

2015

Estudio de Comisiones sobre Servicios Financieros Minoristas

Proyecto financiado por el fondo
Concursable del SERNAC



Álvaro Gallegos A.

Patricio Escobar
CONADECUS
01/08/2015



Resumen

Desde el retorno a la democracia, la industria financiera ha experimentado una notable expansión que ha multiplicado 6,8 veces en términos reales la cartera de colocaciones de la banca. Este crecimiento ha sido acompañado de un proceso de incorporación de nuevos segmentos sociales al mercado financiero en demanda de recursos para satisfacer necesidades de consumo y vivienda de los hogares.

El motor de la expansión financiera ha estado centrado en el crédito a personas naturales. De hecho, en el periodo 1990-2014, la cartera de créditos de consumo ha crecido a una tasa promedio real anual de 13,6% y a un 10,7% lo hicieron los préstamos para vivienda. De esta manera, la llamada “bancarización” se expresa en una tasa de crecimiento anual de 11,5% real de la cartera de créditos a personas.

La extraordinaria expansión de los servicios financieros a personas ha permitido a la población disponer de una amplia gama de instrumentos para adelantar el consumo de bienes durables, lo que se traduce en un positivo impacto en su bienestar. La amplitud de productos también ha contribuido a suavizar los vaivenes financieros de los hogares, facilitando el tránsito por situaciones complejas como las de gastos imprevistos para sus presupuestos, las de bajas en sus ingresos por desempleo transitorio u otras causas. El país ha sido favorecido, entonces, con una bancarización profunda y amplia.

Como es natural, el uso de servicios financieros, en particular el crédito, debe estar acompañado de la prudencia, pues de lo contrario puede llevar a situaciones de exceso de endeudamiento que agobia a las familias y que puede tener efectos muy destructivos en ellas y en las perspectivas de desarrollo de sus miembros. De acuerdo a las encuestas de ingresos de los hogares, es claro que no estamos libres de ese mal.

Aunque no es materia de este estudio, existe la percepción de una ausencia de cuidado por parte de los oferentes financieros en materia de endeudamiento de los hogares. Sin perjuicio de algunos esfuerzos en materia de educación financiera, los incentivos propios de un sistema financiero con fines de lucro pueden llevar a comportamientos comerciales agresivos que, enfocados en la

ganancia pronta y de corto plazo, no atienden a las consecuencias negativas de altos niveles de deuda de las familias. La contención de estas conductas difícilmente puede ser encargada a las entidades de crédito que operan en el mercado, aunque existen mecanismos de control de riesgo que pueden ser de mucha utilidad. La responsabilidad final recae en el diseño de políticas públicas apropiadas, en adecuadas regulaciones específicas y en la capacidad coercitiva del Estado para aplicarlas.

En esa línea, se aprecian debilidades en las actuales regulaciones sobre tarifas. Atendida la amplia libertad que tienen los oferentes para fijar sus tarifas, son escasas las normas que las regulan. Las que existen, se han originado usualmente en la reiteración de situaciones donde las asimetrías de información y de defensa de los derechos de las contrapartes han sido tales que ha sido necesario imponer normas legales o administrativas para proteger el interés general.

Un ejemplo de ello son las tarifas asociadas al uso de tarjetas como medios de pago, cuestión que ha sido abordada por la Fiscalía Nacional Económica y en la cual se han logrado modestos avances en comparación a otras jurisdicciones como Australia o Europa.

Otra área en la que existen deficiencias importantes y que han sido puestas en evidencia por este estudio dice relación con la cantidad y calidad de la información que los oferentes deben poner a disposición de los consumidores financieros.

Como se ha señalado en el cuerpo de este informe, el consumidor financiero no tiene un acceso expedito y de fácil comprensión a las diversas comisiones que pueden ser aplicadas por el oferente a los servicios que contrata. No se trata aquí de discutir la razonabilidad de las tarifas, sino de la falta de la disposición al cliente de la información necesaria para comprender cómo su comportamiento en el uso de los servicios contratados puede afectar su costo, de forma que los ocupe de la manera más eficiente posible. Un mal uso de estos servicios por parte de los clientes debilita su capacidad financiera y por esa vía se transforma en un riesgo adicional para el oferente.

Como se aprecia en la Tabla 5, sólo 9 de 23 bancos presentan información sobre comisiones y tarifas en sus páginas Web. Al investigar por internet mediante el uso de un buscador (“googlear”), se obtienen los datos de 5 entidades adicionales, mientras en las otras 9 simplemente no se encuentra información.

La situación no es mejor en el caso de las tiendas del “retail”, cuya información de tarifas no se encuentra claramente identificada en los sitios web. El proceso de búsqueda para llegar a ella requiere de una exploración ardua en los respectivos sitios hasta localizar los modelos de contrato y luego escudriñarlos para hallar las cláusulas dónde aparecen las tarifas.

Al comparar la transparencia con que se proporciona la información sobre tarifas y comisiones por parte de las entidades de crédito en Chile versus lo que se observa en Latinoamérica, se tiene que el sistema chileno se sitúa en último lugar entre 10 países sudamericanos evaluados por el Banco Mundial mediante un índice de profundidad de la información crediticia (ver Tabla 6). Lo anterior, a pesar que Chile es el país tiene una relación créditos a PIB del orden de 120%, la más alta de la región.

La ausencia de esa información en calidad y cantidad que un consumidor juicioso requiere para adoptar decisiones correctas y costo-eficientes en los dispositivos o canales de comunicación dispuestos por el oferente atentan contra la eficiencia de la economía como un todo y debe ser resuelta. Las autoridades regulatorias deben diseñar las normas apropiadas y los supervisores deben velar por su cumplimiento, abarcando todos los mercados que operan servicios financieros, para beneficio tanto de los oferentes como de los consumidores.

De acuerdo a la información que entregan al público las entidades de crédito en materia de tarifas y comisiones, se observa que ella es difícil de comprender por parte de los consumidores financieros. Las Tablas 1, 2,3 y 4, referidas a los productos cuenta corriente, tarjeta de débito, línea de crédito y tarjeta de crédito, respectivamente, muestran que la característica general de la información disponible su amplia variedad, lo que dificulta su comparación, acompañada de largas y complejas descripciones de una extensa casuística para la aplicación de las tarifas.

El rol de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras en materia de impulsar la transparencia del mercado en materia de tarifas y comisiones es muy relevante y puede ser un importante aporte. Sin embargo, la información sobre tarifas y comisiones que publica este organismo resulta insuficiente para suplir la escasez de información provista por los oferentes o al menos complementarla. De hecho, varios cuadros informativos referidos a tarifas y comisiones, que se publicaban regularmente, han sido descontinuados, lo que es indicativo de un retroceso en el aporte de ese organismo a la transparencia del mercado en este ámbito.

Es crucial que la Superintendencia utilice sus amplias facultades para requerir información de las entidades fiscalizadas a fin de mejorar sustantivamente la calidad y cantidad de información relativa a las tarifas de los servicios financieros minoristas. Los esfuerzos que despliega en materia de educación financiera se verían favorablemente potenciados por esta vía.

Cabe destacar que los ingresos por comisiones tienen una incidencia importante en los ingresos de la banca, representando entre un 15% y un 20% del margen operacional. En términos absolutos, los ingresos por comisiones alcanzan a cerca de 14 millones de UF anuales, equivalentes a más de 500 millones de dólares.

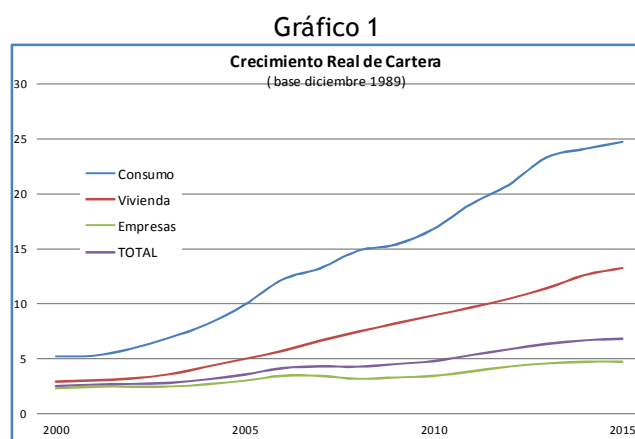
Tales volúmenes bien pueden justificar un mayor aporte de los oferentes de servicios financieros minoristas a una mayor transparencia de sus tarifas y comisiones para hacerlas más comprensibles a los consumidores financieros con beneficio para el sistema en su conjunto.

Estudio de Comisiones sobre Servicios Financieros Minoristas Bancarios y No Bancarios

I. ANTECEDENTES

El desarrollo que la industria financiera ha experimentado un notable crecimiento que ha multiplicado 6,8 veces en términos reales la cartera de colocaciones de la banca desde el retorno a la democracia. Esta evolución puede explicarse en general por tres factores: una menor regulación de los flujos de capital, una amplia diversificación de los instrumentos disponibles y, de manera muy especial, una fuerte expansión de lo que se ha llamado “bancaización” de la sociedad. Esto supone la incorporación de nuevos segmentos sociales al mercado financiero como demandantes de fondos, para ser destinados consumo, entre otras necesidades de los hogares. Esta tendencia se ha difundido bajo el concepto de “inclusión financiera”.¹

Tal es así que la evolución de las colocaciones de la banca en los últimos 25 años muestra una creciente incidencia de los créditos a personas, sean préstamos de consumo en sus diversas formas, o financiamientos para fines habitacionales. De hecho, mientras la cartera de colocaciones a empresas se ha multiplicado 4,7 veces, el motor del crecimiento ha estado centrado en el crédito a personas naturales, que se multiplicó por 15. Como se ve en el gráfico siguiente, los créditos de consumo muestran un impresionante dinamismo al crecer casi 25 veces.



Fuente: Elaboración propia a base de datos de la SBIF.

¹ Alarcón, C. Flores, C. Ormazábal, F. Vera M. y Yáñez, A. (2013) “Indicadores de Acceso y Uso a Servicios Financieros. Situación en Chile 2013”. Serie Técnica de Estudios N° 013. Noviembre 2013. Departamento de Estudios SBIF - Chile. https://www.sbif.cl/sbifweb3/internet/archivos/publicacion_10377.pdf

En otras palabras, la tasa promedio de crecimiento real anual de las carteras de créditos de consumo y vivienda en el periodo 1990-2014 ha sido de 13,6% y 10,7% respectivamente, promediando el total de la cartera de personas una tasa de 11,5% real. Ello contrasta con la tasa de crecimiento de las colocaciones a empresas que, aunque también significativa, alcanza solamente a 6,4% real. El efecto de esta evolución en la industria ha sido un notable cambio en la composición de la cartera, más que duplicándose en ella la participación del crédito a personas.

CARTERA DE COLOCACIONES			
Año	EMPRESAS	PERSONAS	TOTAL
1989	81,3%	18,7%	100,0%
2014	57,8%	42,2%	100,0%

Otra consecuencia muy relevante ha sido la diversificación de sus fuentes de ingresos operacionales, migrando desde una estructura en que el papel fundamental lo cumplía el tradicional margen de intermediación o el *spread* bancario, hacia un modelo en que las comisiones emergen como una cantera importante de utilidades.

Por otra parte, la bancarización ha supuesto la interacción entre instituciones bancarias y segmentos sociales de menores ingresos que antes no tenían acceso a esta industria. Aunque la incorporación de sectores más amplios de la población al crédito pone a su alcance una oferta de bienes antes impensada, no necesariamente todo acceso da lugar a un incremento de bienestar. Mientras el caso del financiamiento de la vivienda es un ejemplo positivo en este aspecto, la expansión del endeudamiento para financiar comportamientos compulsivos de consumo está lejos de constituir efectos virtuosos, en particular en las sociedades contemporáneas donde las campañas publicitarias y de marketing “crean” necesidades nuevas.

Al problema anterior se suma un importante grado de opacidad del mercado. A pesar de las reformas impulsadas en los últimos años y que han estado orientadas a incorporar más información y hacer más inteligible la existente, con el fin que los consumidores puedan tomar mejores decisiones, aún estamos en presencia de un mercado que no podría catalogarse como transparente.

Esto no constituye un alegato que persiga denunciar la competencia imperfecta como principal característica del mercado financiero, puesto que ello no supone novedad alguna y es una condición propia de todos los mercados. Lejos de ello, el problema que interesa relevar es que en ese ámbito de opacidad quedan ocultos componentes fundamentales del precio del servicio que se está demandando.

La consabida “letra chica” de los contratos ha sido durante largos años, por regla general, el espacio en que se ha explicado y hecho constar que el consumidor de servicios financieros no solo paga un “arriendo” por el dinero recibido, el cual se representa en la tasa de interés, sino que además, una amplia gama de “comisiones” derivadas de la materialización de estos servicios. Estos elementos que forman parte del precio final del servicio contratado, distan de ser transparentes.

Este informe aborda precisamente este ámbito de funcionamiento del sistema, el cobro de comisiones a los consumidores de servicios financieros. Para este efecto, en primer término, tratamos el tema desde el punto de vista de los estados financieros de la banca en Chile, con el fin de observar la evolución que ha tenido el cobro de comisiones en el contexto de los ingresos de la banca. En segundo término, nos acercamos al problema desde la información que el consumidor encuentra disponible en el mercado y las dificultades que entraña su análisis detallado.

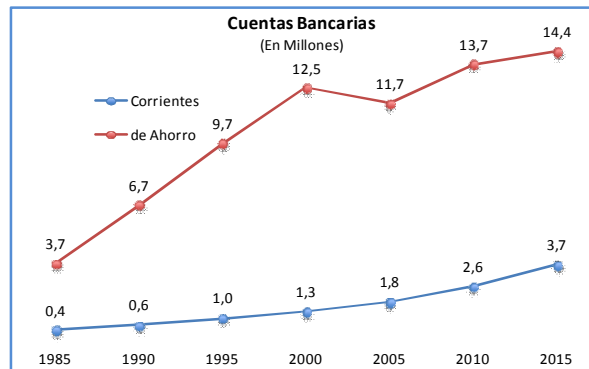
II. La Bancarización en Chile

Hasta la década del ochenta, el sistema financiero estaba orientado a satisfacer las necesidades de liquidez de los sectores más acomodados en Chile.² Las estrategias comerciales de la industria en las últimas décadas, han captado nuevos e importantes segmentos de la población que se han incorporado como consumidores de servicios financieros. Este proceso es el que ha sido denominado bancarización. Su definición se puede relacionar tanto con el uso del sistema bancario que pueden realizar los consumidores, como a la suma de actividades que permiten a la población acceder al sistema financiero.³

² Marshall, E. (2011) “Inclusión Financiera: Avances y Desafíos para Chile” Documentos de Política Económica N° 41. Banco Central de Chile. <http://www.bcentral.cl/estudios/documentos-politica-economica/pdf/dpe41.pdf>

³ Claros, X. (2014) Bancarización y crecimiento económico en “Informe Área de Negocios” N° 103, marzo 2014. Facultad de Administración Universidad Santo Tomás. Santiago, Chile.

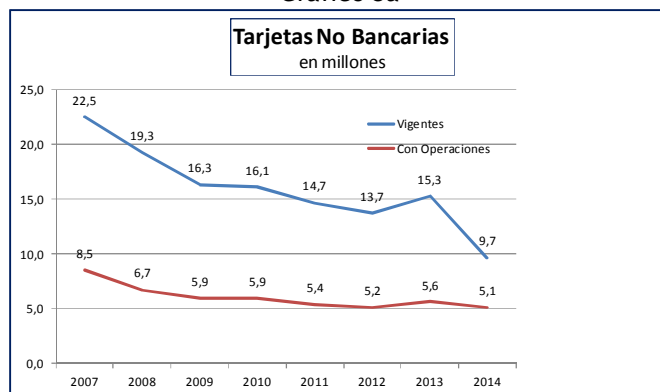
Gráfico 2



Fuente: Elaborado con datos de Marshall (2011) y de la SBIF.

La tendencia que se aprecia en este mercado, y que entrega como resultado que las cuentas corrientes que mantienen los clientes en los bancos se hayan multiplicado por 10 en el periodo, ha conducido en los últimos años a la incorporación de nuevos agentes a este mercado en rápida expansión. Es el caso del retail financiero, una suerte de “shadow banking” o “banca en las sombras”⁴, que actualmente es responsable de 12% del total de colocaciones en el sistema a través de tarjetas de crédito no bancarias.⁵

Gráfico 3a



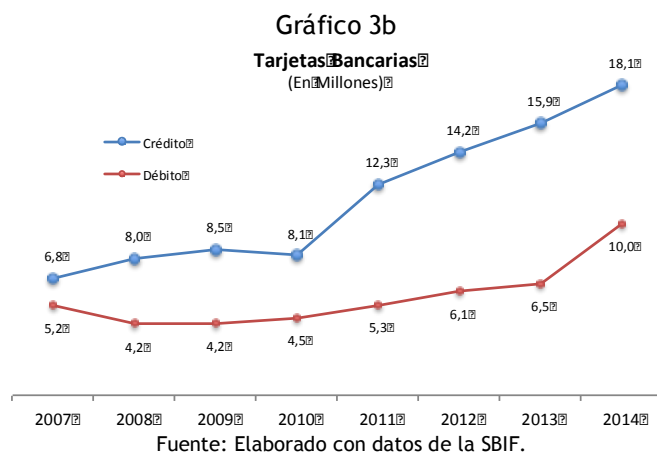
Fuente: Elaborado con datos de la SBIF.

La variable complementaria, las tarjetas vigentes en el sistema, muestra una evolución coherente con las estadísticas de cuentas bancarias. En lo referido a las tarjetas de débito, que se duplican en el periodo, su evolución se condice con la de las cuentas corrientes. El caso de las tarjetas de crédito muestra un

⁴ Expresión que describe a las entidades de intermediación financiera que participan en la facilitación de la creación de crédito, pero que no están sujetas a la supervisión o a regulación prudencial.

⁵ Ver <http://www.retailfinanciero.org/estadisticas/>

comportamiento más dinámico, en tanto su número se multiplica por 2,7 en los últimos ocho años.



Esto último se relaciona directamente con las estrategias comerciales de las instituciones financieras, como la venta atada, que obligaban a sus clientes a adquirir una determinada mezcla de productos adicionales para acceder a aquellos que eran específicamente de su interés⁶.

En general se identifican ciertos beneficios en este proceso, al punto que los organismos financieros internacionales han extendido el concepto de inclusión hacia ese ámbito, hablando directamente de la “inclusión financiera” como una herramienta para promover el desarrollo. Entre los beneficios para los consumidores de estos servicios, se menciona la promoción del ahorro, el acceso a liquidez para financiar el consumo de bienes y servicios y el mejoramiento de la disciplina en la administración del patrimonio. Desde el punto de vista de las entidades de crédito, destaca las economías de escala que permiten reducir los costos de operación y las economías de ámbito que favorecen la generación de nuevos productos. Finalmente, desde la perspectiva de la economía en su conjunto, la reducción de los costos de transacción y una circulación más amplia de los fondos disponibles, son aspectos mencionados.⁷

Existen distintos acercamientos a este tema, algunos de los cuales ponen el acento en las dinámicas consumistas que ha gatillado este acceso casi irrestricto

⁶La Circular 3505 de la SBIF del 22 de septiembre de 2010 prohíbe la venta atada de productos financieros.

⁷ Claros, X. (2014) Pág. 6

al crédito.⁸ Otros lo ponen en los beneficios que supone el mayor acceso a servicios financieros, al punto que se le considere como una vía especialmente eficiente para el desarrollo de las naciones más pobres.⁹

No obstante, más allá de las valoraciones que se puedan hacer de los efectos de la profundización de los sistemas financieros en los distintos países, es un hecho su expansión y el papel determinante que hoy tiene en la vida social.¹⁰

En ese contexto, las dinámicas concretas que desata una expansión acelerada promovida por políticas comerciales agresivas orientadas a atraer nuevos clientes, ha supuesto también una bancarización cuasi forzada. En efecto, este proceso se inicia en la segunda mitad de la década del ochenta, con el uso de cuentas vista para el pago de salarios y tarjetas para el uso de cajeros automáticos. Esa base de nuevos clientes permite la expansión de las cuentas corrientes, que en el año noventa habían crecido un 67% respecto a 1985 y que en los cinco años posteriores aumentarían otro 52%.

Lo anterior ocurre en un marco de expansión económica, toda vez que el ingreso per cápita aumentó un 26% entre los años 1985 y 1990, para luego crecer un 34% en el quinquenio siguiente.¹¹ Mientras tanto, las remuneraciones reales crecían un 20% en cada uno de esos quinquenios.

El crecimiento del consumo y particularmente el consumo de bienes durables,¹² empalman estos dos procesos. En primer término nos encontramos frente a una demanda potencial que se expande debido al crecimiento de la economía y la dinamización del mercado laboral posterior a la crisis de inicios de

⁸ Para una mirada filosófica posible, sobre la relación entre el consumo y la sociedad de consumo, ver http://www.cepchile.cl/dms/archivo_813_1290/rev47_moreno.pdf o, alternativamente, <http://elordenmundial.com/ensayo-y-opinion/sociedad-de-consumo/>

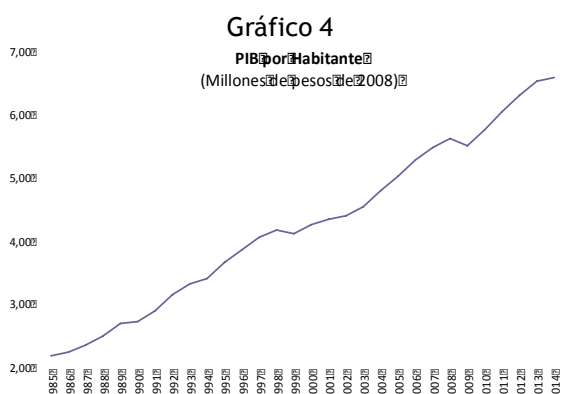
⁹ Es el caso de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-59232009000100002&script=sci_arttext Bajo distintas miradas, estas visiones se empalman con las teorías de la represión financiera de hace medio siglo, que propugnaban la liberalización del sector para promover un acceso más amplio a fondos para la inversión.

¹⁰ En el artículo, *¿Todavía sirve el PIB?* de David Pilling, publicado en “The Financial Times” y reproducido por *La Tercera* el 20 de julio de 2014, el analista se pregunta hasta dónde un sistema financiero más reducido, simple y con más control, habría evitado las calamidades derivadas de la crisis iniciada el año 2008. Por cierto que una buena parte de la destrucción de bienestar experimentado por distintas sociedades y en particular las más desarrolladas, se habría evitado.

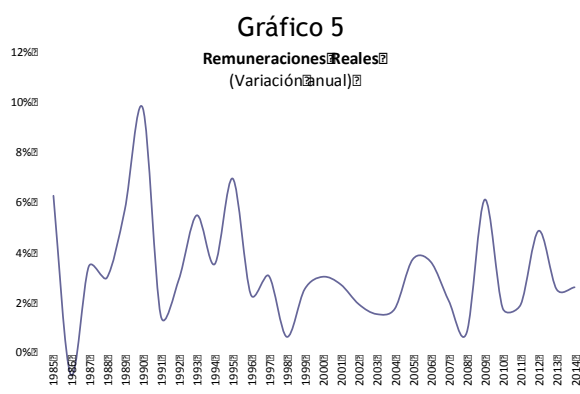
¹¹ Datos Banco Central de Chile. En <http://si3.bcentral.cl/Siete/secure/cuadros/arboles.aspx>

¹² Las viviendas construidas en la primera mitad de los años noventa, crecieron a un promedio anual del 10,2%. Ver http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/estadisticas_economicas/edificacion/series_estadisticas/series_estadisticas.php

los años ochenta, junto a una mayor apertura de la economía al comercio internacional. Esto pone en las vitrinas un amplio conjunto de bienes, que la publicidad vuelve progresivamente indispensables. En segundo término, la bancarización abre las puertas de crédito a una población que, con un ingreso mayor, presenta tasas de riesgo aceptables.



Fuente: Elaborado con datos del Banco Central de Chile



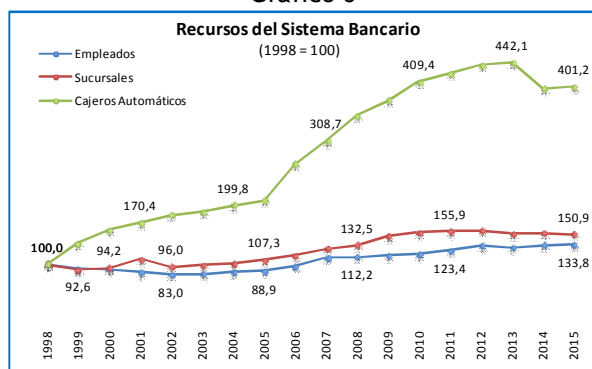
Fuente: Elaborado con datos INE de Chile

Una herramienta habitual usada por los bancos en este periodo fue, como ya se ha dicho, la venta atada que condicionaba el acceso a determinados productos como cuenta corriente, tarjeta de crédito, crédito hipotecario o de consumo, a la adquisición de los restantes. Esa práctica se materializaba de manera forzosa cuando constituía una condición *sine qua non* para acceder a un producto determinado, otambién mediante incentivos de tasas de interés o tarifas preferenciales respecto de los valores de pizarra.

Tal como se aprecia en el Gráfico n° 2, una evidencia de este proceso que hemos descrito es la tasa de crecimiento promedio anual del 2,9% de las cuentas corrientes durante la última década.

Indicadores estructurales de este proceso, como es el caso de los trabajadores de la banca, la cantidad de sucursales de las instituciones y la dotación de cajeros automáticos, reflejan la adecuación de los recursos aplicados por el sistema bancario a los resultados de la política comercial de bancarización. Una primera mirada sobre estos recursos, nos muestra un crecimiento de los empleados de la banca en un tercio respecto a 1998. En el mismo periodo, las sucursales disponibles para la atención de público han aumentado en un 51%, mientras que la dotación de cajeros automáticos se ha multiplicado por cuatro.

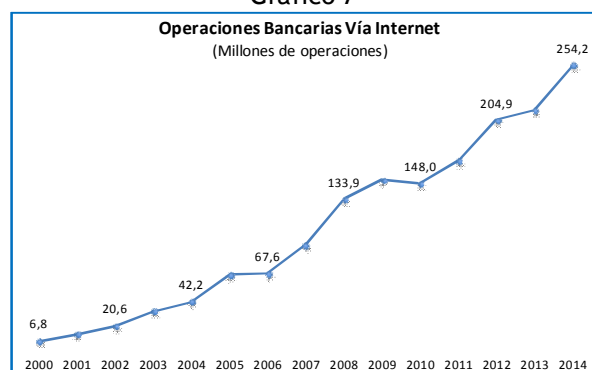
Gráfico 6



Fuente: Elaborado con datos de la SBIF - Chile

Durante los últimos años se aprecia un aparente estancamiento relativo en la aplicación de recursos por parte de las instituciones bancarias, desde el año 2010 para el caso de las sucursales y el personal de la banca, y desde el año 2013 para los cajeros automáticos. Sin embargo, es necesario considerar la creciente incidencia de las operaciones remotas que se realizan vía Internet, las que han aumentado a una tasa promedio anual del 32%.

Gráfico 7

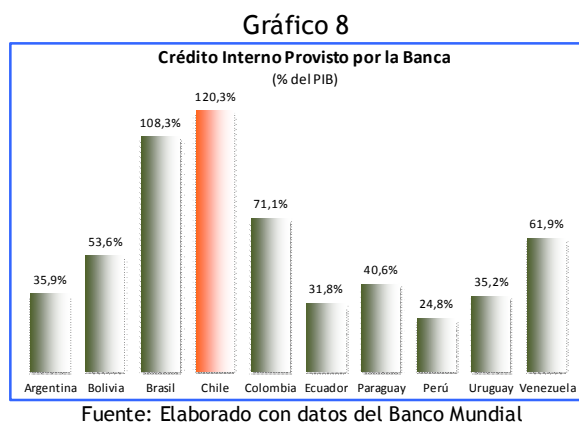


Fuente: Elaborado con datos de la SBIF - Chile

El crecimiento del consumo y la profundización de la bancarización son procesos que van de la mano. Es en ese contexto en que analizamos el comportamiento de las tarifas o comisiones cobradas por los bancos. Incluso en el ámbito regional, el caso de Chile destaca en términos de profundidad del sistema bancario.

Así, no solo se ha incrementado significativamente el proceso de bancarización, sino que además muestra que ha llegado bastante más lejos de lo ocurrido en otros países de la región. Un indicador de este desempeño es el volumen del crédito bancario en relación al PIB. La media de América del Sur es del 49,1% y la

de la Zona Euro 159,1%. La proporción de crédito bancario respecto al PIB en el caso de Chile es del 115,5%, ubicándose ese valor más cerca de los resultados de los países desarrollados.¹³



En un escenario como el descrito, donde la actividad de servicios financieros se muestra una expansión tan significativa, resulta de gran relevancia preguntarse si la cantidad y calidad de la información con que cuentan los consumidores que demandan estos servicios ha ido a la par. En concreto, ¿es suficiente la información que provee el sistema financiero, voluntariamente o por mandato de las regulaciones, para que los consumidores puedan tomar decisiones informadas respecto de los servicios financieros que están hoy accesibles? Dicho de otra manera, están en condiciones los consumidores de conocer el precio efectivo de los servicios que demandan?

III. Las Comisiones de Servicios Financieros Minoristas

En el enfoque más tradicional, el negocio bancario ha estado ligado a la obtención de un *spread* entre las tasas de interés que paga (Captación) a quienes poseen un exceso de liquidez, por cautelar sus fondos, y la tasa de interés que cobra (Colocación) a quienes requieren financiamiento con diversos fines. Ese margen de intereses se ha entendido tradicionalmente como el “negocio bancario”. Este negocio tradicional supone que el banco mantenga o busque crecer sus niveles de activos y pasivos, lo cual implica requerimientos crecientes de su base de capital.

¹³ Datos del Banco Mundial. Ver <http://datos.bancomundial.org/indicador#topic-7>

El proceso de bancarización, como señalamos, se ha caracterizado por la diversificación de los productos que ofertan las instituciones y por la heterogeneidad de sus nuevos clientes. Para cada uno de los productos surgen procesos de gestión que permiten un cobro específico por parte del banco a sus clientes. Esto no exige un aumento de activos o pasivos y, en consecuencia no implican costos adicionales de capital regulatorio, por lo que resulta atractivo para los bancos estimular el negocio basado en comisiones. De esta manera, el proceso de bancarización ha supuesto un cambio importante en la conformación del margen operacional de las entidades de crédito y, finalmente, a los beneficios.¹⁴

De este modo, las comisiones o tarifas cobradas por el sistema crediticio, se convierten en un tema esencial a tratar a la hora de evaluar la capacidad real que los consumidores tienen para formarse una idea precisa de los costos asociados a su consumo.

III.1.- Aspectos normativos

Desde el punto de vista legal, una comisión bancaria o tarifa es una remuneración que un cliente (comitente) compromete con un banco (comisionista) por la ejecución de un encargo que el primero encomienda al segundo, habitualmente la ejecución de mandatos de pago y de cobro normalmente incluidos en el servicio de caja del banco. Por lo tanto, se trata de una remuneración por la gestión de un servicio efectivo que un banco presta a un cliente.

En cualquier otro caso, se está ante otra forma de remuneración a favor del banco pero no ante la figura de una comisión. Por esta razón, a la hora de analizar la pertinencia del cobro de una comisión es fundamental distinguir entre comisiones e intereses.

Desde una perspectiva estrictamente jurídica, los intereses representan la remuneración que debe pagarse como contrapartida a un dinero prestado por un tercero durante un determinado período de tiempo.¹⁵ Los intereses sobre el

¹⁴ En 1998 la contribución media de las comisiones al resultado operacional bruto era de un 13% aproximadamente; en la actualidad se acerca al 20%. Como contrapartida, el margen de intereses aportaba sobre el 80% a este resultado y hoy ronda el 65%.

¹⁵ El N° 9 del artículo 35 de la Ley Orgánica Constitucional del Banco Central de Chile, le confiere a ese Organismo la facultad de autorizar los sistemas de reajuste que utilicen las empresas bancarias y cooperativas de ahorro y crédito, en sus operaciones de crédito de dinero en moneda nacional. Los bancos

capital deben distinguirse de las ganancias o beneficios que a partir de su utilización pueda obtener el deudor del capital prestado.

La Ley 18.010 sobre las operaciones de crédito en dinero establece que, en las operaciones no reajustables, constituye interés toda suma que reciba o tenga derecho a recibir el acreedor, a cualquier título, sobre el capital.¹⁶ En el caso de las operaciones reajustables, constituye interés toda suma que reciba o tenga derecho a recibir el acreedor sobre el capital reajustado.

Si en el contexto de la definición de lo que es un interés, el plazo es un factor esencial a la hora de hacer efectivo su cobro, en el caso de las comisiones, lo relevante es la prestación de un servicio efectivo solicitado por un cliente y el monto de la comisión puede ser independiente del tiempo transcurrido.¹⁷

Las comisiones pueden clasificarse según las operaciones a las cuales se vinculan, ya sean operaciones activas, pasivas o neutras. Su definición general es la siguiente:

i) Los ingresos por comisiones sobre operaciones activas se refieren a cobros por servicios asociados a tarjetas de crédito, a líneas de crédito, a préstamos, a cartas de crédito, a avales y fianzas, a boletas de garantía, a derivados y otros. Estos productos también generan habitualmente ingresos en la forma de intereses devengados. Se trata de acciones que la institución realiza efectivamente a favor del cliente.¹⁸

ii) Las comisiones sobre operaciones pasivas dicen relación con cobros de servicios relacionados a cuentas corrientes y a cuenta vista, a cuentas de ahorro y a depósitos a plazo, a derivados y otros, etc. Estas operaciones solo generan

deben ceñirse, en consecuencia, a los sistemas de reajustes establecidos por el Instituto Emisor en el Capítulo II.B.3 de su Compendio de Normas Financieras.

¹⁶ La Ley sobre Operaciones de Crédito de Dinero N° 18.010 establece que son operaciones de crédito de dinero aquellas por las cuales una de las partes entrega o se obliga a entregar una cantidad de dinero y la otra a pagarla en un momento distinto de aquel en que se celebra la convención. Título 1, Artículo 1.

¹⁷ El Banco de España define las comisiones bancarias como: "Las cantidades que las entidades de crédito le cobran a usted en **compensación por sus servicios** (por ejemplo, enviar una transferencia, cambiar divisas, administrarle una cuenta, estudiar un préstamo, darle una tarjeta de crédito, etc.). Las entidades pueden también repetirle los **gastos** justificados que tengan que pagar a terceros para poder prestarle a usted dichos servicios. Las comisiones pueden cobrarse juntas, como un solo cargo genérico (caso de las tarifas planas) o separadas, es decir, un cargo individualizado por cada servicio prestado."

¹⁸ Circular N° 3.273, 27.05.04 SBIF - Chile.

ingresos por comisiones, ya que en este caso los intereses pagados son un costo para el banco.

iii) Los ingresos por comisiones sobre operaciones neutras son principalmente por servicios tales como custodia de valores, comisiones de confianza, mandatos, transferencia de fondos, cobranzas, convenios de pago y otros. Las operaciones neutras solo generan comisiones, pues no están directamente asociadas a activos o pasivos.

Como se ha señalado, las operaciones activas y pasivas generan usualmente intereses, ya sea a favor o en contra del banco, según corresponda a la naturaleza de la operación. La diferencia de las tasas de interés entre operaciones activas y pasivas es la que produce el margen o *spread*. Las operaciones neutras generan comisiones a favor del banco que las realiza.

Existen operaciones que combinan el pago de intereses con el pago de comisiones. Una operación típica es la apertura y mantención de un crédito o línea de crédito a favor de un cliente, la que genera una comisión y luego intereses cuando el cliente utiliza efectivamente el crédito.

En las demás operaciones de crédito se deben cobrar exclusivamente intereses, a menos que lleven asociado algún servicio adicional como, por ejemplo, las aperturas de cartas de crédito documentarias, en que puede haber inicialmente el cobro de una comisión de apertura o de otro servicio, como una eventual prórroga, etc., vinculado a la carta de crédito, distinto al financiamiento propiamente tal. De lo expuesto debería quedar claro en qué operaciones o servicios se justifica jurídicamente el pago de intereses y en cuáles el pago de comisiones.¹⁹

No obstante lo anterior, existen operaciones que no causan comisiones. Cuando el banco, con motivo de una obligación legítimamente contraída que corresponda a una operación, sea activa, pasiva o neutra, tiene que cumplir una gestión derivada directamente de ella y desea obtener una remuneración adicional por esa gestión o servicio, solamente puede cobrarla si se trata de una operación diferente y no de una que sea parte de la operación original o de una obligación que derive directamente de ella. Así, por ejemplo, en el caso de créditos que se

¹⁹ Circular N° 3.273, 27.05.04 SBIF - Chile

encuentren vencidos y por los que se cobren los intereses de mora y los correspondientes gastos de cobranza, no es admisible que, además, se cobre una comisión por administración de un crédito vencido.

Otro caso evidente es el del banco acreedor de un cliente a quien este le paga su crédito, le pide recibo y el alzamiento de su caución, hipoteca, prenda, etc. El banco, en este caso, está simplemente dando cuenta del término de la obligación y no está prestando ningún servicio adicional al cliente. Le podrá cobrar los gastos de escritura, inscripción o anotación, incluso los honorarios de su abogado, pero no se divisa que exista un motivo que justifique una comisión. Lo mismo sucede con el cobro de un depósito a plazo, cuando fallece el depositante. Aquí ni siquiera se justifica que el banco cobre gastos de abogado u otros, ya que el estudio que deba hacer de la sucesión del difunto solo tiene por objeto su propia seguridad de pagar a quien corresponde.

Respecto al cobro de comisiones sobre cuentas corrientes, existen otros aspectos a considerar. En las cuentas corrientes bancarias, se prevé el cobro de una comisión por su mantención. Sin perjuicio de la comisión mencionada en el párrafo precedente, en las operaciones de crédito que efectúen los clientes en sus cuentas corrientes, es claro que se puede cobrar comisión por la apertura de crédito que el banco realiza en beneficio del cliente y a su pedido. Pero esta comisión también debe ser por períodos no inferiores a aquellos pactados para la vigencia de la línea de crédito, ya que el estudio que le significa al banco la conducta y situación patrimonial del cliente no varía todos los días. Por cierto, tal comisión se justifica por cuanto el banco entrega un servicio consistente en disponer, a solo requerimiento del cliente, de una liquidez inmediata con recursos captados a terceros en el normal curso de los negocios del banco.

En lo que se refiere al cobro de comisiones por el pago de cheques por sobregiros no contratados, los bancos librados pueden aplicar una comisión por un determinado número de sobregiros en cada mes, o bien una comisión por incidente, con un máximo por mes u otro procedimiento o modalidad similar que el Directorio del banco establezca.²⁰ En estos casos, se trata de episodios esporádicos, no recurrentes, en los que la liquidez que se provee no está enmarcada en el contrato de línea de crédito, puesto que excede el cupo

²⁰Circular N° 3.361, 06.07.06 SBIF - Chile

pactado de la línea de crédito. El banco entregará o denegará la liquidez sobre bases estrictamente comerciales.

El cobro de comisión por la mantención del servicio de tarjetas de crédito, de débito y de cajero automático, debe traducirse en una comisión fija, cobrada en forma periódica, ya sea mensual, anual o con alguna otra periodicidad, no inferior en ningún caso a un mes calendario. A esa comisión no podrán adicionarse otras sumas por concepto de otros gastos, cuando esos gastos correspondan a los propios en que incurre el emisor para proporcionar el servicio que se presta, ya que se supone que la comisión fija se ha calculado, determinado y comunicado al cliente, considerando todos los costos que son propios del servicio ofrecido. De acuerdo a la norma, lo indicado en el párrafo anterior no es óbice para cobrar los montos variables que se originen por las transacciones realizadas en el exterior.

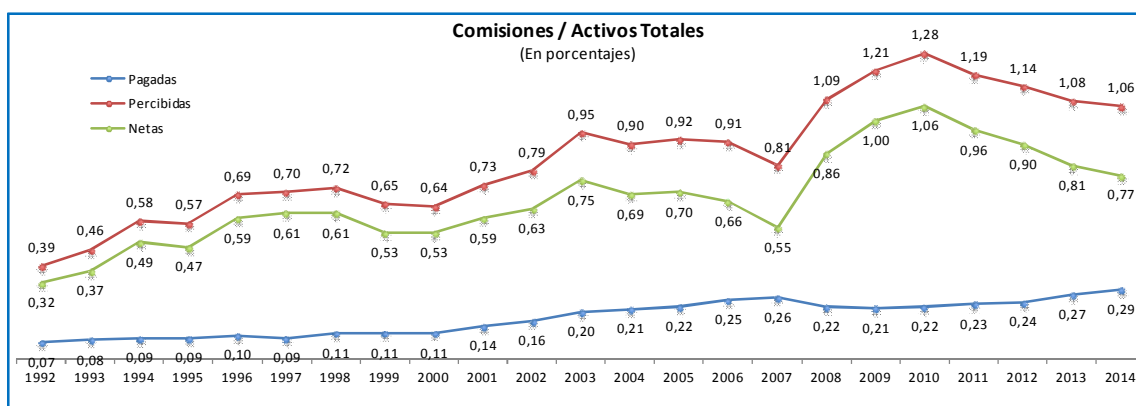
En lo referido a gastos por otros conceptos ligados a operaciones bancarias, los bancos podrán cobrar a sus clientes los gastos propios del cumplimiento de otros requisitos relacionados con las operaciones convenidas, tales como el costo de las escrituras de constitución e inscripción de hipotecas, gastos por impuestos de timbres y estampillas, gastos de corresponsal relacionados con cartas de crédito, cobranzas u otras operaciones, primas de seguro, cuando se haya especificado que estos sean de cargo del cliente.²¹

III.2.- La Evolución de las Comisiones en la Banca

Como señalamos anteriormente, la contribución de las comisiones ha crecido sistemáticamente, con independencia del parámetro de medición que se utilice, ya sean los resultados operacionales o el total de los activos de las instituciones bancarias.

Gráfico 9

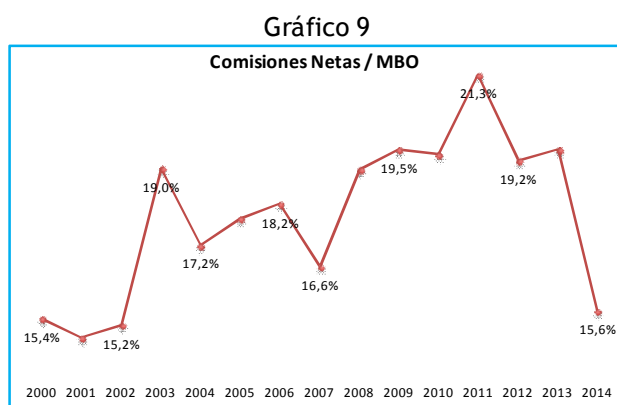
²¹Circular N° 3.361, 06.07.06 SBIF - Chile



Fuente: Elaborado con datos de la SBIF

Como se observa en el gráfico anterior, las comisiones percibidas por los bancos prácticamente se habían triplicado a inicios de esta década en comparación a principios de los años noventa. A pesar de la moderación observada desde el año 2010 en adelante²², las comisiones netas que perciben los bancos actualmente más que se han duplicado en todo el periodo comprendido.

Otro acercamiento a la importancia alcanzada por las comisiones, se encuentra en su relación con el margen de operación de las instituciones.

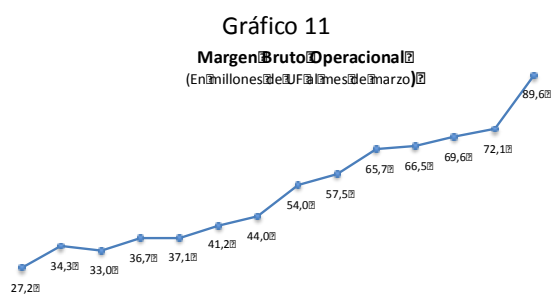


Fuente: Elaborado con datos de SBIF - Chile

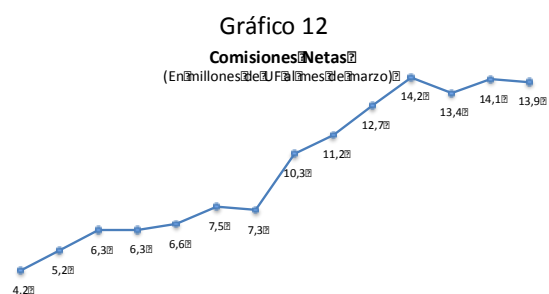
En este último caso, las proporciones pueden resultar un tanto engañosas si vemos que en 15 años, aunque luego de importantes variaciones en el periodo, las comisiones netas vuelven a estar en los rangos iniciales. Sin embargo, esta visión no es del todo exacta, si atendemos a que los valores absolutos han tenido una expansión particularmente significativa en el periodo analizado.

²²La derogación de la Circular 17 de la Sbfif en el año 2013 impidió el aumento unilateral de las comisiones por parte de los bancos.

En efecto, la evolución que se muestra en los gráficos siguientes indica que, en los últimos 15 años, el monto absoluto del Margen Bruto Operacional de la Banca se ha multiplicado por 3,29, al tiempo que el volumen absoluto de los ingresos netos por Comisiones lo ha hecho por 3,33. En particular, desde 2010 a 2014, los ingresos del negocio tradicional basado en el “spread” bancario se han expandido fuertemente en un 35%, mientras que las comisiones netas crecen más modestamente en 9%.



Fuente: Elaborado con datos de SBIF – Chile



Fuente: Elaborado con datos de SBIF - Chile

De todas formas, los gráficos muestran con bastante claridad el crecimiento de las comisiones bancarias durante los años analizados, evolución que se inscribe en la dinámica de expansión de la industria. La lectura de esta dinámica paralela es que la actividad de los bancos, así como sus beneficios, ha crecido de la mano de un proceso de bancarización forzado que ha multiplicado productos cuya operación supone el pago de una tarifa por parte de antiguos y nuevos clientes. No solo es la base de mercado la que ha crecido, expandiendo el negocio de la intermediación mediante la incorporación de nuevos clientes, sino que esta expansión se ha hecho a través de la creación de productos “virtuosos” que proveen abundantes beneficios a las instituciones que los gestionan.

IV.- Estructura de las Comisiones

IV. 1.- Comisiones Bancarias

En este apartado se presentan con la máxima desagregación alcanzada, las comisiones que cobran las instituciones bancarias que tienen su información accesible, según los distintos tipos de producto que ofertan.

Tabla 1

Banco	Cuenta Corriente				
	Máxima	Media (1)	Mínima	Otras	
Chile	1,5	0,86	exento	Publicación DNP	0,84
				Envíos domicilio	0,15
				Visualización de cheques (+ de 2)	0,0064
				PAC	0
				PAT	0
				Transferencias a otros bancos	0
				Cartola telefónica	0,025
Cartola física adicional	0,03				
Corpbanca	1,35	0,94	0,35	Publicación DNP	
				Cartola física adicional	0
				Transferencias a otros bancos	0,06
Internacional		0,125			
Itaú (con IVA)	2,14	1,38	exento	Talonnario de cheques	0,007
				Entrega domicilio	0,23
				Certificado de cuentas	0,179
				Fotocopias	0,06
Santander	1,3	1	exento		
BCI	2,38	1	exento	Comisión anual	2,7
BICE				Cartola fax	0,05
				Cheques girados	0,006
				Depósitos	0,009
				Despacho domicilio	0,19
Consorcio	1	0,075		Certificado de saldos	1
				Certificado de saldos anteriores	2
				Certificados	1
				cartola adicional	0,65
				Cartola fax	0,025
				Fotocopias	0,65
				Emisión de vale a vista	0,4
Falabella (con IVA)		0,3			
París	s/i	s/i	s/i		
Securiry	2,5	1,5	exento	Publicación DNP	0,5
				Visualización de cheques	0,0054
				Fotocopias	0,1071
				Cartola adicional	0,1071
				Cartola histórica	0,1071
				Emisión de certificados	0,595
				Emisión de vale a vista	0,1785
				Transferencias de alto valor	1,19
Rabobank	2,5	1,5	exento	Publicación DNP	0,8
				Fotocopias	0,05
				Emisión de certificados	0,4
				Emisión de vale a vista	1,5
				Transferencia de fondos	1,5
Scotiabank	1,81	0,91	exento	Publicación DNP	1,19
				Cartolas	0,12
Estado	1,6	0,8	exento	Duplicado de cartola	0,05
				Reposición de tarjeta débito	0,12
				Publicación DNP	0,7
				Entrega de saldo	0,03
				Cartola por fax	0,04
BBVA (con IVA)	2,42	1,69	exento	Cartola adicional	0,083
				Publicación DNP	0,952
				Fotocopias	0,021

(1) Las comisiones señaladas como "medias" corresponden al promedio de los distintos tramos que ofertan los bancos.

Fuente: Elaborado con datos de las páginas Web de cada banco.

La característica general de la información disponible es la amplia variedad de formatos. En muchos casos se acompaña de largas y complejas explicaciones que detallan una extensa casuística y alternativas que dan lugar a la aplicación de castigos o rebajas a las tarifas establecidas, dejando como conclusión una gran incertidumbre respecto al cobro efectivo que cabe aplicar en situaciones de la vida real.

En el caso de las cuentas corrientes, lo habitual es que la comisión de mantención que se cobra en UF y distintos periodos, según el banco, y que se presenta semestralizada, tenga un piso nominal que está exento de pago. Esto se refleja en distintos planes que son una suerte de reflejo de los distintos perfiles de cliente que tiene la institución. En general, para cada caso existe un piso exento de pago, pero que está sujeto de manera invariable al cumplimiento de condiciones ligadas a la mantención de cierto nivel de saldo o productos contratados.

Tabla 2

Banco	Tarjeta de Débito (2)		
	Mensual	Otras	
Chile	1,39	Giros en el extranjero	US\$ 2,25
		Consulta de saldo en el extranjero	US\$ 2,26
		Compras en el extranjero	0
Corpbanca	0,19	Giro en el extranjero	US\$ 2,03 + 2% monto
Internacional	0,13	Reposición	0,06
Itaú (con IVA)	0,21	Compras internacionales	0,093
Santander	0,34	Compras y giros internacionales	US\$ 3
BCI	0,33	Uso en el extranjero	0,1
		Uso en el extranjero	1,51%
BICE	0,15	Uso en el extranjero	US\$ 3
Consortio	0,075		
Falabella (con IVA)			
París			
Securiry			
Rabobank			
Scotiabank	0,21	Compra en el extranjero	US\$ 0,95
		Giro en el extranjero	US\$ 2,92
Estado	0,184	Giro en el extranjero	0,019
BBVA (con IVA)	0,28	Giros y compras en el extranjero	0,096
		Consultas en el extranjero	0,048

(2) Los valores en porcentajes corresponden a una proporción de la operación realizada, sea compra o avance en efectivo.

Fuente: Elaborado con datos de los sitios Web de cada banco.

En el caso de las tarjetas de débito, tenemos una situación similar a la observada en el caso anterior. Este producto, asociado a la posesión de una cuenta corriente y que, en la práctica, actúa como una herramienta que permite la ejecución de distintas transacciones habituales sin acudir a la sucursal bancaria, tales como girar dinero de la cuenta corriente (o cuenta vista en algunos casos), consultar saldos y realizar pagos. El producto está sujeto a una serie de tarifas adicionales que no resultan menores.

En primer lugar, existe una tarifa mensual, que al igual que en el caso de las cuentas corrientes, se expresa en UF. Sin embargo, en varios casos aparecen cobros adicionales referidos a la reposición de la tarjeta en caso de pérdida y transacciones realizadas en el extranjero. En las situaciones en que el cobro no es en UF, se trata de cargos expresados en dólares ante la ocurrencia de cada evento. Finalmente, también se encuentra el caso en que se castiga con una tarifa equivalente a un porcentaje de la compra realizada.

Tabla 3

Banco	Línea de Crédito			Sobregiro Pactado	
	Anual (3)	Otras		Semestral (3)	Uso
Chile	2	Copias de la historia de liquidación de intereses	0,0774	0,5	12
Corpbanca	2,05	comisión mensual	0,62	na	
Internacional	1,5	Apertura y renovación	5		
Itaú (con IVA)	1,14	Apertura y renovación	1,14	0,3	1,8
Santander	1,7 y 2,9	Apertura y renovación	1,7 y 2,9		
BCI	2,7				
BICE	1	Protección en Cta. Cte.	1,5		
Consorcio		Apertura y renovación	0,5		
Falabella (con IVA)					
París					
Securiry	2	Apertura y renovación	2		
Rabobank					
Scotiabank	2	Cobro mensual	0,166		
Estado	0,184				
BBVA (con IVA)	2,5				2,2

(3) Hay instituciones que presentan los periodos de cobro de las comisiones en diversos rangos. Para efectos de presentación han sido estandarizados.

Fuente: Elaborado con datos de los sitios Web de cada banco.

Un tercer ámbito en el cual se encuentra la presencia de abundantes comisiones, se refiere a los contratos de línea de crédito asociada a una cuenta corriente. La línea de crédito corresponde a un cupo de recursos disponibles para el cliente. , evento en el cual se gatilla el cobro de intereses y tarifas. El primero de ellos es un cobro de comisión anual por el concepto de mantención. Luego se encuentran otros variados, que se asocian en general al evento de la apertura o renovación de la disponibilidad de sus recursos. En ese caso se trata de cobros asociados al evento, que en general tiene una ocurrencia también anual.

Asociado a los cobros de tarifas por línea de crédito, está en algunos casos un producto complementario, que es el “sobregiro pactado”, caso en el que también existen cobros fijos, en este caso semestrales, y otros asociados al evento de su uso. Es importante tener presente que los bancos establecen también en este caso políticas comerciales que rebajan estos cobros.

Tabla 4

Banco	Tarjetas de Crédito				
	Semestral	Mensual	Avance	Compras en el Exterior (2)	Avances en el Exterior (2)
Chile	1,1	0,057	0,2	0,0217	US\$2,41
Corpbanca	1,32	0,09	0	0,025	2,5% US\$2,5
Internacional	0,5	0,05	0,15	2%	2%
Itaú (con IVA)	0,4	0,12	0,175	0,023	2,2% 2,3%
Santander		0,34		US\$8	US\$8
BCI	1,4	0,06	0,3	0,025	0,23
BICE	2	0,059	0,089		
Consorcio	0,09		0,954	US\$8	0,2
Falabella (con IVA)					
París	0,34		0,1	1,90%	US\$1,9%
Securiry			0,032	0,019	US\$1,2%
Rabobank					
Scotiabank	1	0,09	0,33	0,025	US\$2,5% 2,5%
Estado	1,24	0,24			
BBVA (con IVA)	0,9	0,1	0,25	0,0235	US\$2,5% 2,35%

(2) Los valores en porcentajes corresponden a una proporción de la operación realizada, sea compra o avance en efectivo
 Fuente: Elaborado con datos de los sitios Web de cada banco.

Otra importante línea de productos bancarios son las tarjetas de crédito. Nuevamente encontramos una dualidad de cobros. En los que corresponden a la “mantención”, la tarifa se reparte, en la mayoría de los casos, entre un valor semestral (o anual en algunos casos) y una comisión mensual. Al igual que en el uso de las tarjetas de débito, existe una tarifa por el uso de este tipo de productos en compras o avances en el extranjero. Hay tarifas que se expresan en UF y otras en dólares. Las más altas son las asociadas a compras o a avances en efectivo en el exterior. Es probable que las entidades que no aparecen con información en este cuadro apliquen tarifas para este producto, pero no ha resultado posible ubicarlas en el respectivo sitio en Internet. Las rebajas de comisiones por adquisición de mix de productos son inferiores a las de tarjetas de débito.

Un último ámbito de productos asociados al cobro de comisiones especiales, es el de las cuentas de ahorro. Sin embargo solo en cuatro casos fue posible identificar la magnitud de esas comisiones. Se trata de los bancos Corpbanca, Santander, BCI y BBVA. En todos ellos, la comisión por mantención bordeaba 0,6 UF trimestrales. Al igual que lo anotado en el cuadro anterior, es posible que otros bancos oferten el producto, pero sus cobros no están disponibles.

IV.2.- Comisiones del Sector Retail

Las empresas de gran comercio detallista, conocidas como empresas del “retail” evolucionaron desde un modelo de negocios basado en el margen de comercialización a uno cuya fuente principal de ganancias es el “spread” o margen financiero de la venta a crédito. Este proceso de cambio fue tomando forma durante los años 60 y 70, mientras la banca en general estaba restringida en su capacidad de entregar créditos a personas y solamente el Banco del Estado de Chile otorgaba préstamos para compra bienes durables contra presentación de la factura de venta.

En una primera etapa, la fórmula de mayor éxito para aumentar las ventas por la vía del crédito fue la legendaria “3 cuotas precio contado”. Sin embargo, ese gancho de venta continuaba basado en el margen de comercialización del producto, toda vez que no generaba ingresos por intereses ni tampoco comisiones.

La introducción del denominado “crédito multirotativo” cambió definitivamente la forma de hacer negocios en el “retail”. Por primera vez, los consumidores pasaron a disponer de una línea de crédito que podían usar para adquirir artículos de consumo durable que ofrecían las llamadas tiendas de departamento que tenía la virtud de recuperar su capacidad cada vez que se abonaban las cuotas pactadas.

La contrapartida, eso sí, eran altas tasas de interés. Las grandes tiendas aprendieron a aumentar las ventas bajando el precio de sus productos, pero recuperando la diferencia con creces por la vía de los intereses y aprovechando el arbitraje tributario entre el impuesto a las ventas y el impuesto al crédito.

Masificado el sistema de crédito a través de tarjetas propietarias, que sólo podían usarse en sus locales, las grandes tiendas comenzaron por aplicar cobros por emisión de los estados de cuenta. Más adelante, los sistemas de tarjetas de las grandes tiendas evolucionaron hacia medios de pago multipropósito y a la afiliación de comercios. Finalmente, las tiendas más importantes fueron aceptadas como emisores en los esquemas de las marcas globales de tarjetas, como Visa y Mastercard. Atendida la convergencia hacia los servicios financieros minoristas ofrecidos por la banca, el “retail” ha adoptado modelos de comisiones muy parecidos a los aplicados por la banca.

De esta manera, las comisiones que aplican los principales “retailers” son las siguientes:

a) Comisiones de tarjetas Ripley

1) Tarjeta Ripley Universal

a) PLAN DE COBROS VIGENTE AL 1 DE ENERO DE 2012

Cobro semestral por Administración o Mantenimiento de línea de crédito	UF 0,0884 en forma vencida, en la facturación del mes siguiente a aquel en que se haya completado el período semestral y solo a clientes con saldo mayor a \$1.000 en el último mes del período semestral correspondiente. Los períodos semestrales se contarán desde la fecha de apertura de la línea de crédito al cliente respectivo. Los cobros por Administración o Mantenimiento de Línea de Crédito están sujetos a un tope anual de UF 1,49.
--	---

2) Tarjeta Ripley Mastercard Chip

a) PLAN DE COBROS VIGENTE

Cobro mensual por Administración o Mantenimiento de línea de crédito	UF 0,1231 en la facturación a clientes que usen su línea de crédito durante el período de facturación respectivo. Los cobros por Administración o Mantenimiento de Línea de Crédito están sujetos a un tope anual de UF 1,99. El cobro mensual por administración o mantenimiento de línea de crédito tiene un descuento del 25% para clientes que a la fecha de facturación tengan su tarjeta bloqueada por mora.
Cobro por Avance en Efectivo en Chile	UF 0,1018 por transacción.
Cobro por Avance en Efectivo en el extranjero	UF 0 por transacción.
Cobro por compras en el extranjero	UF 0 por transacción.

3) Tarjeta Ripley Mastercard

a) PLAN DE COBROS VIGENTE

Cobro mensual por Administración o Mantención de línea de crédito	UF 0,1052 en la facturación a clientes que usen su línea de crédito durante el período de facturación respectivo. Los cobros por Administración o Mantención de Línea de Crédito están sujetos a un tope anual de UF 1,49. El cobro mensual por administración o mantención de línea de crédito tiene un descuento del 25% para clientes que a la fecha de emisión de su estado de cuenta tengan su tarjeta bloqueada por mora.
Cobro por Avance en Efectivo en Chile	UF 0,0541 por transacción.
Cobro por Avance en Efectivo en el extranjero	UF 0 por transacción.
Cobro por compras en el extranjero	UF 0 por transacción.

4) Tarjeta Ripley Sistema Cuotas

a) PLAN DE COBROS VIGENTE

Cobro mensual por Administración o Mantención de línea de crédito	UF 0,0884 en la facturación a clientes que usen su línea de crédito durante el período de facturación respectivo. Los cobros por Administración o Mantención de Línea de Crédito están sujetos a un tope anual de UF 1,49. El cobro mensual por administración o mantención de línea de crédito tiene un descuento del 25% para clientes que a la fecha de emisión de su estado de cuenta tengan su tarjeta bloqueada por mora.
Cobro por Avance en Efectivo	UF 0,0541 por transacción.

b) Comisiones de tarjetas Falabella

La comisión por Servicio de Administración vigente es:			
CMR /CMR Visa/CMR Mastercard	CMR /CMR Visa/CMR Mastercard	CMR Visa Platinum	CMR Visa Signature
0,06514 UF**	0,085 UF	0,15 UF	0,2 UF

** Comisión aplicable a contrato suscrito hasta el 03/11/2014

A partir del 1 de abril de 2014 para aquellos titulares cuya tarjeta se encuentre bloqueada por mora, durante la segunda facturación se hará un descuento equivalente al 7% sobre el monto de la comisión por administración. Para aquellos titulares cuya tarjeta se encuentre bloqueada por mora, durante la tercera facturación el descuento será de 10% sobre el monto de la comisión por administración.

El valor de la comisión será rebajado en un 100% a todos los titulares de la tarjeta CMR Falabella Visa Signature que no pertenezcan a la Categoría Elite o Premium 2015, cuando el promedio de compra de los últimos 3 meses sea igual o superior a \$1.000.000 o el monto total de compras durante el período de facturación respectivo sea igual o superior a \$1.000.000.-. El valor de la comisión será rebajado en un 50% a todos los titulares de la tarjeta CMR Falabella Visa Platinum que no pertenezcan a la Categoría Elite o Premium 2015, cuando el promedio de compra de los últimos 3 meses sea igual o superior a \$400.000 o el monto total de compras durante el período de facturación respectivo sea igual o superior a \$400.000.- Sin perjuicio de lo anterior, CMR no cobrará la comisión por servicios de administración correspondientes a los tres primeros periodos de facturación contados desde la apertura de las Tarjetas CMR Falabella Visa Platinum y CMR Falabella Visa Signature. Promoción vigente hasta el 20/03/2016. El valor de comisión de la tarjeta CMR Mastercard Black Corporate es de 0,25 UF.

Otros cargos de las tarjetas emitidas por Promotora CMR Falabella S.A (se excluye la tarjeta CMR Mastercard Black Corporate). vigentes son:

Concepto	\$ (IVA Incluido)	\$ (IVA Incluido)	Modalidad
Avances en efectivo	1,160**	0,05 UF	Por cada Transacción

** Cargo por avance aplicable a contrato suscrito hasta el 03/11/2014

Otros cargos de las tarjeta CMR MasterCard Black Corporate vigentes son:

Concepto	\$ (IVA Incluido)	Modalidad
Avances en efectivo nacional	0,8 UF	Por cada Transacción
Avances en efectivo internacional	2,5USD +2,5%	del monto de avance por transacción.

V.- La Transparencia del Mercado

Resulta indudable que el mercado financiero dista de ser el único que adolece de la transparencia necesaria para que los consumidores tomen decisiones informadas. Sin embargo, dado el dinamismo alcanzado y su gran incidencia en el consumo que realizan las personas, resulta especialmente dañina la opacidad que se observa respecto al precio real de los servicios contratados.

Tabla 5

Banco	Disponible en su página Web	Se debe buscar en Internet	No existe información en Internet
BICE	X		
BBVA	X		
BGT actual			X
Consortio de Chile	X	X	
BCI de la Nación Argentina	X		X
Estado do Brasil		X	X
Falabella	X		
Internacional		X	
Itaú		X	
París (*)		X	
Penta			X
Ripley			X
Santander	X		
Security	X		
Deutsche Bank			X
HSBC			X
JPMorgan			X
Rabobank	X		
Scotiabank	X		
of Tokio Mitsubishi			X
(*) Información parcial	39%	22%	39%

Fuente: Elaborado con datos obtenidos de la Web.

Como se aprecia en la tabla 5, el 61% de las entidades bancarias acreditadas en Chile no presentan información sobre comisiones y tarifas en sus páginas Web. De este universo constituido por 14 entidades, 9 de ellas no cuentan con información alguna en Internet y solo 5 tienen documentos oficiales a los que puede accederse en la red mediante el uso de un buscador.

En el caso de la información de tarifas de las tiendas del “retail”, la que se pudo encontrar está ubicada en lugares de acceso complejo, que requieren de una exploración de varias capas y pestañas hasta llegar, por ejemplo, a los contratos tipo y buscando en ellos las cláusulas respectivas.

Las dificultades para encontrar la información, tanto de bancos como de “retailers” adquieren un grado mayor de complejidad cuando nos detenemos en la calidad de la información. Difícilmente, como señalamos al comentar el caso de las cuentas corrientes, es posible encontrar una información clara y precisa, acerca de un diseño de tarifas que podría ser mucho más simple y por tanto accesible y comprensible para los consumidores. Esta característica es

identificada por el Banco Mundial, mostrando una evaluación especialmente negativa.

Tabla 6
Índice de Profundidad de la Información Crediticia²³

País	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	6	6	6	8	8
Bolivia	6	6	6	7	7
Brasil	5	5	5	7	7
Chile	5	5	4	6	6
Colombia	5	5	5	7	7
Ecuador	6	6	6	8	8
Paraguay	6	6	6	8	8
Perú	6	6	6	8	8
Uruguay	6	6	6	8	8
Venezuela	3	3	4	7	7

Fuente: Elaborado con datos del Banco Mundial

En el contexto latinoamericano, la situación de Chile es particularmente preocupante, en tanto ocupa el último lugar entre los países de América del Sur, lo cual reafirma el problema antes apuntado. No obstante, una segunda variable a considerar es que también se trata del país que ha mostrado más dinamismo en la expansión de este mercado.

Una reflexión final no puede omitir las condiciones de esa mayor expansión del mercado del crédito en Chile. La bancarización de la sociedad chilena abrió las puertas a la creación de una sociedad de consumo. Al mismo tiempo, esa bancarización, a su carácter forzado, sumó el que partes significativas de la información respecto a los servicios financieros minoristas, bancarios y no bancarios, en especial la relativa a su precio real, se mantuvieron en una condición de gran opacidad.

Dados la multiplicación y la eficiencia de los instrumentos de comunicación disponibles, que pueden desplegarse en una diversidad de plataformas y llegar

²³ El índice mide las normas que afectan el alcance, la accesibilidad y la calidad de la información crediticia disponible por medio de registros públicos y privados de crédito. El índice abarca el rango del 0 al 8; los valores más altos indican que se dispone de mayor información crediticia, ya sea de un registro público o una agencia de información privada, para facilitar las decisiones relacionadas con el crédito.

con rapidez y claridad a los consumidores, resulta evidente que no es la expansión la que explica la opacidad de este mercado, sino que, por el contrario, la falta de transparencia ha facilitado tal expansión.

VI. Comentarios finales

No hay duda que Chile ha experimentado una notable expansión de los servicios financieros a personas y que ella ha permitido a la población disponer de una amplia gama de instrumentos para adelantar el consumo de bienes durables, lo que se traduce en un positivo impacto en su bienestar. La amplitud de productos también ha contribuido a suavizar los vaivenes financieros de los hogares, facilitando el tránsito por situaciones complejas como las de gastos imprevistos para sus presupuestos, las de bajas en sus ingresos por desempleo transitorio u otras causas. El país ha sido favorecido, entonces, con una bancarización profunda y amplia.

Como es natural, el uso de servicios financieros, en particular el crédito, debe estar acompañado de la prudencia, pues de lo contrario puede llevar a situaciones de exceso de endeudamiento que agobia a las familias y que puede tener efectos muy destructivos en ellas y en las perspectivas de desarrollo de sus miembros. De acuerdo a las encuestas de ingresos de los hogares, es claro que no estamos libres de ese mal.

Aunque no es materia de este estudio, existe la percepción de una ausencia de cuidado por parte de los oferentes financieros en materia de endeudamiento de los hogares. Sin perjuicio de algunos esfuerzos en materia de educación financiera, los incentivos propios de un sistema financiero con fines de lucro pueden llevar a comportamientos comerciales agresivos que, enfocados en la ganancia pronta y de corto plazo, no atienden a las consecuencias negativas de altos niveles de deuda de las familias. La contención de estas conductas difícilmente puede ser encargada a las entidades de crédito que operan en el mercado, aunque existen mecanismos de control de riesgo que pueden ser de mucha utilidad. La responsabilidad final recae en el diseño de políticas públicas apropiadas, en adecuadas regulaciones específicas y en la capacidad coercitiva del Estado para aplicarlas.

En esa línea, se aprecian debilidades en las actuales regulaciones sobre tarifas. Atendida la amplia libertad que tienen los oferentes para fijar sus tarifas, son escasas las normas que las regulan. Las que existen, se han originado usualmente en la reiteración de situaciones donde las asimetrías de información y de defensa de los derechos de las contrapartes han sido tales que ha sido necesario imponer normas legales o administrativas para proteger el interés general.

Un ejemplo de ello son las tarifas asociadas al uso de tarjetas como medios de pago, cuestión que ha sido abordada por la Fiscalía Nacional Económica y en la cual se han logrado modestos avances en comparación a otras jurisdicciones como Australia o la Unión Europea.

Otra área en la que existen deficiencias importantes y que han sido puestas en evidencia por este estudio dice relación con la cantidad y calidad de la información que los oferentes deben poner a disposición de los consumidores financieros.

Como se ha señalado en el cuerpo de este informe, el consumidor financiero no tiene un acceso expedito y de fácil comprensión a las diversas comisiones que pueden ser aplicadas por el oferente a los servicios que contrata. No se trata aquí de discutir la razonabilidad de las tarifas, sino de la falta de la disposición al cliente de la información necesaria para comprender cómo su comportamiento en el uso de los servicios contratados puede afectar su costo, de forma que los ocupe de la manera más eficiente posible. Un mal uso de estos servicios por parte de los clientes debilita su capacidad financiera y por esa vía se transforma en un riesgo adicional para el oferente.

La ausencia de esa información en calidad y cantidad que un consumidor juicioso requiere para adoptar decisiones correctas y costo-eficientes en los dispositivos o canales de comunicación dispuestos por el oferente atentan contra la eficiencia de la economía como un todo y debe ser resuelta. Las autoridades regulatorias deben diseñar las normas apropiadas y los supervisores deben velar por su cumplimiento, abarcando todos los mercados que operan servicios financieros, para beneficio tanto de los oferentes como de los consumidores.

Santiago, junio 2015

Bibliografía y Recursos

Textos

- Alarcón, C. Flores, C. Ormazábal, F. Vera M. y Yáñez, A. (2013) “**Indicadores de Acceso y Uso a Servicios Financieros. Situación en Chile 2013**”. Serie Técnica de Estudios N° 013. Noviembre 2013. Departamento de Estudios SBIF - Chile.
- Claros, X. (2014) *Bancarización y crecimiento económico* en “**Informe Área de Negocios**” N° 103, marzo 2014. Facultad de Administración Universidad Santo Tomás. Santiago, Chile.
- Marshall, E. (2011) “**Inclusión Financiera: Avances y Desafíos para Chile**” Documentos de Política Económica N°41. Banco Central de Chile.
- Pilling, D. (2014) *¿Todavía sirve el PIB?* en “**The Financial Times**” reproducido por *La Tercera* el 20 de julio de 2014, Santiago, Chile.

Estadísticas

- Datos SBIF - Chile www.sbif.cl
- Datos Banco Central de Chile www.bcentral.cl
- Datos Banco Mundial www.datos.bancomundial.org