaciones	3,4
Tratamiento médico	4,7
Cancelar otras deudas	6,9
Financiamiento de actividad empresarial	3,5
Adquisición de activos financieros	1
Remodelaciones	3,9
Gastos educacionales	1,9
Adquisición de bienes inmuebles	0,1
Como favor a una persona externa del hogar	1,8
Otros	8,2
No sabe/no responde	2,2
	100

La tabla muestra que, la compra de artículos durables para el hogar, comprar mercadería y otros no durables, comprar vestuario y cancelar otras deudas constituyen las cuatro principales motivaciones para contraer deuda de consumo con porcentajes de 28%, 15%, 17% y 7% del número total de deudas de los hogares, respectivamente.

⁵⁵ Datos no se encuentran ponderados por el monto de cada deuda, los resultados están expresados en porcentaje

3.1.3. Uso y frecuencia de los medios de pago

Uso de los medios de pago⁵⁶



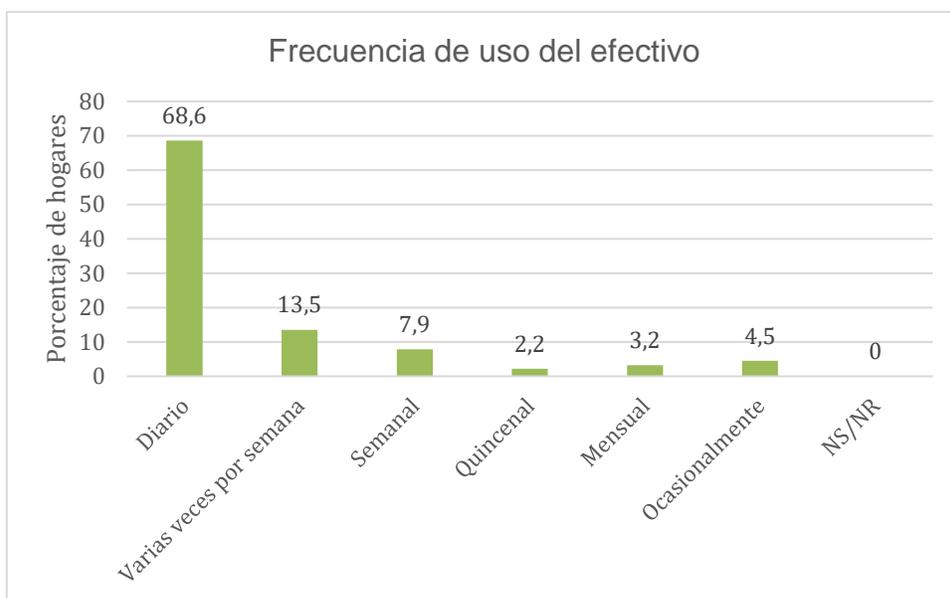
Se observa que el principal medio de pago de las familias encuestadas es el efectivo, seguido de la tarjeta de débito que abarca un 73% de los hogares. En último término se nota un uso semejante de transferencias por internet (45%), tarjetas no bancarias (44%) y tarjeta BIP (44%), ver ANEXO N°7

Frecuencia de uso de los principales medios de pago

Efectivo

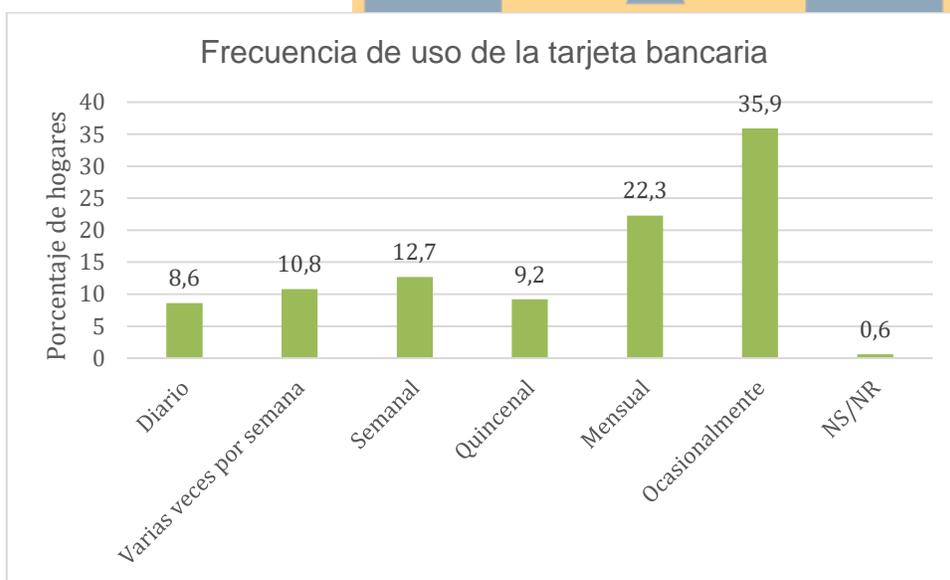
El efectivo además de ser el principal medio de pago de las familias, tiene un uso diario bastante elevado, cerca del 70% de las familias que declaran utilizarlo lo hacen día a día como se muestra en el gráfico siguiente

⁵⁶ 1) Tarjetas no bancarias comprende casas comerciales, supermercados, farmacias u otros tipos de Retail.
 2) Prepago corresponde a vales de mercaderías, cheques restaurant, giftcard, tarjetas telefónicas.
 3) PAC corresponde a pago automático de cuentas con cargo a la cuenta corriente o vista.
 4) PAT corresponde al pago automático en tarjetas de crédito



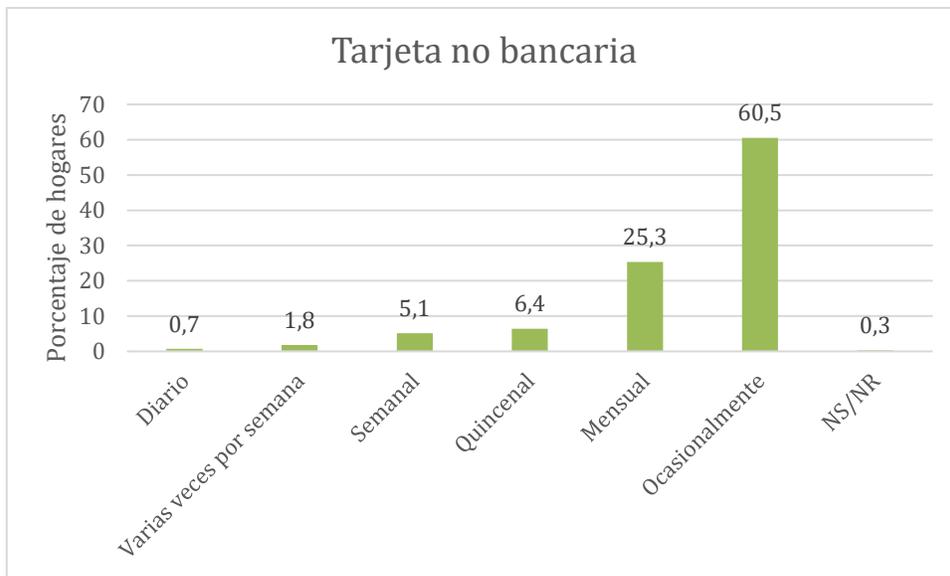
Tarjeta bancaria

El 27% de las familias utilizan tarjeta bancaria como se presentó anteriormente. Además, la mayoría suele hacerlo de forma ocasional (período superior a un mes).



Tarjeta no bancaria

Algo similar ocurre con la tarjeta no bancaria. Del 44% de las familias que la utilizan, un 60% lo hace ocasionalmente y un 25% la ocupa de forma mensual como se muestra en el siguiente gráfico.



CAPITULO 4: Análisis al uso de las tarjetas de crédito

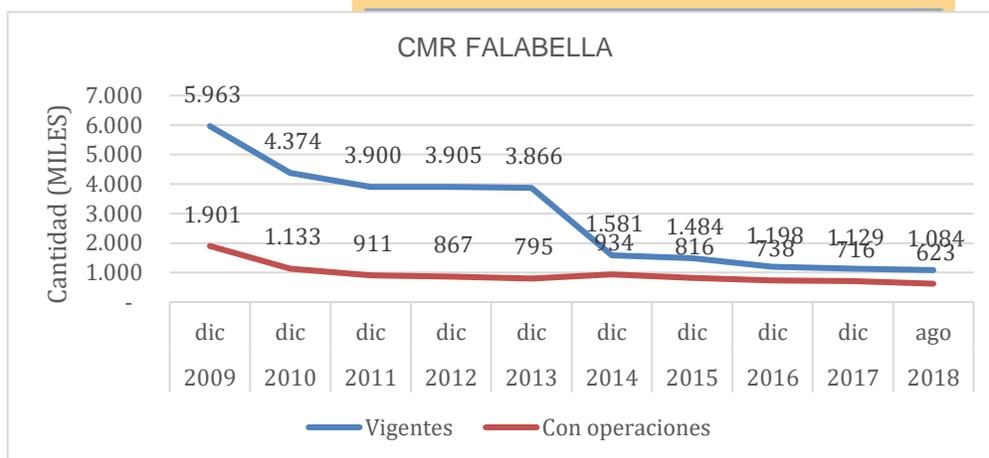


3.2. Evolución de tarjetas de crédito vigentes respecto a cada casa comercial⁵⁷⁵⁸⁵⁹⁶⁰

En esta sección analizaremos datos procesados referidos a la emisión de tarjetas de crédito de Retail, número y monto de operaciones por emisor de tarjetas y tipo de transacciones que se realizan.

3.2.1. Tarjetas de crédito FALABELLA⁶¹

Tarjetas vigentes y tarjetas con operaciones



El gráfico señala que la tarjeta de crédito principal asociada a FALABELLA ha ido desapareciendo del mercado, presentando un descenso de alrededor de un 80% entre los años 2009 y 2018. Además, la cantidad de tarjetas que se ocuparon entre los años 2009 y 2013 equivale a un 25% del total vigente (en promedio)⁶², tasa que se ve aumentada hasta un 60% desde 2014 en adelante (en promedio).

⁵⁷ Marca corresponde a Visa, MasterCard, American Express, entre otros

⁵⁸ Información se encuentra acumulada hasta el mes de agosto de 2018

⁵⁹ Asociada a las empresas FALABELLA, CENCOSUD, RIPLEY e HITES.

⁶⁰ Informe de tarjetas de crédito no bancarias SBIF 2018 e Informe de tarjetas de créditos (emisores bancarios) SBIF 2018

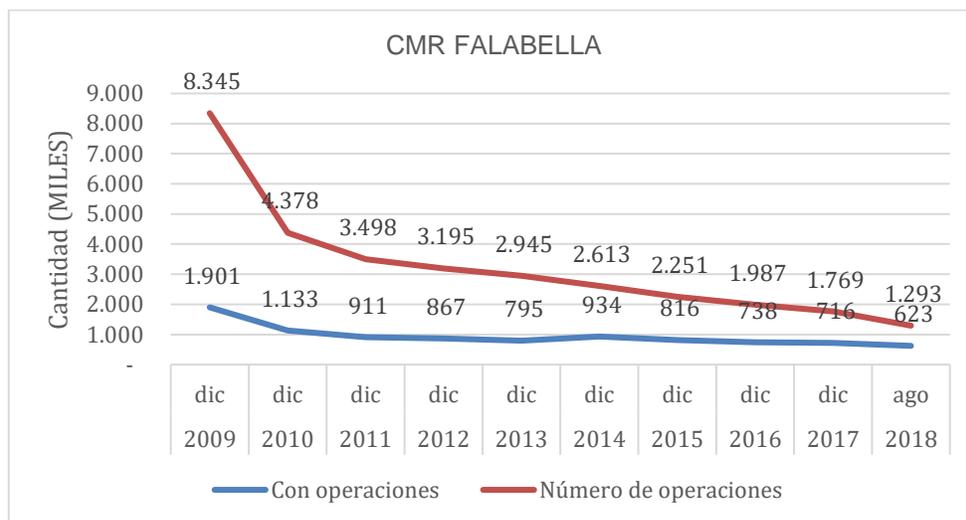
<https://www.sbif.cl/sbifweb/servlet/InfoFinanciera?indice=4.1&idCategoria=564&tipocont=0>

<https://www.sbif.cl/sbifweb/servlet/InfoFinanciera?indice=4.1&idCategoria=2129&tipocont=0>

⁶¹ Comprende las tarjetas CMR FALABELLA y CMR FALABELLA Visa

⁶² =promedio (tarjetas usadas del periodo/total tarjetas vigentes del periodo)

Relación entre el uso y número de operaciones⁶³



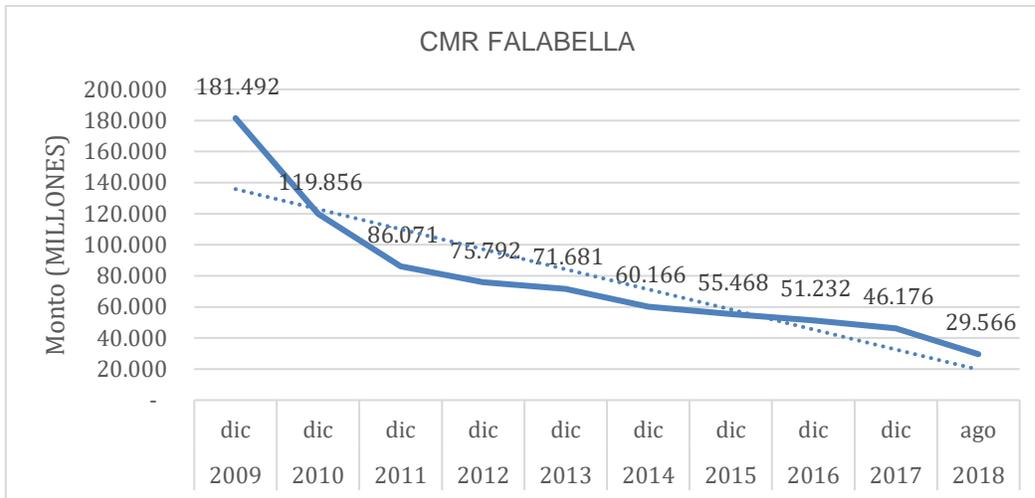
El descenso de las tarjetas CMR FALABELLA vigentes ha traído como consecuencia una disminución en el número de operaciones, destacando una reducción de casi un 50% en el primer año analizado.

Nuevamente separaremos en dos periodos, pues entre 2009 y 2013 cada tarjeta realizaba casi 4 operaciones en el mes de referencia, mientras que desde 2014 en adelante a penas se realizaron 2,5 operaciones por tarjeta.

Monto de operaciones

Las caídas en el número de tarjetas vigentes, cantidad de tarjetas que se usan y número de operaciones se refleja directamente en el monto de las transacciones realizadas asociadas al uso de la tarjeta de crédito. Estos montos han disminuido en más de 80% entre 2009 y 2018, destacando una fuerte caída de más de 100 mil millones de pesos entre 2009 y 2012 como se muestra en el siguiente gráfico.

⁶³ Promedio de operaciones realizadas dividido el promedio de tarjetas en uso

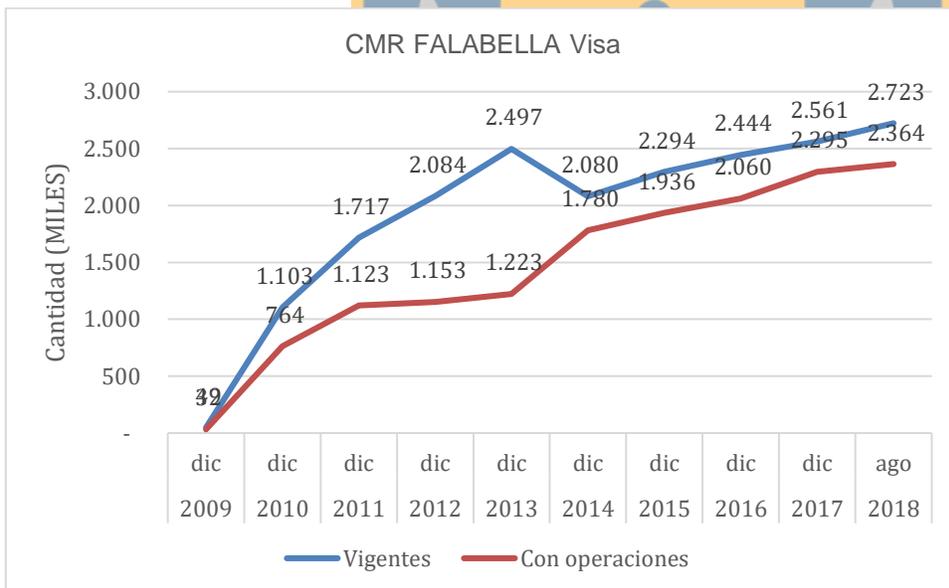


Tarjetas CMR FALABELLA Visa

Lo expuesto anteriormente aplica para la tarjeta principal de Falabella, a continuación, analizaremos algunos puntos sobre la marca Visa asociada, puesto que se dan situaciones inversas a las de CMR FALABELLA.



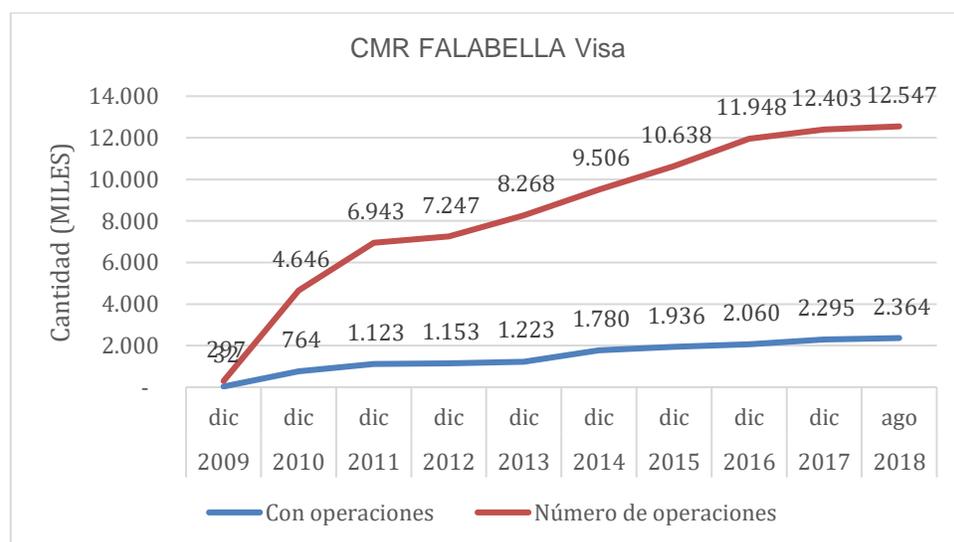
Número de tarjetas vigentes y tarjetas con operaciones



Como se puede apreciar, las tarjetas CMR FALABELLA asociadas a la marca Visa han aumentado exponencialmente entre 2009 y 2018, resaltando la emisión de más de 1 millón de nuevas tarjetas en el primer año estudiado.

En general, la cantidad de tarjetas vigentes y el número de operaciones en cada periodo crece de manera gradual a pesar de que, por ejemplo, en los años 2011, 2012 y 2013 se ocuparon alrededor del 50% de las tarjetas.

Relación entre el uso y número de operaciones



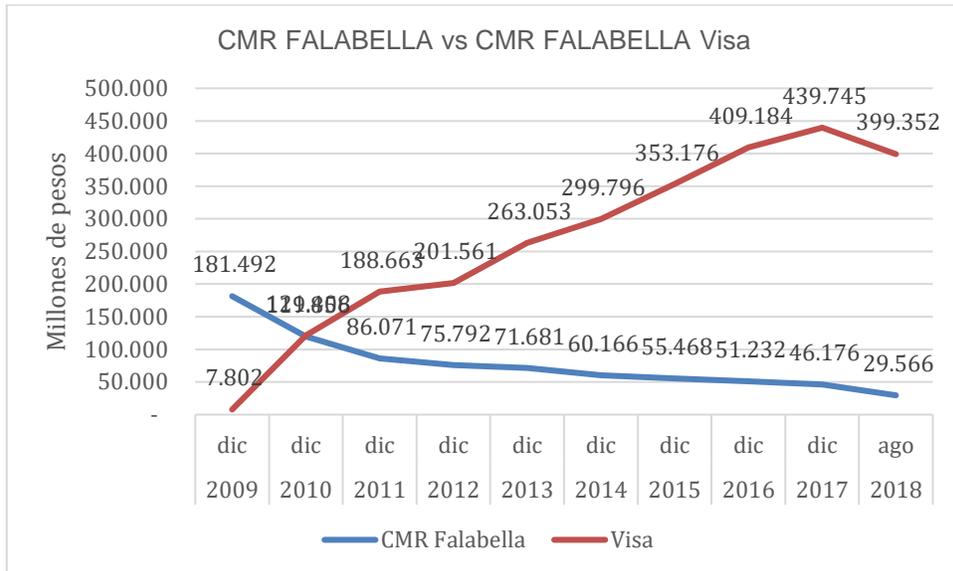
Se destaca que solamente entre 2009 y 2010 el número de operaciones aumentó en más de 4 millones. Hoy en día Falabella procesa más de 12,5 millones de transacciones de sus tarjetas Visa. Para estos efectos, cada tarjeta visa realiza en promedio 6 operaciones en los meses de referencia.

Comentario

La razón de porqué la cantidad de tarjetas CMR FALABELLA vigentes y el número de transacciones asociadas ha disminuido es que las personas prefieren tener una tarjeta CMR FALABELLA asociada a una marca internacional (Visa), ya que con ella pueden optar a diferentes beneficios, ver ANEXO N°8.

Lo anterior se puede visualizar en el gráfico siguiente, donde se observa claramente un aumento progresivo monto de operaciones con tarjeta de crédito CMR FALABELLA Visa.

Monto de operaciones

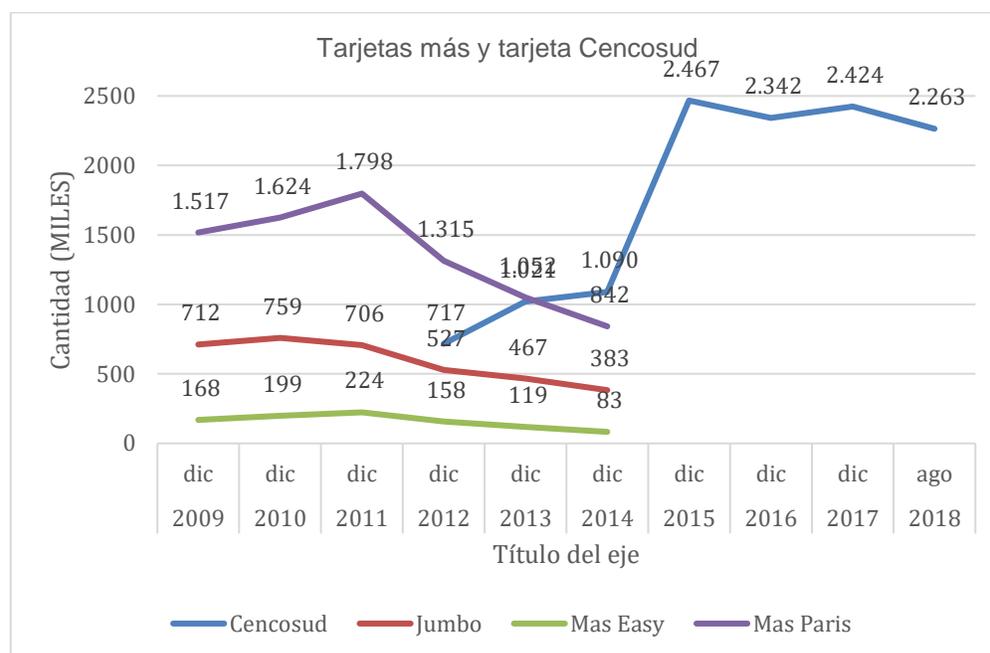


Hoy en día la marca Visa de CMR FALABELLA procesa cerca de 400 mil millones de pesos en transacciones asociadas al uso de la tarjeta de crédito.



3.2.2. Tarjetas de crédito CENCOSUD⁶⁴

Tarjetas vigentes⁶⁵



Consideraciones generales sobre CENCOSUD⁶⁶

Durante mucho tiempo algunas filiales de Cencosud como Paris, Jumbo e Easy estuvieron otorgando créditos comerciales a sus clientes a través de las “tarjetas más”. Durante el año 2012 Cencosud decide reemplazar las “tarjetas más” por una sola, la “tarjeta de crédito Cencosud”. Por lo tanto, todas las ofertas de productos que ofrece el holding están bajo una sola marca. Debido a esto se aprecia una leve disminución entre los años 2012 y 2014 de las tarjetas Jumbo, Easy y Paris vigentes y un aumento de la tarjeta CENCOSUD (entre 2012 y 2014) que se transformó en la principal del holding.

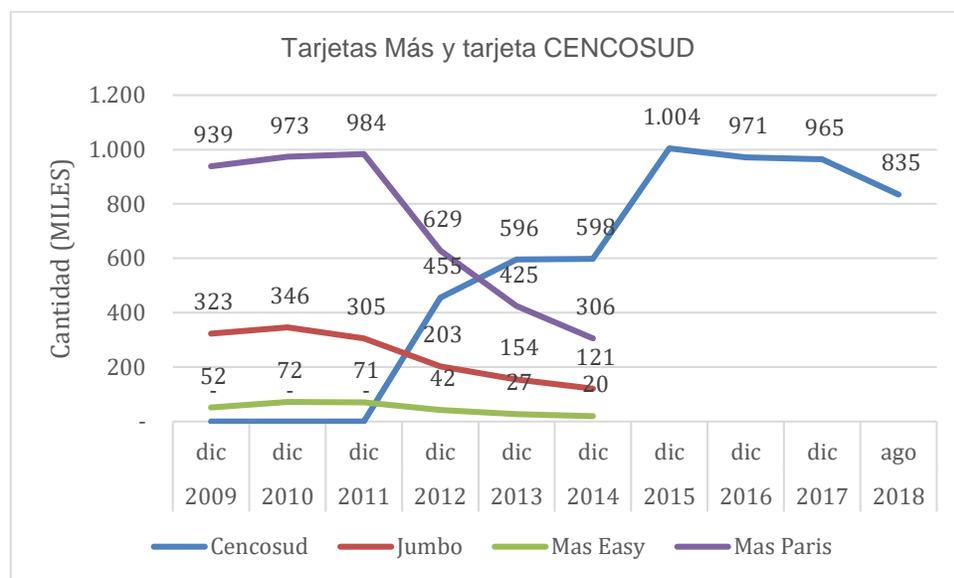
⁶⁴ Emitidas por la empresa “Cencosud administradora de Tarjetas S.A” (creada en 2003), hoy “CAT Administradora de tarjetas S.A” debido a su cambio de razón social en 2015.

⁶⁵ Desde 2009 a 2014 se obtuvieron datos del informe de tarjetas de crédito no bancarias. Desde 2014 se obtuvieron datos del informe de tarjetas de crédito de emisores bancarios y comprende operaciones de compra, avances en efectivo y pagos automáticos efectuados a terceros a través del Banco.

⁶⁶ Memoria anual CENCOSUD 2012 y 2017

Durante el año 2015 fue que se hizo el acuerdo con SCOTIABANK CHILE S.A (ANEXO N°9) para manejar el negocio de tarjetas de crédito en conjunto. Las tarjetas CENCOSUD emitidas desde 2015 se consideran bancarias y tuvieron un aumento significativo durante ese mismo año.

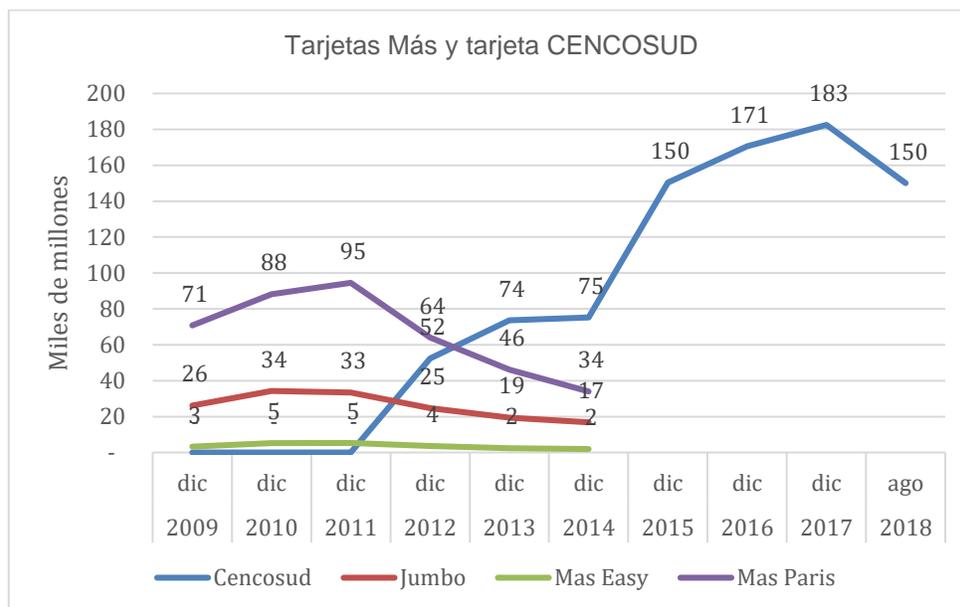
Número de operaciones de las tarjetas CENCOSUD⁶⁷



La tarjeta Jumbo tenía un uso promedio de 40%, la tarjeta Más Easy de 29% promedio, la tarjeta Más Paris de 50% promedio. La tarjeta Cencosud ha sufrido cambios en el porcentaje de uso, pues en 2012 más del 60% de las tarjetas contaban con operaciones, relación que fue disminuyendo gradualmente hasta llegar a menos de un 40% de uso.

⁶⁷ Para efectos de una mejor visualización los datos de tarjetas vigentes y de tarjetas que tienen se graficaron de manera separada, de tal forma que para saber el porcentaje de uso respecto del total se deben tomar los datos del gráfico de número de operaciones y dividirlos por los datos del gráfico de tarjetas vigentes (esto para cada tipo de tarjeta)

Monto de operaciones

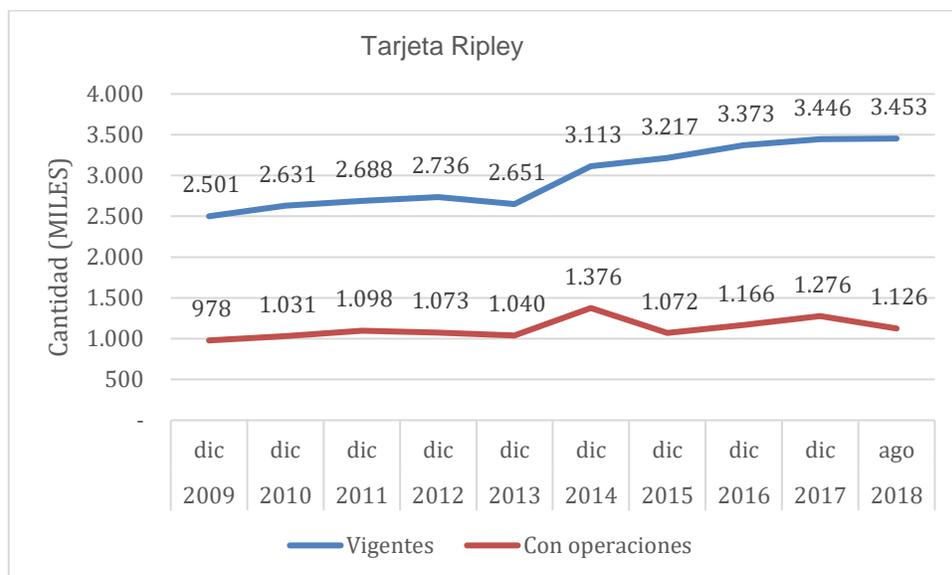


Con la salida de circulación de las tarjetas Más, es razonable que se vea un incremento en los montos de operaciones de la tarjeta CENCOSUD desde 2014 en adelante. Lo anterior se debe a que los montos de operaciones de las tarjetas Más se encuentran incorporados en el informe de tarjetas de crédito de emisores bancarios de la SBIF a partir de mayo de 2015 (no se encuentra desagregado), mes en el cual se entienden bancarias las tarjetas CENCOSUD⁶⁸.

⁶⁸ Como antes de mayo de 2015 las tarjetas CENCOSUD se consideraban no bancarias, desde esa fecha hacia atrás la información fue obtenida desde el informe de tarjetas de crédito de emisores no bancarios.

3.2.3. Tarjeta de crédito RIPLEY⁶⁹

Tarjetas vigentes y tarjetas con operaciones



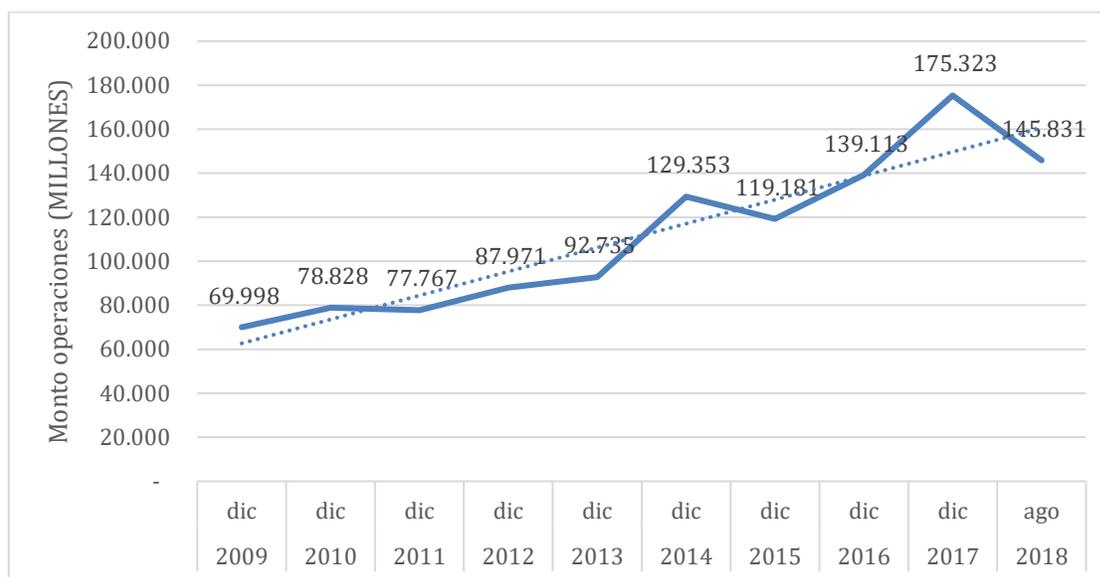
La tarjeta Ripley presenta un aumento sostenido durante los años 2009 y 2018, excepto en el año 2013. En ese mismo año 2013 la SBIF autorizó la integración de CAR S.A como subsidiaria de Banco RIPLEY. De esta manera CAR S.A se transformó en una SAG⁷⁰ dedicada a la emisión y operación de tarjetas de crédito bancarias. Por lo tanto, todas las tarjetas RIPLEY emitidas desde el 2014 se consideran bancarias. Lo anterior explica el aumento de casi 500 mil nuevas tarjetas emitidas entre 2013 y 2014.

En relación al uso de estas tarjetas, entre los años 2009 y 2014 el uso estaba en torno al 40%, posteriormente hubo una caída a un 33% (2015) y se mantuvo sin variaciones significativas.

⁶⁹ Empresa emisora de tarjetas es CAR S.A

⁷⁰ Sociedad de Apoyo al Giro bancario

Monto de operaciones con tarjeta Ripley⁷¹



La línea de tendencia del monto de operaciones tiene pendiente positiva, se nota un aumento de casi 40 mil millones de pesos entre 2013 y 2014. Las razones de ese aumento son (i) la combinación de la empresa emisora de tarjetas Ripley con el Banco Ripley que permitió la integración de más de 2 millones de clientes de la tarjeta al banco y (ii) el hecho de que en el año 2011 la empresa emisora de las tarjetas Ripley obtuvo la licencia de MasterCard⁷² lo que permitió variar los lugares donde las personas pueden ocupar su dinero.

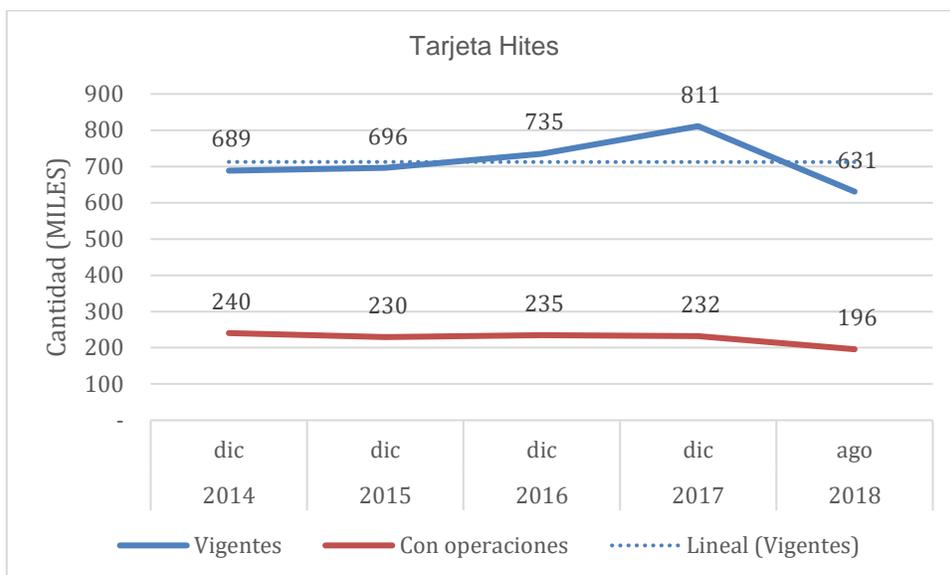
⁷¹ Desde 2009 a 2013 se obtuvo información del informe de tarjetas de crédito no bancarias. Desde 2014 en adelante se obtuvo información del informe de tarjetas de crédito bancarias debido a la integración de CAR S.A con un Banco. Las operaciones descritas en el informe de emisores bancarios: Compras, Avances en efectivo y Servicio contratados (pagos de cuentas de forma automática a terceros a través del Banco).

Debido a la integración de CAR S.A con el Banco, no es posible saber, por ejemplo, el monto de operaciones con tarjeta Ripley MasterCard (datos limitados), no así con CMR FALABELLA y CMR FALABELLA Visa.

⁷² Estado financiero Ripley Chile S.A 2017

3.2.4. Tarjeta de crédito HITES⁷³

Tarjetas vigentes y tarjetas con operaciones⁷⁴



Durante el mes de diciembre de 2013 se presenta una solicitud a la SBIF para inscribirse en el registro de emisores de tarjetas de crédito. En junio de 2014 la SBIF acepta la solicitud en el registro y desde esa fecha Inversiones y Tarjetas S.A es la encargada de emitir las tarjetas de crédito no bancarias.

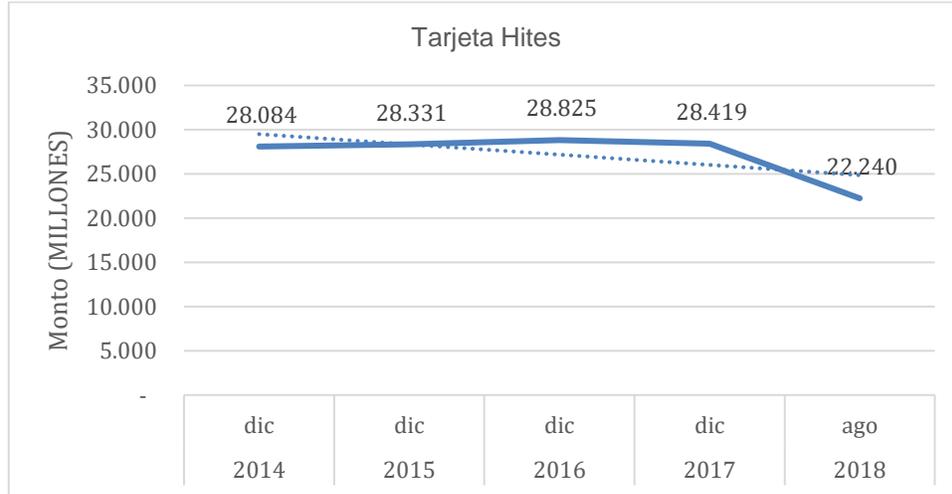
La recta que mejor se ajusta a los datos es paralela al eje X, sin perjuicio de que hubo un aumento significativo de más de 100.000 tarjetas entre 2014 y 2017, seguido de un descenso de casi 200.000 tarjetas entre 2017 y 2018.

Dado lo anterior, el uso de las tarjetas tiene un patrón sin variaciones significativas con un porcentaje promedio de uso un poco superior al 30%, exceptuándose únicamente el año 2017 donde el uso (28%) no superó tal promedio.

⁷³ Empresa emisora desde año 2014 es Inversiones y Tarjetas S.A

⁷⁴ A diferencia de las demás empresas de Retail, entre los años 2009 y 2013 no existen movimientos respecto a la emisión de tarjetas.

Monto de operaciones



Como se observa, el monto de las operaciones tiende a decrecer. Durante los años 2014, 2015 y 2016 se muestra un leve aumento de las cantidades transadas en los periodos, a pesar de que el número de tarjetas en uso se comporta de manera inversa. Para los años 2017 y 2018 la relación es directa, es decir, disminuyeron las tarjetas de crédito vigentes, el número de tarjetas usadas y el monto de las operaciones.

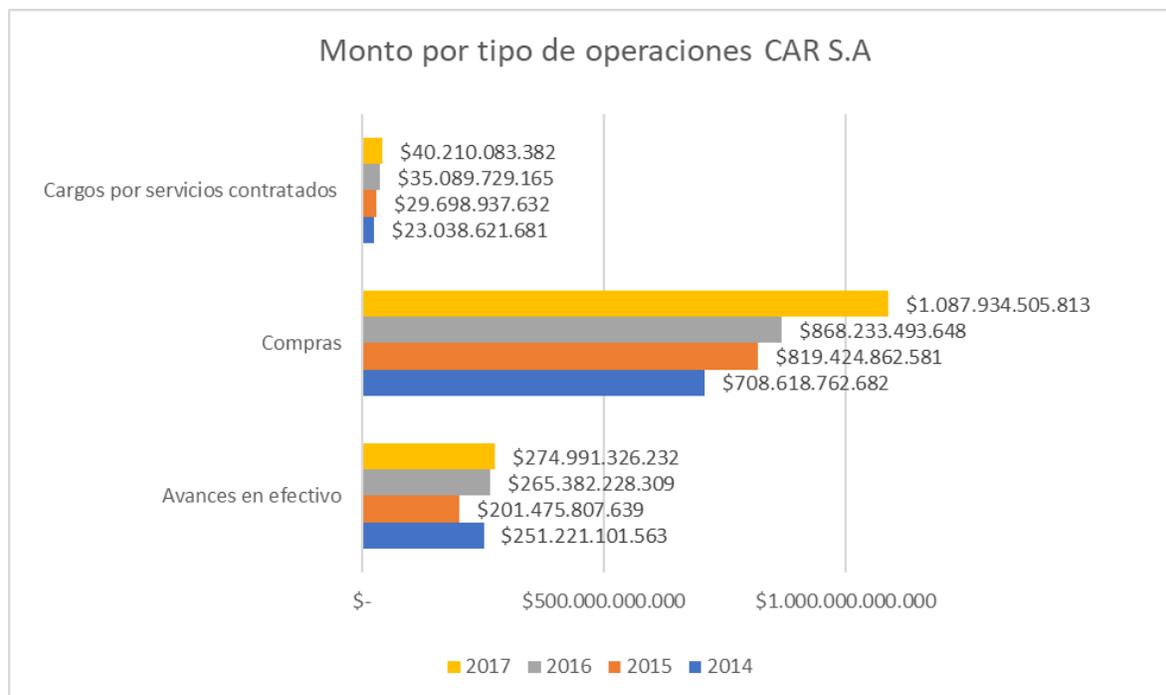
3.3. Tipos de operaciones que se efectúan con las tarjetas de crédito referente a los montos transados anualmente por emisor

Los montos provenientes de las operaciones que se efectúan anualmente con las tarjetas de crédito de Retail provienen de tres tipos de operaciones clasificadas como: compras, avances en efectivos y cargos por servicios contratados. Se debe tener en cuenta que los valores que se indican en cada tipo de operación representan el monto total de operaciones que se efectúan y no el ingreso devengado o percibido anualmente por las entidades.

A continuación, se realizará un análisis a estos tipos de operaciones en las empresas utilizadas como muestra del comportamiento del mercado de Retail en el

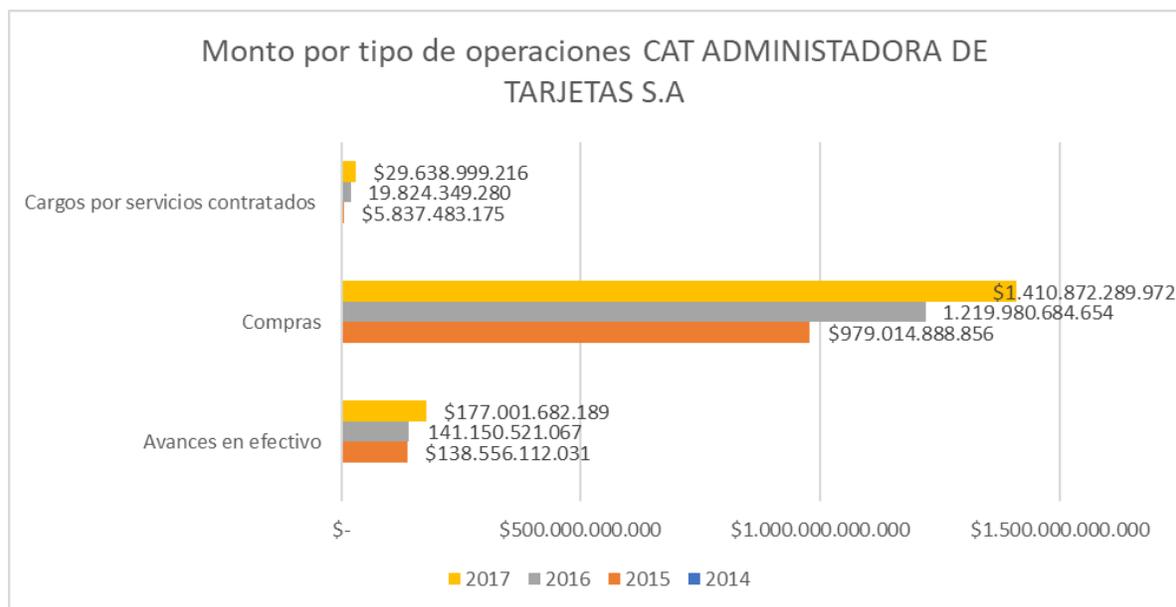
periodo 2014-2017, excluyendo de este análisis a PROMOTORA CMR FALABELLA S.A, dado que no se presenta un desglose de los montos de operaciones por tipo.

Gráfico N°1



En el Gráfico N°1 es posible apreciar que los montos en los diferentes tipos de operaciones presentan un comportamiento creciente durante los periodos evaluados, por un lado, las compras anuales representan un promedio de 870 mil millones de pesos y un monto 53% más alto en 2017 respecto de 2014. Este tipo de operación es el que más influye en el monto total de operaciones, representando el 76% aproximadamente. En cuanto a los avances en efectivos estos presentan un promedio de 247 mil millones de pesos, representando un 28% del valor promedio de las compras. El año 2015 es cuando presenta una mayor disminución respecto de su porcentaje de participación en el total, por último, los cargos por servicios contratados representan un monto promedio de 31 mil millones de pesos subiendo aproximadamente 6 mil millones por año.

Al evaluar el monto total de operaciones por año CAR S.A presentan un aumento de 982 mil millones en 2014 a 1.4 billones de pesos durante 2017, todo en el marco de un crecimiento constante año a año.

Gráfico N°2⁷⁵

En el Gráfico N°2 se presentan los montos por tipos de operaciones de la empresa CAT ADMINISTRADORA DE TARJETAS S.A en el cual se observa que las compras son el tipo de operación que mayor influencia tiene en el monto total de operaciones con un promedio de 1,2 billones de pesos anuales en base a los tres años evaluados, presentando un incremento anual aproximado de 200 mil millones respecto de cada año anterior. Los avances en efectivos en esta empresa presentan un promedio de 252 mil millones de pesos, un 20 % del valor promedio de las compras, con un aumento significativo de 36 mil millones de pesos de 2016 a 2017. Por último, los cargos por servicios contratados en esta empresa representan un valor muy inferior respecto a los otros 2 tipos de operaciones con valores que fluctúan entre el 1% y el 3% del monto total de las operaciones, un promedio de los 3 años de 19 mil millones de pesos y un crecimiento atípico en cuanto a monto de 2015 a 2016 en 14 mil millones de pesos. De los valores totales existe un monto

⁷⁵ El año 2014 no se encuentra analizado debido a que la entidad era considerada no bancaria y en los informes que realiza la SBIF no se detalla por tipo de operación. Por otro lado, los meses de enero a abril de 2015 no se encuentran en las publicaciones efectuadas por la SBIF para emisores bancarios dado que aún era una empresa no bancaria. De todas maneras, se hizo una estimación de los montos de los meses faltantes. Para esto se hizo una relación entre =Suma [(tipo de operación mayo a diciembre) /Monto total de operaciones anuales]

promedio de 1,37 billones de pesos, que presentan una tendencia de crecimiento año a año analizado.

Gráfico N°3⁷⁶



Del análisis del Gráfico N°3 de los tipos de operaciones de la empresa no bancaria INVERSIONES Y TARJETAS S.A es posible apreciar que particularmente del año 2014 a 2015 se presenta un incremento significativo en los tres tipos de operaciones, esto se vio influenciado por la incorporación de la tienda online para la tienda de Retail campañas como Ciber HITES enfocadas en la promoción de las ventas on-line, el marketing vía móvil, la incorporación de la documentación electrónica previamente implantada como piloto en 2014, entre otras medidas. Cabe destacar que a lo largo de los años la empresa presenta un patrón casi 100% creciente en sus montos por tipo de operaciones, que van de la mano de la

⁷⁶ La empresa INVERSIONES Y TARJETAS S.A pertenece a las entidades no bancarias por lo tanto no hay información en la SBIF acerca de los montos asociados a los tipos de operaciones, aun así, la empresa en sus memorias anuales publica el porcentaje que representa cada tipo de operación del total de \$ en colocaciones. En base a tales porcentajes se estableció una proporción. para obtener una aproximación por cada tipo de operación.

expansión que ha tenido la tienda abriendo nuevas tiendas constantemente por año, en 2014 eran 18 y a 2017 ya llevan 23 locales, como dato adicional la empresa destaca que cada año del total de compras que se efectúan en la tienda de Retail el 50% aprox. son con la tarjeta de crédito.⁷⁷

En general los avances en efectivo en sus distintas modalidades normal, super y full emergencia representan un promedio de 44 mil millones de pesos en los 4 años evaluados, las compras por su parte son indiscutiblemente las operaciones principales efectuadas con la tarjeta con un monto promedio de 99 mil millones de pesos, en último lugar los cargos por servicios contratados presentan un promedio de 27 mil millones de pesos, en 2015 en particular presenta su monto más alto.

Por último, hay que recalcar que la empresa los montos totales asociados a las operaciones van desde 117 mil millones de pesos en 2014 a 226 mil millones de pesos en 2017 produciéndose un aumento de un 93% en 2017 respecto a los montos de 2014.

Tabla N °1: Porcentaje que representa cada tipo de operación respecto del total anual.

EMISOR	TIPO DE OPERACIÓN	2014	2015	2016	2017
CAR S.A.	Avances en efectivo	26%	19%	23%	20%
	Compras	72%	78%	74%	78%
	Cargos por servicios contratados	2%	3%	3%	3%
TOTAL		100%	100%	100%	100%
CAT ADMINISTRADORA DE TARJETAS S.A.	Avances en efectivo		12%	10%	11%
	Compras		87%	88%	87%
	Cargos por servicios contratados		1%	1%	2%
TOTAL		0%	100%	100%	100%
INVERSIONES Y TARJETAS S.A	Avances en efectivo	34%	35%	34%	34%
	Compras	50%	50%	50%	52%
	Cargos por servicios contratados	16%	15%	16%	14%
TOTAL		100%	100%	100%	100%

En la tabla N°1 y en concordancia con lo expuesto los gráficos N°1, N°2 y N°3 es posible apreciar que las tarjetas de crédito son usadas principalmente para realizar

⁷⁷ Memorias anuales HITES 2014-2015-2016-2017

compras en el mismo Retail, representando durante los 4 años entre un 50 % (mínimo) y un 88% (máximo) de los montos transados por las empresas anualmente, esto se debe a que precisamente la principal función de la tarjeta de crédito es ser un medio de pago para comprar sin la necesidad de tener que contar con efectivo en el momento de la operación, además se hace evidente que cada tarjeta está diseñada primordialmente para ser usada en la misma tienda que la ofrece por lo tanto las ofertas, descuentos, estarán referidas principalmente a las compras en el propio Retail.

En segundo lugar y bastante lejos de las compras se encuentran las operaciones por avances en efectivo que representan entre el 10% y 35% del total, una operación que difiere un poco de la función principal de las tarjetas de crédito, pues consiste en un préstamo de dinero efectuado a los clientes y representa un plus incorporado al uso de la tarjeta dado que les permite a los usuarios tener más variedad de opciones al momento de solicitar un crédito.

Finalmente, con unos porcentajes menores se observa que las operaciones por cargos por servicios contratados simbolizan la menor parte de los montos transados, esto se hace evidente, pues, si bien, en esta categoría de encuentran el uso de las tarjetas de crédito como medio de pago en comercios asociados relacionados con el área de entretención, supermercados, estaciones de servicios, recargas de celulares, entre otros, estos a su vez traen consigo algunos beneficios, descuentos y facilidades. Este tipo de operaciones no es el eje principal en el que giran las operaciones, los porcentajes de este tipo de operaciones van desde el 2% hasta el 16% como máximo, precisamente este último valor proviene de la empresa INVERSIONES Y TARJETAS S.A quien cuenta con los porcentajes más altos por este tipo de operación con un promedio de 15% en comparación con las demás empresas en donde no representan más del 3 % del total, además esta misma empresa también presenta los porcentajes más altos de operaciones de avances en efectivo con un promedio de un 34% del total.

La empresa CAT ADMINISTRADORA DE TARJETAS S.A es la que expone un promedio más alto de montos asociados a las compras con un 87% en los 3 años analizados.

En cuanto a la empresa CAR S.A, es posible apreciar que en 2014 cuenta con el porcentaje más alto de todas las empresas por montos asociados a los avances en efectivo, valor que disminuye significativamente en 7 % en el 2015.

3.4. Emisores de tarjetas

A continuación, se presenta una lista de las entidades inscritas en el registro de emisores de la SBIF y con la autorización para emitir tarjetas de crédito. Por lo tanto, son entidades fiscalizadas por la Superintendencia.

3.4.1. Emisores de tarjeta de crédito no bancarias ⁷⁸

- FALABELLA a través de “Promotora CMR FALABELLA S.A”
- ABCDIN a través de “Créditos, organización y finanzas S.A”
- CyD a través de “Sociedad emisora de tarjetas C y D S.A”
- FISO a través de “Fiso S.A”
- LA POLAR a través de “Inversiones LP S.A”
- HITES a través de “Inversiones y tarjetas S.A”
- LÍDER a través de “Servicios y administración de créditos comerciales Líder S.A”
- CORONA a través de “Sociedad de créditos comerciales S.A”
- CRUZ VERDE a través de “Solventa tarjetas S.A”
- TRICOT a través de “Tricard S.A”

3.4.2. Sociedades de apoyo al giro bancario (tarjetas bancarias)

- RIPLEY a través de “CAR S.A”
- CENCOSUD a través de “CAT administradora de tarjetas S.A

⁷⁸ <https://www.sbif.cl/sbifweb/servlet/ConozcaSBIF?indice=7.5.1.1&idContenido=483#SAGB>

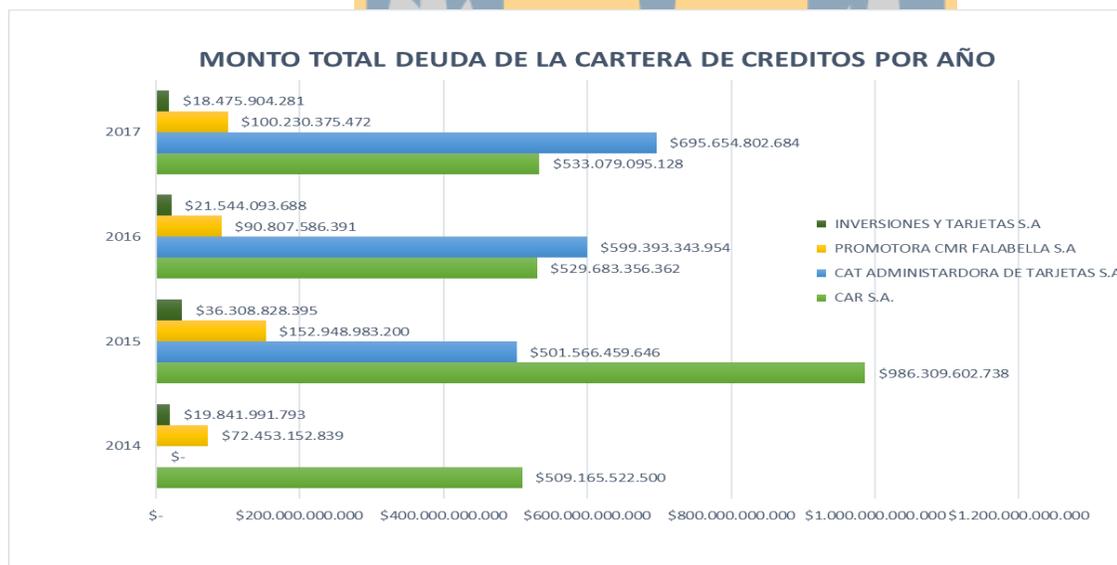
3.5. Mora

DEUDA DE LOS CLIENTES ASOCIADO A LA MORA

La cartera de clientes contempla el segmento de estos mismos en los cuales se enfoca cada empresa. Estos van desde el segmento “A” hasta el segmento “D”. Los productos y servicios ofrecidos están enfocados a las necesidades y al alcance monetario de estos clientes.

Ahora, cuando los clientes efectúan operaciones de crédito, estos adquirirán una determinada deuda debido a que se le está pidiendo dinero al emisor de la tarjeta para realizar alguno de los diferentes tipos de operaciones asociadas al uso de la tarjeta. Estos montos representarán para la empresa un activo que se cargará a la correspondiente cuenta de deudores o clientes que posea dicha entidad, cuenta que disminuirá conforme los clientes vayan cumpliendo con el pago de las operaciones debidamente acordadas entre las partes en una determinada fecha. Cuando eso ocurra ingresará dinero real a la empresa. Si los deudores que no cancelaren los montos cuando corresponde, quedarán afectos a intereses moratorios, los cuales se adicionarán al monto de la deuda que ya posee el usuario de la tarjeta.

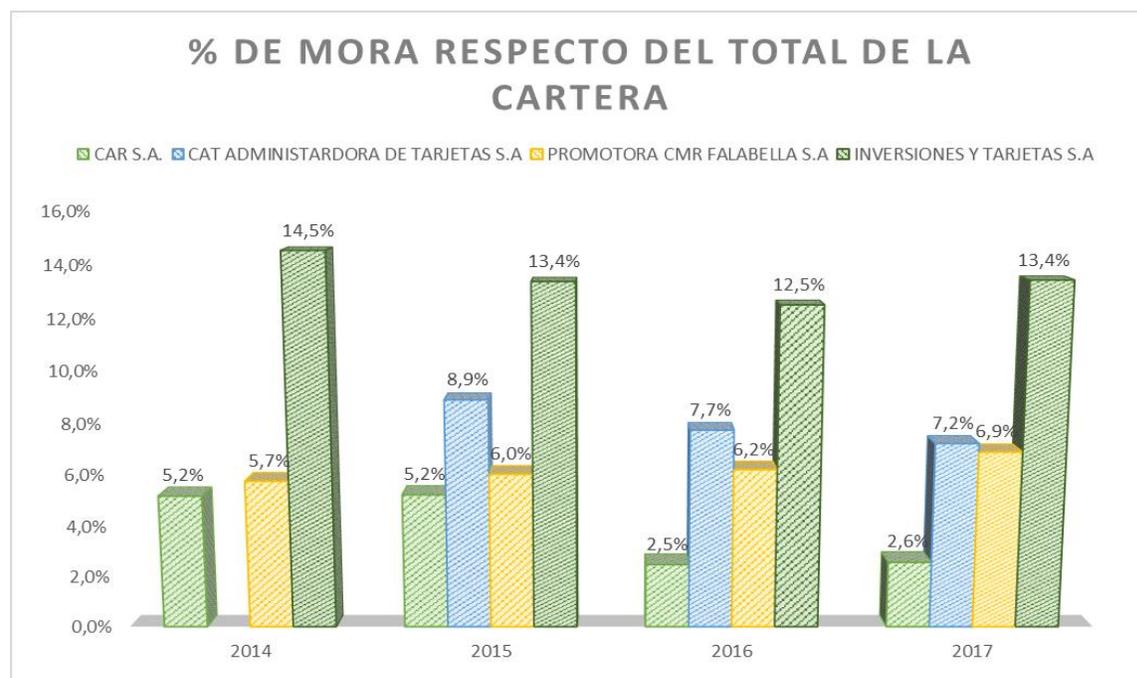
GRAFICO N°4 Cartera de deudas por emisor ⁷⁹



⁷⁹ El monto consignado corresponde al saldo de las obligaciones del tarjetahabiente que han sido cargadas a la línea de crédito (activo de la empresa) asociada a la tarjeta, al cierre de un periodo de

En el gráfico N°4 se puede apreciar el monto total de deudas que posee cada empresa, el cual incluye tanto los montos por deudas al día, como los montos con deudas afectas a mora.

GRAFICO N°5 Evolución de la mora relacionada al uso de la tarjeta de crédito



La mora se define como el conjunto de intereses al que queda afecta una persona por no haber pagado las cuotas o montos de su línea de crédito, en la fecha pactada entre el usuario del crédito y quien se lo otorga.

Ahora bien, en el gráfico N°5 elaborado a partir de los informes de la SBIF se expone el monto del total de deudas de la cartera de créditos por empresa que corresponde a la categoría de moroso.

De lo anterior, se analizará la deuda total que deben pagar los consumidores, incluida los intereses por mora⁸⁰.

información. Dicho saldo incluye tanto los créditos propiamente tales, como los saldos por el uso de tarjetas de crédito que aún no han sido pagados por el emisor.

⁸⁰ Para el análisis de 2014 a 2017 se toma como muestra el comportamiento de diciembre de cada año.

Conforme a lo expuesto en el grafico N°5 acompañado de la información del grafico N°4 se puede concluir lo siguiente:

La empresa CAR S.A destaca por ser la que posee un monto asociado a mora más bajo en comparación con las demás empresas, con una tendencia que se mantiene en porcentajes similares de un año a otro. Sobre el particular, desde diciembre de 2015 a diciembre 2016 se experimenta una disminución de más de un 50% de monto asociado a mora. Hay que tener en cuenta que el valor sobre el cual se calcula este monto asociado a mora es tomando como base la deuda de la cartera de crédito, pues dicha deuda total se divide en: **(i)** deuda al día y **(ii)** mora.

Respecto a CAT ADMINISTRADORA DE TARJETAS S.A y PROMOTORA CMR FALABELLA S.A, ambas presentan un comportamiento similar y constante en el tiempo en cuanto a su porcentaje de montos afectos a mora, CAT cerca del 5% y CMR cerca del 7%, pero teniendo presente que el monto total de deuda en cartera de CAT ADMINISTRADORA DE TARJETAS S.A es de 600 mil millones de pesos aproximadamente como valor promedio de los años analizados mientras que el porcentaje de PROMOTORA CMR FALABELLA S.A esta asociado a un monto de 103 mil millones de pesos promedio.

Ahora, INVERSIONES Y TARJETAS S.A por su parte presenta la proporción más alta de las 4 empresas con un porcentaje que fluctúan entre el 12 y 14%, esto de la mano de que su monto de deuda total en cartera por concepto de créditos es de 18 mil millones de pesos, valor muy por debajo de las demás empresas.

Por lo tanto, se puede establecer que cada empresa de manera individual posee inevitablemente un porcentaje de deuda en mora (a partir de los montos de deuda total de la cartera), por concepto de clientes que no han cumplido con sus obligaciones a tiempo.

Al evaluar la información, los porcentajes de deuda en mora representan un valor bajo en comparación al porcentaje de deudas que se encuentran al día. La relación entre la mora y la deuda total debe evaluarse conforme a lo que cada empresa posee, ya que como hemos visto previamente INVERSIONES Y TARJETAS S.A

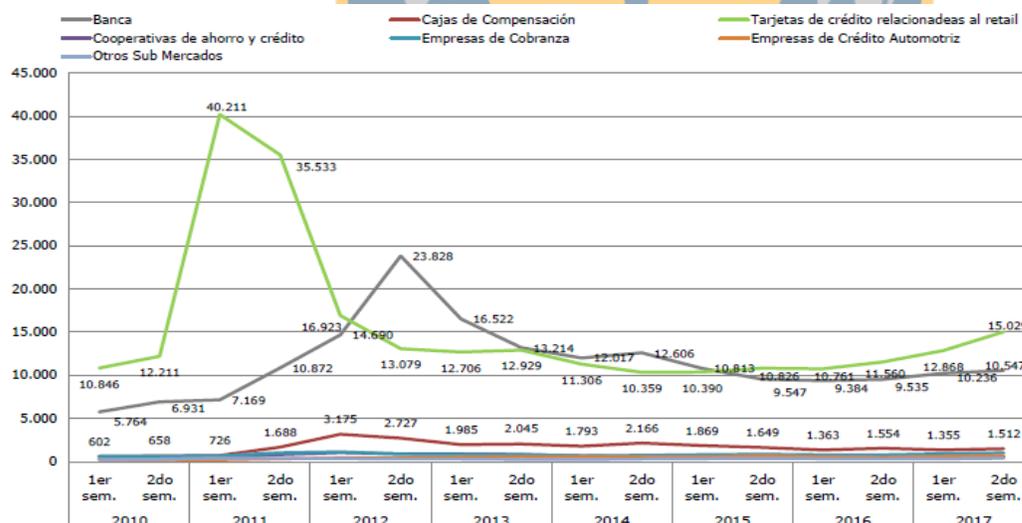
posee las tasas más altas asociadas a mora, pero también los montos más bajos de deudas lo que significa que la empresa puede tener una cartera de clientes más pequeña o que gran parte de las operaciones que se efectúan con la tarjeta de crédito son canceladas en un plazo inferior a un año. De todas maneras, los montos de deudas morosos elevados indicarían que los usuarios de las tarjetas de esta empresa tienen la tendencia a no cancelar a tiempo, por lo tanto, la empresa debería reevaluar las condiciones bajo las cuales otorga créditos y a quienes.

Por el contrario, la empresa CAR S.A posee uno de los montos de deudas por cartera de clientes más elevada, lo que puede significar que la empresa trabaja con una cartera de clientes más grande, pero su porcentaje de montos con mora es el más bajo de las 4 empresas, lo que implica que los clientes de esta entidad tienen una buena tendencia a cancelar sus deudas y obligaciones al día.

3.6. Nivel de satisfacción de los usuarios asociado a los reclamos

3.6.1. Evolución de los reclamos de las tarjetas de crédito de Retail

Gráfico 1: Cantidad de reclamos por submercado financiero



A lo largo de los años la cantidad de reclamos efectuados en contra de las tarjetas de crédito de Retail ha mostrado un patrón de cantidades constantes y similares, presentando un único incremento significativo durante el primer semestre del año

2011 (gráfico 1) de un 229,11% más que el semestre anterior, particularmente por el acontecimiento del denominado caso la Polar⁸¹. Al compararlo con los demás submercados financieros, durante el período comprendido entre 2010-2017 se puede dilucidar que las tarjetas de crédito están posicionadas como una de las de mayor concentración de reclamos con un promedio de 15.498, siendo superada en reclamos por el submercado de la Banca en un 62,20% en cuanto a cantidad de reclamos en el segundo semestre de 2012. Para los demás semestres se presentan leves niveles de diferencia entre los reclamos asociados a la banca y los de tarjetas de crédito relacionadas al Retail, por lo que se puede concluir que estas dos entidades son las que más están en la mira de los consumidores disconformes con el producto o servicio adquirido.

Tabla N°1 Variación de la participación de los reclamos en el submercado financiero

SUB-MERCADO FINANCIERO	2º SEMESTRE 2016	2º SEMESTRE 2017	VARIACIÓN (puntos porcentuales)
TARJETAS DE CRÉDITO RELACIONADAS AL RETAIL	46,8%	50,5%	↑ 3,7

Al analizar los cambios acontecidos de un semestre a otro podemos ver que la participación de los reclamos por uso de tarjetas de crédito relacionadas al Retail ha aumentado en unos 3,7 puntos en el segundo semestre de 2017 respecto del semestre anterior. Si bien, las cifras de un año a otro no presentan un aumento a gran escala, es posible visualizar que al segundo semestre del 2017 este submercado financiero es acreedor de la mitad de los reclamos del total de mercado sometidos a evaluación, lo que implica un nivel de disconformidad alto por parte de los usuarios de los productos y servicios otorgados por dichas entidades.

⁸¹ (La empresa efectuó una repactación unilateral y abusiva de las deudas de alrededor de 1 millón de clientes)

Tabla N°2: Variación de los reclamos por semestres 2016-2017

% DE VARIACION N° DE RECLAMOS	TOTAL	TOTAL	% VARIACIÓN
		22.321	27.897

Gráfico N°6



Gráfico N°7



En cuanto a la cantidad de reclamos efectuados contra este submercado se tiene que porcentualmente del primer semestre de 2016 al primer semestre del 2017 aumentó un 19,58% la cantidad de reclamos, de la misma manera al analizar el segundo semestre de los respectivos años nos encontramos con que el porcentaje de reclamos aumento en un 30%. Ahora bien, analizando horizontalmente estos dos años, se observa que durante el 2016 se efectuaron un total de 22.321 reclamos y en 2017 un total de 27.897 (un 25% más).

3.6.2. Principales motivos de reclamos

Tabla 3: Motivos de reclamos en las tarjetas de crédito de Retail ⁸²Los

reclamos efectuados por los clientes se originan a raíz de un variado conjunto de causas, por lo cual en la tabla 3 se muestra un listado con las principales razones

PRINCIPALES CAUSAS DE RECLAMOS	N° RECLAMOS			% DE RECLAMOS		
	2° semestre 2016	2° semestre 2017	VARIACIÓN (porcentual)	2° semestre 2016	2° semestre 2017	VARIACIÓN (puntos porcentuales)
COBRANZA EXTRAJUDICIAL NO CORRESPONDE	2.215	2.649	19,6%	19,2%	17,6%	-1,6
NO REVERSA CARGOS MAL EFECTUADOS	2.076	2.052	-1,2%	18%	13,7%	-4,3
COBRO DE SEGUROS NO CONTRATADOS	796	1.706	114,3%	6,9%	11,4%	4,5
CONSUMIDOR NO RECONOCE TRANSACCIÓN POR CLONACIÓN Y/O SUPLANTACIÓN	858	1.327	54,7%	7,4%	8,8%	1,4
COBROS EXCESIVOS O DUPLICADOS	981	1.168	19,1%	8,5%	7,8%	-0,7
REPACTACIÓN: COBRO DE DEUDA EXCESIVA, NO RESPETAR CONDICIONES, SIN CONCENTIMIENTO, ETC.	535	765	43%	4,6%	5,1%	0,5
COBROS POR PRODUCTOS O SERVICIOS NO CONTRATADOS	619	723	16,8%	5,4%	4,8%	-0,6
NO INFORMA CONDICIONES DE CRÉDITO	516	706	36,8%	4,5%	4,7%	0,2
PUBLICADO EN DICOM	380	437	15%	3,3%	2,9%	-0,4
INCUMPLIMIENTO RESPUESTA DEL PROVEEDOR	260	427	64,2%	2,2%	2,8%	0,6
IMPUGNA COBRO DE INTERÉS	115	281	144,3%	1%	1,9%	0,9
NEGATIVA O RETARDO EN HACER EFECTIVA RENUNCIA A SEGURO	105	220	109,5%	0,9%	1,5%	0,6
NEGATIVA O RETRASO DE PROVEEDOR EN CIERRE DE PRODUCTOS	155	208	34,2%	1,3%	1,4%	0,1
SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE	116	207	78,4%	1%	1,4%	0,4
INCUMPLIMIENTO PROMOCIONES Y OFERTAS	196	201	2,6%	1,7%	1,3%	-0,4
DINERO NO ENTREGADO PARCIAL O TOTAL	156	162	3,8%	1,3%	1,1%	-0,2
PREPAGO	122	157	28,7%	1,1%	1%	-0,1
OTRAS CAUSAS	1.047	1.070	20,2%	11,8%	10,9%	-0,9
TOTAL	11.560	15.029	30%	100%	100%	

La categoría "otras causas" agrupan motivos de reclamos tales como: incremento unilateral de los cargos o comisiones, negativa a pagar siniestro asegurado, falta o no entrega de la respaldo de la operación, etc.

que conducen a la generación de reclamos contra las tarjetas de crédito de Retail.

Como es posible apreciar las dos causas con mayor número de reclamos son "la cobranza extrajudicial no corresponde" con una cantidad de reclamos superior a los 2.200 en ambos semestres comparativos y "no reversa cargos mal efectuados" que también supera los 2.000 reclamos, que en su conjunto representan un 31% aprox. en 2017, cifra 6% menor que en el año anterior luego más abajo se encuentran "cobros de seguros no contratados", "consumidor no reconoce transacciones por clonación" y "cobros excesivos o duplicados" que en su conjunto alcanzan un 27% aproximadamente el segundo semestre del 2017, un 4% más que el segundo semestre del 2016. También es posible inferir que la causa que más disminuyó en

⁸² No se encuentra disponible el informe comparativo del primer semestre de ellos respectivos años por ende tampoco se puede efectuar un análisis anual de los principales motivos de reclamos.

reclamos fue “no reversa cargos efectuados” y la que más aumentó fue “cobros de seguros no contratados”.

3.6.3. Reclamos por marca de la tarjeta de crédito

Gráfico 2: Cantidad de tarjetas en funcionamiento (con saldo)

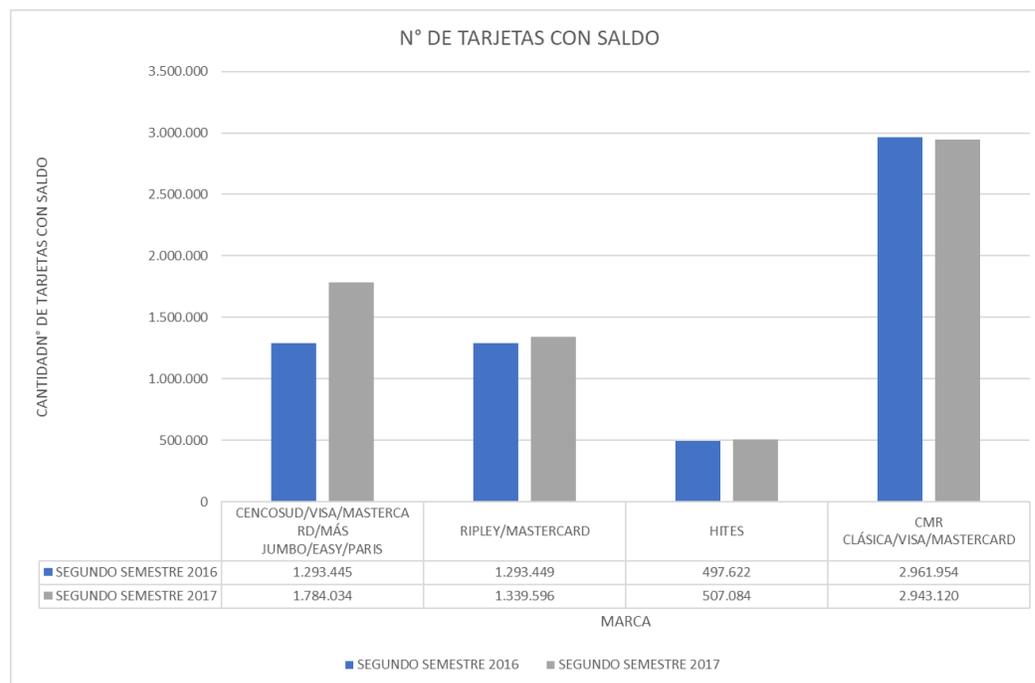


Tabla N°4: Cantidad de reclamos por Marca de tarjeta de Retail

En la tabla 4 en concordancia con el apoyo que le presta el gráfico N°2 se presentan las cantidades de reclamos que posee cada tarjeta de crédito de las entidades tomadas como muestra para ser analizadas en esta investigación.

TARJETA DE CRÉDITO DE RETAIL	N° DE RECLAMOS CONTRA TARJETA DE CRÉDITO DE RETAIL			
	SEGUNDO SEMESTRE 2016	% DE PARTICIPACIÓN	SEGUNDO SEMESTRE 2017	% DE PARTICIPACIÓN
CENCOSUD/VISA/MASTERCARD/MÁS/JUMBO/EASY/PARIS	2.984	25,81%	2.779	18,49%
RIPLEY/MASTERCARD	2.318	20,05%	2.080	13,84%
HITES	387	3,35%	660	4,39%
CMR CLÁSICA/VISA/MASTERCARD	1.955	16,91%	2.498	16,62%
TOTALES	7.644	66%	8.017	53%

Dentro de lo más importante se puede destacar que CENCOSUD es la líder en reclamos de entre las cuatro tarjetas analizadas y que las tarjetas RIPLEY y CENCOSUD son las que concentran una mayor cantidad de reclamos. Se debe tener en cuenta que la cantidad de tarjetas que tienen en funcionamiento (gráfico 2) equivalen a 2.500.000 de tarjetas con saldo. Por el contrario, HITES presenta un pequeño porcentaje de tarjetas con saldo que fluctúa entre el 4% y el 6%⁸³ entre los dos semestres comparativos, pero teniendo en cuenta que su número de tarjetas con saldo representa solo un 20% de la cantidad que posee CENCOSUD, CMR por su parte es la que posee más tarjetas con saldo de todas las que aparecen en la tabla pero su cantidad de reclamos es significativamente menor a CENCOSUD y RIPLEY obteniendo un 16% de participación.

3.6.4. Tasa de reclamos por marca de tarjeta de crédito

Gráfico N°3: Tasa de reclamos⁸⁴



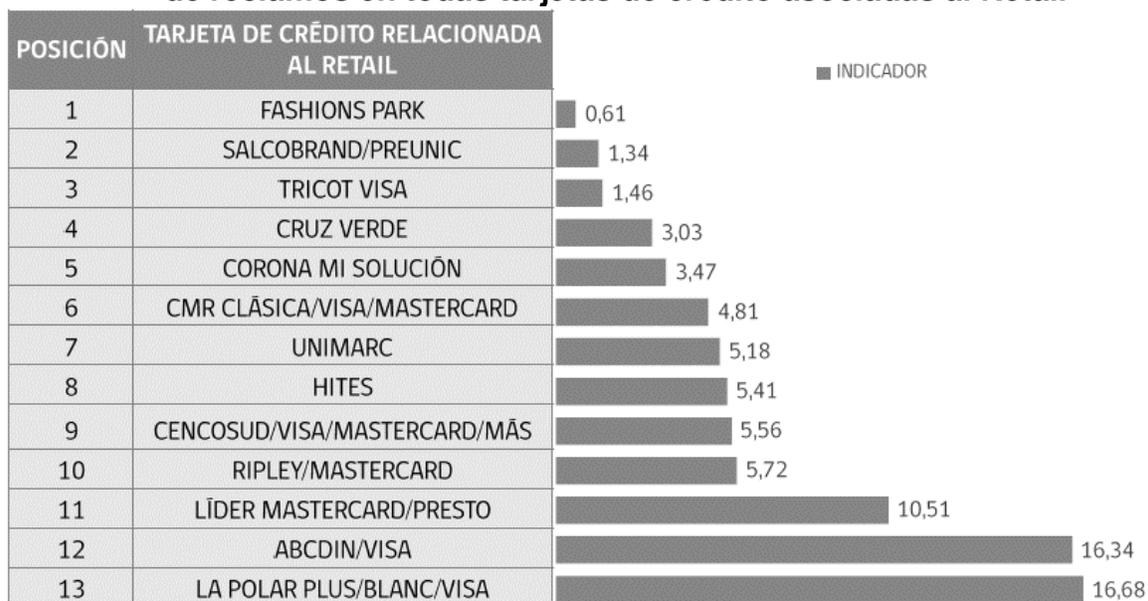
Al analizar este indicador, la tarjeta que posee una tasa más alta en concordancia con los análisis previamente hechos es CENCOSUD y por una diferencia casi mínima le sigue RIPLEY. Ahora bien, en HITES nos encontramos con que posee una tasa bastante cercana a las otras dos tarjetas ya mencionadas, esto se debe a que HITES tiene una cantidad menor de tarjetas con saldo, de manera que al

⁸³ Porcentaje calculado en base al total de tarjetas en funcionamiento y con saldo

⁸⁴ Refleja el número de reclamos por cada 10.000 tarjetas en base a las tarjetas con saldo que hay

calcular los indicadores resultan similares. En cuanto a CMR, esta posee el índice más bajo DADO que pese a tener un número importante de tarjetas con saldo presenta una menor cantidad de reclamos.

3.6.5. Ranking de reclamos en tarjetas de crédito. TABLA N°4: ranking de reclamos en todas tarjetas de crédito asociadas al Retail



Este indicador refleja el número de reclamos “no acogidos” y “no respondidos”⁸⁵ por cada 10.000 tarjetas con saldo, es decir mientras más abajo se está en este ranking mayor es la insatisfacción del consumidor con el uso su tarjeta. Dentro del marco de empresas analizadas en este capítulo nos encontramos con que la tarjeta CMR se encuentra posicionada en el 6° lugar, HITES en el 8° lugar, CENCOSUD en el 9° lugar y finalmente RIPLEY en el 10° lugar.

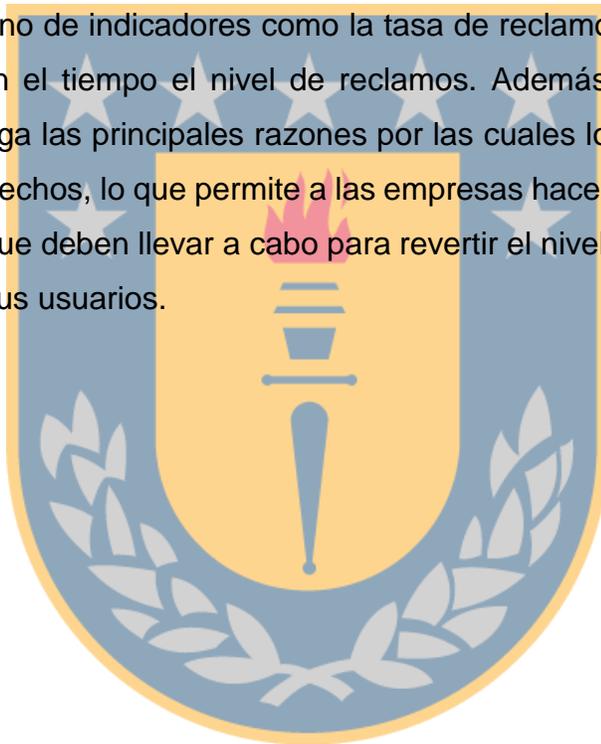
⁸⁵ El total de reclamos se compone de “proveedor acoge”, “no acoge” y “no responde”

❖ RESUMEN

- Hoy en día la deuda con mayor tenencia por las familias chilenas es la deuda de consumo, seguida de la hipotecaria. Sin embargo, esta última registra montos superiores. A su vez, existe una correlación directa entre la tenencia de deudas de cualquier tipo con el nivel de educación, el tamaño del hogar y el nivel de ingresos. La deuda de consumo es el tipo de deuda más común entre los chilenos, sobre todo la que se posee en casas comerciales. Sin embargo, los montos de este tipo de deuda no son elevados.
- La razón principal por la cual las personas contraen deudas es para comprar artículos durables para el hogar.
- FALABELLA ha sufrido una disminución en el número de tarjetas CMR FALABELLA emitidas y monto de operaciones debido a que las personas prefieren adquirir la tarjeta CMR FALABELLA Visa. Sus tarjetas de Retail son consideradas como no bancarias.
- CENCOSUD unificó sus tarjetas más (no bancarias) en la “Tarjeta CENCOSUD”, que tiempo más tarde pasó a ser una tarjeta bancaria debido al acuerdo entre Scotiabank Chile y CENCOSUD para manejar el negocio de las tarjetas en conjunto. De esta manera las tarjetas emitidas de Retail son consideradas bancarias.
- RIPLEY presenta aumentos sostenidos en cuanto al número de tarjetas vigentes y el monto de sus operaciones. En 2013 la empresa emisora pasó a ser subsidiaria del Banco Ripley y desde ese momento sus tarjetas de Retail son consideradas como bancarias.
- HITES comenzó a emitir tarjetas de crédito en el año 2013, pues en ese año la empresa emisora presentó una solicitud a la SBIF para realizar dicha actividad. En promedio un tercio del número de tarjetas vigentes presentan uso entre 2013 y 2018.
- Las operaciones que más se realizan con tarjeta de crédito según los informes de la SBIF son: Compras, avances en efectivo y transacciones por servicios contratados con el emisor. A su vez, las compras son las que tienen

mayor peso respecto del total de dinero transado, a continuación, los avances en efectivo y por último los cargos por servicios contratados

- El submercado de las tarjetas de crédito de casas comerciales está constantemente sometido a las evaluaciones de los usuarios, por esto una de las maneras en que se puede medir la satisfacción referente a su uso como medio de pago, es la cantidad de reclamos que se efectúan en contra de las tarjetas de cada casa comercial. Esto nos permite tener una noción acerca de cómo se encuentra las tarjetas de crédito de casas comerciales respecto a los demás submercados chilenos, que entidades poseen menor nivel de reclamos y por lo tanto un mayor estándar de satisfacción hacia sus clientes de la mano de indicadores como la tasa de reclamos y la evolución que ha tenido en el tiempo el nivel de reclamos. Además, como objetivo fundamental otorga las principales razones por las cuales los clientes no se encuentran satisfechos, lo que permite a las empresas hacer una evaluación de las medidas que deben llevar a cabo para revertir el nivel de descontento presentado por sus usuarios.



CAPÍTULO 5: FACTORES A CONSIDERAR AL ADQUIRIR Y HACER USO DE LA TARJETA DE CREDITO



El tener una o más tarjetas de crédito hoy en día es cada vez es más común, ya sea como una necesidad por no contar con otra forma de pago en el momento para la compra de un bien o servicio, o simplemente por la facilidad y comodidad que otorga el usarla, pero ¿el cliente es consciente realmente de todo lo que hay detrás de su adquisición y uso? o ¿sabe que es lo que paga realmente?, preguntas como estas son interesantes de analizar, por lo cual este capítulo pretende informar acerca de los factores que intervienen al adquirir y usar una tarjeta de crédito de RETAIL.

5.1 Adquisición de una tarjeta de crédito

Al momento de adquirir una tarjeta de crédito se firma un contrato con el emisor, regulado por la ley en concordancia con lo visto en el capítulo 2, este contrato contiene información primordial de los deberes y derechos con que se afectara el usuario de la tarjeta, razón por la cual este debe conocerlos.

5.1.1. Condiciones generales de una tarjeta de crédito según contratos de apertura⁸⁶

Servicio financiero: La tarjeta de crédito permite que los Titulares dispongan de una línea de crédito otorgada por el emisor para pagar el precio de bienes y servicios, en los establecimientos comerciales afiliados a un sistema de operación (también pueden pactarse otros servicios).

Las tarjetas tienen un plazo de vigencia, a su vencimiento el Usuario debe devolver la tarjeta al Emisor para que este la destruya y le emita una nueva tarjeta al Titular, siempre que este último quiera renovarla.

Tarjetas adicionales: el Titular puede solicitar al Emisor una o más tarjetas para que las personas que él designe las utilicen (Adicionales). El Titular es responsable de las deudas que generen sus Adicionales.

Línea de crédito: Generalmente los Emisores otorgan una línea de crédito rotatoria, es decir, los pagos o abonos que haga el Titular le permitirán realizar nuevos

⁸⁶ Basado en los contratos de las casas comerciales FALABELLA, RIPLEY, CENCOSUD e HITES

desembolsos, por el mismo monto pagado o abonado, pero siempre dentro del límite máximo⁸⁷ de la línea.

El Emisor es quien determina el monto inicial de la línea y tiene la facultad de aumentar el cupo o disminuirlo, en este último caso cuando el riesgo financiero⁸⁸ del Titular aumente

Tipos de tarjetas: Cada casa comercial ofrece diferentes tipos de tarjetas, por ejemplo, tarjetas con o sin marca internacional, tarjetas contact-less, tarjetas premium, entre otras. Cada una puede tener diferentes costos asociados a su uso, tales como: administración y/ mantención, comisiones.

Sistemas de operación de la línea: Los sistemas de créditos habilitados por los emisores son variados, entre ellos tenemos los siguientes:

Sistemas cuotas: En este sistema las compras de bienes o servicios se devengan en la cantidad de cuotas que el Titular elija (hasta el límite que cada Emisor indique).

Sistema de saldo refundido: En este sistema las compras de bienes o servicios se devengan en una sola cuota. Además, el Titular tiene la opción de abonar un monto mínimo que es determinado por el Emisor, o bien, un valor superior al mínimo, pero menor al total facturado. En cualquier caso, la fracción de la línea utilizada y no pagada a la fecha de vencimiento generará intereses y se cargarán en el próximo periodo de facturación.

En los casos descritos anteriormente se aplican las tasas de interés vigentes.

Adicionalmente, los Emisores ofrecen otras maneras de pagar las obligaciones, tales como: Planes de repactación de deuda, cuotas sin interés.

⁸⁷ Sin perjuicio de que los Emisores pueden autorizar algunas transacciones que excedan del cupo

⁸⁸ El riesgo está asociado a la posibilidad de que el Emisor sufra una pérdida financiera por el incumplimiento de la obligación de pago del Titular, ya sea por disminución de solvencia, disminución de ingresos, desempleo, morosidad, comportamiento de pago, entre otros.

Modalidad de uso de la línea de crédito: La línea puede ser utilizada como medio de pago al comprar bienes y servicios, pagar deudas a terceros a través del Pago automático de cuentas (PAT), realizar giros de dinero⁸⁹ (avances en efectivo).

Estado de cuenta: Las operaciones que realicen los Titulares serán informadas por el Emisor mediante un estado de cuenta (a domicilio o en sitio web) donde se indicará el total a pagar y se detallarán todas las operaciones realizadas durante el periodo de facturación. El total a pagar debe corresponder a la suma de: **(i)** Las cuotas facturadas, **(ii)** Los créditos solicitados bajo el Saldo Refundido, **(iii)** Los PAT cargados a la línea, **(iv)** La parte de los saldos facturados en periodos anteriores no pagada, **(v)** Giros efectuados.

Fecha de facturación y/o emisión del estado de cuenta: La fecha de facturación pueda ser elegida por el Titular, así como la fecha de vencimiento de pago, esta debe indicarse al momento de suscribir el contrato con el Emisor.

Al momento de realizar un pago en alguno de las entidades habilitadas para ello, el Titular debe asegurarse de obtener un recibo o comprobante de pago, tal documento es el único que los Emisores aceptan como comprobación de pago. Si un Titular paga un monto inferior al mínimo, se aplicarán intereses por mora a la diferencia entre lo pagado efectivamente y el monto mínimo que aparece en el Estado de cuenta.

Servicios de operación y administración de la línea: Cada Emisor puede encomendar a terceros los servicios necesarios para operar en este sistema de línea de crédito. Estos servicios corresponden a la operación y administración de la Línea de crédito, que comprenden entre otros, los servicios de proceso de crédito, comunicacionales, de gestión de cuentas, facturación, envíos y comunicaciones en general.

⁸⁹ El cupo depende de la evaluación crediticia del Titular. Si la evaluación es buena, podrá solicitar un súper avance (cupos superiores)

Comisiones, cargos e intereses por el uso de la línea y Carga Anual Equivalente⁹⁰

Los Emisores pueden cargar a la línea **(i)** Intereses, **(ii)** Reajustes, **(iii)** Comisiones y otros cargos (comisión prepago), **(iv)** Gastos de cobranza e **(v)** Impuestos. Lo anterior, siempre que provengan del uso de la línea de crédito.

- 1) Comisiones y cargos: Comisión de administración de la línea, cargo por avance en efectivo, cargo por super avance, cargo por compras internacionales, cargo por avances en efectivo internacionales.

Las comisiones mencionadas pueden tener tarifas diferentes.

- 2) Intereses: Los Emisores son los que determinan la tasa de interés mensual de los créditos por uso de la línea y se deben adecuar a los límites establecidos por ley.

La tasa de interés del sistema cuotas es la misma para todas las cuotas originadas en un crédito. La tasa de interés del sistema Saldo Refundido también la determinan los Emisores y rige para el periodo de facturación siguiente.

En caso de mora o de retardo en el pago, los Emisores pueden aplicar una tasa mayor en calidad de interés penal, al total del saldo adeudado.

Las tasas de interés son publicadas por los Emisores en sus páginas web, en ellas se encuentra mayor detalle acerca de los cargos mensuales, tasas, periodos de gracia y cobros judiciales.

Algunas tarifas y comisiones pueden ser reajustables, los Emisores especifican en sus contratos cuál es la unidad de reajuste y cada cuanto tiempo se actualizan los montos.

Base de datos: Los Emisores necesitan el consentimiento de los Titulares para incluir su nombre y antecedentes en los listados que remita a los servicios de informaciones comerciales, que mantienen bases de datos públicos, en caso de

⁹⁰ No todos los montos de dineros cargados a la línea son flujos positivos para el Emisor. Muchas veces los Emisores actúan como intermediarios entre el Titular y un tercero, de tal forma que el Emisor recauda dichas sumas y las entera en las instituciones que correspondan.

incumplimiento de sus obligaciones, a fin de que los publiquen e incorporen a sus archivos.

5.2 Uso de la tarjeta

El uso de la tarjeta implica un proceso sencillo en donde para hacer una compra con tarjeta de crédito, se debe presentar la tarjeta en el comercio donde se debe **verificar la identidad** del dueño de la tarjeta, a través de la Cédula de identidad o Pasaporte.

Allí deberá firmar un comprobante de compra, conocido también como "**voucher**", en donde se establece el valor total de la compra. Una copia de éste se le entrega al comprador quien las debe guardar para compararlas más tarde con el **Estado de Cuenta** que se le entregará y hacer los reclamos correspondientes cuando se detecten cobros que no correspondan.

Este proceso tiene asociado una serie de términos que el cliente debe tener en cuenta. A continuación, se realiza una pequeña explicación de estos:

5.2.1 Costos asociados al uso de la tarjeta de crédito

1. Costos de Apertura, Comisiones y Cargos de la Tarjeta de Crédito:

Todas las sumas de dinero asociadas a los servicios necesarios para el otorgamiento del contrato de apertura de crédito y la habilitación de la tarjeta de crédito.

2. Costos de Administración, Operación y/o Mantenimiento de la Tarjeta de Crédito:

Todas las sumas de dinero que deba pagar el usuario de la tarjeta por el valor de los servicios necesarios para la mantención operativa de la tarjeta, ya sea que sea mensual, semestral o anualmente.

3. Costos por Impuestos:

Las obligaciones tributarias que el emisor de la tarjeta debe cobrar al usuario de esta, cada impuesto que se devengue debe estar desglosado con su respectiva tasa

4. Costos por Seguros de Tarjeta de Crédito:

Las obligaciones de dinero que el usuario voluntariamente se compromete a cancelar por concepto de prima de una póliza de seguro, que le permite asegurar su línea de crédito asociada al uso de la tarjeta

5. Gastos o Cargos por Productos o Servicios Voluntariamente Contratados:

Todas las obligaciones en dinero, cualquiera sea su naturaleza o denominación, por productos o servicios proporcionados por el Emisor, o por un tercero contratado por intermedio del Emisor, por los cuales el usuario puede prescindir al contratarlos.

6. Tasa de interés mensual:

Corresponde a cualquier suma de dinero que recibe o tiene derecho a recibir el Emisor por sobre el capital. En el caso de operaciones reajustables, se entiende que el interés es cualquier suma de dinero que excede del capital reajustado.

Al respecto, es importante mencionar que las tasas de interés aplicadas en la mayoría del comercio se encuentran reguladas por ley. La ley de operaciones de crédito de dinero estipula que, además de los créditos de dinero entre las partes (préstamos), también se regulan los comercios de Retail debido a que, por dinero también deben entenderse las obligaciones representativas de dinero, en consecuencia, las casas comerciales deben ajustarse a esta normativa.

Las tasas de interés cobradas mensualmente o en caso de mora tienen un tope. Dicho tope es calculado mensualmente por la SBIF según el promedio de las tasas cobradas por los bancos establecidos en Chile. En función de ese promedio se calcula el denominado "interés corriente" y a partir del interés corriente la SBIF determina la Tasa Máxima Convencional (TMC) que podemos encontrar para las diferentes categorías (según plazo, monto, moneda, reajustabilidad) sobre base anual.

A modo de ejemplo, si la TMC para operaciones no reajustables mayores a 90 días y menores a 50 UF es 30%, entonces la tasa de interés mensual máxima que pueden cobrar las entidades en este caso es 2,5%, ya sea para cálculo de valores cuota, para periodos de gracia (capitalizando intereses en la deuda inicial por el periodo diferido) o para aplicar intereses por mora.

7. Gastos de cobranza extra-judicial:

Los Emisores pueden encargar a terceros la cobranza extra-judicial de los créditos impagos (morosos), siendo de cargo del Titular los honorarios por este concepto y demás gastos efectuados. Tales cargos no pueden exceder de los porcentajes que a continuación se indican, aplicados sobre la deuda vencida:

- a) En obligaciones de hasta 10 UF: 9%
- b) Por la parte que exceda a 10 UF y hasta 50 UF: 6%; y
- c) Por la parte que exceda de 50 UF: 3%

Los porcentajes indicados, se aplican una vez transcurrido los primeros 20 días de atraso.

5.2.2 Mensualidad o valor cuota

Son los pagos constantes hechos a intervalos iguales de tiempo, que pueden ser anuales, semestrales, trimestrales, mensuales, quincenales, diarios, etc.

Forma de cálculo

Para calcular el monto de los pagos periódicos que debemos realizar cuando compramos bienes o pedimos créditos en el comercio tenemos que recurrir a las matemáticas financieras y al álgebra, pues las mensualidades son “n” términos iguales ubicados en periodos de tiempo distintos al del capital inicial.

La fórmula a utilizar es la siguiente:⁹¹

⁹¹ Fórmula más común para el cálculo de cuotas

$$R = \frac{Ci * i}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

Donde:

R : mensualidad o valor cuota

Ci : capital inicial⁹²

i : tasa de interés⁹³

n : número de pagos

Cabe destacar que la fórmula presentada la utilizaremos cuando queramos conocer pagos periódicos vencidos porque este método está definido para cuando los pagos se hacen 1 periodo después de obtenido el capital o la deuda.

Otra forma de calcular el valor de los pagos periódicos es acudir a Excel y utilizar la función “pago” como se muestra a continuación.

PAGO		
Tasa	<input type="text"/>	= número
Nper	<input type="text"/>	= número
Va	<input type="text"/>	= número
Vf	<input type="text"/>	= número
Tipo	<input type="text"/>	= número

Tasa : tasa de interés por cada periodo

Nper : número total de pagos

Va : valor actual de la serie de pagos (capital inicial)

Vf : saldo insoluto que se desea una vez pagada la última cuota⁹⁴

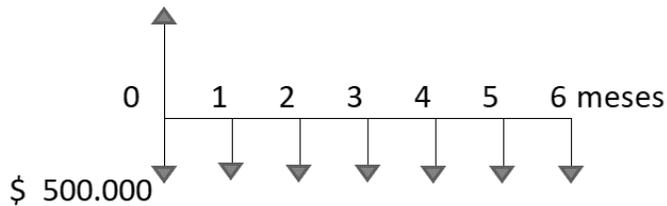
⁹² Capital recibido o monto adeudado

⁹³ La tasa de interés debe ser consistente con el periodo de tiempo, es decir, si “n” es mensual significa que i debe ser mensual.

⁹⁴ Esto hará que el valor de la mensualidad sea menor, ya que el saldo insoluto que se digite en la función quedará a pagar una vez finalizada la serie.

Calculo de mensualidad simulando una compra al crédito

Una persona quiere comprar un bien de consumo que cuesta \$500.000, se propone comprar en 6 cuotas mensuales iguales con una tasa de interés fija del 2% mensual.



Reemplazando en la fórmula dada:

$$\frac{500.000 * 0,02}{1 - (1 + 0,02)^{-6}} = \$ 89.263$$

Periodo	Mensualidad	Interes	Capital	Deuda
0				500.000
1	89.263	10.000	79.263	420.737
2	89.263	8.415	80.848	339.889
3	89.263	6.798	82.465	257.424
4	89.263	5.148	84.114	173.309
5	89.263	3.466	85.797	87.513
6	89.263	1.750	87.513	-
	535.577	35.577	500.000	

Se tiene que el valor de la mensualidad asciende a \$89.263 y el costo total del bien es \$535.577, por lo que se habría pagado un interés nominal de \$35.577.

5.2.3 Carga anual equivalente (CAE)

El reglamento de tarjetas de crédito define la CAE como un indicador que, expresado en forma de porcentaje, revela el costo del crédito disponible en la tarjeta de crédito en un período anual, cualquiera sea el plazo pactado para el pago de la obligación. La carga anual equivalente incluye el capital, tasa de interés, todos los

⁹⁵ Al utilizar la función pago en Excel basta con realizar el cálculo de interés, capital y deuda del periodo 1, luego de establecer el algoritmo se procede a calcular de forma automática los valores restantes de la tabla.

costos de apertura, comisiones y cargos, los costos de administración, operación y/o mantención de la tarjeta de crédito y los gastos o cargos por productos o servicios voluntariamente contratados, si el consumidor los hubiere contratado.

En definitiva, la CAE corresponde a la tasa que iguala el valor de los montos por pagar con el valor presente del capital del crédito recibido por el consumidor o monto adeudado por la tarjeta de crédito contratada. Sin embargo, existen diferentes CAE dependiendo de la operación que se realice y con diferentes exigencias legales en cuando a los costos que deben considerarse para su cálculo.

En esta sección analizaremos el CAE asociado a las compras efectuadas con tarjeta de crédito y a la publicidad de operaciones específicas.

Forma de cálculo de la CAE de las compras

El artículo 3 del reglamento de tarjetas de crédito⁹⁶ expresa la CAE simulando una compra de 20 UF de la siguiente forma:

$$CAE_C = i_c * 12$$

$$20UF = \sum_{m=0}^M C_m (1 + i_c)^{-m}$$

Donde:

$20UF$ = Monto líquido adeudado en tiempo 0, referencial y fijo. La UF corresponderá a la unidad de fomento informada en el estado de cuenta o del momento de la cotización.

C_m = Pagos por amortización, intereses, comisiones y los gastos de la compra en el periodo m de la transacción específica

m = Número de pagos, con $M = 12$

⁹⁶ Decreto 44, 13 de julio de 2012

Impuesto de Timbres y Estampillas en tarjetas de crédito

El impuesto de timbres y estampillas⁹⁷ corresponde al 0,066% del monto del capital del crédito y la tasa no podrá ser superior al 0,8%. El beneficiario de los pagos (Casas comerciales) actúan como sujetos pasivos del impuesto, es decir, deben enterar en arcas fiscales dicho tributo.

El proveedor debe incorporar el impuesto de timbres y estampillas tanto en las CAE de referencia como en las referentes a publicidad específica, sin perjuicio de la manera en que se realiza el cargo del impuesto en tanto se refleje el modo efectivo del cobro. Además, el impuesto de timbre y estampilla debe estar reflejado en el costo total del crédito.

Seguros asociados a la tarjeta de crédito

Los Seguros contratados voluntariamente, asociados a la tarjeta de crédito tales como desgravamen o cesantía se deben incluir en las CAE de referencia (no en la CAE de publicidad). Los seguros específicos se deben incluir en los cobros del periodo.

Costo total del producto o servicio contratado

Suma de todos los montos que el consumidor se obliga a pagar por el producto o servicio asociado, simultáneo, adicional, especial o conexo que se ha contratado en forma conjunta a una tarjeta de crédito.

Comentario: Nótese que para el cálculo de las CAE de compras o de publicidad la ley no exige que las empresas incorporen los costos de mantención o administración, por lo que recomendamos que cada cliente calcule su propia CAE tomando en cuenta todos los flujos de salida en los que incurra en cada periodo.

⁹⁷ Decreto ley 3.475 de 1980

Simulación de cálculo de CAE en operación ficticia

Un bien de consumo que cuesta \$432.000 se quiere comprar en 6 cuotas iguales, la tasa de interés fija es de 1,8% mensual y los costos asociados al uso de la tarjeta de crédito ABC son los siguientes:

Costos asociados	UF	Pesos
Servicio de administración (mensual)	0,1	2.700
Comisión de Compra	0,25	6.750
Seguro de desgravamen (mensual)	0,15	4.050
Impuesto de timbres y estampillas (16 * 0,00066 * 6)	0,06336	1.711

UF: 27.000

Primero debemos calcular el monto de los pagos periódicos. Para efectos de una mejor comprensión trabajaremos con montos en unidades de fomento, transformando las cifras a dicha unidad financiera.

Periodo	Valor cuota	Interés	Capital	Deuda
0				16,00
1	2,84	0,29	2,55	13,45
2	2,84	0,24	2,60	10,86
3	2,84	0,20	2,64	8,21
4	2,84	0,15	2,69	5,52
5	2,84	0,10	2,74	2,79
6	2,84	0,05	2,79	0,00

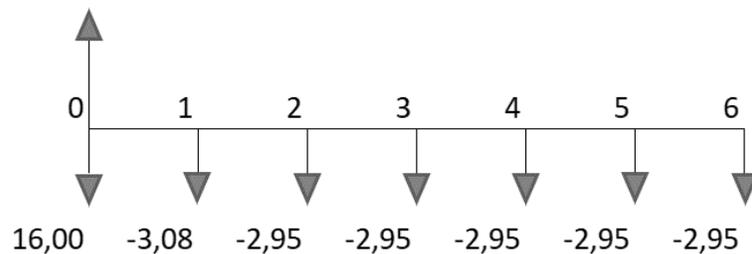
Luego debemos sumar a cada una de estas mensualidades los otros costos asociados al uso de la tarjeta de crédito ABC (seguros, comisiones, impuestos).

Tabla con flujos totales de cada periodo

Periodo	Flujos del periodo	Mensualidad	Mantenimiento mensual	Comisión compra	Seguro desgravamen	Impuesto timbre
1	3,08	2,84	0,06	0,12	0,05	0,01
2	2,95	2,84	0,06		0,05	
3	2,95	2,84	0,06		0,05	
4	2,95	2,84	0,06		0,05	
5	2,95	2,84	0,06		0,05	
6	2,95	2,84	0,06		0,05	

Se observa que los flujos de los periodos son iguales, excepto en el primero, donde se factura y paga por única vez una comisión de compra de 0,12 UF y el impuesto de timbres y estampillas.

A continuación, se procede a calcular la tasa implícita (carga mensual equivalente) que iguala la sumatoria de los flujos de los periodos con el monto inicial de la compra (16 UF) mediante el método TIR.



Tasa implícita o carga mensual equivalente: 3,21%

Finalmente, debemos anualizar la carga mensual equivalente de manera lineal, es decir, multiplicar por 12 para obtener la carga anual equivalente, luego

$$3,21\% * 12 = 38,52\% \rightarrow \text{CAE}$$

5.2.5 Comprobación de mensualidades y CAE de casas comerciales

En esta pequeña sección haremos una auditoría a los valores cuota y CAE de compras publicados por las casas comerciales mediante sus páginas web. Para esto, simularemos la compra de un bien de consumo que todas tengan en común y comprobaremos que efectivamente se ajustan a la norma legal.

El producto elegido es el smartphone Huawei P20 Lite con precios y tasas de interés vigentes a noviembre de 2018. La compra se simulará al crédito, en 12 cuotas iguales, con pagos vencidos. Se utilizarán cargos y comisiones asociadas a la tarjeta principal de cada tienda comercial, esto es sin asociación a marcas como MasterCard o Visa.

Auditoría FALABELLA

Costos asociados a la compra	
Precio del bien con tarjeta CMR	\$ 249.990
Tasa de interés vigente	2,26%
Cuotas vencidas	12

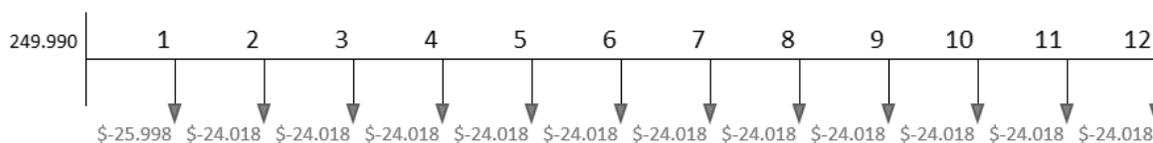
Determinación de valor cuota

Periodo	Valor cuota	Interés	Capital	Deuda
0				249.990
1	\$24.018	5.650	18.368	231.622
2	\$24.018	5.235	18.783	212.838
3	\$24.018	4.810	19.208	193.630
4	\$24.018	4.376	19.642	173.989
5	\$24.018	3.932	20.086	153.903
6	\$24.018	3.478	20.540	133.363
7	\$24.018	3.014	21.004	112.359
8	\$24.018	2.539	21.479	90.880
9	\$24.018	2.054	21.964	68.916
10	\$24.018	1.557	22.461	46.455
11	\$24.018	1.050	22.968	23.487
12	\$24.018	531	23.487	-0
	\$288.216	\$38.226	\$249.990	

Utilizando la función pago de Excel, se tiene una mensualidad de \$24.018, los intereses nominales ascienden a \$38.226. Por el momento tenemos un costo del crédito de \$288.216.

Cálculo de la CAE

Periodo	Flujos de cada periodo	Valor cuota	Impuesto de timbre
1	\$25.998	\$24.018	1.980
2	\$24.018	\$24.018	
3	\$24.018	\$24.018	
4	\$24.018	\$24.018	
5	\$24.018	\$24.018	
6	\$24.018	\$24.018	
7	\$24.018	\$24.018	
8	\$24.018	\$24.018	
9	\$24.018	\$24.018	
10	\$24.018	\$24.018	
11	\$24.018	\$24.018	
12	\$24.018	\$24.018	
	\$290.196	\$288.216	\$1.980



Calculadora financiera ×

Quiero pagar en 12 cuotas ▾

Valor cuota

\$ 24.018

\$ 290.196 CAE 28,68%

Concepto	FALABELLA	Seminario	Diferencia
Valor cuota	24.018	24.018	-
Costo total del producto	290.196	\$290.196	0
CAE	28,68%	28,68%	0,00% ⁹⁸

Se observa que el valor cuota coincide con lo calculado en la función pago de Excel. El costo total también concuerda con lo calculado y equivale a la sumatoria de todos los valores cuotas más el impuesto de timbres y estampillas. La CAE no sufre variaciones. Sin embargo, si en los cálculos incorporamos los gastos de administración, resulta una CAE de 47,48% como se muestra en el (ANEXO)

De todas maneras, si un cliente quisiera saber cuánto es realmente lo que tendrá que desembolsar al comprar un bien, recomendamos incorporar a los flujos de salida, los gastos de administración y/o mantención y todos los demás costos asociados a la compra y al uso de la tarjeta de crédito. Lo anterior hará incrementar la CAE.

⁹⁸ La diferencia de 65,55% quiere decir que la CAE presentada en FALABELLA es un 65,55% menor a la calculada por un cliente.

Auditoria RIPLEY

Es importante mencionar que Ripley aplica tasas de interés distintas en operaciones de igual naturaleza. Hemos notado que al Auditar con sus tasas mínimas o máximas (en algunos casos) los resultados obtenidos difieren de los publicados por la entidad, de tal forma que procederemos a encontrar la tasa de interés intermedia cobrada.

Costos asociados a la compra	
Precio del bien con tarjeta RIPLEY	\$ 229.990
Tasa de interés máxima vigente	2,92%
Tasa de interés mínima vigente	1,76%
Tasa de interés calculada	2,89%
Cuotas vencidas	12

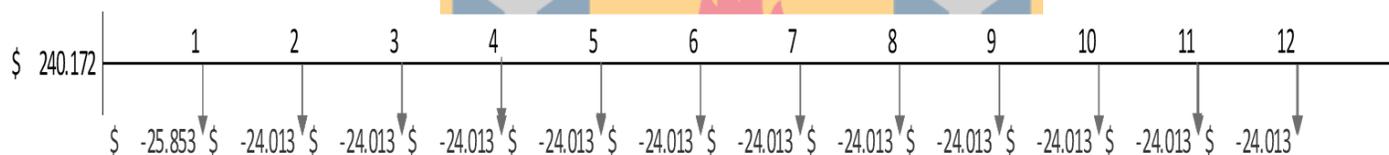
1) Determinación del valor cuota aplicando tasa máxima vigente

Período	Valor cuota	Interés	Capital	Deuda
1	\$ 24.013	\$ 7.013	\$ 17.000	\$ 223.172
2	\$ 24.013	\$ 6.517	\$ 17.496	\$ 205.675
3	\$ 24.013	\$ 6.006	\$ 18.007	\$ 187.668
4	\$ 24.013	\$ 5.480	\$ 18.533	\$ 169.135
5	\$ 24.013	\$ 4.939	\$ 19.074	\$ 150.060
6	\$ 24.013	\$ 4.382	\$ 19.631	\$ 130.429
7	\$ 24.013	\$ 3.809	\$ 20.205	\$ 110.224
8	\$ 24.013	\$ 3.219	\$ 20.795	\$ 89.430
9	\$ 24.013	\$ 2.611	\$ 21.402	\$ 68.028
10	\$ 24.013	\$ 1.986	\$ 22.027	\$ 46.002
11	\$ 24.013	\$ 1.343	\$ 22.670	\$ 23.332
12	\$ 24.013	\$ 681	\$ 23.332	\$ -
	\$ 288.157	\$ 47.985	\$ 240.172	

Utilizando la función pago de Excel, se tiene una mensualidad de \$24.013, los intereses nominales ascienden a \$47.985. Por el momento tenemos un costo del crédito de \$288.157.

Cálculo CAE

Período	Flujos de cada período	Valor cuota	Impuesto timbre
1	\$ 25.853	\$ 24.013	\$ 1.840
2	\$ 24.013	\$ 24.013	
3	\$ 24.013	\$ 24.013	
4	\$ 24.013	\$ 24.013	
5	\$ 24.013	\$ 24.013	
6	\$ 24.013	\$ 24.013	
7	\$ 24.013	\$ 24.013	
8	\$ 24.013	\$ 24.013	
9	\$ 24.013	\$ 24.013	
10	\$ 24.013	\$ 24.013	
11	\$ 24.013	\$ 24.013	
12	\$ 24.013	\$ 24.013	
	\$ 289.997	\$ 288.156	\$ 1.840



La carga mensual equivalente (CME)= 3,05% y la CAE 36,54%

Resumen⁹⁹

- 1) El valor cuota determinado es de \$24.013.
- 2) Anualizando la CME de manera lineal resulta una CAE de 36.54%
- 3) El costo total del producto es de \$289.997

⁹⁹ CAE y costo total del producto incluyen capital, intereses, gastos de administración e impuesto de timbres y estampillas.

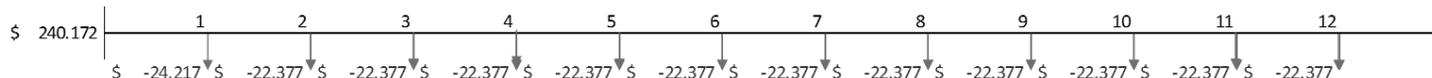
2) Determinación del valor cuota aplicando tasa mínima vigente

Período	Valor cuota	Intéres	Capital	Deuda
1	\$ 22.377	\$ 4.227	\$ 18.150	\$ 222.022
2	\$ 22.377	\$ 3.908	\$ 18.470	\$ 203.552
3	\$ 22.377	\$ 3.583	\$ 18.795	\$ 184.757
4	\$ 22.377	\$ 3.252	\$ 19.125	\$ 165.632
5	\$ 22.377	\$ 2.915	\$ 19.462	\$ 146.170
6	\$ 22.377	\$ 2.573	\$ 19.805	\$ 126.366
7	\$ 22.377	\$ 2.224	\$ 20.153	\$ 106.212
8	\$ 22.377	\$ 1.869	\$ 20.508	\$ 85.705
9	\$ 22.377	\$ 1.508	\$ 20.869	\$ 64.836
10	\$ 22.377	\$ 1.141	\$ 21.236	\$ 43.600
11	\$ 22.377	\$ 767	\$ 21.610	\$ 21.990
12	\$ 22.377	\$ 387	\$ 21.990	\$ 0
	\$ 268.526	\$ 28.354	\$ 240.172	

Utilizando la función pago de Excel, se tiene una mensualidad de \$22.377, los intereses nominales ascienden a \$22.377. Por el momento tenemos un costo del crédito de \$268.526.

Cálculo CAE

Período	Flujos de cada período	Valor cuota	Impuesto timbre
1	\$ 24.217	\$ 22.377	\$ 1.840
2	\$ 22.377	\$ 22.377	
3	\$ 22.377	\$ 22.377	
4	\$ 22.377	\$ 22.377	
5	\$ 22.377	\$ 22.377	
6	\$ 22.377	\$ 22.377	
7	\$ 22.377	\$ 22.377	
8	\$ 22.377	\$ 22.377	
9	\$ 22.377	\$ 22.377	
10	\$ 22.377	\$ 22.377	
11	\$ 22.377	\$ 22.377	
12	\$ 22.377	\$ 22.377	
	\$ 270.364	\$ 268.524	\$ 1.840



La carga mensual equivalente (CME)= 1,88% y la CAE 22,59%

Resumen

- 1) El valor cuota determinado es de \$22.377.
- 2) Anualizando la CME de manera lineal resulta una CAE de 22.59%
- 3) El costo total del producto es de \$270.364 que contempla la sumatoria de los 12 valores cuota mas el impuesto de timbres y estampillas

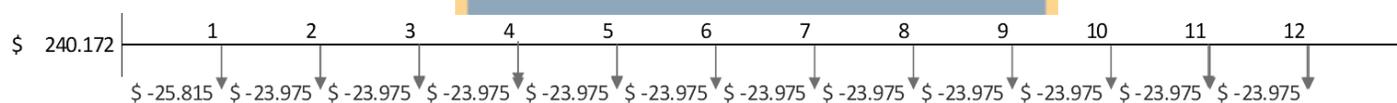
3) Determinación del valor cuota aplicando tasa de interés que se encuentra entre la mínima y la máxima vigente

Período	Valor cuota	Intéres	Capital	Deuda
1	\$ 23.975	\$ 6.949	\$ 17.026	\$ 223.146
2	\$ 23.975	\$ 6.457	\$ 17.518	\$ 205.628
3	\$ 23.975	\$ 5.950	\$ 18.025	\$ 187.603
4	\$ 23.975	\$ 5.428	\$ 18.547	\$ 169.056
5	\$ 23.975	\$ 4.892	\$ 19.083	\$ 149.972
6	\$ 23.975	\$ 4.339	\$ 19.636	\$ 130.337
7	\$ 23.975	\$ 3.771	\$ 20.204	\$ 110.133
8	\$ 23.975	\$ 3.187	\$ 20.788	\$ 89.345
9	\$ 23.975	\$ 2.585	\$ 21.390	\$ 67.955
10	\$ 23.975	\$ 1.966	\$ 22.009	\$ 45.946
11	\$ 23.975	\$ 1.329	\$ 22.646	\$ 23.301
12	\$ 23.975	\$ 674	\$ 23.301	\$ 0
	\$ 287.700	\$ 47.528	\$ 240.172	

En este caso se tomó como valor cuota el publicado por Ripley en su calculadora de internet. A partir de la función buscar objetivo de Excel se definió que X es igual a la tasa mensual aplicada con el cual se calculó el interés de tal forma que el saldo insoluto del último periodo sea igual a \$0. Esto dio como resultado una tasa de interés mensual de 2,89% y un costo total de \$287.700 como sumatoria de los 12 valores cuota.

Cálculo CAE

Período	Flujos de cada período	Valor cuota	Impuesto timbre
1	\$ 25.815	\$ 23.975	\$ 1.840
2	\$ 23.975	\$ 23.975	
3	\$ 23.975	\$ 23.975	
4	\$ 23.975	\$ 23.975	
5	\$ 23.975	\$ 23.975	
6	\$ 23.975	\$ 23.975	
7	\$ 23.975	\$ 23.975	
8	\$ 23.975	\$ 23.975	
9	\$ 23.975	\$ 23.975	
10	\$ 23.975	\$ 23.975	
11	\$ 23.975	\$ 23.975	
12	\$ 23.975	\$ 23.975	
	\$ 289.540	\$ 287.700	\$ 1.840



La carga mensual equivalente (CME)= 3,01% y la CAE 36,22%

Resumen¹⁰⁰

- 1) El valor cuota determinado es de \$23.975.
- 2) Anualizando la CME de manera lineal resulta una CAE de 36,22%
- 3) El costo total del producto es de \$289.540 que incluye la sumatoria de los valores cuota mas el impuesto de timbres y estampillas.

¹⁰⁰ CAE y costo total del producto incluyen capital, intereses, gastos de administración e impuesto de timbres y estampillas.

Resultado obtenido por la calculadora financiera de RIPLEY

Calcula tu cuota con Tarjeta Ripley

Número de cuotas

12 cuotas ▼

Pago mensual \$23.975
Costo Total \$289.540 | CAE 36.21%

Valor cuota referencial, calculados con primer vencimiento a 75 días.

Concepto	RIPLEY(Seminario)			RIPLEY (4)	Diferencia (3)Y(4)
	Tasa máxima(1)	Tasa mínima(2)	i intermedia (3)		
Valor cuota	\$ 24.013	\$ 22.377	\$ 23.975	\$ 23.975	
Costo total del producto	\$ 289.997	\$ 270.366	\$ 289.540	\$ 289.540	
CAE	36,54%	22,59%	36,22%	36,21%	0,001

Para el análisis de Ripley se efectuaron los cálculos de valor cuota, costo total del producto y CAE a partir de tres supuestos: utilizando la tasa máxima 2,92%, la tasa mínima 1,76% y finalmente una tasa que se encuentra entre la mínima y la máxima de 2,89%.

De lo anterior se aprecia que la fecha del primer pago tiene vencimiento a 75 días, lo que significa que el valor original del producto se debe llevar a fecha focal 45 (días) capitalizando el monto de la compra por una tasa efectiva¹⁰¹ de esa cantidad de días (a partir de la tasa 2.93% mensual que tiene establecida para periodos de gracia), por lo tanto, sobre ese valor se calcula el valor cuota a pagar.

Al comparar las tasas calculadas en el seminario con la tasa que otorga la página web para el bien en cuestión se puede establecer que no se utiliza ni la mínima ni la máxima, sino una intermedia entre las dos. La tasa calculada (3) se calculó a partir del valor cuota que arroja la página web. En el caso del CAE la diferencia entre el calculado y el de la tienda es de un 0.0001% (no significativo).

¹⁰¹ La tasa mensual aplicada a los periodos de gracia es de 2,93%. Por lo tanto, el factor de actualización para un periodo diferido de 45 días es $(1+0,0293)^{(45/30)}= 1,0442703787$.

Auditoría PARIS

Costos asociados a la compra	
Precio del bien con tarjeta CMR	\$ 229.990
Tasa de interés vigente	2,93%
Cuotas vencidas	12

Determinación de valor cuota

Antes de proceder al cálculo, debemos decir que al igual que CAR S.A (emisor de tarjetas de crédito de RIPLEY), CAT administrador de tarjetas S.A (emisor de CENCOSUD) muestra sus valores cuotas con vencimiento a 75 días. Esto pudimos comprobarlo para productos de distintas categorías.

Para calcular el valor cuota de periodos diferidos (45 días), debemos actualizar el monto del capital inicial a una tasa efectiva de 45 días¹⁰². Lo anterior, debido a que la fórmula general o principal de valor cuota está definida de manera vencida, es decir, el capital siempre está 1 periodo antes del primer pago y como las tasas de interés utilizadas son mensuales, implica que debemos situar el capital 30 días antes del vencimiento de la primera cuota.

Periodo	Valor cuota	Interés	Capital	Deuda
0				240.172
1	\$24.027	7.037	16.990	223.181
2	\$24.027	6.539	17.488	205.693
3	\$24.027	6.027	18.001	187.692
4	\$24.027	5.499	18.528	169.164
5	\$24.027	4.957	19.071	150.093
6	\$24.027	4.398	19.630	130.464
7	\$24.027	3.823	20.205	110.259
8	\$24.027	3.231	20.797	89.462
9	\$24.027	2.621	21.406	68.056
10	\$24.027	1.994	22.033	46.022
11	\$24.027	1.348	22.679	23.343
12	\$24.027	684	23.343	-0
	\$288.329	\$48.158	\$240.172	

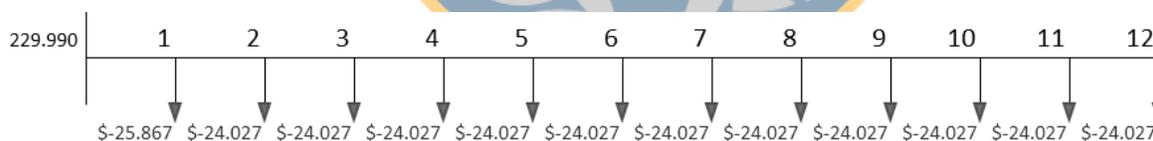
¹⁰² Si en el periodo de gracia no se pagan intereses, entonces deben capitalizarse en el monto inicial de la deuda, luego procede el cálculo de la mensualidad.

Utilizando la función pago de Excel, se tiene una mensualidad de \$24.027, los intereses nominales ascienden a \$48.158.

Cálculo de la CAE de compra

Periodo	Flujos de cada periodo	Valor cuota	Impuesto de timbre
1	\$25.867	\$24.027	1.840
2	\$24.027	\$24.027	
3	\$24.027	\$24.027	
4	\$24.027	\$24.027	
5	\$24.027	\$24.027	
6	\$24.027	\$24.027	
7	\$24.027	\$24.027	
8	\$24.027	\$24.027	
9	\$24.027	\$24.027	
10	\$24.027	\$24.027	
11	\$24.027	\$24.027	
12	\$24.027	\$24.027	
	\$290.169	\$288.329	\$1.840

El impuesto de timbres estampillas se calcula sobre el capital original (no capitalizado), ya que la ley de timbres y estampillas establece¹⁰³ que el impuesto se calcula sobre el monto numérico del capital indicado en el acto o contrato y no sobre dicho capital actualizado, que es un valor extra.



La carga mensual equivalente es de 3,794%

¹⁰³ Artículo 5 del D.L 3.475 de 1980

Resumen

- 1) El valor cuota determinado es de \$24.027.
- 2) Anualizando la CME de manera lineal resulta una CAE de 45,53%
- 3) El costo total del producto es de \$290.169

Resultado obtenido por la calculadora financiera de PARIS

Nº Cuota	Valor Cuota	Total	CAE
4	\$64.232	\$257.541	56.30%
5	\$52.116	\$261.346	53.12%
6	\$44.045	\$265.189	50.86%
12	\$23.926	\$288.952	44.66%

Concepto	PARIS	Seminario	Diferencia
Valor cuota	\$23.926	\$24.027	\$-101
Costo total del producto	288.952	\$290.169	-1.217
CAE	44,66%	45,53%	1,95%

Se observa que el valor cuota mostrado en la página web es \$101 pesos inferior al calculado en la planilla Excel. La razón puede ser que las tasas publicadas están aproximadas al decimal más cercano, es decir, las tasas reales aplicadas son menores. Lo anterior trae como consecuencia directa en el costo total del producto, el cuál es mayor según lo calculado en Excel. La CAE¹⁰⁴ calculada es superior en un 1,95%.

Respecto del costo total del producto, este se descompone de la siguiente manera: (i) Sumatoria de valores cuota, y (ii) Impuesto de timbres y estampillas. Al multiplicar la mensualidad publicada (\$23.926) por el número de pagos (12) resulta un costo del bien de \$287.112. El valor mostrado en la página es de \$288.952, por lo que inferimos que la diferencia es el impuesto de timbres y estampillas (\$1840).

¹⁰⁴ Solo incorpora el capital, interés mensual e impuesto de timbres y estampillas

Al multiplicar el monto del capital original por $0,00066 * 12$ resulta un impuesto de \$1.822. Para comprender mejor lo anterior lo expondremos en la siguiente tabla.

	Monto capital	Factor	Impuesto
PARIS	229.990	0,008	1.840
Seminario	229.990	$(0,00066 * 12)$	1.822

El impuesto que corresponde es de \$1.822, no \$1.840. En consecuencia, la empresa no debería ocupar el tope del impuesto porque $0.00066 * 12 = 0.00794$

Lo anterior, puede tener su explicación en las fracciones de meses asociadas a la operación, pues la ley de timbres y estampillas establece que dicho impuesto se aplica por cada mes o fracción que medie entre, la emisión del documento de crédito y el vencimiento del mismo. De todas formas, esto sólo sucede cuando se simulan compras de bienes a 12 cuotas.

Auditoría HITES

Costos asociados a la compra	
Precio del bien con tarjeta HITES	\$ 229.990
Tasa de interés vigente	2,9296%
Cuotas vencidas	12

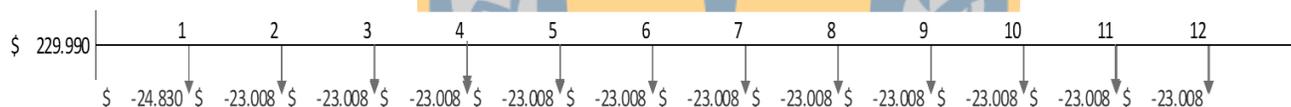
Determinación del valor cuota aplicando tasa máxima vigente

Período	Valor cuota	Intéres	Capital	Deuda
1	\$ 23.008	\$ 6.738	\$ 16.270	\$ 213.720
2	\$ 23.008	\$ 6.261	\$ 16.747	\$ 196.972
3	\$ 23.008	\$ 5.771	\$ 17.238	\$ 179.735
4	\$ 23.008	\$ 5.266	\$ 17.743	\$ 161.992
5	\$ 23.008	\$ 4.746	\$ 18.263	\$ 143.729
6	\$ 23.008	\$ 4.211	\$ 18.798	\$ 124.932
7	\$ 23.008	\$ 3.660	\$ 19.348	\$ 105.583
8	\$ 23.008	\$ 3.093	\$ 19.915	\$ 85.668
9	\$ 23.008	\$ 2.510	\$ 20.499	\$ 65.170
10	\$ 23.008	\$ 1.909	\$ 21.099	\$ 44.071
11	\$ 23.008	\$ 1.291	\$ 21.717	\$ 22.353
12	\$ 23.008	\$ 655	\$ 22.353	\$ 0
	\$ 276.099	\$ 46.109	\$ 229.990	

Utilizando la función pago de Excel, se tiene una mensualidad de \$23.008, los intereses nominales ascienden a \$46.109. Por el momento tenemos un costo del crédito de \$276.099.

Cálculo del CAE

Período	Flujos de cada período	Valor cuota	Impuesto timbre
1	\$ 24.830	\$ 23.008	\$ 1.840
2	\$ 23.008	\$ 23.008	
3	\$ 23.008	\$ 23.008	
4	\$ 23.008	\$ 23.008	
5	\$ 23.008	\$ 23.008	
6	\$ 23.008	\$ 23.008	
7	\$ 23.008	\$ 23.008	
8	\$ 23.008	\$ 23.008	
9	\$ 23.008	\$ 23.008	
10	\$ 23.008	\$ 23.008	
11	\$ 23.008	\$ 23.008	
12	\$ 23.008	\$ 23.008	
	\$ 277.921	\$ 276.099	\$ 1.840



La carga mensual equivalente (CME)= 3,06% y la CAE 36,72%

Resumen¹⁰⁵

- 1) El valor cuota determinado es de \$23.008.
- 2) Anualizando la CME de manera lineal resulta una CAE de 36,27%.
- 3) El costo total del producto es de \$277.939 que incluye la sumatoria de los valores cuota más el impuesto de timbres y estampillas.

¹⁰⁵ CAE y costo total del producto incluyen capital, intereses, gastos de administración e impuesto de timbres y estampillas.



N° de cuotas

12

Valor de cuota

\$23.008

Costo total del credito

\$277.932

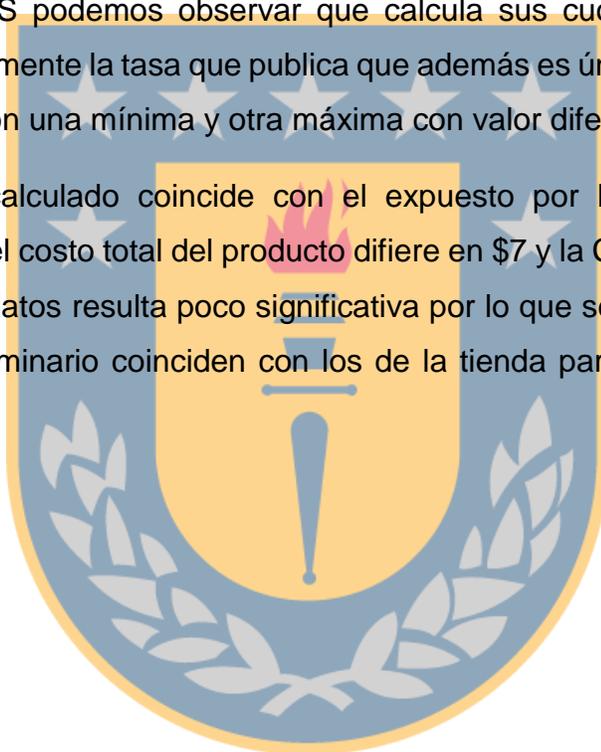
CAE

36,5%

Concepto	HITES	Seminario	Diferencia
Valor cuota	\$ 23.008	\$ 23.008	\$ -
Costo total del producto	\$ 277.932	\$ 277.939	\$ -7
CAE	36,50%	36,72%	\$ -0,0022

Al analizar HITES podemos observar que calcula sus cuotas sin periodo diferido y utiliza efectivamente la tasa que publica que además es única, a diferencia de Ripley que cuenta con una mínima y otra máxima con valor diferentes.

El valor cuota calculado coincide con el expuesto por la tienda en su calculadora de cuotas, el costo total del producto difiere en \$7 y la CAE es 0,0022% mayor, la variación de datos resulta poco significativa por lo que se puede concluir que los cálculos del seminario coinciden con los de la tienda para la compra del producto en cuestión.



5.2.5 Costo monetario Prepago

El pago anticipado o prepago es un derecho irrenunciable según lo dispuesto en la ley de operaciones de crédito de dinero¹⁰⁶ donde los consumidores tienen la opción de pagar de inmediato el saldo insoluto de su deuda. La ley establece que el titular puede anticipar el pago de su deuda, aún contra la voluntad del acreedor, salvo cuando los anticipos sean inferiores al 20% del saldo de la obligación (requieren el consentimiento del acreedor). El prepago es válido para créditos que no superen las 5.000 unidades de fomento sean o no reajustables y debe ser solicitado por el titular de la tarjeta de crédito.

Respecto de las compras en casas comerciales¹⁰⁷, se debe tener en cuenta que las deudas pueden anticiparse siempre que:

- Pague el capital que se anticipa y los intereses pactados calculados hasta la fecha de pago efectivo, más la comisión de prepago. Dicha comisión, no podrá exceder el valor de un mes de intereses pactados calculados sobre el capital que se prepaga.

Lo anterior quiere decir que el consumidor pagará en el periodo de prepago, el valor actual de las cuotas futuras. Además, por el hecho de dejar de pagar intereses las empresas cobran una comisión por pagar anticipadamente que no puede exceder del interés que le corresponda al saldo insoluto a la fecha de pago.

Para una mejor comprensión, demostraremos lo anterior mediante el siguiente ejemplo:

Una persona quiere comprar un bien de consumo que cuesta \$150.000 en 6 cuotas iguales y vencidas, sin periodos diferidos. La tasa de interés vigente es de 2,00% mensual.

¹⁰⁶ Artículo 10 ley 18.010 de 1981

¹⁰⁷ Tratándose de operaciones no reajustables

Primero procedemos a calcular el valor de los pagos periódicos el cual se compone de intereses y capital, a través de una tabla de amortización.

Monto	150.000
Cuotas	8
i mensual	2,00%

Periodo	Valor cuota	Interés	Capital	Deuda
0				150.000
1	\$20.476	3.000	17.476	132.524
2	\$20.476	2.650	17.826	114.698
3	\$20.476	2.294	18.183	96.515
4	\$20.476	1.930	18.546	77.969
5	\$20.476	1.559	18.917	59.052
6	\$20.476	1.181	19.295	39.756
7	\$20.476	795	19.681	20.075
8	\$20.476	401	20.075	-0
	\$163.812	\$13.812	\$150.000	

Al momento de ir a pagar la cuota 5, esta persona decide prepagar su deuda. En la tienda le informan que la comisión de prepago corresponde al mismo porcentaje de interés mensual (2%). Por lo tanto:

- Saldo insoluto al inicio del periodo 5 : \$77.969¹⁰⁸
- Comisión máxima de prepago (2,0%) : \$1.559¹⁰⁹
- Comisión aplicable (2,0%) : \$1.559
- Para prepago total necesita : \$79.528

Este monto de prepago total incluye:

- Monto capital : \$77.969
- Comisión de prepago : \$1.559

¹⁰⁸ Corresponde al saldo insoluto del periodo 4. La deuda es no reajutable

¹⁰⁹ El tope de comisión es el interés del periodo 5

Gráfico de Prepago



Al momento del prepago, el cliente ha cancelado \$81.906 correspondiente a las 4 primeras cuotas, si sigue pagando cuota a cuota, el costo total del bien será de \$163.812¹¹⁰. Si hace el Prepago total finalmente habrá pagado \$161.434¹¹¹, ahorrando \$2.378 que corresponden a los intereses de los periodos 6, 7 y 8.

5.2.6 Refinanciamiento de mensualidad

El refinanciamiento o repactación es una ayuda de las casas comerciales hacia las personas que desean pagar sus deudas con un mayor plazo. Consiste en postergar una parte del pago de una cuota "X" para periodos futuros con nuevas condiciones, es decir, la entidad puede aplicar una nueva tasa de interés mensual (tasa de negociación o repactación). Para una mejor comprensión ilustraremos lo anterior mediante un ejercicio.

Una persona compra un bien que cuesta \$300.000 en 6 cuotas vencidas, la tasa de interés mensual es de 2,85% y la tasa de negociación es de 2,90%. Al momento de

¹¹⁰ Para estos efectos, se excluyeron los gastos de administración, seguros, impuestos, comisiones y otros.

¹¹¹ (\$81.906 + 79.528 = \$161.434)

ir a pagar la cuota número 3 el cliente desea repactar su mensualidad en 3 cuotas. La mantención fija es de \$2.000, no se aplica reajuste sobre su monto.

Datos	
Valor compra	\$ 300.000
Tasa i mensual	2,85%
Periodos	6
Administración	\$ 2.000
Tasa negociación	2,90%

Primero necesitamos saber los flujos de dinero que el cliente debe pagar cada mes, para ello calculamos el impuesto de timbres y estampillas y el valor cuota mensual.

$$300.000 * 0,00066 * 6 = \$1.188$$

→ Impuesto de timbres y estampillas

$$\frac{300.000 * 0,0285}{(1 - (1,0285)^{-6})} = \$55.104$$

→ Valor cuota mensual

Los flujos de cada mes se resumen en la siguiente tabla (sin repactación aún):

Periodo	Flujos	Cuota mensual	Administración	Impuesto
1	\$ 58.292	\$ 55.104	\$ 2.000	\$ 1.188
2	\$ 57.104	\$ 55.104	\$ 2.000	
3	\$ 57.104	\$ 55.104	\$ 2.000	
4	\$ 57.104	\$ 55.104	\$ 2.000	
5	\$ 57.104	\$ 55.104	\$ 2.000	
6	\$ 57.104	\$ 55.104	\$ 2.000	
	\$ 343.813	\$ 330.625	\$ 12.000	\$ 1.188

Se observa que el costo total del bien sin repactar es de \$343.813. A continuación, se procede a repactar la cuota número 3. Para ello simularemos un estado de cuenta y supondremos un abono del 30% de la cuota.

Estado de cuenta	
Cuota N°3	\$ 55.104
Servicio administración	\$ 2.000
Ajuste de sencillo mes anterior	\$ 73
Ajuste de sencillo	\$ -77
Monto total facturado a pagar	\$ 57.100

Abonar 30%	\$ 17.130			
Repactar 70%	\$ 39.970	3 cuotas	6 cuotas	12 cuotas
		\$ 14.104	\$ 7.354	\$ 3.992

El abono de un 30% resulta de un monto de \$17.130, la cantidad a repactar es de \$39.970, teniendo la posibilidad de hacerlo en 3 cuotas, 6 cuotas o 12 cuotas. Al hacerlo en 3 cuotas el cliente habrá pagado un monto de \$59.442¹¹² asociado a la tercera mensualidad, cuando inicialmente esta era de \$55.104. En consecuencia, el interés adicional asciende a \$4.338.

Tabla resumen con flujos

Periodo	Flujos	Cuota mensual	Administración	Impuesto
1	\$ 58.292	\$ 55.104	\$ 2.000	\$ 1.188
2	\$ 57.104	\$ 55.104	\$ 2.000	
3	\$ 19.130	\$ 17.130	\$ 2.000	
4	\$ 71.208	\$ 69.208	\$ 2.000	
5	\$ 71.208	\$ 69.208	\$ 2.000	
6	\$ 71.208	\$ 69.208	\$ 2.000	
	\$ 348.150	\$ 334.962	\$ 12.000	\$ 1.188

Al obtener el refinanciamiento, el flujo del periodo 3 solo contempla el abono y el cargo por los servicios de administración, mientras que en los tres periodos siguientes los flujos se ven aumentados en \$14.104 correspondientes a la repactación calculada.

En conclusión, esta persona deberá desembolsar \$4.338 adicionales para pagar su deuda, debido a la negociación de la cuota N°3. Nótese que, al refinanciar la deuda el cliente no se excede de los 6 periodos de pago, pues la última repactación se paga al mismo tiempo que la cuota N°6. Si el cliente hubiera repactado en 6 cuotas o 12 cuotas, además de pagar un interés mucho más alto, hubiera tenido que cubrir adicionalmente los cargos por servicios de administración.

¹¹² Abono + Repactación en 3 cuotas

CAPITULO 6: CONCLUSIONES



1. Una vez terminado este trabajo podemos concluir que el mercado de las tarjetas de crédito y los actores que intervienen en éste existen gracias a la creación de las tarjetas de crédito. Sin estas viviríamos en un mundo donde el trueque o pago en efectivo sería la forma de adquirir bienes, ya que las tarjetas vienen a reemplazar el efectivo. Tienen una importancia fundamental para la economía, pues las personas constantemente tenemos necesidades, pero no siempre poseemos los recursos para satisfacerlas. Es por ello que a través del crédito se pueden proveer bienes o servicios con cargo a rentas futuras, de esta forma la demanda de bienes se incrementa en diferentes sectores y las empresas deben producir y ofertar más. Sin embargo, el nivel de endeudamiento debería mantenerse en niveles aceptables, de tal forma que no afecte la estabilidad económica de cada persona.
2. Un punto importante para resaltar es el hecho de que las tarjetas de crédito tienden a clasificarse como bancarias y no bancarias siendo esta última la categoría en la cual estarían contempladas las tarjetas de crédito de Retail, pero lo cierto es que en realidad pueden ser emitidas por los dos tipos de entidades, gracias a lo establecido por las leyes chilenas emanadas por el Banco central y la SBIF. Prueba de ello es que las entidades de apoyo al giro bancario como CAR S.A y CAT ADMINISTRADORA DE TARJETAS S.A emiten las tarjetas RIPLEY y CENCOSUD respectivamente, y las entidades no bancarias como es el caso de PROMOTORA CMR S.A e INVERSIONES Y TARJETAS S.A. hacen lo suyo con las tarjetas FALABELLA e HITES.
3. Gracias a los datos obtenidos por el Banco Central respecto de las deudas de las familias chilenas y una vez procesados estos, hemos observado que casi un 70% de los hogares presenta algún tipo de deuda sin importar si es por un monto bajo o alto. Además, hemos notado que en todas las categorías analizadas de deuda de consumo, existe una relación inversa entre la tenencia de deuda y los montos, es decir, hay más familias con deuda comercial que con deuda bancaria, sin embargo, los montos son más elevados y siguen un patrón común en el último caso (mientras mejor

educación, mayor es la deuda; mientras más alto es el estrato, se tiene más deuda; mientras más personas viven en el hogar, más alta al deuda).

4. Si bien es cierto que organismos como la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras y el Banco Central de Chile son entidades fiscalizadoras, antes que establecen las reglas del juego, vale decir, las condiciones a las cuales deben ajustarse los actores del mercado de las tarjetas, razón por la cual los clientes no deberían correr riesgos patrimoniales, por ejemplo, por cláusulas abusivas suscritas en contratos con el comercio, hemos visto que los consumidores muchas veces no están satisfechos con la experiencia de compra, viéndose reflejado directamente en la cantidad de reclamos efectuados en los últimos años.
5. En cuanto a la satisfacción que presentan los clientes medido a través del número de reclamos que efectúan en contra de cada tarjeta de crédito del comercio del cual son propietarios, queda claro que este submercado es el que presenta una mayor cantidad de descontento, una cifra que va en alza en el tiempo. A si mismo del total de reclamos que se presentan las mayores causas tienden a ser por cobranzas judiciales que no corresponden, una serie de cargos mal efectuados al usuario de la tarjeta y la cobranza de seguros no contratados. Cabe decir que a su vez el número de reclamos que presenta cada empresa debe ser evaluado de la mano de la cantidad de tarjetas que tengan en funcionamiento, por lo que queda claro que una tarjeta no es más mala o buena que otra solo por la cantidad de reclamos que esta posee. Para finalizar se concluye de que el hecho de que las empresas puedan conocer la información emanada del SERNAC (en base a lo proporcionado por los propios clientes) acerca de su comportamiento junto con el del resto del mercado les permiten funcionar bajo un mercado más transparente, promover la sana competencia y realizar mejores prácticas o corregir las que ya se encuentran en operación tales como transparentar más la información referente a los cobros que ser realizaran por el uso de la tarjeta y a mejorar los resguardos de seguridad para que no existan falsificaciones

u operaciones dolosas, de manera de beneficiar a los usuarios de sus tarjetas.

6. Hemos aprendido que, al tomar la decisión de adquirir una tarjeta de crédito para realizar diversos tipos de transacciones en el comercio, se deben tener presente los costos involucrados en la utilización de dicho instrumento, así como la publicidad de las compañías, la cual suele ser un juego de palabras que confunden a las personas a tomar decisiones equivocadas. Por otro lado, no creer que el cupo otorgado por el emisor es un sinónimo de ingreso, es decir, el tener un cupo disponible de X monto no significa que la persona disponga de ese dinero para comprar como si los tuviera en su cuenta corriente, es por ello que a través del crédito se crea el dinero.
7. Siempre es importante leer los contratos de apertura de línea de crédito y la pizarra de tasas y comisiones, ya que gracias a estos instrumentos tendremos información muy valiosa acerca de los flujos futuros que necesitaremos para cubrir un crédito, por ejemplo, cuánto nos cobrarán si pedimos periodos de gracia, qué montos se actualizan mediante alguna unidad de reajuste, qué seguros están insertos en la tarjeta, cuáles son los costos de mantenimiento según el tipo de tarjeta que tengamos y cuáles son las comisiones asociadas a determinadas transacciones (avances en efectivo).
8. Hoy en día la gran mayoría de las personas tienden a fijarse solamente en la CAE publicitada y el descuento ofrecido por la casa comercial. Si tenemos cuidado con lo que compramos y somos responsables con el uso de nuestra tarjeta, podremos obtener muchos beneficios de ella.
9. Los montos asociados a mora que posee una empresa por deudas que no han sido canceladas al día permiten al emisor tener una idea de cuanto es el monto que tiene riesgo de no ser pagado, lo que hace posible poner en marcha los determinados planes de acción que tiene preparado la empresa para contrarrestarlos o bien reevaluarlos.
Para poder hacer un análisis real de la situación de cada empresa es necesario saber el monto de deuda total suscrita y el tamaño de la empresa y entonces ver cuánto de ese monto está asociado a mora (relación

porcentual). Por lo tanto, una empresa puede tener mucha mora, pero poco monto por concepto de deudas, lo que daría como resultado un porcentaje elevado, o bien, la empresa puede poseer poco monto asociado a mora, pero mucha deuda, obteniendo un porcentaje bajo por concepto de mora.

Ahora bien, las razones por las cuales el porcentaje es alto o bajo derivan principalmente de: las políticas de crédito (alto cupo implica alto endeudamiento), el tipo de comprador que hace uso de la tarjeta y la responsabilidad de pago que mantiene el cliente con la empresa.



Bibliografía y Linkografía

- Organisation Internationale de Normalisation. (2015). *Tarjetas de identificación. Identificación de los emisores. Parte 1: Sistema de numeración*. Obtenido de <https://www.iso.org/standard/66011.html>
- Banco Central de Chile. (2017). Obtenido de Encuesta de tenencia de deudas en los hogares: <https://www.efhweb.cl/>
- Banco Central de Chile. (s.f.). *Compendio de normas financieras BCCH Capítulo III – J.1 Emisión de tarjetas de pago*. Obtenido de <http://www.bcentral.cl/documents/20143/352788/CapIIIJ1.pdf/ad321cd6-3ea6-0300-5e95-9e78103b9521>
- Banco Central de Chile. (s.f.). *Compendio de normas financieras BCCH Capítulo III.J.1.2 EMISIÓN DE TARJETAS DE DÉBITO*. Obtenido de <http://www.bcentral.cl/documents/20143/0/CapIIIJ12.pdf/d99d7f89-525c-1f96-a39e-d8836545de4e>
- Banco Central de Chile. (s.f.). *Compendio de normas financieras Capítulo III – J.1.1 Emisión de tarjetas de crédito*. Obtenido de <http://www.bcentral.cl/documents/20143/0/CapIIIJ11+%283%29.pdf/aa99c68e-021e-b68c-31ef-e538e5776471>
- Banco Ripley. (s.f.). *Ripley Tarjeta*. Obtenido de <https://www.bancoripley.cl/tarjeta-ripley>
- Biblioteca del Congreso Nacional. (19 de Diciembre de 1997). *DFL3-Ley general de Bancos*. Obtenido de <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=83135>
- Cencosud. (s.f.). *Tarjeta Cencosud Scotiabank*. Obtenido de <https://www.tarjetacencosud.cl/TarjetaMasWEB/home.html>

- Comercializadora, S. (s.f.). *Tarjeta Hites*. Obtenido de <https://www.tarjetahites.com/web/hites-portal-financiero>
- Falabella, C. (s.f.). Obtenido de Tarjeta CMR Falabella: <https://www.cmr.cl/tarjeta-cmr-falabella>
- Hacienda, M. d. (1981). *ley 18.010 que establece normas para las operaciones de crédito y otras obligaciones de dinero que indica*. Obtenido de <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=29438>
- Memoria anual CENCOSUD*. (2012 a 2018). Obtenido de CAT ADMINISTRADORA DE TARJETAS S.A.
- Memoria anual FALABELLA*. (2012 a 2018). Obtenido de PROMOTORA CMR FALABELLA S.A.
- Memoria anual HITES*. (2012 a 2018). Obtenido de INVERSIONES Y TARJETAS S.A.
- Memoria anual RIPLEY*. (2012 a 2018). Obtenido de CAR S.A.
- Ministerio de Hacienda. (1980). *Decreto ley 3.475 que modifica la ley de timbres y estampillas contenida en la ley N° 619, DE 1974*. Obtenido de <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=7137>
- Ministerio de Hacienda. (2005). *Ley 20.009: Limita la responsabilidad de los usuarios de tarjetas de crédito por operaciones realizadas con tarjetas extraviadas, hurtadas o robadas*. Obtenido de <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=236736>
- Organisation Internationale de Normalisation. (2003). *ISO / IEC 7810: 2003 Tarjetas de identificación - Características físicas*. Obtenido de <https://www.iso.org/standard/31432.html>
- Página de internet FALABELLA*. (s.f.). Obtenido de <https://www.falabella.com/falabella-cl/>
- Página de internet HITES*. (s.f.). Obtenido de <https://www.hites.com/>

Página de internet PARIS. (s.f.). Obtenido de <https://www.paris.cl/store>

Página de internet RIPLEY. (s.f.). Obtenido de <https://simple.ripley.cl/>

S. F. (s.f.). *¿Cuál es la diferencia entre una tarjeta de crédito y una tarjeta de débito?* Obtenido de <http://www.clientebancario.cl/clientebancario/tarjeta-de-credito-diferencias-tarjeta-debito.html>

S. F. (Noviembre de 2008). *Instrumentos de Pago de Bajo Valor en Chile.*

Obtenido de

https://www.sbif.cl/sbifweb/internet/archivos/publicacion_7256.pdf

S. F. (2009 a 2018). *Informes de tarjetas de crédito bancarias.* Obtenido de

<https://www.sbif.cl/sbifweb/servlet/InfoFinanciera?indice=4.1&idCategoria=564&tipocont=0>

S. F. (2009 a 2018). *Informes de tarjetas de crédito no bancarias.* Obtenido de

<https://www.sbif.cl/sbifweb/servlet/InfoFinanciera?indice=4.1&idCategoria=2129&tipocont=0>

S. F. (2013). *Circular N° 40 Emisores y operadores de tarjetas de crédito.*

Obtenido de

https://www.sbif.cl/sbifweb3/internet/archivos/norma_10284_1.pdf

S. F. (s.f.). *Lista de Instituciones Reguladas por SBIF.* Obtenido de

<https://www.sbif.cl/sbifweb/servlet/ConozcaSBIF?indice=7.5.1.1&idContenido=483#SAGB>

S. N., & M. d. (s.f.). *Ley 19.496 “Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.* Obtenido de

<https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=61438>

Servicio Nacional del Consumidor. (Primer semestre 2016 a primer semestre

2017). *Ranking sub-mercado de tarjetas de crédito relacionadas al retail.*

Obtenido de https://www.sernac.cl/portal/619/articles-13292_archivo_01.pdf

Simón, J. A. (1990). *Tarjetas de Crédito.* Caracas: Editorial Abeledo-Perrot.

Tarjetanova. (s.f.). *Tecnología de lectura para tarjetas plástica*. Obtenido de <https://www.tarjenova.com/tarjetas-plasticas/tecnologia-de-lectura/>

Víctor Salas Opazo, D. H. (s.f.). *Boletín de estudios sectoriales :Mercado de las tarjetas de crédito*. Obtenido de https://fae.usach.cl/fae/docs/boletinEstudiosSec/Boletin_2.pdf



ANEXOS



ANEXO N°1

1. Antecedentes requeridos a todos los Emisores

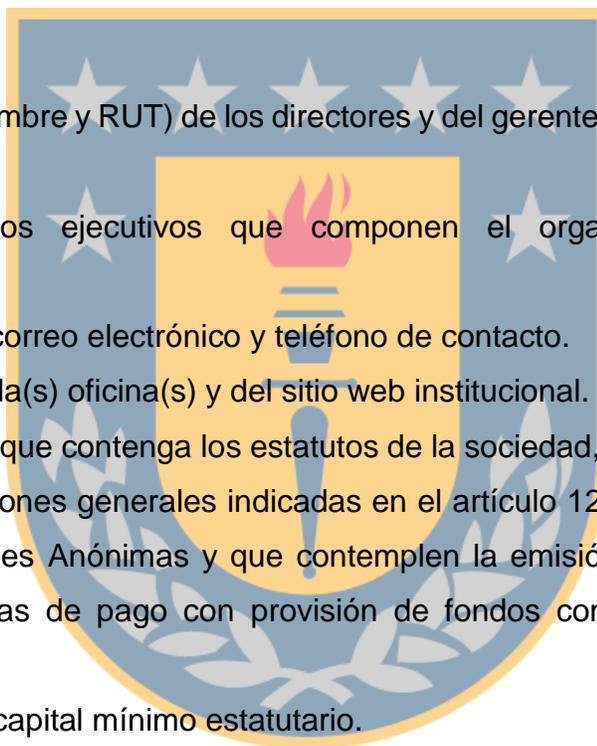
1.1 Antecedentes requeridos por la SBIF para la solicitud de autorización

1.1.1 Información general de la sociedad:

- a) Nombre de la sociedad y domicilio social.
- b) Individualización (nombre y RUT) del representante legal, de los accionistas y de los
- c) directores.
- d) Identificación (nombre y RUT) de los directores y del gerente general (o quien haga sus
- e) veces), y de los ejecutivos que componen el organigrama de la administración,
- f) señalándose su correo electrónico y teléfono de contacto.
- g) Dirección(es) de la(s) oficina(s) y del sitio web institucional.

1.1.2 Escritura pública que contenga los estatutos de la sociedad, considerando al menos las menciones generales indicadas en el artículo 126 inciso 2° de la Ley de Sociedades Anónimas y que contemplen la emisión de tarjetas de crédito y/o tarjetas de pago con provisión de fondos como objeto social exclusivo.

1.1.3 Acreditación del capital mínimo estatutario.



1.2 Antecedentes requeridos por la SBIF para efectos de la inscripción en el Registro

1.2.1 Plan general de funcionamiento de la entidad, que incluya:

- Organigrama proyectado de la empresa, con una descripción de las principales funciones.
- Presupuesto estimado, al menos para el año en curso y el siguiente, considerando los recursos humanos y de infraestructura, física y tecnológica, necesarios para la implementación del negocio, según la escala de funcionamiento proyectada.
- Descripción general de las tarjetas a emitir (marca, modalidad, etc.).
- Número de tarjetas proyectadas al término del primer año de funcionamiento.
- Información disponible (nombre y RUT) de los directores y del gerente general, y de los ejecutivos que componen el organigrama de la administración, hasta el nivel de subgerente, señalándose su correo electrónico y teléfono de contacto.

1.2.2 Antecedentes sobre gestión y control de riesgos, incluyendo una copia de las políticas.

aprobadas por el Directorio y una descripción general de los procedimientos y estructura funcional, de cuyo cumplimiento se pueda inferir que se encuentra asegurada la prestación ininterrumpida de los servicios.



ANEXO N°2

Antecedentes para la inscripción en el registro de operadores de tarjeta de Crédito solicitados por la SBIF en la circular 40¹¹³

Para solicitar su inscripción como Operadores, las entidades deberán acompañar los siguientes antecedentes:

- a) Nombre de la sociedad, RUT y domicilio social.
- b) Estatuto vigente que contemple la operación de tarjetas de crédito como objeto social exclusivo.
- c) Individualización (nombre y RUT) del representante legal, de los accionistas controladores y de los directores.
- d) Identificación (nombre y RUT) del Gerente General y de los ejecutivos que componen el organigrama de la administración hasta el nivel de subgerente, señalándose su correo electrónico y teléfono de contacto.
- e) Dirección(es) de la(s) oficina(s) y del sitio web institucional.
- f) Estado financiero auditado referido al último día del trimestre calendario anterior al de la solicitud. Se acompañarán también, si fuere el caso, los estados financieros del último ejercicio anual.
- g) Información los servicios que prestará. Cuando se trate de una empresa que prestará sus servicios a más de un emisor, se incluirá también la información acerca de las tarifas.
- h) Modelo del o los contratos con los emisores.
- i) Modelo del o los contratos con los establecimientos afiliados, cuando corresponda.
- j) Antecedentes sobre gestión y control de riesgos:

Las entidades a que se refiere la letra D) del numeral 2.1 de esta Circular, acompañarán una descripción general de las políticas y procedimientos, de cuyo

¹¹³ Para emisores y operadores de tarjetas de crédito

cumplimiento se pueda inferir que se encuentra asegurada la prestación ininterrumpida de los servicios en los términos pactados.

Por su parte, las empresas que se ajusten a lo indicado en la letra B) del numeral 2.1 de esta Circular adjuntarán:

- La información acerca de las políticas a que se refiere el numeral 6.1 de esta Circular; y,
- Los resultados de una evaluación de la gestión y de los controles establecidos, ateniéndose a lo indicado en el numeral 6.2.



ANEXO N°3

Requisitos mínimos que deben contener los contratos celebrados entre emisor y titular de la tarjeta, por el uso de esta como medio de pago:

- el plazo o condiciones de vigencia del contrato.
- la fecha de emisión de estados de cuenta.
- las modalidades y condiciones aplicables al cobro de comisiones.
- el cobro de comisiones e intereses, precisando la fecha de vencimiento de la obligación de pago para el Titular.
- el costo de mantención de la Tarjeta, si procediere; las medidas de autenticación y seguridad relacionadas con el uso de la Tarjeta.
- los resguardos para precaver el uso indebido de la Tarjeta.
- los procedimientos y obligaciones en caso de robo, hurto, pérdida, adulteración o falsificación de esta.
- la resolución de controversias.
- los requisitos y condiciones aplicables respecto del término del contrato, incluidas las causales de terminación anticipada que se pudieren acordar.
- los impuestos que, en su caso, graven las transacciones que se efectúen con la respectiva Tarjeta.



ANEXO N°4

Los requisitos mínimos que deben contener los contratos celebrados entre emisor y operador de la tarjeta, de acuerdo con lo establecido por la SBIF:

- Identificación de los servicios contratados y de los requisitos y estándares de operación requeridos para la prestación de cada uno de ellos.
- La responsabilidad del operador respecto de la continuidad de los servicios contratados, así como los procedimientos de contingencia y eventuales compensaciones, ante una interrupción de estos.
- Los servicios que pueden ser externalizados por parte del operador y aquellos que requieran contar con consentimiento particular del emisor.
- Estructura tarifaria aplicable a cada uno de los servicios contratados, así como su periodicidad y formas de pago.
- La responsabilidad de la empresa operadora para cautelar la seguridad y el oportuno procesamiento y validación de las transacciones, así como las obligaciones económicas que se originen ante errores y transacciones indebidas.
- La responsabilidad del operador de mantener un adecuado orden de los archivos con el registro de las operaciones procesadas, así como de los documentos que respaldan esas transacciones.
- Las obligaciones que le caben a cada una de las partes, en relación con la oportuna liquidación de los pagos.

ANEXO N°5

Tenencia de deudas por características sociodemográficas

(Porcentaje de hogares)¹¹⁴

	Deuda total	Deuda consumo	Deuda hipotecaria	Deuda automotriz	Deuda educacional	Otras deudas no hipotecarias
Todos los hogares	66,4	54,6	21,2	4,3	12,4	6,8
Tamaño del hogar						
1 a 2	55,1	45,7	15,6	2,3	8,6	5,6
3 a 4	71,8	58	24,7	5,5	14,6	7,3
5 a 6	76,9	64,9	25,9	6,2	15,1	8,2
6+	77,2	62,2	11,9	0,9	13,2	7,1
Estrato de ingreso						
Estrato 1	58,3	49,2	9,5	1,5	9,2	6,3
Estrato 2	71,2	57,5	23,9	4,9	16	8
Estrato 3	79,6	63,8	46,5	10,3	15,2	6,4
Tramo de edad						
< 35	71,4	56,2	19,9	6,6	22,8	9,4
35 a 49	76,4	61,8	34,2	5,8	10,5	9,5
50 a 64	65,1	54,8	16,9	3,5	12,7	4,5
≥ 65	46,1	40,1	6,6	0,6	4,8	3,2
Nivel de educación						
Básica	53,7	48,6	4,4	0,6	5,5	4,6
Media	63,8	54,1	14,9	4,7	8,6	7,2
CFT/IP	75,8	60,5	27,8	4	17,6	11,4
Universitaria	70,7	54,4	33,4	5,7	18,1	5,6
Postgrado	83,7	63,5	50,3	7,1	24,2	5,7

¹¹⁴ Encuesta Financiera de Hogares (EFH), Banco Central de Chile

ANEXO N°6

Tenencia de deudas de consumo por características sociodemográficas

(Porcentaje de hogares)¹¹⁵

Consumo		Bancaria				Casas comerciales		
		Total, bancaria	Tarjeta de crédito	Línea de crédito	Crédito de consumo	Total, casas comerciales	Tarjeta de crédito	Préstamos o avances
Todos los hogares	54,6	28,9	18,4	7,7	16,1	36,8	34,1	7,7
Tamaño del hogar								
1 a 2	45,7	23,6	15	6,6	12,4	29,6	25,8	7,8
3 a 4	58	31,9	21	8,4	18,6	39,2	37,2	7,8
5 a 6	64,9	33,9	19,3	9,2	19,1	44,8	42,7	6,6
6+	62,2	22	15,9	3,7	8,5	53,4	48,5	11,5
Estrato de ingreso								
Estrato 1	49,2	16,3	8,1	2,6	10,2	36,7	33,4	7,9
Estrato 2	57,5	33	21,4	9,1	17,5	40	37,8	8,0
Estrato 3	63,8	54,4	39,4	18,6	28,9	32,4	30,3	6,7
Tramo de edad								
< 35	56,2	35,8	23,8	11,7	18,9	35,9	34,2	6,4
35 a 49	61,8	35,9	23,9	9,5	21,4	40,3	38,7	7,1
50 a 64	54,8	27	16,2	6,6	14,2	40,2	35,7	9,9
≥ 65	40,1	12,6	6,5	2,4	7,1	26,6	23,4	6,8
Nivel de educación								
Básica	48,6	14,3	6	2,1	9,1	36,6	32,6	9,9
Media	54,1	22,1	11,7	4	14,1	40,8	38	7,3
CFT/IP	60,5	35,2	24,4	10,4	19,4	41,4	38,7	10,6
Universitaria	54,4	40,3	29,2	12,6	20,3	30,2	27,8	6,2
Postgrado	63,5	58,3	43,6	24,9	25,9	26,4	26,1	3,8

¹¹⁵ Encuesta Financiera de Hogares (EFH), Banco Central de Chile

ANEXO N°7

Uso de los medios de pago¹¹⁶

Uso de medios de pago	Efectivo	Tarjeta de débito	Tarjetas bancarias	Tarjetas no bancarias	Prepago	Cheques	PAC	PAT	Transferencia por internet o telefono	Tarjeta BIP	Otros
Todos los hogares	98,5	73	27,7	44	7,1	16,1	22,2	7,6	45,3	43,9	1,7
Tamaño del hogar											
1 a 2	98,5	64,5	27,1	37,4	6,8	16,4	21,5	7,2	41,1	44	1,8
3 a 4	98,5	77,5	28,7	47,5	7	16,5	24,1	8,3	49	42	1,6
5 a 6	98,4	79	27,1	48,1	8,3	15,5	20,8	7	46,8	48,3	1,8
6+	100	80,7	23	53,5	5,9	8	5,1	3,7	33,8	51,2	2,9
Estrato de ingreso											
Estrato 1	99,4	61	11,1	37,8	4,7	3,5	6,8	1,6	23,8	37	1,8
Estrato 2	98,6	81,1	31,2	48,7	8,5	17	24,8	7,1	54,5	48,4	1,7
Estrato 3	96,2	90,6	64	52,5	11	46,5	56,9	23,3	85,6	54,4	1,6
Tramo de edad											
< 35	98,5	84	31	39,7	11,1	11,1	23,3	8,7	58,1	47,6	2,6
35 a 49	98,4	82,9	34,7	46,8	8,1	18,7	28,4	10	57,4	42,3	1,4
50 a 64	98,2	72	25,5	47,7	6,3	16,5	19,8	6,5	39,4	45,4	1,4
≥ 65	99,1	45,7	15,6	38	2,3	16,3	14,1	3,8	20,3	40,7	1,8
Nivel de educación											
Básica	99,9	45,5	9	36,2	3,7	2,3	3	0,9	10,7	37,8	1,2
Media	99,1	69,2	15,4	44,2	4,8	8,2	11,2	3,1	29,7	42,6	1,7
CFT/IP	99,3	86,3	33,1	48,1	10,2	18	26,4	8,6	62,9	42,3	1,9
Universitaria	96,9	87,5	49,1	46,7	11,6	31,5	43,2	14,9	76,5	47,1	2
Postgrado	95,1	89,2	69,5	44,3	7,2	44,9	60,3	26,7	89,9	62	2,1

¹¹⁶ Encuesta Financiera de Hogares (EFH), Banco Central de Chile

ANEXO Nº8¹¹⁷

Beneficios	CMR VISA			CMR Falabella
	CMR Elite	CMR Premium	CMR Visa	
Aceptada en todos los comercios	x	x	x	Solo en comercios asociados
Todas tus compras acumulan CMR Puntos	x	x	x	x
Duración de Puntos	2 años	2 años	1 año	1 año
0% Comisión Internacional	x	x	x	
Costo Administración	UF 0,35	UF 0,17	UF 0,105	UF 0,085
Dcto. en Cto. Administración	x	x	x	x
Oportunidades Únicas En Falabella, Sodimac Homecenter, Tottus, Viajes Falabella y Homy	En Falabella, Sodimac Homecenter, Tottus, Viajes Falabella y Homy			
Descuentos en Alianzas	x	x	x	x
Descuento semana cumpleaños	x	x		
Seguro de accidentes en Viajes	USD 1.000.000	USD 500.000		
Seguro de alquiler de autos	x	x		
Seguro de emergencia médica internacional	USD 200.000	USD 150.000		
Visa Concierge	x	x		
Despacho Gratis Falabella.com	x			
Acceso gratuito a salones VIP	x			
Traslado gratuito al aeropuerto	x			
Seguro equipaje	x			
Visa Luxury Hotel Collection	x	x		
Seguro de Protección de Precio y Compra	x	x		

¹¹⁷ <https://www.cmr.cl/tarjetas>

ANEXO N°9

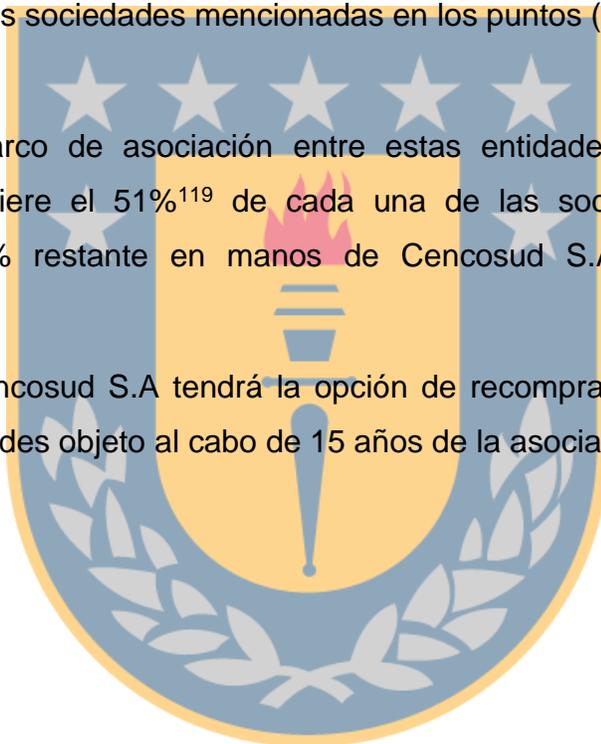
Acuerdo con Scotiabank sobre retail financiero¹¹⁸

Históricamente el negocio de tarjetas en Chile lo maneja CAT Administradora de tarjetas S.A, en la cual Cencosud S.A era controladora.

Durante el año 2014 Cencosud S.A llega a un acuerdo con Scotiabank para que en forma conjunta desarrollen el negocio del retail financiero en Chile (fue informado a la SBIF). En el acuerdo se especificaba que el negocio sea operado a través de (i) CAT Administradora de tarjetas S.A, y (ii) Cencosud Administradora de Procesos S.A, Cencosud Servicio Integrales S.A y Cencosud Corredores de Seguro y Servicios Ltda. (todas las sociedades mencionadas en los puntos (i) y (ii) se llaman Sociedades objeto).

De conformidad al marco de asociación entre estas entidades se tiene que Scotiabank Chile adquiere el 51%¹¹⁹ de cada una de las sociedades objeto, permaneciendo el 49% restante en manos de Cencosud S.A (deja de ser controladora).

Cabe destacar que Cencosud S.A tendrá la opción de recomprar el 51% de las acciones de las sociedades objeto al cabo de 15 años de la asociación.



¹¹⁸ Comunicado de hecho esencial Superintendente de valores y seguros, 20 de junio de 2014. Carta 04766, 10 de abril de 2015 SBIF

¹¹⁹ La empresa emisora de las tarjetas de crédito de CENCOSUD (CAT S.A) pasa a ser filial de una empresa bancaria (SCOTIABANK CHILE S.A), por lo tanto, desde 2015 en adelante todas las tarjetas que emita se considerarán bancarias.