



UNIVERSIDAD DE CHILE

Facultad de Economía y Negocios

Escuela de Economía y Administración

**ANÁLISIS DEL COSTO Y CARACTERÍSTICAS DEL
CRÉDITO DE CONSUMO EN CHILE.**

**Seminario para optar al Título de
INGENIERO COMERCIAL, MENCIÓN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS.**

Autores

DANIEL COLODRO EBNER

CRISTIÁN LEWIS ESCOBAR

ARIEL MELNICK QUIROGA

Profesor Guía

Sr. Reinaldo Sapag Chain

Santiago, Diciembre 2009

A nuestros padres por su incondicional apoyo y comprensión.

En forma muy especial a nuestro profesor guía Sr. Reinaldo Sapag por su excelente disposición y su calidad humana.

También agradecemos de forma muy especial a Sr. Nassir Sapag por la ayuda proporcionada en relación a este trabajo.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1.....	4
1. Introducción y objetivos.....	4
1.1.Introducción.....	4
1.2. Planteamiento del problema.....	5
1.3. Objetivos del trabajo.....	6
CAPÍTULO 2.....	7
2. Aspectos generales del Crédito de Consumo.....	7
2.1 Historia del crédito.....	7
2.2 Definición del crédito.....	8
2.3 Fuentes de información del crédito en Chile.....	9
2.4 Definición crédito de consumo.....	10
2.5 Breve reseña del surgimiento del crédito de consumo en Chile.....	10
2.6 El boletín comercial.....	11
2.7 El problema originado por la consolidación del boletín comercial.....	12
2.8 Cálculo financiero del crédito de consumo.....	14
2.9 Cálculo financiero de un crédito con tablas de amortización.....	15
2.10 Otras definiciones importantes relacionadas con el crédito de consumo.....	15
2.10.1 Riesgo crediticio.....	15
2.10.2 Costo anual del crédito de consumo.....	16
2.10.3 Carga financiera.....	16
2.11 Tasa de interés.....	16
2.11.1 Tasa de interés en moneda.....	16
2.11.2 Tasa de interés real.....	16
2.11.3 Tasa de interés nominal (TIN)	17
2.11.4 Tasa interés anual efectiva (TAE)	17
2.12 Impuesto de timbres y estampillas.....	18
CAPÍTULO 3.....	19
3. Marco regulatorio y legalidad que rige en relación al crédito de consumo.....	19
3.1 Disposiciones en el código civil.....	19
3.1.1 El mutuo.....	19
3.1.2 El dinero.....	20
3.2 Ley 18.010 para las operaciones de crédito de dinero.....	21
3.2.1 Operaciones de crédito en dinero.....	21
3.2.1.1 Clases de operación de crédito de dinero.....	22
3.2.1.1 Reajustabilidad de las operaciones de dinero.....	22
3.2.2 Intereses.....	23
3.2.3 Sanción por pacto de intereses superiores a los permitidos.....	24
3.2.4 Anatocismo.....	24
3.2.5 Presunción y estipulación de intereses.....	25
3.2.6 Pago anticipadote la deuda.....	25
3.2.7 Operaciones de hasta 50.000 UF de capital.....	27
3.2.8 Operaciones superiores a 50.000 UF de capital.....	28
3.2.9 Presunciones de pago.....	28
3.2.10 Intereses por retardo o mora.....	29
3.3 Ley 19659 de procedimientos de cobranzas ilegales.....	29
3.4 Ley 19496 de protección de los derechos del consumidor.....	29

CAPÍTULO 4.....	31
4. Aspectos generales del crédito de consumo bancario.....	31
4.1 Componentes del crédito de consumo bancario.....	31
4.1.1 Seguros complementarios asociados a los créditos de consumo.....	31
4.2 Requerimientos para el otorgamiento.....	31
4.3 Evolución del crédito de consumo otorgado por bancos e instituciones financieras.....	36
CAPÍTULO 5.....	41
5. Aspectos generales del crédito de consumo otorgado por casas comerciales.....	41
5.1 El crédito de consumo de las casas comerciales.....	41
5.2 Las tarjetas de crédito de las casas comerciales.....	41
5.3 Consolidación de grandes multitiendas y sus tarjetas como medio de pago.....	42
5.4 Evolución del crédito de consumo otorgado por casas comerciales.....	44
5.5 Cantidad tarjetas vigentes.....	44
5.6 Otros costos y cargos asociados al uso de las tarjetas de casas comerciales.....	47
5.7 Colocación de créditos de consumo de tarjetas comerciales.....	52
CAPÍTULO 6.....	54
6. Metodología de la investigación y obtención de datos.....	54
6.1 Aplicación: Análisis de Costo del crédito de las Casas comerciales.....	54
6.2 Metodología de cálculo y estudio realizada.....	55
6.3 Metodología de obtención de datos.....	57
6.4 Metodología utilizada en nuestro estudio.....	57
6.5 Realización y resultados del estudio.....	58
6.6 Resultados obtenidos.....	60
6.6.1 Resultados obtenidos para la tasa informada.....	60
6.6.2 Resultados obtenidos para la tasa calculada.....	62
6.7 Principales conclusiones extraídas de las cifras encontradas.....	63
CAPÍTULO 7.....	66
7. Aplicación: Análisis del crédito en la industria bancaria.....	66
7.1 Contexto de la industria bancaria.....	66
7.2 Bancos seleccionados para el análisis.....	69
7.3 Procedimiento para la recolección de datos.....	70
7.4 Resultados encontrados para los bancos.....	71
7.5 Resultados con respecto a los montos otorgados.....	74
7.6 Resultados con respecto a la tasa efectiva.....	76
7.7 Distorsiones de la industria bancaria.....	79
CAPÍTULO 8.....	83
8. Conclusiones y propuestas finales.....	83
Referencias bibliográficas.....	86
Anexos.....	87

CAPÍTULO 1

1. Introducción y objetivos

1.1. Introducción

En Chile, más allá de las crisis económicas, el acceso al crédito se ha incrementado en forma notable y sostenida desde la década de los 80' en adelante. Ello ha permitido que las familias de todos los estratos aumenten sus niveles de consumo, modificando considerablemente sus condiciones de vida, pero esto acompañado de un aumento de su nivel de endeudamiento.

Los créditos tienen su origen en nuestro país en los años 70', vinculados a las políticas gubernamentales de liberalización de fondos, reorganización de la Banca y potenciamiento de la inversión. Sin embargo, su expansión se sitúa fundamentalmente en la década de los 80' y está vinculada a la crisis bancaria. Esta crisis gatilla el ingreso al mercado de nuevas instituciones financieras, las que complementan y diversifican la oferta de créditos a nivel nacional. Este crecimiento acelerado de los créditos se mantiene e intensifica durante los años 90' y pasa a formar un indicador más del sostenido crecimiento económico del país.

La deuda es un elemento que está presente en la gran mayoría de los hogares Chilenos: Según cifras obtenidas en la Encuesta Financiera de Hogares del 2007 realizada por el centro de Microdatos de la Universidad de Chile y por encargo del Banco Central, se desprende que del total de hogares de nuestro país al menos el 61% tiene algún tipo de deuda. Por otra parte, el 57% de los hogares tiene deudas exclusivamente de consumo y un 46% tiene deudas de consumo adquiridas en casas comerciales. Es destacable, también, de este estudio que los quintiles de ingresos medios tienden a ser los con mayor número de deudas en cualquiera de las categorías consideradas, salvo en relación a las deudas Bancarias e Hipotecarias, que aumentan a medida que aumenta el ingreso.

El aumento del consumo y el fuerte endeudamiento, se presentan entonces como dos importantes consecuencias que este mayor acceso al crédito ha tenido a nivel de la experiencia cotidiana de las familias chilenas. Por el lado positivo se puede decir que hay mayor acceso a bienes que con el solo ingreso presente no se podría financiar.

Pero este mayor acceso al crédito también trae aparejados efectos negativos sobre la vida familiar. Como dice el dicho "*no hay rosas sin espinas*", la realidad es que las personas se embarcan crecientemente en deudas para cubrir sus necesidades y deseos pero este endeudamiento genera importantes niveles de angustia y ansiedad para estas personas y al interior de los hogares, especialmente entre los sectores de menores ingresos y los más desprotegidos.

1.2. Planteamiento del problema

La deuda de los hogares se estima en \$27.604 miles de millones a diciembre del 2007. De dicho total el 77% corresponde a deuda bancaria y representa el 25% del total de los activos bancarios.

Esta cifra extraída del informe de estabilidad financiera elaborado por el Banco Central de Chile durante el 2007 representa la cifra más actualizada y precisa disponible proveniente de un organismo público sobre el stock de deuda que pertenece a los hogares chilenos. El mismo informe a marzo del 2006 estimaba esta cifra en 21,3 miles de millones, lo que implica un crecimiento nada despreciables de un 30% en el stock de deuda en solo 1 año.

En el mismo informe, esta vez correspondiente al primer semestre del 2009 entrega otros 2 indicadores, no menos alarmantes en relación al endeudamiento de los hogares: La razón de deuda a ingreso disponible o RDI, que indica cuanto del ingreso de un año una persona tendría que destinar para pagar todas sus deudas y el indicador de carga financiera a largo plazo o RCI, que indica que porcentaje del ingreso que una persona debería destinar para servir permanentemente una deuda, sin que ésta aumente ni disminuya, ascienden a un 61,2 y 12,3% respectivamente. Si consideramos que esto es solo un promedio y que las realidades pueden variar ampliamente en torno a esa cifra, podemos inferir que hay personas que se encuentran en serios problemas: solo a modo de dato la encuesta Casen del año 2006 indicaba que los dos quintiles de menores ingresos en Chile destinaban el 67,10% de su ingreso disponible para pagar deudas, esta es una cifra que confirma la idea anterior y por lo demás nada alentadora.

La pérdida por parte del consumidor de la libertad económica para decidir dónde y en qué condiciones podrá hacer sus compras, vulnera en la base misma al modelo económico de Libre Mercado vigente Chile: le quita toda validez social y económica al vulnerarse y conculcarse las libertades económicas de millones de consumidores finales sobre endeudados con tarjetas de crédito o con una serie de créditos ofrecidos por la banca.

El endeudamiento descontrolado trae consigo la pérdida de la libertad económica y cívica de las personas, provoca stress, angustia, y obliga a millones de personas a aceptar condiciones de empleo indigno y precario solo para poder pagar el *“servicio de la deuda”* o *“las cuotas de la casa comercial”*. Este mal enquistado en el modelo económico actual coarta las libertades de las personas y de alguna manera socava la democracia.

1.3. Objetivos del trabajo.

Son muchas las instituciones de carácter público que se encargan de elaborar estudios y presentar completas y elaboradas estadísticas con relación al sistema bancario y la evolución del crédito. Estos son elaborados con una finalidad específica, abordan el tema desde la perspectiva de una institución que requiere y encarga estos estudios, o bien están orientados para la lectura de un público específico bien determinado, institucional, muy docto en materias económicas. Un ejemplo de esto son instituciones como el Banco Central de Chile, la SBIF o la Cámara Nacional de Comercio que tienen por finalidad realizar y proveer de información a bancos, empresas y todo tipo de instituciones financieras.

El objetivo de este trabajo, más que presentar diferentes estadísticas extraídas de las más diversas fuentes, es de presentar una visión global y más bien descriptiva del crédito de consumo en Chile. Esta visión global pasa por presentar diversos aspectos asociados al crédito.

A continuación se definen y enumeran en una lista los objetivos perseguidos con este trabajo:

1.3.1. Objetivos principales:

1. Hacer un análisis íntegro del Crédito comercial: En este trabajo analizamos el crédito comercial desde una perspectiva financiera, que consideramos el eje central del análisis, pero siempre entendiendo el crédito en Chile como un fenómeno de corte sociológico que ha experimentado varias etapas.
2. Analizar el Crédito de Consumo desde una perspectiva comercial: El crédito ha sido ampliamente utilizado por el mercado financiero y por las casas comerciales para empujar la demanda interna que se caracteriza por un mercado pequeño y de bajo y muy desigual ingreso.
3. Analizar el Crédito de consumo desde una perspectiva legal: Nos planteamos como objetivo analizar el crédito de consumo desde una perspectiva regulatoria, analizando las leyes y la institucionalidad que rigen en esta materia.

1.3.2. Objetivos transversales:

1. Aplicación: Realizar un análisis comparativo de los créditos de consumo que entregan las casas comerciales y los bancos. Estableciendo claramente cuales son los factores que afectan los costos del crédito. (Plazo, monto, riesgos, costos de mantención).
2. Llegar a conclusiones y plantear soluciones al problema del endeudamiento.

CAPÍTULO 2

2. Aspectos generales del Crédito de Consumo

2.1. Historia del crédito

El préstamo en su más primitiva versión nace con el trueque, es decir en la época en que aun no existían monedas estables y conocidas por muchas personas, ya existía el concepto de préstamo entre los seres humanos, éste se realizaba sin documentos solo con intercambio de bienes, en estas transacciones no se involucraban bancos, tasas de interés, seguros y comisiones, sin lugar a dudas era un mundo menos complejo, sin embargo, no por eso era más barato o menos eficiente conseguir un préstamo que en el siglo XXI.

El primer préstamo en un formato más tradicional, es decir un préstamo establecido entre un privado y un banco data de 1406 D.C. durante el imperio romano, época en la cual la institución Banco Di San Giorno, realizó estas primeras transacciones en moneda del imperio romano.

Avanzando en el tiempo se comenzó a desarrollar y expandir la banca alrededor del mundo fueron surgiendo distintos tipos de bancos así como son los comerciales, de inversión y los centrales, incluso en el actual ordenamiento político existen bancos que escapan de las fronteras domesticas a los países, ejemplos de estos son el Banco Mundial, el FMI, el Banco Central de la comunidad europea, entre otros.

El mercado de capitales es la instancia que junta los excedentes de los ahorrantes con la necesidad de capital de los inversionistas, las entidades que juntan a los demandantes como los oferentes pueden ser variadas en el caso chileno tenemos dentro de estas instituciones a los bancos, AFP, la Bolsa de Comercio, Cajas de compensación, etc.

Los mercados de capitales en los distintos países se fueron desarrollando en la medida en que sus economías y políticas públicas lo permitiesen, países que han liderado en el desarrollo de estos mercados son Estados Unidos, Francia, Alemania y España e Inglaterra.

En Chile el mercado de capitales es poco profundo, por lo tanto se reparten entre pocas instituciones las conexiones entre oferentes y demandantes, la banca en Chile representa más del 60% del acceso a capitales para particulares, lo que demuestra lo relevante que es este actor en el acceso al crédito en nuestro país.

Con el desarrollo de la banca quedo de manifiesto que la unidad estratégica de negocios más rentable era el área del crédito, es decir prestar dinero es el área con la cual los bancos ganaron y siguen ganando la mayor rentabilidad, este negocio financiero

genera 4 veces más rentabilidad que la que se puede obtener de realizar asesorías, cobrar comisiones, realizar operaciones de comercio exterior.

La rentabilidad del crédito fue comprendido por grandes y pequeños empresarios que trabajaban fuera del rubro financiero, por lo cual intentaron llevar este negocio a sus propias empresas, pudiendo así generar una mayor rentabilidad puesto que la competencia y las inversiones en tecnología cada vez más cambiantes disminuían sus utilidades operacionales.

Es así como en los últimos veinte años en nuestro país hemos visto como cada nueva empresa que ha surgido ha ido incorporando un área financiera que básicamente desarrolla el crédito para su negocio, existen dos modalidades de adopción de este crédito, a través de Transbank para el comercio al detalle que se acopla a alguna de las tarjetas de crédito mundialmente conocidas como: MasterCard, Visa, Diners o American Express o la segunda modalidad es la creación de una tarjeta de crédito para la misma empresa, ejemplos de esta situación la conforman empresas como: Ripley, Salcobrand, Cruz Verde, FASA, Jumbo, Líder, Falabella y Paris, entre otras.

Por lo tanto, a la fecha en el mercado del crédito de consumo tenemos dos grandes proveedores de créditos de consumo para los privados en nuestro país, por un lado tenemos a la banca y por otro lado tenemos a numerosas casa comerciales que otorgan crédito a muchas personas, probablemente incluido a los lectores de esta tesis.

En específico indagaremos en el costo financiero de los créditos de consumo tanto para el banco como las casas comerciales, en donde se aplicará la metodología desarrollada en años anteriores por el profesor Nassir Sapag y veremos a la fecha como se comporta la herramienta tasa de interés calculada v/s la informada por las distintas instituciones a analizar.

2.2. Definición de Crédito

Según la SBIF, un crédito corresponde al “cambio de una prestación presente por una contraprestación futura; es decir, se trata de un cambio en el que una de las partes entrega de inmediato un bien o servicio y el pago correspondiente más los intereses devengados los recibe más tarde”.

En tanto, el artículo 1° de la ley N°18.010 del Código Civil lo define de la siguiente manera: “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”.

En términos simples, el crédito corresponde a un préstamo de dinero que un acreedor, que puede ser una institución o una persona, entrega a otra segunda parte. Este crédito implica un acuerdo por parte del cliente y un compromiso de pago a futuro. O sea, éste

debe devolver el dinero en cuotas con un interés adicional que compensa al Banco por el servicio entregado.

Existen diferentes tipos de créditos; créditos hipotecarios, créditos comerciales y créditos de consumo, que son los que analizaremos en el estudio.

2.3. Fuentes de información de Crédito en Chile

La información referente al crédito en Chile es entregada por un conjunto de instituciones de carácter público y privado que recolectan y procesan información tanto de forma voluntaria como obligatoria, la información positiva y negativa está disponible. La mayoría de la información es recolectada por instituciones de carácter público que permiten que esté disponible al público en general, o en caso de información reservada; a instituciones financieras. Por este motivo han surgido empresas privadas que recolectan, procesan y complementan la información de diferentes fuentes como es el caso de Dicom Equifax. Sin embargo las fuentes de información en relación al crédito más importante se muestran en la tabla a continuación.

Tabla resumen con las instituciones que proveen la información de Crédito.

Institución	Información proporcionada	Proveedores de información
Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras SBIF.	Deuda total de las empresas y las personas en el sistema financiero, clasificada por: 1. Tipo: consumo, comercial, hipotecario 2. por estado: al día, retrasado, impago. 3. Directo o indirecto: si la deuda corresponde a un aval para la deuda de una tercera persona. Información de gente a la que se le prohíbe tener una cuenta bancaria.	1. Bancos 2. Instituciones financieras
Banco Central.	Información acerca de personas que no han pagado multas o que han sido juzgadas debido a violaciones a la ley de comercio internacional.	Banco Central
Diario Oficial.	Registro de nuevas compañías, arreglos legales y estatutos, lista de los socios en una compañía.	Partes afectadas
Cámara nacional de comercio	Cheques protestados, o facturas retrasadas. 1. Por tipo de documento: Cheque, factura, etc.	1. Notarías y bancos 2. Tiendas de departamento (retail) 3.

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Por el valor facial del documento. 3. Cheques históricos protestados o facturas vencidas. 4. Por tipo: en orden, rectificadas, o no pagados después de 5 años 5. Información de empresas que han violado las leyes laborales. 6. Morosos del comercio: Atrasos con las siete mayores tiendas del comercio. 	
--	---	--

Fuente: Kevin Cowan and José de Gregorio: Credit reporting Systems and the international economy. Editado por Margaret J. Miller. Pagina 168.

2.4. Definición de crédito de Consumo.

Según la SBIF, un crédito de consumo “Es una operación en que un banco presta dinero a una persona a cambio de que ésta se lo devuelva en un cierto plazo a un interés que han pactado.

En general, los bancos solicitan a la persona que acredite sus antecedentes financieros y comerciales de manera de determinar su capacidad de pago, sin embargo cada banco puede exigir otros requisitos adicionales.

Más detalladamente, los créditos de consumo son otorgados a personas naturales por parte de un Banco. Es un préstamo a corto o mediano plazo que se otorga para obtener dinero de libre disposición. Esto quiere decir que el cliente puede usar el dinero para lo que estime necesario. Generalmente, las personas lo solicitan para la compra de bienes de consumo como electrodomésticos, computación o muebles o para el pago de servicios como la visita a un médico. (Fuente: SBIF)

Los plazos en general son entre 1 y 3 años y su pago se efectúa en cuotas, normalmente iguales y sucesivas.

2.5. Breve reseña del surgimiento del crédito de consumo en Chile.

Entre los años 1977 y 1981, una época en que la actividad bancaria experimentaba un crecimiento acelerado de la mano con el desempeño global que se observaba en la economía, se empezó a ver un gran auge de la banca orientada hacia las personas, con productos específicos como las colocaciones de créditos de consumo. Es así como Financiera Atlas en 1977 fue la primera en otorgar créditos de consumo, luego de identificar una oportunidad de mercado en estratos socioeconómicos medios.

Un año más tarde, el Banco de Santiago logra que el crédito de consumo se incorpore e introduzca de manera masiva en la población.¹

En la actualidad los proveedores de créditos de consumo corresponden a las siguientes instituciones:

- Bancos.
- Casas comerciales.
- Instituciones financieras.
- Cooperativas de Ahorro y Crédito.
- Cajas de compensación.

En el presente, estudiaremos exclusivamente los Bancos y Casas comerciales, ya que se busca encontrar una comparación y relación que más adelante se detallará.

2.6. El boletín comercial

El Boletín Comercial (BIC), es el banco de datos oficial de protestos y morosidades del sistema financiero/comercial. El BIC recopila, procesa, edita y publica protestos, morosidades a nivel nacional. Asimismo, registra y publica las aclaraciones de los referidos incumplimientos comerciales.

El BIC está normado por D.S. N° 950, modificado por el D.S N° 998, ambos del Ministerio de Hacienda, Ley N° 19.628, modificada por la, Ley N° 19.812.

El BIC es una herramienta orientada a la evaluación del riesgo crediticio. En función de este objetivo, es posible afirmar que el Boletín Comercial se ha convertido en un pilar fundamental de la expansión del crédito en la economía nacional, dado que constituye un elemento primordial e indispensable en la evaluación de los créditos. El Boletín Comercial debe ser visto como un instrumento al servicio de quienes otorgan préstamos, permitiéndoles evaluar su otorgamiento, de acuerdo al mérito que asignen a los antecedentes del solicitante. Algunas de las bondades del boletín comercial son las siguientes:

1. La existencia de información uniforme, completa y confiable
2. Generar competencia en el mercado de la distribución de información comercial

¹ Reseña extraída de Amar, Islas y Kerestegian, Seminario de título: "Créditos de consumo: comparación entre sector financiero y comercial". Universidad de Chile, Facultad economía y negocios. Diciembre 2001.

3. Facilitar a las personas el monitoreo y regularización de su información
4. Resguardar el cumplimiento de la normativa vigente.²

2.7. El problema originado por la consolidación del boletín comercial.

La relación entre casas comerciales y bancos, no ha estado precisamente desprovista de impases; Y es que el retail, una industria que al tercer trimestre de este año acumula ventas cercanas a los US\$7000 millones, y que cuenta con más de 16 millones de tarjetas no bancarias emitidas, de las cuales 5 millones son activas³, quita una fracción bastante significativa del negocio de créditos de consumo a la banca.

Con respecto al tamaño de esta participación en el crédito abarcada por el retail, solo podemos decir que es significativa, al no haber información del monto y los titulares de los montos en deuda manejados por las casas comerciales y menos estadísticas agregadas relacionadas. La razón de esto es que las casas comerciales, no están acogidas a la misma legalidad que opera sobre la banca en lo referido a la colocación del crédito.

Específicamente, las casas comerciales no tienen la obligación de informar al boletín comercial sobre los detalles de los titulares ni de la deuda al día que sus clientes tengan contraída por medio de las tarjetas de crédito de casas comerciales, siempre que se encuentre en etapa de normalidad o vigente, no así con la deuda morosa que tengan, la que debe ser informada al boletín de todas formas.

La razón del impase es que la banca no puede conocer, de ninguna manera el monto global del crédito contraído por sus clientes al no tener acceso a la deuda al día con casas comerciales por medio del boletín. Desde hace muchos años la banca viene pidiendo accesos no solo a la información de deuda morosa de los clientes con tarjetas de casas comerciales, si no también de aquellos que están al día en sus pagos, para conocer el monto global del crédito que las personas han contraído con las grandes tiendas y determinar así mejor su riesgo. Pero las multitiendas han logrado contener lo que consideran una expropiación de uno de sus activos que es la información que han logrado recabar sobre sus clientes.

Actualmente se encuentra en tramitación en el congreso un proyecto de ley que crea un nuevo boletín comercial con registro único de toda la deuda consolidada de los clientes, tanto de los bancos como de las casas comerciales, mediante una única base de datos. El proyecto presentado por la subsecretaría de hacienda con el propósito de hacer más transparente el mercado del crédito y propone 5 principales medidas que son los ejes de este proyecto de ley calificado como "polémico". Estos ejes son los que se

² Información extraída del sitio de la cámara de comercio de Santiago. Para más detalles visitar el sitio <http://www.ccs.cl/> sección boletín comercial.

³ Estadística extraída del diario la tercera. Domingo 29/noviembre/2009, portada de la sección negocios.

detallan

a

continuación:

1. Registro central de datos: En el proyecto se propone crear un registro central de obligaciones económicas (Recoe), consolidado y estandarizado, con información de deudas morosas y al día de los consumidores y los acreedores relevantes de éstos.
2. Personas jurídicas: La ley 19268 sobre protección de la vida privada sólo considera como titulares de datos comerciales a las personas naturales. Este proyecto de ley amplía el tema e incluye también a personas jurídicas.
3. Más datos a informar: La ley 19628 establece que sólo se deben informar las deudas morosas o vencidas bajo la clasificación de deudas duras (moras sobre los 90 días), y deudas blandas (moras entre 45-90 días). El proyecto incluye también la información de las deudas positivas, es decir, que están al día)
4. Licitación del registro: La superintendencia de bancos licitaría la administración de Recoe. Este mecanismo determinará tarifas competitivas para la venta de información a las Distribuidoras de Datos de Obligaciones económicas.
5. Autorización de clientes: Se propone fijar la obligación de pedir al titular autorización para informar las deudas al día. Pero no se requerirá autorización para recolectar datos del Recoe. Para eso se hará una excepción a la reserva bancaria.

Esta polémica ley fue desaprobada en el congreso, tanto por parlamentarios del gobierno como de oposición, debido a la falta de apoyo y a los centenares de indicaciones presentadas a este proyecto de ley.

Esto nos hace pensar que en el futuro, la reserva que tienen las casas comerciales sobre la deuda al día de sus clientes, será un tema latente en la industria y de alguna manera condicionará la entrega de créditos, los costos de estos ya que la enorme deuda "oculta" de las personas tras las tarjetas comerciales crea, sin lugar a dudas, una enorme asimetría de información con respecto al crédito.

Sin lugar a dudas, estamos frente a una situación de selección adversa, esto ocurre cuando existen claras asimetrías de información entre las partes involucradas, como ocurre hoy en la industria del crédito. El banco no conoce con certeza la carga financiera que enfrenta una persona que solicita un crédito, ya que no puede saber con certeza si tiene tarjetas de casas comerciales, ni el monto adeudado en estas, en caso de tener. Estas asimetrías de información provocan que en el promedio los costos del producto en cuestión, en este caso de los de los créditos, aumenten producto del mayor riesgo percibido.

El costo aumenta para el promedio de los consumidores, pero no para todos, lo que ocurre es un traspaso de costos desde los clientes riesgosos a los clientes que presentan menos riesgo: los clientes riesgosos que tienen una gran carga financiera en sus tarjetas de crédito comerciales, que no esta informada al sistema por ser deuda que está al día, estará obteniendo un costo por el producto menor al que obtendría si informara toda su

situación a la entidad bancaria a la hora de tomar su crédito. En cambio el cliente menos riesgoso, que no posee obligaciones con las casas comerciales, obtendrá un mayor costo por el crédito. Como es imposible para el banco corroborar esta información, el banco se verá obligado a traspasar este mayor costo a los consumidores, pero aun así para los clientes más riesgosos será atractivo tomar un crédito en estas condiciones, debido al menor costo que enfrentan con respecto a si revelaran toda su información antemano. Lo que describimos en este párrafo es el típico problema de selección adversa que esta presente en toda industria de servicios financieros y que se ve más que acrecentado en la Industria del crédito de consumo Chileno, producto de la enorme deuda oculta que manejan las casas comerciales con sus tarjetas.

2.8. Cálculo financiero del crédito de consumo

Para efecto de los objetivos de este trabajo dividimos los créditos de consumo en dos grandes categorías: los que entregan los bancos, llámese bancarios, y los que entregan las casas comerciales. Estos créditos se diferencian en ciertos factores como las exigencias requeridas por la entidad financiera que lo otorga, así como por la distinta composición de los gastos asociados a estos, entre otros. Pero en el fondo todo crédito obedece a la regla económica del valor del dinero en el tiempo, es decir, todos los pagos futuros están descontados por un factor que se incrementa a medida que pasa el tiempo, es decir, cada peso que se paga o se recibe en alguna fecha en el futuro tiene un menor valor hoy dependiendo de cuan alejado esté ese pago en el futuro y cual sea el factor de descuento empleado.

Para entender un crédito de consumo es muy importante entender el mecanismo básico del funcionamiento; Se debe entender que un crédito responde a la necesidad de hacer un intercambio inter temporal de consumo presente a cambio de consumo futuro, el principal del crédito, que no es más que el monto entregado por el banco o la institución acreedora trae aparejada la promesa de pago de una serie de cuotas en el futuro. Esta operación tiene un costo, que es el interés asociado al pago de estas cuotas.

En general todo crédito cuenta con un monto principal, gastos de tramitación y las cuotas que por lo general su pago está pactado para cierta fecha y son de monto predefinido e iguales.

Un enfoque sencillo es entender el monto del crédito, neto de gastos asociados de tramitación, como el valor neto de las cuotas a pagar en el futuro descontadas a una determinada tasa de interés. Las dos ecuaciones que resumen esto son las siguientes:

$$VP = \frac{C}{(1+r)} + \frac{C}{(1+r)^2} + \dots + \frac{C}{(1+r)^n}$$

VP – MONTO – GASTOS

Donde

C = corresponde al monto de la cuota del crédito
VP= Corresponde al monto del crédito menos los gastos de tramitación.
r = la tasa de interés que trae a valor presente las cuotas del crédito.
Gastos: Los gastos de tramitación del crédito de consumo requeridos por el banco para el otorgamiento.

2.9. Calculo financiero de un crédito con tablas de amortización.

Otra forma equivalente y más ilustrativa de abordar el punto anterior, es el entender un crédito de consumo como el resultado de aplicar una cierta tasa de interés al saldo insoluto de una deuda hasta que esta se termine, lo que implica que cada una de las cuotas iguales que conforman este crédito contiene una parte de pago, tanto de principal o saldo insoluto y también algo de pago de interés que son desiguales a lo largo de la vida de este crédito; al principio la parte de interés implícito en cada cuota es mayor debido a que queda un mayor saldo por amortizar de la deuda.

A manera de ejemplo mostramos una tabla de amortización con 10 periodos, para un crédito de consumo de 1 millón de pesos y un interés nominal del 5% por periodo. Cada cuota tiene implícita la amortización del monto prestado y cierto monto de interés que es cada vez menor a medida que transcurre la vida del crédito.

PERIODO	SALDO INSOLUTO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN
0	1,000,000			
1	920,495	129,505	50,000	79,505
2	837,016	129,505	46,025	83,480
3	749,362	129,505	41,851	87,654
4	657,325	129,505	37,468	92,036
5	560,687	129,505	32,866	96,638
6	459,217	129,505	28,034	101,470
7	352,673	129,505	22,961	106,544
8	240,802	129,505	17,634	111,871
9	123,338	129,505	12,040	117,464
10	0	129,505	6,167	123,338

2.10. Otras definiciones importantes relacionadas con el crédito de consumo

A la hora de definir ciertos términos, pueden existir ciertas diferencias en lo que se entiende por un concepto. Muchos conceptos financieros tienen muchas derivaciones o adjetivos que lo acompañan que hacen muy distinto un término de otro; el caso típico es el de la tasa de interés: Es muy distinto hablar de una tasa de interés nominal que de la tasa efectiva. Es por esto que hacemos ciertas definiciones para unificar términos.

2.10.1. Riesgo crediticio

El riesgo crediticio corresponde a la pérdida asociada al evento que la contraparte no cumpla con un pago prometido. En los créditos de consumo es el banco o la institución financiera que otorga el crédito quien asume este riesgo.

2.10.2. Costo anual del crédito de consumo

Corresponde al interés aplicado para calcular los pagos, además de la serie de cargos adicionales que agregan los operadores del crédito de consumo. Estos cargos pueden ser mensuales o anuales y en algunos casos son agregados a las tasas de interés e incrementan porcentualmente las cuotas mensuales.

2.10.3. Carga financiera

Corresponde al número de veces que se terminará pagando el monto que se pidió prestado, si se suman todos los pagos de cuotas asociados al crédito, además de todos los otros cargos y gastos asociados al crédito.

2.11. Tasa de interés

El Interés, en su definición más básica, es un índice para medir la rentabilidad de los ahorros o el costo de un crédito. Se entrega como un porcentaje y con una unidad de tiempo que se asocia a este porcentaje. Ejemplos típicos son: la tasa de interés mensual, trimestral, semestral, anual. Incluso a nivel de bancos comerciales o entidades bancarias centrales se trabaja con tasas de interés overnight o tasas de interés diarias o incluso por horas. Un ejemplo son las operaciones de pacto de retro compra que realizan los bancos comerciales entre sí o con el Banco Central de Chile, para acomodar su liquidez, las llamadas REPOS (por su sigla en Inglés, repurchase agreement) que se expresan en una tasa overnight, o de un día para otro.

Sin embargo, esta es la definición genérica más básica que se puede dar: Existen muchos apellidos para la tasa de interés, dependiendo de si se expresan en unidad monetaria nominal o manteniendo el poder de compra se originan dos tasas de interés:

2.11.1. Tasa de interés en moneda (nominal)

Corresponde a la tasa que se entrega como porcentaje en la moneda de la operación o del crédito sin reajustar, o sin indexar a ningún instrumento de reajuste, esta es la típica tasa entregada en pesos.

2.11.2. Tasa de interés real

Corresponde a la tasa de interés pactada en las operaciones financieras, que refleja la variación del índice de precios, es decir, esta tasa refleja implícitamente la inflación del índice de precios, o la incluye y esta expresada en unidades de poder adquisitivo constante o indexada al índice de precios de la economía, como ocurre con las tasas expresadas en unidades de fomento.

También se puede establecer una diferencia en las tasas de interés, dependiendo del número de capitalizaciones que se hacen en un determinado periodo pactado, no es lo mismo capitalizar una tasa de interés muchas veces en el año, que hacerlo solo semestralmente, la diferencia está en que los intereses se componen así mismos, es decir, se obtienen intereses sobre intereses cuando se recapitaliza un crédito cualquiera sea la tasa.

Esta es una diferencia, nada trivial, que origina dos conceptos distintos aunque interrelacionados de tasa de interés, que como veremos a continuación son dos conceptos que han sido bastante explotados por la industria del crédito.

2.11.3. Tasa de interés nominal (TIN)

Es la tasa en la que está expresado el préstamo en un periodo, sin hacer ninguna capitalización en ese lapso. Por definición de la palabra nominal «pretendida, llamada, ostensible o profesada» diríamos que la tasa de interés nominal no es una tasa correcta, real, genuina o efectiva.

2.11.4. Tasa de interés anual efectiva (TAE)

Corresponde al porcentaje efectivo de interés al componer el interés nominal más de una vez al año, o por el periodo de tiempo que se pacte la obligación. La tasa efectiva es aquella a la que efectivamente está colocado el capital. La capitalización del interés en determinado número de veces por año, da lugar a una tasa efectiva mayor que la nominal. Esta tasa representa globalmente el pago de intereses, impuestos, comisiones y cualquier otro tipo de gastos que la operación financiera implique. La tasa efectiva es una función exponencial de la tasa periódica.

Se puede entender esta diferencia mejor con el siguiente ejemplo: Si se tiene un interés nominal de 6% anual y se aplica una vez al año, cuando se aplica se abona un 6% sobre lo que se pidió prestado. Si se aplicase una vez al mes, en vez de al año, sería el

6%/12= 0,5% de lo que se tenía ahorrado. Pero al siguiente mes el TIN se aplica sobre lo que se pide prestado más lo producido por los intereses.

Con lo que a final de año es como si se tuviese más de un 6% de interés. Para mostrar cuánto se ganaría al final del año se usa el TAE o Tasa Anual Equivalente. Un TAE de un 6% sería igual a un interés nominal de 6% aplicado una vez al año. Un interés nominal de un 6% aplicado cada mes daría un 6,17% de TAE, ya que los intereses de un mes corresponden a capital del siguiente. Para calcular el interés se utiliza la siguiente fórmula:

$$\left(1 + \frac{i}{n}\right)^n = 1 + TAE$$

Donde:

i = Interés nominal (tanto por uno)

n = Fracciones en que el interés va a ser aplicado. Una vez al mes, 12 al año.

TAE = Tasa anual equivalente (tanto por uno)

Es importante distinguir entre el período de capitalización y el período de pago porque en muchos casos los dos no coinciden. El caso más típico son los créditos de consumo que se pagan en cuotas en que el periodo de capitalización o duración del crédito es de varios meses, y los pagos se hacen de manera mensual, en este caso el interés efectivo del crédito continúa siendo el TAE.

2.12 Impuesto de timbres y estampillas.

El impuesto de timbres y estampillas esta regulado por el Decreto Ley N° 3.475, la Ley N° 20.130 y la Ley N° 20.326. El impuesto de timbres y estampillas se aplica a los documentos o actos que involucran una operación de crédito de dinero, por ejemplo letras de cambio o pagarés.

La base imponible es el monto del capital especificado en cada documento. La tasa del impuesto es variable dependiendo del período de tiempo que medie entre la emisión del documento y su plazo de vencimiento y va desde 0,1 % por el valor del documento por cada mes o fracción, con un tope máximo de 1,2 %.

Los cheques y los protestos de pagarés están gravados con una cantidad fija por concepto de impuesto de timbres y estampillas.

La Ley N°20.326, dispuso la disminución transitoria de las tasas variables de este impuesto. Los impuestos devengados entre el 1° de enero y hasta el 31 de diciembre del año 2009 tienen una tasa de 0%.

CAPÍTULO 3

Marco regulatorio y legalidad que rige en relación al crédito de consumo.

*Estos son los preceptos del derecho:
Vivir honestamente,
No ofender a los demás y
Dar a cada uno lo suyo.*

Ulpiano

El derecho, entendido como “*el conjunto de normas que regulan la convivencia social y permiten resolver los conflictos interpersonales*”, es una materia que, en nuestra opinión, no debería quedar excluida en este trabajo; la razón es la fuerte componente moral que hay dentro del derecho, además de que este manda, permite y prohíbe; si no hay moral en el sistema de créditos, al menos el derecho debiera garantizar que cada uno obtenga lo suyo.

Esta sección del trabajo no pretende ser un tratado sobre derecho comercial, si no que más bien abordar de manera escueta el estado del arte de las leyes que regulan el crédito de consumo, y resumir estas leyes tocando solo aquellos puntos que son de importancia para este trabajo, de manera de apoyar de mejor manera nuestras conclusiones.

3.1. Disposiciones en el código civil

3.1.1. El Mutuo

El mutuo esta definido en el Artículo 2196 del Código Civil *“El mutuo o préstamo de consumo es un contrato en que una de las partes entrega a la otra cierta cantidad de cosas fungibles con cargo de restituir otras tantas del mismo género y calidad. Quien da el mutuo se llama mutuante y el que lo recibe mutuario”*.

Las cosas fungibles son aquéllas que por igualdad en sus propiedades y por encontrarse en el mismo estado, cumplen la misma función. En otras palabras, son cosas que sustituyen a otra, en el cumplimiento de una obligación, por que son equivalentes. El dinero es fungible.

Características del mutuo:

1. Sólo puede recaer sobre cosas fungibles: es decir, cosas que con el primer uso se destruyen. En el contrato del mutuo, quien recibe la cosa fungible para su uso, no puede restituir la misma cosa con posterioridad, ya que el uso de las cosas fungibles implica su destrucción, como ocurre con los alimentos y el dinero.
2. Es un contrato real: Esto es, se perfecciona por la entrega de la cosa, entrega que tiene la virtud de transferir el dominio, y esto es así, porque el uso de la cosa implica su destrucción.
3. Es un contrato unilateral: Sólo genera obligaciones para una de las partes, en este caso para el mutuario.
4. Es un contrato principal: Subsiste por sí mismo. Usualmente acceden al mutuo otras obligaciones o contratos, naciendo así el mutuo hipotecario y **mutuo prendario**.
5. Puede ser gratuito u oneroso: Por naturaleza el contrato de mutuo es gratuito, para que sea oneroso debe estipularse expresamente que se pagarán intereses. En la práctica y recayendo el contrato de mutuo sobre dinero, el contrato es siempre oneroso.

Como todo contrato, el mutuo genera derechos y obligaciones para sus partes; en este contrato solo existen obligaciones para el mutuario, los efectos dicen relación con él. La principal obligación del mutuario es de restituir la o las cosas recibidas.

3.1.2. El dinero

El dinero como objeto podemos definirlo como un bien mueble, fungible, consumible y genérico. Esta definición es muy importante, ya que establece que se pueden realizar contratos mutuos con dinero.

Funciones del dinero:

1. Medio o instrumento de cambio: El dinero sirve para proporcionar otros bienes que se obtienen a cambio de él. En otras palabras el dinero cuenta o vale no por lo que es en sí, sino en razón de las posibilidades de adquisición que confiere.

2. Medida o módulo de valor de los demás bienes: La valoración económica de todos los demás bienes está en función del dinero.

Ambas funciones guardan una estrecha relación, ya que la función de cambio, supone no solamente la transferencia de bienes y dinero, sino también la estimación en dinero de lo que se da o recibe a cuenta de él.

Roles que desempeña el dinero ante el derecho:

1. Como precio: En el contrato de compraventa (art. 1793 del Código Civil).
2. Como Renta: En el contrato de arrendamiento (art. 1916 del Código Civil).
3. Como Capital: En el contrato de sociedad, cuando los socios efectúan aportes en dinero (art. 2055 del Código Civil).
4. Como Retribución: En el contrato de Trabajo (art. 7 del Código del Trabajo); en el contrato de mandato (art. 2117 del Código Civil).
5. Como Indemnización: Como ocurre en la responsabilidad contractual y extracontractual.
6. Como Interés: La regla general es que los intereses se satisfacen en dinero.

3.2. Ley 18.010 para las operaciones de crédito de dinero

3.2.1. Operaciones de crédito en dinero

Son aquéllas 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 aquél en que se celebra la convención.

También lo es el descuento de documentos representativos de dinero, sea que lleve o no envuelta la responsabilidad del cedente. Se asimila al dinero los documentos representativas de dinero pagaderos a la vista, a un plazo contado desde la vista o al un plazo determinado.

Elementos de toda operación de crédito de dinero:

1. Entrega u obligación de una parte a entregar.
2. Existencia de una cantidad de dinero
3. Restitución o pago en un momento distinto al de la convención

Con el paso del tiempo, se ha ido perfeccionando una normativa que regula las operaciones de crédito con dinero:

Bajo la sola vigencia del Código Civil, artículos 2199 y siguientes, regía como sistema imperante en materia de obligaciones de dinero, el nominalismo monetario, es decir, el deudor estaba obligado a devolver la suma numérica enunciada en el contrato, cantidad que permanecía invariable en el tiempo, sin verse afectada por las variaciones que pueda sufrir su valor en curso.

Desde este punto de vista, un peso no se estima por lo que vale la materia en que está elaborado (valor intrínseco) o en función de su poder adquisitivo (valor en curso), simplemente un peso es un peso. De acuerdo a lo anterior, el deudor deberá cumplir con lo pactado, aún cuando la cantidad debida, intrínsecamente o en curso valga, más o menos, en el momento del pago que al constituirse la obligación.

Con el Decreto Ley 455 de fecha 25 de Mayo de 1974 se modificó el Código Civil y se dictan normas para las operaciones de crédito de dinero, la que impone como criterio imperante el realismo monetario, sistema que se basa en el valor funcional de la moneda, esto es, el valor que corresponde a los bienes y servicios que puedan obtenerse mediante su entrega, de tal manera que toda alteración de valores extra nominales influyen necesariamente en el monto de la prestación, al momento de ser liquidada para los efectos de su pago, ya sea que exista revalorización o desvalorización del dinero.

Con fecha 27 de Junio de 1981 se dicta la ley 18.010 que establece normas para las operaciones de crédito y otras obligaciones de dinero, manteniendo el mismo criterio del realismo monetario que había impuesto anteriormente el DL 455.

3.2.1.1 Clases de operación de crédito de dinero: (Art. 2º)

1. **Operación crédito de dinero no reajutable:** Son aquéllas en las que el acreedor tiene derecho a solicitar al momento de la restitución, sólo el interés pactado, sin ninguna clase de reajuste.
2. **Operación de crédito de dinero reajutable:** En éstas el acreedor percibe primeramente el capital reajutado y por sobre ello, el interés pactado.

Esta clasificación es importante, porque determina qué se debe entender por interés en las operaciones de crédito en dinero.

En las operaciones no reajustables, interés es toda suma de dinero que recibe o tiene derecho a recibir el acreedor por sobre el capital.

En las operaciones de crédito reajutable, interés es toda suma de dinero que recibe o tiene derecho a recibir el acreedor por sobre el capital reajustado.

3.2.1.2 Reajustabilidad de las Operaciones de Crédito de Dinero

La Ley 18.010 estableció en sus artículos 3, 4 y 5, un sistema de reajustabilidad basado en la variación de la Unidad de Fomento, en virtud del cual el capital originariamente adeudado se ajusta en la misma proporción en que haya variado la Unidad de Fomento entre el día de la entrega del dinero y el del pago de éste.

El sistema anterior era el único permitido, y si se pactaba uno distinto, regía en subsidio, el de la unidad de fomento. En todo caso, la reajustabilidad debía ser expresa, ya que si no se estipulaba sólo se debía el valor nominal. En otras palabras la reajustabilidad no se presumía.

La Ley 18.840 de fecha 10 de Octubre de 1989, modificó el sistema imperante, dando plena libertad a las partes para pactar cualquier sistema de reajuste, como por ejemplo la variación del IPC o la Unidad de Fomento, alguna moneda extranjera, etc.

3.2.2. Intereses (Art. 6º)

Los intereses representan la remuneración que el deudor de una suma de dinero ha de satisfacer al acreedor por la privación que para él supone el no disfrute del capital debido.

Los intereses representan las rentas del capital de que el acreedor se priva, de manera que constituyen el equivalente que se debe pagar por el aprovechamiento del capital ajeno.

Atendiendo al factor que justifica su exigibilidad, los intereses pueden ser:

1. **Intereses por el uso:** Son aquéllos que paga el deudor en virtud de la convención o de la ley, en la etapa de normalidad de la obligación, todo ello en razón del aprovechamiento del dinero del acreedor.
2. **Intereses penales:** Son aquéllos que el deudor debe pagar en la etapa de anormalidad de la obligación, etapa que se produce con el incumplimiento o retraso en el cumplimiento de la obligación.

La Ley 18.010 distingue 2 clases de intereses, y además elimina el concepto de interés legal:

1. **Interés Corriente:** Es el interés promedio cobrado por los Bancos y las Sociedades Financieras en las operaciones que realizan en el país. Corresponde a la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras determinar dicho interés corriente, mensualmente, publicándolo en el Diario Oficial.

2. **Interés máximo convencional:** Es el interés corriente aumentado en un 50%.

Los bancos e instituciones financieras que otorguen créditos deberán considerar la tasa efectiva de estos, la cual no podrá exceder a la tasa máxima convencional.

La tasa efectiva del crédito debe considerar todos los pagos que el deudor deba realizar, incluyendo aquellos que se pudieran efectuar bajo la forma de comisiones o por otros conceptos, tales como gastos por obtención de informes comerciales, verificación de domicilio, gastos de tramitación u otros cargos que impliquen de hecho pagar un mayor precio por el dinero prestado, es decir, la tasa efectiva será el interés que se le aplique al dinero prestado y que incluye todos los gastos relacionados en forma directa con la operación crediticia.

Existen algunos cobros que la entidad financiera puede realizar adicionalmente al capital, al interés y reajustes devengados, como los gastos notariales, gastos inherentes a los bienes recibidos en garantía y comisiones que cobren las entidades financieras por actos complejos en que se presta un servicio bancario complementario o diferente a la operación de crédito de dinero, pero que por su naturaleza pueda estar ligadas a ella.

A partir de 1999 las instituciones financieras comenzaron a ofrecer diversos tipos de seguros asociados a los créditos, como es el caso de los seguros de cesantía y de desgravamen. La SBIF es tajante en señalar que los seguros son voluntarios y que no puede condicionarse el otorgamiento de un crédito a la contratación de estos. Sin embargo el deudor puede tomar voluntariamente los seguros que desee financiándolos con el crédito. En concordancia con lo anterior, si la institución financiera determina que para el otorgamiento del crédito es necesario que el deudor tome algún tipo de seguro deberá costearlo ella misma, es decir, sin cobrar al deudor del crédito importe alguno a causa de los seguros en forma adicional a los intereses pactados.

3.2.3. **Sanción por pacto de intereses superiores a los permitidos**

El artículo 8º señala que se tendrá por no escrito todo pacto de intereses que exceden el máximo convencional y en tal caso los intereses se reducen al interés corriente que rija al momento de la convención.

Si se hubieran cobrado intereses en exceso, ellos deben restituirse reajustados. Según el art. 7 de la Ley, la limitación de intereses precedente no rige para las obligaciones que el Banco Central de Chile realice con otras instituciones financieras.

3.2.4. **Anatocismo**

Según el Código Civil los intereses no podían devengar, a su vez, intereses. En consecuencia el anatocismo estaba prohibido.

Etimológicamente es el interés sobre interés, o sea el pacto que da lugar al cobro de intereses que tienen por fuente otros intereses que han sido capitalizados. Más simple es el interés que producen los intereses devengados, que están impagos, y que se consideran parte del capital desde el día en que debieron cancelarse.

El DL 455 prohibió el anatocismo en la etapa de normalidad de la obligación, pero no así en la de anormalidad. La Ley 18.101, lo permite en ambas etapas, todo ello en los siguientes términos:

1. Etapa de normalidad (Art. 9 inciso 1º ley 18.010): Es posible estipular intereses sobre intereses y siempre y cuando se capitalicen en cada vencimiento o renovación, la cual no puede ser inferior a 30 días.

La sanción a la infracción de la capitalización de intereses en conformidad a la ley, es dejar sin efecto dicha capitalización y considerar dichos intereses, sólo como lo que son: Intereses, los cuales deben considerarse especialmente para los efectos de sobrepasar el interés permitido por la ley.

De lo anterior se deduce:

1. Requiere de expresa estipulación por las partes.
2. Los períodos de capitalización no pueden ser inferiores a 30 días.
3. Si la capitalización se produce en momentos distintos a los vencimientos o renovación, o se hace por períodos inferiores a 30 días, el pacto no produce efecto alguno.

2. Etapa de anormalidad (Art. 9 inciso 2º Ley 18.010): Dispone la ley que en este caso los intereses correspondientes a una operación vencida, que no hubieren sido pagados se incorporarán a ella, a menos de que se establezca expresamente lo contrario.

En el caso señalado se capitalizan intereses devengados y no pagados, y constituye un elemento de naturaleza de la operación de crédito de dinero, porque, salvo que las partes excluyan expresamente los intereses impagos, éstos se incorporan al capital.

3.2.5. **Presunción y estipulación de Intereses (Art. 12 y 14)**

La Ley presume que en toda operación de crédito de dinero se devengan intereses corrientes. En otras palabras, no se presume gratuidad en este tipo de operaciones, salvo que la ley o el acuerdo de las partes estipulen lo contrario. La estipulación de intereses superiores a los corrientes o la exoneración de los mismos, debe constar por escrito.

3.2.6. Pago anticipado de la deuda (Art. 10)

Según las normas del Código Civil, era necesario distinguir si se habían estipulado intereses o no; en el último caso, si era posible pagar anticipadamente, ya que en ese caso sí resulta posible renunciar al plazo, ya que dicho plazo está estipulado sólo a favor del deudor.

Por el contrario, si se habían pactado intereses, no podría el deudor pagar anticipadamente ya en ese caso el plazo estipulado en intereses de ambas partes y según el artículo 12 del Código Civil se pueden renunciar aquellos derechos que atienden el interés individual del que renuncia.

Bajo el texto original de la ley 18.010, así como bajo el DL 455, se puede pagar anticipadamente y aún en contra de la voluntad del acreedor y para estos efectos distinguía:

En las operaciones de crédito de dinero no reajutable, el deudor debía pagar el capital y la totalidad de los intereses hasta la fecha del vencimiento pactado. Al acreedor no se le perjudica en nada.

En las operaciones de crédito de dinero reajutable, el deudor deberá pagar el capital reajustado hasta el día del pago, y los intereses por todo el plazo pactado para la obligación.

Este derecho del deudor es irrenunciable.

El sistema anterior rigió hasta el 3 de Noviembre de 1997, ya que mediante la Ley 19.528 se sustituye el artículo 10 de la Ley 18.010, en los siguientes términos:

Artículo 10º: Los pagos anticipados de una operación de crédito de dinero, serán “convenidos libremente entre el acreedor y deudor”.

Sin embargo, en las operaciones de crédito de dinero cuyo importe en capital no supere el equivalente a 5.000 unidades de fomento, el deudor que no sea una institución fiscalizada por la Superintendencia de Bancos o el Fisco o el Banco Central de Chile, podrá anticipar su pago, aún contra la voluntad del acreedor, siempre que:

1. Tratándose de operaciones no reajutables, pague el capital que se anticipa y los intereses calculados hasta la fecha de pago efectivo, más la comisión de prepago.

Dicha comisión, a falta de acuerdo, no podrá exceder el valor de un mes de intereses calculados sobre el capital que se prepaga. No se podrá convenir una comisión que exceda el valor de dos meses de intereses calculados.

2. Tratándose de operaciones reajustables, pague el capital que se anticipa y los intereses calculados hasta la fecha de pago efectivo, más la comisión de prepago. Dicha comisión, a falta de acuerdo, no podrá exceder el valor de un mes y medio de intereses calculados sobre el capital que se prepaga. No se podrá convenir una comisión que exceda el valor de tres meses de intereses calculados sobre dicho capital.

Los pagos anticipados que sean inferiores al 25% del saldo de la obligación, requerirán siempre del consentimiento del acreedor.

“El derecho a pagar anticipadamente en los términos de este artículo, es irrenunciable.”

La nueva disposición legal establece como norma básica el principio de la autonomía de la voluntad de las partes, al disponer en el inciso primero que los prepagos serán convenidos libremente entre el acreedor y deudor. En otras palabras, el legislador ha vuelto a los principios imperantes en el derecho común que regulan los prepagos, consagrados desde antigua data en el Código Civil y de acuerdo con los cuales el deudor puede preparar aún antes del término estipulado en el mutuo, salvo que se hayan estipulado intereses.

Tal libertad convencional no rige, sin embargo, en lo que se refiere a operaciones de crédito de dinero cuyo importe en capital inicial no supere el equivalente a 5.000 U.F, cuando el deudor no es una institución fiscalizada por la Superintendencia de Bancos, el Fisco o el Banco Central de Chile. El deudor puede anticipar el pago de tales obligaciones, aún contra la voluntad del acreedor, con la restricción empero que cualquier prepago que sea interior al 25% del saldo de la obligación, requerirá siempre del consentimiento del acreedor.

Para una mejor comprensión de la norma, seguiremos con su análisis distinguiendo entre operaciones cuyo importe inicial de capital no supere las 5.000 U.F y aquellas que excedan a dicha cantidad.

3.2.7. Operaciones de hasta 5.000 U.F. de capital:

1.1.- El deudor puede prepagar aún contra la voluntad del acreedor, siempre que el importe a cancelar sea lo menos del 25% del saldo de la obligación; puesto que el prepago por una suma inferior a dicho 25% requiere siempre del consentimiento del acreedor.

1.2.- Si se trata de operaciones no reajustables, el prepago debe comprender el capital que se anticipa y los intereses calculados hasta la fecha de pago efectivo, más la comisión de prepago a que tiene derecho el acreedor.

1.2.1.- Si la referida comisión no fue pactada, ésta no podrá exceder al valor que represente un mes de intereses calculados sobre el capital que se prepaga.

1.2.2.- Si la comisión fue pactada, tal pacto no podrá exceder al valor de dos meses de intereses calculados también sobre el capital que se pretenda prepagar.

1.3.- Si se trata de operaciones reajustables, el prepago debe comprender el capital que se anticipa y los intereses calculados hasta la fecha de pago efectivo, más la comisión a que tiene derecho el acreedor.

1.3.1.- Si la comisión no fue pactada, ella no podrá exceder el valor que represente un mes y medio de intereses calculados sobre el capital que se pretende prepagar.

1.3.2.- Si la comisión fue pactada, no podrá convenirse que exceda al valor de tres meses de intereses, también calculados sobre el capital que se pretende prepagar.

3.2.8. Operaciones superiores a 5.000 U.F de capital

En estas obligaciones, sean reajustables o no, el prepago se rige exclusivamente por el principio general de la autonomía de las partes, reafirmando en el inciso primero del artículo 10º de la ley y en cuya virtud los pagos anticipados de una operación de crédito de dinero serán libremente entre acreedor y deudor.

La convención que acuerde el prepago de estas operaciones, puede hacerse al momento de su contratación o durante su vigencia.

3.2.9. Presunciones de pago. (Art. 17 y 18)

Estos artículos se refieren a pruebas indirectas que el deudor puede presentar para acreditar el pago de capital, reajustes o intereses, y que la Ley considera suficientes para acreditarlas:

1. Si se da recibo de pago del capital, se presumen pagados los reajustes e intereses.
2. Un recibo de pago de intereses de 3 períodos, hace presumir que los anteriores han sido cancelados.
3. Un recibo de pago de capital, cuando éste se ha dividido en cuotas, correspondientes a 3 períodos de pago presume que los anteriores han sido cancelados.

Todas estas presunciones son simplemente legales, lo que significa que el acreedor puede demostrar lo contrario.

3.2.10. Intereses por retardo o mora (Art. 16)

El deudor que retarda el cumplimiento de su obligación debe o adeuda intereses corrientes desde la fecha del retardo y a las tasas que rigen durante el retardo, salvo que se le exime de intereses o se parte un interés superior.

3.3. Ley 19659 de procedimiento de cobranzas ilegales

Esta ley conocida como la ley de cobranzas extrajudiciales, que está incorporada la ley de los derechos del consumidor. Esta ley fija una escala progresiva del recargo de gastos por cobranza que se aplicará sobre determinados montos en mora, luego de transcurridos quince días de incumplimiento. De esta forma, se limita al 9% los gastos de cobranza de deudas de hasta 10 UF; por la parte del préstamo que exceda de 10 y hasta 50 UF el límite de cobro es de 6% y por la parte que exceda las 50 UF, 3%.

También se establecen en esta ley normas relacionadas con las actuaciones de cobranza, las que indican que no se podrá enviar al deudor documentos que aparenten ser escritos judiciales ni comunicaciones a terceros ajenos a la obligación en las que se de cuenta de morosidad. Además, los cobradores deberán respetar el espacio familiar laboral del deudor no pudiendo llamarlo ni visitarlo durante días no hábiles, tampoco podrán utilizar amenazas ni maltratos.

Una fuerte crítica que se le hace a esta ley, principalmente por parte del sector financiero, es que en muchos casos las cotas máximas que se establecen para los cargos de cobranzas extrajudiciales no alcanzan a cubrir los costos que conllevan estas acciones, especialmente para deudas de baja cuantía, lo que hace en muchos casos económicamente inviable su cobranza. El argumento de los detractores de esta ley es que dejó a cientos de miles de personas de alto riesgo fuera del sistema financiero.

3.4. Ley 19496 de protección de los derechos del consumidor

Esta ley establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores y tiene por objeto regular las relaciones entre proveedoras y consumidores, establecer las infracciones en perjuicio del consumidor y señalar el procedimiento aplicable en estas materias. Esta ley rige las operaciones de crédito de consumo que rigen para las casas comerciales.

3.4.1. Obligatoriedad de entregar información (artículo 37)

Se establece que e toda operación de consumo se conceda crédito directo al consumidor y que el proveedor deberá poner a disposición de este la siguiente información:

1. El precio al contado del bien o servicio en cuestión.
2. La tasa de interés que se apique sobre los saldos de precio correspondientes y la tasa de interés moratoria en caso de incumplimiento, la que deberá ser señalada en forma explícita.
3. El monto de cualquier pago adicional que fuese procedente cobrar.
4. Las alternativas de monto y número de pagos a efectuar y su periodicidad.
5. El sistema de cálculo de los gastos que genere la cobranza extrajudicial de los créditos impagos, incluidos los honorarios que correspondan o que se deriven de las modalidades y procedimientos de dicha cobranza.

3.4.2. Disposiciones que regulan el interés máximo cobrable (Artículo 39)

Se establece que cometerán infracción a la ley 19496 los proveedores que cobren intereses por sobre el máximo convencional establecido en el artículo 6 de la ley 18010.

El órgano encargado de fiscalizar el cumplimiento de esta normativa es el SERNAC, quien realiza una fiscalización indirecta. Este organismo confecciona estudios con el fin de determinar si la normativa legal es cumplida, es decir, si la tasa de interés cobrada por las casas comerciales es menor a la tasa máxima convencional establecida por la SBIF en un momento cualquiera.

En caso de incumplimiento o trasgresión de la normativa vigente el SERNAC tiene dos líneas de acción:

1. Informar sobre los resultados de sus estudios a los medios de comunicación para que los consumidores hagan valer sus derechos.
2. Realizar demandas e contra de las casas comerciales a través de su departamento jurídico, las que son interpuestas ante el juzgado de policía local. En general las resoluciones de estos casos tardan entre seis meses a un año, estas son de carácter relativo e individual, es decir, solo producen efecto en relación a las personas que exigen la reivindicación de sus derechos.

Capítulo 4

Aspectos generales del Crédito de Consumo Bancario.

4.1. Componentes del crédito de consumo bancario

4.1.1. Seguros complementarios asociados a los créditos de consumo.

Todos los bancos ofrecen como complemento al crédito alguno o varios seguros. En la tabla que se muestra a continuación se hace un resumen de los seguros que los bancos incluyen en el simulador online a la hora de cotizar un crédito con ellos, para efectos del análisis consideramos estos seguros, que fueron desplegados en forma automática por un simulador, como un requerimiento del banco con sus clientes.

Seguro/Banco	Santander	BBVA	Estado	Chile	BCI	CorpBanca
desgravamen	si	si	si	si	si	no
desgravmen + invalidez 2/3	si	no	si	no	no	si
cesantía	si	si	si	si	si	si
invalidez	no	no	si	no	no	no
doble capital	no	no	no	no	si	no
enfermedades graves	no	no	si	no	si	no
hospitalización	no	no	si	no	si	no
accidentes	no	no	si	si	no	si
seguro de vida	si	no	no	no	no	no

Lo que es importante entender acá es que los bancos en algunos casos requieren de ciertos seguros adicionales para el otorgamiento del crédito, no pueden hacer una “exigencia” de estos, en el sentido de que el consumidor no está obligado a pagar por ellos. Por ley se establece que todo seguro requerido por la institución financiera debe ser cancelado por el propio banco que lo requiere. Es claro acá que al final quien termina pagando por estas mayores exigencias es el cliente que no tiene muchas opciones, que cuenta con menor información, o que no ha comparado diferentes opciones de crédito, esto es independiente de lo que diga la ley en relación a esta materia.

4.2. Requerimientos para el otorgamiento

En términos generales las exigencias de los bancos para otorgar este tipo de créditos, son muy variables entre una institución y otra, por lo que, finalmente, depende de cada banco.

Lo que hace variar estos requerimientos son las políticas comerciales de cada banco, ya que a partir de esta se definen los perfiles de los clientes a los que se quiere evaluar con el fin de operar y realizar transacciones con ellos.

Por lo tanto, las exigencias de los bancos en cuanto a nivel de endeudamiento o ingresos pueden ser distintas entre estas entidades, para efectos de conceder este tipo de créditos.

En términos generales, los bancos exigen una serie de requisitos a las personas que solicitan un crédito de consumo, a fin de determinar que ésta en el futuro contará con los ingresos para pagar las cuotas del crédito de consumo que solicita.

Entre otros los requisitos más comunes son:

1. Tener una renta líquida mínima, o acorde con el monto del crédito solicitado.
2. Tener la edad adecuada para la suscripción de contratos.
3. Contar con antecedentes financieros y comerciales adecuados (no estar en condiciones de morosidad o protesto).
4. Ser chileno o residente en Chile.
5. Tener antigüedad laboral o cierto tiempo mínimo transcurrido desde la iniciación de actividades, entre otros.

A continuación se presenta una tabla bastante completa presentado por el Diario El Mercurio en marzo del 2006 en su artículo: Los 17 créditos para enfrentar marzo.

Institución Bancaria	Nombre del Crédito	Características de la Promoción.
	Creditazo Marzo	-Hasta 3 meses de gracia para el pago de la primera cuota. -Dos meses no consecutivos en el año sin vencimiento de cuota. -Posibilidad de complementar de renta con el cónyuge y utilizar este crédito para consolidar deudas con otras instituciones bancarias. -Hasta 60 meses plazo y hasta 96 meses, si tienes garantía hipotecaria en Banco Estado.
	Crédito de Consumo BBVA	-Tasa de interés fija -Durante los primeros 12 meses puedes pagar solo intereses. -Diferimiento de Cuotas: posibilidad de diferir hasta 3 cuotas al año a partir de la 8va cuota de capital e intereses. -Alternativas de Plazo: de 6 a 84 meses.

		<ul style="list-style-type: none"> -Monto mínimo del préstamo: desde \$ 500.000. -Prepagos: posibilidad de amortizaciones parciales disminuyendo el plazo del crédito. Las amortizaciones inferiores a 25% anual son sin costo.
	Alíviate!	<p>Créditos de consumo en cuotas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tasa fija dependiendo del monto y plazo del crédito - Descuento permanente del 10% en la tasa al solicitar su crédito por internet todos los días las 24 hrs, y hasta 20% si se realiza en periodos rebajados. - Plazo desde 6 hasta 48 meses. - Hasta 6 meses para comenzar a pagar. - Opción de postergar cuotas las veces que lo necesite por el valor equivalente a 2 cuotas por año, incluso el mismo día de vencimiento, sin necesidad de prefijarlos en el momento de solicitud del crédito.
	Enamórate de tu Crédito Total Marzo	De regalo MP4 de 1GB sin concursos ni sorteos por créditos de consumo superiores a \$2.500.000 y al menos den 12 cuotas. Stock de premios a entregar: 10.000 unidades disponibles.
	Enamórate de tu Crédito Total Marzo	<p>De regalo MP4 de 1GB sin concursos ni sorteos por créditos de consumo superiores a \$2.500.000 y al menos den 12 cuotas. Stock de premios a entregar: 10.000 unidades disponibles.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Al pedir el crédito se obtiene gratis el seguro de desgravamen. -Hasta 90 días para el pago de primera cuota. -Hasta 60 meses plazo. -Opción elegir hasta 2 meses al año, no consecutivos, sin pago de cuotas. -Promoción valida entre el 23 de febrero de 2006 y el 31 de marzo del 2006 .
	Marzo Light	<ul style="list-style-type: none"> -Cuotas fijas y en pesos, con cargo automático en Cuenta Corriente o Tarjeta de Crédito. - Hasta 6 años de plazo. - Hasta 120 días de gracia para el pago de su primera cuota. -Opción de dos meses al año, no consecutivos, libres de pago. -Seguros opcionales y asociados al crédito: Seguro de Desgravamen y de Cesantía, CorpConsumo Seguro.
	Ven por tu crédito y relájate. Es imbatible	<p>Periodo de gracia de hasta 90 días para el pago de la primera cuota.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Opción de hasta 2 meses de no pago al año. -Hasta 6 años plazo. -Aprobación inmediata sujeta a presentación de antecedentes. -Tasa desde 0,47% mensual e incluye 10% de descuento sólo para oferta de giro y al llevar cuenta corriente o cuenta vista (tasa anual de 5,64% para créditos desde \$6.000.000 a 12 meses plazo).
	Nunca se ha visto oferta igual	<ul style="list-style-type: none"> -Posibilidad de postergar hasta el 60% del crédito y pagarlo en la cuota final. -Posibilidad de no pago de 2 cuotas no consecutivas en el año. -Hasta cinco años de plazo de pago. -Otras características de la promoción:

		<ul style="list-style-type: none"> -Promoción del televisor de plasma válida para créditos superiores a \$2.000.000 sobre 12 meses de plazo. -Un televisor por transacción y la posibilidad de elegir entre dos modelos de plasma LG disponibles un de 20" y otro de 42". -Promoción vigente hasta el 31/03/2006 o hasta agotar stock de 1.500 televisores LG LCD 20" y 200 televisores LG Plasma de 42". -Con la posibilidad de llevar un televisor de LCD o plasma LG desde \$6.700 al mes por 60 meses
	Crédito Libre Elección	<ul style="list-style-type: none"> Período de gracia de hasta 90 días -Opción de no pago de deuda de hasta 2 meses al año. -Cargo automático a Cta. Cte. O Tarjeta Crédito Scotiabank Sud Americano -Plazo hasta 60 meses -Monto mínimo \$300.000. -Seguro de desgravamen
	En 1 Hora aprobamos tu crédito.	Sólo Clientes Ripley. Entrega máxima 24 horas.
	¿Marzitis? Si los gastos de marzo te tienen enfermo	<ul style="list-style-type: none"> Opción de suspender hasta 2 cuotas durante el año, no consecutivas. -Período de gracia de hasta 3 meses para la primera cuota. -Plazo máximo de hasta 60 meses. -Además posibilidad de acumular Puntos Círculo Más, por cada \$10.000 líquidos pagados, se asignarán 25 puntos Círculo Más para canjearlos por variados productos. -Tasa desde 0,48% mensual (tasa equivalente al 5,76% anual para créditos desde \$6.000.000 hasta 12 meses plazo).
	Marzo se ve muy bien con ¡Boston Sale!	<ul style="list-style-type: none"> Hasta un 25% descuento en la tasa de interés, para créditos desde \$8.000.000 hasta 12 meses plazo. Para otros montos y plazos corresponde 15% de descuento sobre la misma tasa de referencia vigente. -Además a todos los clientes que contraten su crédito de consumo desde \$2.000.000 con un plazo mínimo de 12 meses; antes del 31 de marzo, les regala un iPod Video 30 GB de Apple.
	El bienestar de su familia al alcance de su mano	<ul style="list-style-type: none"> Crédito de consumo de libre disposición con pago de cuotas con cargo automático a la tarjeta Banca Familia. -Plazo de hasta 60 cuotas -Interés bancario, más bajo que las casas comerciales -Plazo de gracia de hasta 90 días para el pago de primera cuota -Seguro de Cesantía -Opción de no pago de 2 cuotas durante el año, no consecutivas. -Para optar a un crédito mayor se puede complementar renta con el cónyuge u otro miembro del grupo familiar
	Te invitamos a un merecido descanso	<ul style="list-style-type: none"> Pre Aprobación inmediata -Retirar su dinero en forma total o parcial. -Pago primera cuota hasta 60 días después de otorgado el crédito. -En cómodas cuotas fijas mensuales en pesos, de 6 a 36 meses para pagar.

	<p>Cambia la tele para el mundial</p>	<p> Junto con obtener un Crédito de Consumo existe la posibilidad de comprar un televisor LG pantalla plana desde \$3.490 al mes. -El cliente debe solicitar un Crédito de Consumo por un monto mínimo de \$400.000, con un plazo mínimo de 12 meses e incluir en el pago de la cuota de su crédito el pago de una cuota que va desde \$3.490 por un televisor LG de 21" o desde \$7.690 por un tele -Promoción válida hasta el 31/03/2006 o hasta agotar stock de 500 televisores.</p>
	<p>El Crédito Flexible es de Bancondell.</p>	<p>Hasta 120 días para pagar la primera cuota. -Hasta 72 meses plazo. -Pídelo al 800 20 50 50 Bancondell.</p>
	<p>Crédito Altiro Feliz.</p>	<p>Monto crédito \$200.000 ó \$300.000. -Plazos de pago de 12,18,24 y 36 meses y con una tasa de 2,6% al mes. -Para su aprobación el cliente debe acercarse a una sucursal con liquidación de sueldo (renta mínima de \$150.000) o un estado de cuenta de la tarjeta de una casa comercial y un certificado de domicilio.</p>
	<p>Marzo Feliz.</p>	<p>Ofrece la posibilidad de pago cero en marzo en la cuota de la Tarjeta de Crédito o Crédito de Consumo y la posibilidad de diferir estos de 4 a 12 cuotas iguales comenzando a pagar a partir de abril. - Clientes Vigentes de Banco Nova que tengan vencimientos en Marzo de 2006 y que se encuentren al día en su cuota de febrero de 2006. -Los clientes que califican para "Pago Mínimo Cero" deben cumplir con: Cuenta al día, sin bloqueo, sin mora. -Pueden optar al pago cero clientes con hasta 2 operaciones del mismo producto. -Fecha de pago debe coincidir con la del crédito original. -No hay período de gracia.</p>

Fuente: Estudios Ebench, los 17 mejores créditos para Marzo.<http://www.ebench.cl>

En la tabla se muestran una serie de "ofertones" en créditos de consumo ofrecidos en marzo del 2006. Estas créditos ofrecidos por los bancos y las financieras varían en cuanto a montos, plazos e incluso exigencias de otorgamiento, también muchos de ellos ofrecen varios meses de gracia, o tienen opciones asociadas al crédito como la de no pago de alguna o cualquiera de las cuotas si así se desea, seguros de cesantía incluidos y otros ofrecen la posibilidad de compra de televisores o el regalo de un aparato para escuchar música si el crédito es por sobre cierto monto.

Otra cosa que se puede desprender de esta tabla es que el crédito de consumo ha sido convenientemente entendido y vendido por los bancos como un producto de consumo en si mismo, más que como un medio para alcanzar cierto nivel de consumo en un momento determinado, a cambio del sacrificio en consumo en el futuro; Esto se hace evidente al apreciar la serie de ofertas de crédito ofrecidas por los bancos: se apela a los gustos y a otros argumentos no racionales como los estados de ánimo para introducir

estos créditos y facilitar la venta: *Marzo light, Marzo feliz, ven por tu crédito y relájate o cambia la tele para el mundial* son algunos de los nombres de las ofertas.

La competencia entre los bancos en el segmento de consumo está basada más en la diferenciación de su oferta que en ofrecer un producto a bajo costo, esta diferenciación "del producto" se realiza con un sinnúmero de elementos: como la venta atada de productos electrónicos o de ciertos seguros que van más en beneficio del banco que de quien toma el crédito, como es el caso del seguro de cesantía.

El tema es que un crédito es algo muy difícil de diferenciar, si solo se vende el crédito sin facilidades y venta atada; en este caso solo se trataría de la entrega de un monto principal a cambio del pago de cuotas en el futuro que llevan implícita una tasa de interés asociada al servicio del préstamo, la que sería fácil de calcular y llevaría a los bancos a competir en precios lo que les llevaría a bajar las tasas de interés ofrecidas, lo que no sería nada de conveniente para estas instituciones.

El punto es que los créditos de consumo bancarios, a diferencia de un producto de consumo tradicional que asocia los beneficios y calidad a un costo determinado, no informa sobre su costo que es la tasa de interés cobrada y los gastos de tramitación asociados al producto. Otra gran diferencia es que se da a entender que estos beneficios atados al producto son gratuitos, cuando en realidad no lo son: Un ejemplo de esto son los meses de gracia que se entregan con el crédito o las opciones de no pago de cierto número de cuotas, o los productos electrónicos que se entregan "de regalo" con la contratación del crédito, todo tiene un costo para el banco y por lo tanto se paga por esto de alguna forma; con los meses de gracia para que el interés sigue cobrándose sobre todo el monto del crédito, ya que no se amortiza nada del crédito en ese periodo, cuando no se paga una cuota esto hace que el crédito se recapitalice generando nuevos valores de las cuotas.

De los 17 créditos solo 3 informan sobre la tasa de interés: Banco Nova, Banco Falabella, Banco Paris (la tasa de estos dos últimos bancos ligados a casas comerciales es considerablemente baja y es el piso de la tasa informada, como se informa con un desde, creemos que el verdadero costo de estos dos créditos se encuentra oculta bajo otros conceptos). Algo bastante peculiar sobre estos créditos es que si bien no se informa la tasa mensual aplicada sobre estos, si se ofrece un descuento sobre esta tasa desconocida si se cumplen ciertos requisitos relacionados con el monto del crédito, si se realiza la solicitud online, o cuando se realiza la solicitud (ejemplo: Banco BCI con sus periodos rebajados).

Lo relevante todo esto, es que los bancos ofrecen los créditos como un producto comercial apelando a atributos más emocionales que racionales y diferencian sus productos mediante la venta atada y una serie de regalías, lo que hace bastante complicado para un consumidor calcular el verdadero costo de este crédito.

4.3. Evolución del crédito de consumo otorgado por bancos e instituciones financieras.

Los datos encontrados a través de la SBIF, no muestran la segregación entre bancos e instituciones financieras, por lo que los resultados son mostrados en forma conjunta.

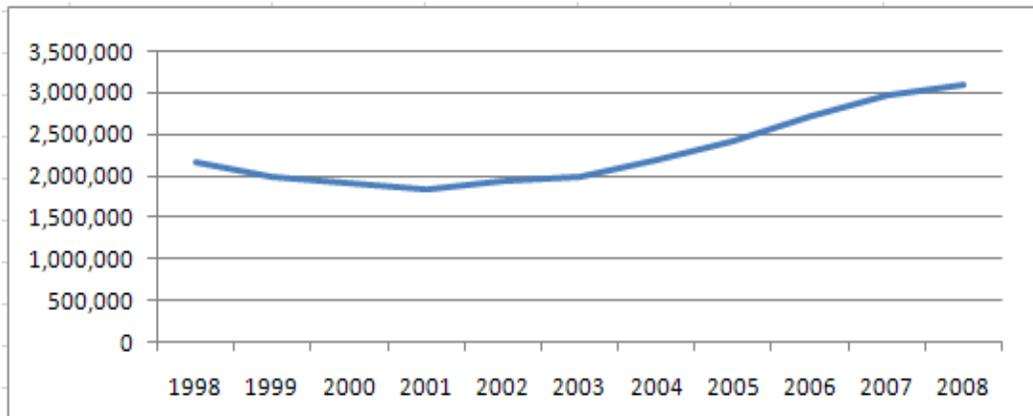
A continuación se muestra la evolución que han tenido los créditos de consumo en los últimos años respecto al monto total de colocaciones de consumo y asimismo, respecto a la cantidad de deudores del sistema.

Cuadro N°1
Colocaciones de créditos de consumo
Evolución de número deudores
1998-2008

Periodo	Nº Deudores	Variación %
Dic-98	2.173.254	
Dic-99	1.978.834	-8,9%
Dic-00	1.904.266	-3,8%
Dic-01	1.838.463	-3,5%
Dic-02	1.947.169	5,9%
Dic-03	1.991.006	2,3%
Dic-04	2.186.048	9,8%
Dic-05	2.407.604	10,1%
Dic-06	2.720.610	13,0%
Dic-07	2.952.875	8,5%
Dic-08	3.088.092	4,6%

Fuente: Construido a través de cifras de la SBIF

Gráfico N°1
Evolución número deudores
1998-2008



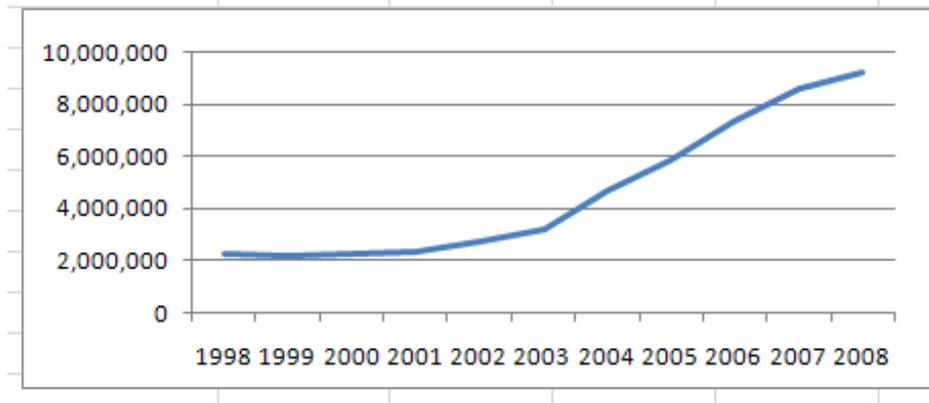
Podemos observar un alza sostenida del número de deudores a partir del año 2002, llegando a un crecimiento máximo de 13% el año 2006 que se vería explicado por la buena estabilidad económica del país y por una disminución del desempleo. Posterior a esos años se observa un crecimiento más moderado y a la baja. En el año 2008 se observa una baja considerable en el crecimiento, por motivos de la crisis económica que afecta a Chile y a todo el mundo, lo que trae consigo un aumento del desempleo y por ende, un mayor temor de los consumidores a pedir créditos de consumo y una mayor restricción por parte de los bancos. Todo esto, debido a que el inicio de la crisis fue la crisis sub-prime (crisis financiera) que afectó a Estados Unidos en la cual se otorgó créditos hipotecarios a personas de alto riesgo lo que desencadenó en el no pago y a un aumento de la deuda de los consumidores y a una debacle en los bancos, que se propagó a todos los países y que finalmente llega y afecta al sector real, al desempleo y a toda la economía del país.

Cuadro N°2
Evolución colocaciones créditos de consumo
Periodo 1998-2008
(MM\$ de cada año)

Periodo	Monto (MM\$)	Variación %
Dic-98	2.284.435	
Dic-99	2.193.953	-4,0%
Dic-00	2.257.581	2,9%
Dic-01	2.368.468	4,9%
Dic-02	2.728.522	15,2%
Dic-03	3.225.330	18,2%
Dic-04	4.688.992	45,4%
Dic-05	5.875.927	25,3%
Dic-06	7.367.396	25,4%
Dic-07	8.571.271	16,3%
Dic-08	9.230.901	7,7%

Fuente: Construido a través de cifras de la SBIF

Gráfico N°2
Evolución colocaciones de créditos de consumo,
Periodo 1998-2008



Se ha experimentado un crecimiento notable en los montos de colocaciones de créditos de consumo en los últimos 7 años. Este crecimiento va de la mano con el aumento del número de deudores, principalmente entre los años 2004 y 2006. Aunque hay que mencionar que la variación es muchísima mayor que la variación de la cantidad de deudores. Por lo tanto, se podría concluir que ese mismo número de personas están pidiendo préstamos más grandes y/o préstamos un mayor número de veces.

Una explicación del crecimiento es el hecho de que conforme los bancos lograron penetrar el segmento de mayor poder adquisitivo, fueron aumentando su accionar hacia clientes de menores recursos para seguir creciendo y aumentar sus ingresos recurrentes.

El crecimiento de los créditos en Chile fue parte de una tendencia global. En los últimos años, diversos partícipes de la industria chilena de los créditos –incluyendo a los bancos- han enfocado sus estrategias para incrementar su presencia en el mercado minorista.

Esta favorable evolución global está directamente vinculada con las perspectivas de la economía, la estabilidad, la inflación, los niveles de tasas de interés y la capacidad de recuperación de los créditos.

Los créditos a personas –en particular aquellas de ingresos más bajos– ofrecen a los bancos la posibilidad de diversificar sus carteras de colocaciones, generando utilidades consistentes y mejorando sus márgenes.(Feller-rate, 2007).

Por otro lado, este crecimiento está correlacionado con las percepciones que tienen las personas acerca de la economía en general y más en particular de si es un buen momento para comprar artículos para el hogar (que es uno de los motivos más importantes por el cual se piden créditos de consumo) como se refleja en el Índice de

Percepción Económica (IPEC) realizado por Adimark, Octubre del presente año, que se muestra a continuación:

¿Diría usted que actualmente estamos en un buen momento o un mal momento para comprar artículos para el hogar?



Fuente: Encuesta IPEC Adimark de opinión pública del mes de octubre.

Al observar el gráfico de evolución de la pregunta "¿Diría usted que actualmente estamos en un buen momento o un mal momento para comprar artículos para el hogar?" del IPEC, podemos darnos cuenta de que hay un alza sostenida entre los años 2002 y 2006, lo que coincide con lo sucedido con los montos de las colocaciones de créditos de consumo en ese mismo periodo. Esta percepción indica finalmente la interpretación de información por parte de las personas y hace que esa percepción, negativa o positiva, se traspase al mundo real, por lo que si se percibe una buena situación económica y/o que es un buen momento para comprar artículos para el hogar, probablemente así ocurrirá. Consecuentemente, eso llevará a un aumento del consumo, lo que trae consigo una mayor demanda de créditos de consumo, debido a que la gran mayoría de las personas necesitan sobrepasar su nivel de ingresos para comprar ciertos bienes o servicios. Esto se refleja con total claridad en el Gráfico N°2.

Asimismo, se observa una caída en el crecimiento en el año 2007 y 2008, cosa que también ocurre con la percepción de la gente en el Gráfico N°3. Un punto relevante es el hecho de que en un año de crisis, como lo fue el 2008, el índice llega a su punto más bajo de los últimos 8 años, cosa que nuevamente coincide con una baja del crecimiento en colocaciones de créditos de consumo desde un 16,3% en 2007 a un 7,7% en el año posterior.

Por último, esto se podría reflejar también en ítems como vestuario, vacaciones, compra de autos, etc. El estudio no mide esas variables, pero siguiendo la lógica, la evolución debiera ser parecida debido a que reflejan percepciones de la economía y consumo en general.

Capítulo 5

Aspectos generales del Crédito otorgado por las casas comerciales.

5.1. El crédito de consumo de las casas comerciales.

El crédito de consumo de las casas comerciales propiamente tal, entendido como el crédito que entrega el comercio a sus clientes en la compra de los artículos que el mismo vendedor ofrece tiene una larga historia y tradición en nuestro país: Ya en el siglo XIX las compañías salitreras ofrecían un sistema de crédito para sus trabajadores con las llamadas fichas canjeables por mercadería o el llamado sistema de pulperías en las que el trabajador compraba antes y pagaba después con aquellas fichas ganadas con el trabajo en las labores mineras (nótese que la situación en este caso era extremadamente desfavorable para el trabajador al tratarse de un monopolio en que el dueño del negocio fijaba todos los precios y el cliente estaba obligado a tomar este crédito.)

El crédito en Chile cobra especial relevancia en épocas de presupuestos familiares muy estrechos, en el que era muy difícil contar con medios para pagar casi cualquier artículo y se debía, por tanto realizar la compra en crédito y pagando en cuotas. Las multitiendas del comercio detallista, que nacieron como empresas familiares de fábricas de confección (como en el caso de Falabella en 1889) o como fabricantes de muebles (como en el caso de Almacenes París en 1900), ubicados principalmente en calles del centro antiguo de Santiago, utilizaron el crédito o las facilidades de pago, intensivamente entre sus clientes de esa época.

El fiado, un término acuñado en los almacenes de barrio y en las tiendas del centro de Santiago, en el que la modalidad de pago es en el futuro y principalmente en una cuota sin intereses, es el inicio de una tendencia de crédito de consumo, que vendría a consolidarse en el futuro, cristalizada en las tarjetas plásticas de las casas comerciales; Y es que era muy común en estos negocios familiares, en los almacenes de barrio y, en general, en todo el comercio de la época, el fiado o el crédito en sus productos con los clientes de la tienda. Este crédito era otorgado básicamente en función de la confianza o la relación que existía entre el cliente y la familia dueña del negocio o a otras garantías prendarias que entregara el comprador como colateral de la compra como un pie inicial u otro objeto de valor.

5.2. Las tarjetas de crédito de las casas comerciales.

Se entiende por "tarjeta de crédito, cualquier documento que le permita a su titular o usuario, disponiendo de un crédito del emisor, adquirir bienes o servicios en establecimientos afiliados al correspondiente sistema, además de otro tipo de beneficios que se le puedan otorgar.

Se le llama "tarjeta" debido a que consiste en un dispositivo de plástico del tamaño de una tarjeta de visita, que cuenta con una banda magnética en la que se almacena información con la identificación de su dueño y otros datos relacionados. Contiene además el logotipo y nombre del banco o entidad que haya emitido la tarjeta, un número de identificación, el nombre del titular, la fecha de vencimiento de la misma (expresadas con mes y año).

Las tarjetas de crédito son intransferibles.

En el mercado nacional operan varios sistemas de tarjetas de crédito emitidas por bancos o casas comerciales, incluyendo marcas internacionales (Visa, Mastercard, Diners, American Express, entre otras) y nacionales (CMR, Presto, entre otras).

Las tarjetas de crédito permiten hacer compras en los comercios que estén afiliados a la red de pagos de la tarjeta (en forma física o virtual, a través del teléfono o Internet) y también, es posible sacar dinero desde cajeros automáticos.⁴

En lo que se refiere a tarjetas emitidas por casas comerciales (Falabella, Ripley, La Polar), los grandes usuarios de estas tarjetas, corresponden a personas de ingresos medios y bajos, que no tienen acceso al crédito de consumo bancario, o que lo tienen ya copado. La razón es que los emisores no piden requisitos de ningún tipo como ingreso o antecedentes comerciales o ser cliente del banco para emitir estos plásticos, pero esto tiene un costo que se ha traducido históricamente en una mayor tasa de interés y en costos de mantención altos de estas tarjetas. Sobre este punto trataremos en una etapa posterior en este trabajo.

5.3. Consolidación de las grandes multitiendas y sus tarjetas como medio de pago

"En Chile, la conversación social suele desembocar con facilidad en la evocación, enumeración y evaluación de lo que se ha comprado, se pretende comprar o se quiso, pero no se puede comprar. Es decir, tiende a girar en torno a aspiraciones y frustraciones de consumo."

"Por los estudios cualitativos se sabe que el "consumismo" sería una de las presiones más

⁴ Definición extraída de SBIF. Más información sobre este tema se puede revisar en el Capítulo 8-3 de la Recopilación Actualizada de Normas de Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF), sobre "Tarjetas de crédito" y en la Circular Número 17 de Emisores y operadores de tarjetas de crédito, también emitida por la SBIF.

*agobiantes para el individuo de estrato medio. Para el 80% de los entrevistados el consumir es una forma de satisfacer un deseo.*⁵

Tras una serie de cambios culturales producidos por el aumento de los ingresos de las personas principalmente a principios de la década de los noventa, se inaugura el año 1990 el primer centro comercial de gran tamaño ubicado en una comuna de ingresos medios en Chile. Mall Plaza Vespucio, un centro comercial operado por el Grupo Plaza, ubicado en la comuna de La Florida viene a ser el comienzo de lo que sería en el futuro el auge de los Malls.

Construidos y operados por grupos económicos como el Grupo Plaza, o Parque Arauco, los Malls, cuentan con una enorme superficie construida con estacionamientos, aire acondicionado, baldosas, muchas tiendas en los pasillos con amplios espacios para vitrinas y una serie de lugares y facilidades para comer y compartir con el grupo familiar. Los Shopping o Mall, con sus tiendas ancla, que heredan la tradición del Shopping Norteamericano son, sin lugar a duda, fiel reflejo de los enormes cambios culturales que comenzara a vivir Chile a partir de esa fecha.

Tanto más impactante que la vertiginosa aparición de estos centros comerciales, es la enorme aceptación que tienen estos recintos entre las personas; El Mall pasa a ocupar un espacio preponderante en la vida del individuo de clase media y su círculo más cercanos. El Mall, un espacio que un urbanista llamaría pseudopúblico, que están ubicados en lugares estratégicos y centrales, vienen a reemplazar las inseguras plazas y a cualquier recinto abierto y se convierten un lugar paseo familiar, de esparcimiento, sociabilización, contemplación y vitrineo, en el que el principal referente se mide por el dinero con que se cuenta para comprar o el cupo de las tarjetas de crédito y se venera al consumo por el consumo en si por sobre todas las demás cosas. Esta situación queda plasmada en una cita extraída de la misma fuente anteriormente citada:

“Un chileno de clase media se siente tentado a considerar el mall como emblema del Chile actual. El centro comercial parece sintetizar la nueva combinación de consumo, esparcimiento y paseo público. Esta experiencia se consolida en los años noventa. En apenas cuatro años, el número de estos centros aumentó en 55%. No sorprende pues que, acorde a la encuesta del PNUD, sólo el 3% de los entrevistados no tendría cerca alguna plaza comercial. [...] ¿Cuál es el significado del mall en la experiencia subjetiva de los chilenos? El más evidente es comercial. Pero sólo el 28% de los entrevistados va al mall únicamente a comprar”⁶

⁵ cita extraída de PNUD, “Desarrollo Humano en Chile Vol.1. Nosotros los chilenos: “un desafío cultural”. Eugenio Ortega R., Pedro Güell V., Norbert Lechner B., Rodrigo Márquez A., Soledad Godoy M. Santiago, LOM ediciones ,2004.

⁶ “Desarrollo Humano en Chile Vol.1. Nosotros los chilenos: “Un desafío cultural”.

Con la masificación de los Malls, tiendas antaño ubicadas en el centro de Santiago, pasan a ocupar el nuevo formato de las grandes tiendas anclas, que se caracterizan por la gran superficie de ventas y una variada oferta y líneas de productos para ofrecer. Con el enorme tamaño y la enorme competencia que surge en el sector, el volumen es la principal fuente de ventaja comparativa, lo que hace consolidarse a 3 grandes actores y a unas cuantas tiendas bien posicionadas en nichos de mercado, principalmente de menores ingresos.

Lo que sigue después es una historia marcada por una gran concentración en el mercado del retail y los supermercados (como el caso de fusión entre D&S y Falabella, el cual no fue autorizado por la fiscalía nacional económica, por la excesiva concentración de mercado que traería) y una feroz competencia en precios entre las multitiendas, lo que se refleja en una baja rentabilidad del negocio *exclusivamente retail*. Esta situación, combinada con las frustraciones y el exacerbado deseo de consumo del individuo, principalmente de ingresos medio y bajo, trajo como respuesta natural la aparición de una serie de "facilidades de pago" o medios para inducir la compra en los sectores más proclives a contraer deuda. Las tarjetas plásticas y los avances en efectivo están a la orden del día y son bien recibidas por el sector que no podría hacer una compra pagando al contado y sin incurrir una deuda, estos sectores, con escasa o nula formación financiera reciben con agrado el *favor* de las multitiendas y pagan las cuotas con todos los intereses en sus tarjetas por casas comerciales.

5.4. Evolución del crédito de consumo otorgado por casas comerciales

En este punto se analizan las variables relevantes que influyen en los créditos de consumo en las casas comerciales. Se debe decir que en la actualidad algunas de estas casas comerciales poseen sus propios bancos (Banco Ripley, Banco Paris y Banco Falabella), pero estos fueron incluidos en la sección anterior como corresponde. Por lo tanto, aquí se estudiará la evolución de los créditos de consumo a partir de las tarjetas no bancarias, o también llamadas tarjetas de casas comerciales. Cabe mencionar que, en la actualidad, estos créditos toman forma de avances en efectivo y de forma más indirecta por las compras realizadas en cuotas con las tarjetas respectivas.

5.5. Cantidad de tarjetas vigentes

Acá se muestra la evolución del número de tarjetas no bancarias vigentes con datos obtenidos a través de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF) y la Cámara Nacional de Comercio (CNC).

Podemos notar un crecimiento notable y muy importante en la última década, transformando a estas tarjetas como parte de la vida diaria de los consumidores, con un

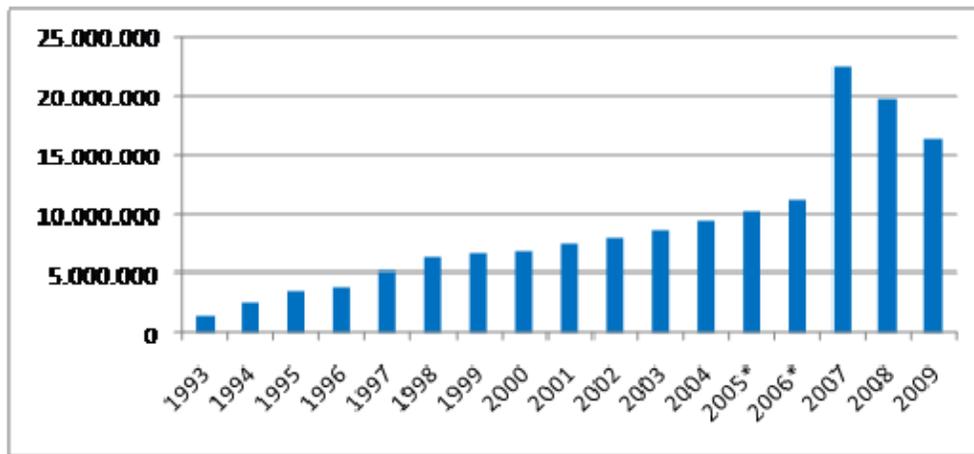
rápido desarrollo en áreas como los Supermercados (Lider y Jumbo), llevando a una proliferación de tarjetas no bancarias en diversos negocios.

Cuadro N°3
Evolución tarjetas no bancarias vigentes
Periodo 1993-2009

Periodo	Cantidad (**)	Variación %
1993	1.350.000	
1994	2.532.600	87,6%
1995	3.532.900	39,5%
1996	3.767.750	6,6%
1997	5.185.000	37,6%
1998	6.263.700	20,8%
1999	6.650.400	6,2%
2000	6.843.883	2,9%
2001	7.482.418	9,3%
2002	8.080.813	8,0%
2003	8.628.019	6,8%
2004	9.389.920	8,8%
2005*	10.176.783	8,4%
2006*	11.200.000	10,1%
2007	22.488.847	100,8%
2008	19.754.225	-12,2%
2009***	16.355.620	-17,2%

Fuente: SBIF, estimación, Dato a septiembre del 2009

Gráfico N°3
Evolución tarjetas no bancarias vigentes,
Periodo 1993-2009
(Número de tarjetas)



Con estos datos podemos decir que en la última década el crecimiento de las tarjetas no bancarias fue de un 146%, llegando como punto máximo a un total de 22.488.847 en el 2007, que representó un avance de más de un 100% con respecto al año anterior. (**) Cabe mencionar, que la disminución de los 2 últimos años se obedece al ajuste realizado por las empresas respecto a la vigencia, eliminando tarjetas pendientes de activación, entendiéndose que se trata de aquellas que se encuentran en condiciones de operar sin la necesidad de realizar trámite alguno. O sea, la cantidad del año 2007 se encontraba sobrevalorada, ya que no medía el número verdadero de tarjetas vigentes y tomaba en cuenta tarjetas que podrían activarse, pero que finalmente no estaban activas.

Sin embargo, el crecimiento y desarrollo de estas tarjetas es realmente sorprendente e importante. En los últimos años la proliferación de tarjetas no bancarias ha obedecido a múltiples factores. Son fáciles de obtener, permiten el pago en cuotas, es más expedito el hecho de pedir un crédito de consumo (tomando forma de avances en efectivo), pero tal vez el motivo más relevante es el hecho de tener variados beneficios, los que van desde descuentos especiales o adicionales, hasta la acumulación de puntos por comprar con la tarjeta respectiva. Con esto, las empresas buscan fidelizar al cliente y que el uso de la tarjeta sea lo más frecuente posible. La gran mayoría de los consumidores sencillamente no puede resistirse al hecho de "perder" descuentos adicionales o especiales, y como estos compensan el pago de mantención, comisión o de uso de la tarjeta, es una opción extremadamente llamativa. Por lo mismo, es una estrategia cada vez más común en rubros como supermercados, grandes tiendas y farmacias, entre otros.

5.6. Otros costos y cargos asociados al uso de las tarjetas de casas comerciales.

A la hora de abrir una tarjeta de alguna casa comerciales, se establece un contrato de líneas de crédito entre el consumidor y una sociedad anónima que abre las líneas de

crédito, en el caso de La Polar, esto se hace por medio de otra sociedad anónima que administra la cartera de créditos abierta por la primera. Estas sociedades tienen un nombre y un giro distinto al de la tienda de departamento a la que pertenecen.

Una vez que el consumidor ha celebrado el contrato, el proveedor emite la tarjeta de crédito con la cual el consumidor puede pagar una serie de bienes y servicios tanto en Chile como en el extranjero. A su vez el proveedor pagará en los establecimientos donde haya tenido lugar la transacción.

Como puede advertirse, no existe una relación de exclusividad entre la tarjeta y la tienda, no es que la tienda dé el crédito al consumidor para la adquisición de bienes y servicios exclusivamente en ella. Se trata de un modelo de negocios más cercano al de la tarjeta de crédito en la cual el emisor realiza convenios con los proveedores de bienes y servicios a los cuales se compromete, bajo ciertas condiciones, a pagar por las compras que haya hecho el consumidos por una tarjeta del emisor.

Lo que disciplina este contrato, su objetivo principal, es el uso de la tarjeta de crédito y los derechos y obligaciones que surgen de éste para el emisor y el consumidor. No obstante lo anterior, bajo el alero de este contrato principal, en todos lo casos existen otros contratos accesorios. Así, en el caso de Falabella existe un mandato para contratar seguro de protección o pérdida de la tarjeta, de cesantía, de incapacidad, de desgravamen y otros de similares características. En el caso de Paris un mandato para contratar un seguro de desgravamen y otro para que a nombre y representación del consumidor acepte letras de cambio, suscriba pagarés y reconozca deudas a favor de Paris. En el caso de Ripley un mandato para contratar seguro de desgravamen, desempleo o incapacidad laboral según corresponda. Igual cosa sucede con La Polar⁷.

Cobros fijos asociados a mantención

Las tarjetas emitidas por emisores no bancarios, llámese las tarjetas de las casas comerciales, tienen asociadas una serie de comisiones y cargos a imputados a la mantención, al uso y al pago con ellas. Estos cobros se realizan, por regla general de manera mensual y son independientes al pago de las cuotas asociadas a compras anteriores, por lo que estos cargos se agregan al pago de las cuotas en los cobros mensuales.

Algo que salta a la vista a la hora de analizar el cargo de mantención fijo es que este castiga fuertemente a quien tiene la tarjeta y no la usa: en general los clientes que han agotado el saldo, que es el monto por el cual se pueden hacer compras con estos plásticos, quedan exentos del pago de esta comisión.

⁷ Más detalles sobre estas disposiciones legales verlas en: Iñigo Maza Gazmuri, ¿llegar y llevar? Una mirada al crédito de las casas comerciales.

En el cuadro de a continuación se presentan una serie de datos proporcionados por las propias casas comerciales a la SBIF acerca de los cobros fijos mensuales asociados a la tenencia de cualquiera de estas tarjetas: Estos cobros van desde los \$497 hasta \$1706. Para algunos emisores este cobro se hace de manera periódica todos los meses sin excepción y otras “premian el uso” eximiendo de este pago a los clientes que alcancen cierto promedio de compras como el caso de Falabella, que establece un tramo de cobro de reducción progresivo en función de las compras realizadas con la tarjeta durante el mes, este cobro llega a cero si se superan las 10 UF en compras. La Polar establece otro sistema de premio por uso y no cobra los \$629 de mantención a los clientes que agoten su cupo de compras con la tarjeta o que tengan un cupo de menos de \$2000 al final del mes. Paris y Jumbo con su tarjeta Más eximen de este cobro a clientes con promedios de compras superiores a las 10 UF.

Tipo Tarjeta	Valor (\$)	Descripción del cobro
CMR Falabella	\$ 1,365	
	\$ 956	Sólo a clientes con promedio mensual de compras durante el trimestre anterior menor a 5 UF, pero superior a 3 UF. O bien con compras durante el trimestre anterior menor a 3 UF, pero con una antigüedad igual o superior a 5 años.
	\$ 546	Sólo a clientes con promedio mensual de compras durante el trimestre anterior entre 5 UF y 10 UF
DIN	\$ 0	Sólo a clientes con promedio mensual de compras durante el trimestre anterior mayor a 10 UF
	\$ 995	Sólo a clientes con compras menores a 10 UF en los últimos 3 meses.
	\$ 497	Sólo a clientes con compras entre 10 UF y 15 UF en los últimos 3 meses.
ABC	\$ 0	Sólo a clientes con compras superiores a 15 UF en los últimos 3 meses.
	\$ 995	Sólo a clientes con compras menores a 10 UF en los últimos 3 meses.
	\$ 497	Sólo a clientes con compras entre 10 UF y 15 UF en los últimos 3 meses.
La Polar	\$ 0	Sólo a clientes con compras superiores a 15 UF en los últimos 3 meses.
	\$ 629	Sólo a clientes con saldo mayor a \$ 2.000.
	\$ 6,898	Sólo a clientes que hayan elegido el cobro del tope de comisión anual en 12 cuotas iguales cada mes. En esta alternativa, las comisiones por transacciones/compras no son cobradas.
Johnson's Multiopción	\$ 1,470	Sólo a clientes con saldo mayores a \$ 2.000.
Paris, Más Paris, Más Easy y Jumbo Más	\$ 1,362 \$ 0	Sólo a clientes con promedio mensual de compras entre enero y junio de 2009 igual o mayor a UF 10.
Presto	\$ 1,706	
	\$ 456	Sólo a clientes con tarjeta Presto Alter Ego.
Ripley	\$ 1,360	Sólo a clientes con saldo mayor a \$1.000.
	\$ 680	Sólo a clientes con saldo mayor a \$1.000 y con cupo superior a \$3.500.000.
Xtra	\$ 1,048	

Fuente: Superintendencia de bancos e instituciones financieras.

Notas

Las cifras han sido proporcionadas por los propios emisores no bancarios.

Para el cálculo del valor de las comisiones que están establecidas en Unidades de Fomento, se utilizó el valor de la UF al 17 de Agosto de 2009 equivalente a \$20.955,21.

Cobros asociados al uso de las tarjetas no bancarias

Las tarjetas de casas comerciales tienen también cargos asociados al uso o a las compras que se realizan con ellas que son, por regla, bastante superiores a los cargos de mantención fijos vistos en el punto anterior. Estos cargos por compra o transacción lo realizan los emisores de las tarjetas de manera directa cuando se compra algo al crédito e incluso cuando se paga la cuota por alguna compra hecha al crédito (por la que ya se ha pagado una comisión).

Un cuadro de información proporcionada por los emisores de estas tarjetas a la SBIF ejemplifica este punto.

Tipo		Compras en tiendas relacionadas al emisor	
Tarjeta	Valor (\$)	Descripción del cobro	
CMR Falabella	\$ 0		
DIN	\$ 1,200	Valor por cuota.	
ABC	\$ 1,200	Valor por cuota.	
La Polar	\$ 2,900	Valor por transacción, Por compras en línea vestuario mayores \$ 6.000; y por compras simultáneas (mezcla de productos) en línea hogar y vestuario entre \$ 6.000 y \$ 16.999.	
	\$ 6,750	Valor por transacción. Por compras en línea hogar superior a \$17.000; y por compras simultáneas (mezcla de productos) en línea hogar y vestuario mayores o iguales a \$17.000.	
Johnson's Multiopción	\$ 2,890	Valor por transacción.	
		Por compras en línea hogar superior a \$17.000; y por compras simultáneas (mezcla de productos) en línea hogar y vestuario mayores o iguales a \$17.000.	
	\$ 3,990	Valor por transacción.	
		Para compras en línea vestuario superiores a \$10.000 y en 3 o más cuotas.	
	\$ 6,700	Valor por transacción.	
		Para compras en línea electro-hogar y computación entre \$10.000 y \$40.000 y en 3 o más cuotas.	
	\$ 9,630	Valor por transacción.	
		Para compras en línea electro-hogar y computación superiores a \$40.000 y en 3 o más cuotas.	
Paris, Más Paris, Más Easy y Jumbo Más	\$ 0		
Presto	\$ 0		
Ripley	\$ 2,700	Valor por transacción en 3 o más cuotas para compras en línea vestuario/hogar.	
	\$ 0	Valor por transacción en 3 o más cuotas para compras en línea vestuario/hogar y para clientes con cupo superior a \$3.500.000.	
xtra	n/a		

Fuente: Superintendencia de bancos e instituciones financieras.

Notas

Las cifras han sido proporcionadas por los propios emisores no bancarios.

Para el cálculo del valor de las comisiones que están establecidas en Unidades de Fomento, se utilizó el valor de la UF al 17 de Agosto de 2009 equivalente a \$20.955,21

También estas tarjetas permiten acceder al crédito utilizando el saldo de la tarjeta en una serie de comercios asociados, distintos de la casa comercial a la que pertenece la tarjeta, utilizando el saldo. También existen cobros asociados al uso de las tarjetas en esta modalidad.

Tipo	Compras en comercios asociados	
Tarjeta	Valor (\$)	Descripción del cobro
CMR Falabella	\$ 0	
DIN	\$ 990	Valor por cuota.
ABC	\$ 990	Valor por cuota.
La polar	\$ 290	Valor por transacción.
	\$ 600	Valor por transacción. Por uso de la tarjeta para compra en cuotas superiores a \$2500
Johnson's Multiopción	\$ 2,890	Valor por transacción.
	\$ 3,990	Valor por transacción.
		Para compras superiores a \$10.000 y en 3 o más cuotas.
Paris, Más Paris, Más Easy y Jumbo Más	\$ 0	
Presto	\$ 0	
Ripley	\$ 2,700	Valor por transacción en 3 o más cuotas.
	\$ 1,350	Valor por transacción en 3 o más cuotas para clientes con cupo superior a \$3.500.000.
Xtra	\$ 1,790	Valor por transacción.

Fuente: Superintendencia de bancos e instituciones financieras.

Valor de los seguros asociados a las tarjetas de crédito no bancarias.

Además de los cargos fijos y los cargos por uso, las tarjetas de crédito emitidas por las casas comerciales ofrecen una serie de seguros para cubrir el riesgo de quien compra con estas tarjetas y contrae deudas con ellas. En general muchos de estos seguros son cargados de forma automática a la cuenta del titular de la tarjeta por lo que en términos prácticos constituyen un cargo fijo que se desglosa mes a mes en las cuentas del titular. Estos seguros voluntarios, cargados de manera automática al titular han constituido un excelente vehículo de los emisores de estas tarjetas para garantizar un flujo de ingresos estable y cubrirse ante cualquier riesgo asociado al no pago en el saldo deudor de sus tarjetas.

El principal seguro que los emisores cubren es el de desgravamen que salda la totalidad de la deuda (o lo que se establezca por contrato) en caso de la muerte del titular, de manera que la deuda no sea traspasada a los familiares más cercanos en caso de desgracia. Algunas casas incluyen el seguro de desgravamen en la comisión de administración mensual y otras lo cobran como un monto en dinero fijo y otras como un porcentaje del saldo de la deuda acumulada con un tope mínimo y máximo.

Los siguientes dos cuadros presentan una recopilación proporcionada por la SBIF de todos los seguros incluidos con las tarjetas de casas comerciales a agosto del 2009.

Cuadro con el costo del seguro de desgravamen por emisor

Tipo Tarjeta	Seguro de Desgravamen	Descripción del cobro
	Valor (\$)	
CMR Falabella	\$ 566	
DIN	\$ 495	
ABC	\$ 495	
La Polar	\$221 - \$622	Sólo a clientes con saldo de deuda superior a \$10.000. Corresponde a 0,15% de la deuda con tope de UF 0,02967.
Johnson's Multiopción	\$ 0	El valor de la comisión de administración fija mensual incluye seguro de desgravamen.
Paris, Más Paris, Más Easy y Jumbo Más	\$ 590	
Presto	\$ 490	El valor de la comisión de administración fija mensual incluye un seguro de protección por mal uso, clonación y asalto en cajero por un máximo de UF100.
Ripley	\$ 350 - \$ 1.490	Sólo a clientes con saldo de deuda mayor o igual a \$5.000. Corresponde a 0,235% de la deuda con tope de \$1.490
Xtra	\$ 180 - \$ 3.990	Sólo a clientes con saldo de deuda mayor a \$8.000 y/o cuota mensual mayor a \$2.000. Corresponde a 0,7% de la deuda, con tope de \$3.990.

Fuente: Superintendencia de bancos e instituciones financieras.

Cuadro con los costos de los demás seguros comprendidos en las tarjetas comerciales.

Tipo Tarjeta	Seguro de Desgravamen Valor (\$)	Otros Seguros	
		Tipo de Seguro	Valor (\$)
CMR Falabella	\$ 566	Cesantía e Incapacidad Temporal	\$ 817
DIN	\$ 495		-
ABC	\$ 495		-
La Polar	\$221 - \$622	Cesantía e Incapacidad Temporal Para saldos anteriores al 2 de mayo 2009	\$ 385
Johnson's Multiopción	\$ 0	Desgravamen, cesantía, incapacidad temporal, Invalidez total y permanente 2/3,	\$ 1,549
Paris, Más Paris, Más Easy y Jumbo Más	\$ 590	Vida y Cesantía	\$1.230 - \$4.900
Presto	\$ 490	Cesantía e Incapacidad Temporal	\$ 585
Ripley	\$ 350 - \$ 1.490	Seguro Integral y Desempleo	\$250 - \$1.990 (Sólo a clientes con saldo de deuda mayor a \$10.000)
Xtra	\$ 180 - \$ 3.990		-

Fuente: Superintendencia de bancos e instituciones financieras.

Un punto relevante a discutir en relación a estos seguros es quien es el verdadero beneficiario de ellos: por un lado el cliente se asegura de que por contrato su familia no tendrá que afrontar esta deuda en caso de muerte, cesantía, discapacidad o invalidez; pero por otro el emisor u operador de la tarjeta de crédito securitiza la deuda, lo que mejora sus indicadores crediticios y el riesgo de su cartera de deudores.

Las empresas del retail han establecido sociedades con un giro distinto para separar el riesgo de su negocio de tarjetas con el negocio de tiendas por departamento propiamente tal, el resultado es que se originan una serie de sociedades en cascada, las cuales son propiedad del mismo accionista controlador de la tienda. El cuadro desplegado a continuación muestra los operadores de estas tarjetas con sus respectivos accionistas.

Tipo Tarjeta	Emisor u operador	Accionista controlador
CMR Falabella	Promotora CMR Falabella S.A.	SACI Falabella
DIN	Cofisa S.A.	AD Retail S.A.
ABC	ABC Inversiones Ltda	DIN SA
La Polar	Inversiones SCG SA	Empresas La Polar SA
Johnson's Multiopción	Efectivo S.A.	Johnson's SA
Paris, Más Paris, Más Easy y Jumbo Más	Cencosud Adm. De Tarjetas SA	Cencosud SA
Presto	Serv y Adm de Créd. Com. Presto SA	Servicios Financieros D&S
Ripley	Car SA	Ripley Retail Ltda.
Xtra	Com. y Adm. De Tarj Extra SA	Ripley Retail Ltda.

Fuente: Superintendencia de bancos e instituciones financieras.

5.7. Colocaciones de Créditos de consumo de tarjetas comerciales

Respecto a este punto no se pudo encontrar información completa actualizada, ya que no existen registros en las instituciones de manera segregada.

Sin embargo, podemos citar lo siguiente: en el año 1999 se pidieron créditos asociados a tarjetas por un monto de MM\$ 690.092 (Fuente: CNC), mientras que en el año 2007 los avances en efectivo que otorgan las principales casas comerciales rondaban los MM\$ 1.052.148 (Fuente: SBIF) en el cual se tenía información de los últimos 3 semestres de ese año, por lo que se sacó un promedio de esos trimestres para calcular el primero. Esto representa un crecimiento de un 52%, pero en la actualidad debiera haber un desarrollo mucho mayor, por el aumento de tarjetas originado en los últimos 3 años y por el hecho de que solo tomamos en cuenta los avances en efectivo.

Debido al notable desarrollo que han tenido los avances en efectivo en las casas comerciales en el último tiempo, a las intensas promociones ofrecidas y a la facilidad de acceso, a continuación se ilustra un estudio realizado por el Sernac acerca del costo de estos en las casas comerciales (tarjetas no bancarias) en comparación con hacerlo con entidades bancarias o cajas de compensación:

**Cuadro N°4
Costo de acceder a \$100.000 en 12 cuotas
Septiembre 2009**

Costo de acceder a 100 mil pesos en efectivo			
Tarjetas Bancarias			
Mes	Costo Min.	Costo Max.	Promedio
Sept-08	\$ 108.876	\$ 187.194	\$ 138.514
Sept-09	\$ 103.412	\$ 210.912	\$ 140.089
Tarjetas No Bancarias			
Mes	Costo Min.	Costo Max.	Promedio
Sept-08	\$ 114.644	\$ 172.361	\$ 144.878
Sept-09	\$ 112.568	\$ 233.606	\$ 145.211
Cajas de Compensación			
Mes	Costo Min.	Costo Max.	Promedio
Oct-08	\$ 114.324	\$ 118.188	\$ 115.541
Sept-09	\$ 110.628	\$ 113.124	\$ 111.475

Fuente: Sernac

Este cuadro se muestra con el objetivo de entregar al consumidor herramientas para comprar y para saber que opción le conviene más en cada caso. Hay que recalcar que hay diferencias notables en el costo mínimo y máximo entre las tarjetas no bancarias, lo que da una diferencia de \$121.038 por un mismo crédito o avance en efectivo de \$100.000. O sea, se puede llegar a pagar un 133% adicional del valor original del préstamo, algo simplemente increíble y preocupante.

Se debe mencionar que todos estos avances en efectivo están sujetos al tipo de cliente (cada casa comercial o banco tiene sus propias políticas) y a los plazos del avance en efectivo que se requiera.

Por lo tanto, el llamado es a cotizar y comparar entre tarjetas bancarias, no bancarias y caja de compensación (si así fuera el caso). Y asimismo, comparar entre las diversas casas comerciales, ya que existen diferencias notables por un mismo avance por lo que podría terminar pagando más del doble por un préstamo en solo 1 año. Asimismo, se hace urgente una mayor regulación por parte de las entidades fiscalizadoras y avanzar para proteger al cliente de intereses que están fuera de lo normal.

CAPÍTULO 6

Aplicación: Análisis de Costo del crédito de las Casas comerciales.

El presente capítulo tiene por objetivo hacer un análisis de los costos que tiene para un consumidor el crédito de consumo, tanto en las casas comerciales como el crédito de consumo en los bancos.

Para empezar este análisis, es necesario recordar que el costo de un crédito de consumo se compone del interés corriente de la deuda y otros gastos asociados. Para analizar los créditos que entregan las casas comerciales nos basamos en los estudios realizados por Nassir Sapag a partir del año 1988. En estos estudios se analizaba el crédito de consumo que entregan las casas comerciales por la venta de sus productos, a continuación definiremos la metodología:

6.1. Metodología de la investigación y obtención de datos:

La metodología utilizada por Nassir Sapag, se basa en un modelo de descuento de flujos de caja sobre las cuotas de una serie de producto, iguales entre las casas comerciales, y las cuotas que éstas cobran por comprar estos productos al crédito. Esta metodología entrega 2 indicadores de tasa de interés para cada una de las casas en el estudio en los plazos o número de cuotas que compongan al crédito. Estas tasas de interés miden el costo del crédito comercial en los distintos meses que componen el estudio:

Monto del crédito: Corresponde al valor del producto que se compra en la casa comercial. Para el monto del crédito no se consideran los gastos adicionales que la casa comercial pueda agregar.

Plazo del crédito: Corresponde al número de cuotas en que se paga por la compra, momento en que se extingue la obligación con la casa comercial, los plazos de crédito utilizados en este estudio fueron de 6, 12, 18, 24, 30, 36 meses, para las casas comerciales que entregaran los créditos en cuotas hasta estos plazos.

Tasa de interés informada: Es la tasa que descuenta el pago de las cuotas, en los distintos plazos de manera que el valor actual de esas cuotas, descontadas a esta tasa, es igual al monto del crédito. Para calcular esta tasa se trabaja con los datos proporcionados por la casa comercial en particular, lo que hace este cálculo independiente de cualquier información proporcionada por las otras casas. Para el cálculo de esta tasa se trabaja solo con los datos proporcionados por la casa comercial en particular.

Tasa de interés calculada: Es la tasa que descuenta el pago de las cuotas, en los distintos

plazos, de manera que el valor actual de esas cuotas, descontados a esa tasa, sea igual al monto del crédito, esta vez, de la casa comercial que cobra más barato por ese mismo producto. Lo que hace la tasa calculada, es llevar las diferencias en precio que puedan haber entre casas comerciales, a tasa directamente. El resultado es que aquellas casas que cobran más caro por un mismo producto cobrarán una mayor cuota para sus créditos, lo que redundará en una mayor tasa de interés, esta es la tasa calculada.

Ambos indicadores de carestía del crédito son válidos, dependiendo de que es lo que se está comparando y los supuestos que se consideren a la hora de hacer esta comparación: Si no es factible para un consumidor cualquiera comparar precios entre las tiendas, o se le hace muy difícil acceder al crédito en cualquier casa comercial sin restricciones, entonces la tasa de interés calculada es un buen indicador. Si lo que se quiere ver es un indicador dentro de una casa comercial particular, ya sea para compararlo con otras casas, o comparar la tasa de interés ofrecida en distintos plazos, entonces la tasa de interés informada por la misma casa comercial es un buen indicador válido para este análisis.

6.2. Metodología de cálculo y estudio utilizada

Como se aprecia en las definiciones anteriores, ambas tasas, tanto informada como calculada, son indicadores que se obtienen de descontar los flujos asociados a un crédito a esa respectiva tasa. Para efectos del cálculo consideramos los flujos de caja de lado del consumidor, teniendo en cuenta que el crédito del lado del consumidor tiene el patrón de flujo de caja que corresponde al de un pasivo (un flujo positivo en el instante cero y luego pagos hasta que se termine la deuda) y la contraparte es un activo para la casa comercial (un flujo negativo o inversión en el periodo cero seguido de ingresos hasta la madurez del acuerdo). La deuda del consumidor corresponde a un activo de la casa comercial, y el gasto en interés que se paga por esta deuda corresponde a la rentabilidad que la casa comercial obtiene por este activo.

La manera más simple de representar matemáticamente cualquier préstamo entregado por la casa comercial se puede resumir, de manera genérica, en la siguiente ecuación matemática:

$$Préstamo = \frac{cuota1}{(1+r)} + \frac{cuota2}{(1+r)^2} + \frac{cuota3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{cuotaN}{(1+r)^N}$$

Donde:

Préstamo: Corresponde al monto prestado, o el valor del artículo que se solicita comprar en cuotas.

Cuota: Corresponde al valor de la cuota pactada, las cuotas siempre son iguales en estos créditos.

r: Corresponde a la tasa de interés que descuenta las cuotas

N: Corresponde al plazo del préstamo, el número de cuotas mensuales pactadas.

El lado izquierdo de la ecuación hace referencia al monto prestado, al que comúnmente se conoce como principal del préstamo y el lado derecho corresponde a las cuotas asociadas a este préstamo traídas a valor presente.

Nótese que la tasa **r** no hace la diferencia entre la tasa informada o calculada, a cual de estas tasas se refiera la ecuación genérica, va a depender de cual sea el monto del préstamo considerado: si es el de una casa comercial en particular, entonces es la tasa informada, si es el de la casa comercial que cobra más barato por el artículo en cuestión entonces nos referimos a la tasa calculada.

Para mayor formalidad y para evitar confusiones posteriores, se definen tanto tasa informada como tasa calculada de manera matemática:

La tasa informada para cada casa comercial se calcula con el valor del artículo o el préstamo y las cuotas informadas en esa casa comercial.

$$prestamo_i^o = \frac{cuota_1}{(1+r_i)^1} + \frac{cuota_2}{(1+r_i)^2} + \frac{cuota_3}{(1+r_i)^3} + \dots + \frac{cuota_N}{(1+r_i)^N}$$

Donde:

i : Corresponde a la casa comercial en cuestión. (Ripley, Paris, Falabella....)

Cuota i: Corresponde al valor de la cuota de la casa comercial i.

r i: Corresponde a la tasa informada en la tienda i.

N: Corresponde al plazo en meses, o número de cuotas mensuales del crédito.

La ecuación que describe a la tasa calculada es la siguiente:

$$MIN\{prestamo_i^o\} = \frac{cuota_1}{(1+r_i)^1} + \frac{cuota_2}{(1+r_i)^2} + \frac{cuota_3}{(1+r_i)^3} + \dots + \frac{cuota_N}{(1+r_i)^N}$$

Donde

r i : es la tasa de interés calculada

Cuota i : Corresponde a la cuota de la casa comercial i

N: Corresponde al plazo, o el número de cuotas mensuales que componen el crédito.

El lado izquierdo de la ecuación nos indica que para obtener la tasa calculada se toma como principal el valor mínimo del préstamo entre todas las casas comerciales estudiadas, es decir, la que cobra menos por el artículo.

6.3. Metodología de obtención de datos

En los estudios realizados en la década de los 80' se utilizaba la metodología de recolección de datos en terreno, que consiste básicamente en que un equipo de personas se dirigía directamente a las tiendas en análisis y consultaba al vendedor el valor del producto y el monto de las cuotas asociadas a la compra a crédito de dicho artículo a los distintos plazos. Se entregaba un documento que confirmaba y validaba la información proporcionada por la tienda.

Según las propias palabras de Nassir Sapag, el autor de estos estudios, los días del mes en los que se recolectaban los datos eran aleatorios, por lo que los datos de un mes particular pudieron haber sido tomados tanto a principios como finales de mes.

La idea de este estudio era hacer una medición del interés comercial a lo largo de los distintos meses, es por esto que si se cuidaba que los datos, todos ellos, se recolectaran juntos, es decir, se recolectaran todos al mismo tiempo para evitar que los datos contuviesen variaciones de precios ocurridas dentro del mismo mes producto del desfase en tiempo de la recolección de datos.

6.4. Metodología utilizada en nuestro estudio

La metodología de cálculo y estudio utilizada por nuestro grupo de trabajo para este seminario fueron los mismos utilizados en los estudios de los años 80, utilizando los mismos indicadores y la misma forma de cálculo para obtenerlos.

Para nuestro estudio se utilizó una metodología de recolección de datos on line, por medio de las páginas web de las tiendas comerciales, la última semana de los meses de Septiembre, Octubre y Noviembre. Estas páginas muestran casi toda la oferta de productos de la casa comercial y permiten cotizar las cuotas asociadas a la compra del producto. Para las casas comerciales que no contaban con un sistema de cotización de cuotas on line, nos dirigimos directamente a la casa comercial en cuestión y cotizamos alguna cuota en duración media, en la mayoría de los casos de 18 meses.

La razón de esta simplificación de obtener las cotizaciones on line, son las dificultades técnicas de replicar completamente la metodología de obtención de datos de los estudios previos: por un lado nuestro equipo cuenta con solo 3 personas, las que difícilmente pueden cotizar los precios y la cuotas de varios productos, de varias tiendas de departamentos, con muchas sucursales en Santiago y al menos en 7 plazos de cuotas distintos.

La segunda razón de esta simplificación es la negativa de los dependientes de las tiendas y los vendedores a permitir cotizar las cuotas y permitir tomar notas en las tiendas que contuviesen precios y valor cuota. Esta diferencia es bastante significativa ya que, a diferencia de los estudios previos realizados en los 80', nosotros en calidad de "alumnos

independientes", no contamos con el apoyo de las casas comerciales para realizar estos estudios.

Esta simplificación, sin embargo, creemos no es un problema para los objetivos de este estudio, ya que, como comprobamos, las casas comerciales utilizan un esquema de tasas uniforme a lo largo de sus sucursales y en la mayoría de los casos, utilizan el mismo esquema de tasas de descuento para otorgar crédito en todas sus líneas de productos. Al verificar al azar la correspondencia de la tasa de las tiendas físicas con las tiendas virtuales, pudimos comprobar que en todos los casos, salvo algunas excepciones que se dieron con las cuotas a 6 meses, el esquema de tasas de descuento de las tiendas físicas corresponde al ocupado en Internet.

La tasa de descuento de Internet o más bien el esquema de tasas, son tasas homogéneas y visibles para cualquier cliente que cotiza un producto cualquiera, independientemente de donde se encuentre. Además se calculan por sobre un único precio dado y visible para cada artículo, por lo que las tasas cotizadas de esta forma están libres de otras distorsiones en los precios de las tiendas físicas originadas principalmente por políticas comerciales o logísticas que dependiendo de la ubicación geográfica de la tienda física; como la comisión al vendedor, los costos de transporte y manejo físico y flete, entre otros, los que finalmente se reflejan en un precio más alto de cara al consumidor, algo que no ocurre en internet. Por lo que utilizar la tasa de Internet es beneficioso para este estudio, tanto en términos de simplicidad, como de utilidad para lograr los objetivos que se persiguen con esto.

6.5. Realización y resultados del estudio

Para la realización del estudio elegimos utilizamos las cotizaciones y los respectivos precios cuota de 16 artículos en las 5 tiendas de departamento de mayor tamaño: Falabella, Paris, Ripley, La Polar y Johnsons. Las 5 tiendas cuentan con tarjetas comerciales y una página web la cual se pueden cotizar los precios de los artículos, en 4 de ellas se pueden cotizar los valores cuota en los distintos plazos.

Los 16 productos corresponden a 6 líneas de productos: Electrodomésticos, línea blanca, muebles y hogar, deporte, belleza y cuidado personal, vestuario y calzado.

Los ítems que utilizamos para medir el interés de los electrodomésticos son los representados en la siguiente tabla con los productos en estudio:

NOTEBOOK COMPAQ CQ40-505LA SOFT 09	Sony Pantalla LCD KLV-26L500, 26 pulgadas	Consola Nintendo Wii
		
Home theater CINE PHILIPS HTS 6500	Cámara digital Sony DSC-W230 12 Mega píxeles	Sony Reproductor Blue-ray BDP-S350
		

Los productos que seleccionamos en línea blanca son los que se muestran en esta tabla:

Lavadora automática MADEMSA AQUARIUS 870 PLUS 7,5 kgs	Cocina 4 quemadores Mademsa DIVA
	
Refrigerador 2 P. No Frost Mademsa ALTUS 700	Microondas Somela Microonda PREMISSE 2000SM
	

Las otras cuatro líneas de producto, se encuentran representados por 6 productos que se muestran en la siguiente tabla:

CIC Box Spring Ortopedic 1 plaza 90 x 200 cms.	CIC Box Spring Ortopedic 2 Plazas Base dividida + Textil + Muebles Diplomat	Bicicleta elíptica Oxford be-5934
		
Ralph Wild de Ralph Lauren 100 ml	Jeans levis mod 520-8851	Calzado casual mujer 16 horas
		

En el trabajo se obtiene la tasa informada y calculada para cada uno de los 16 artículos en las 5 casas comerciales para los distintos plazos mensuales que están separados en intervalos de 6 meses y que van desde 6 meses de plazo hasta los 48.

6.6. Resultados obtenidos

6.6.1. Resultados obtenidos para la tasa informada

Promedio tasa informada	6 cuotas			
	Septiembre	Octubre	Noviembre	Promedio
Falabella	3.68%	3.59%	3.90%	3.73%
Ripley	4.00%	4.10%	4.00%	4.03%
Paris	5.96%	3.45%	6.27%	5.23%
La Polar	5.37%	4.40%	5.44%	5.07%
Johnsons	4.36%	4.36%	4.36%	4.36%
Prom industria s/johnsons	4.75%	3.88%	4.90%	4.51%
Promedio tasa informada	12 cuotas			
	Septiembre	Octubre	Noviembre	Promedio
Falabella	2.67%	2.65%	2.78%	2.70%
Ripley	2.91%	2.80%	2.92%	2.88%
Paris	2.68%	2.62%	2.83%	2.71%
La Polar	3.57%	3.16%	3.71%	3.48%
Johnsons	3.12%	3.12%	3.12%	3.12%
Prom industria s/johnsons	2.96%	2.81%	3.06%	2.94%

Promedio tasa informada	18 cuotas			
	Septiembre	Octubre	Noviembre	Promedio
Falabella	3.15%	2.79%	3.28%	3.07%
Ripley	3.37%	3.65%	3.31%	3.44%
Paris	3.13%	3.01%	3.22%	3.12%
La Polar	3.53%	3.33%	3.71%	3.52%
Johnsons	5.40%	5.04%	5.45%	5.30%
Prom industria c/johnsons	3.72%	3.56%	3.79%	3.69%
Promedio tasa informada	24 cuotas			
	Septiembre	Octubre	Noviembre	Promedio
Falabella	2.02%	1.99%	2.08%	2.03%
Ripley	2.15%	2.24%	2.20%	2.19%
Paris	1.97%	1.98%	2.08%	2.01%
La Polar	2.64%	2.42%	2.71%	2.59%
Johnsons	2.41%	2.41%	2.41%	2.41%
Prom industria s/johnsons	2.20%	2.16%	2.27%	2.21%

Promedio tasa informada	30 cuotas			
	Septiembre	Octubre	Noviembre	Promedio
Falabella				
Ripley	2.14%	2.23%	2.19%	2.19%
Paris	1.97%	1.99%	2.07%	2.01%
La Polar	3.22%	3.08%	3.31%	3.20%
Johnsons	3.10%	3.10%	3.10%	3.10%
Prom industria s/johnsons	2.45%	2.43%	2.52%	2.47%
Promedio tasa informada	36 cuotas			
	Septiembre	Octubre	Noviembre	Promedio
Falabella	2.02%	1.99%	2.06%	2.02%
Ripley	2.14%	2.23%	2.18%	2.18%
Paris	1.97%	2.00%	2.06%	2.01%
La Polar	2.52%	2.40%	2.60%	2.51%
Johnsons	3.51%	2.39%	3.51%	3.14%
Prom industria s/johnsons	2.16%	2.16%	2.23%	2.18%

6.6.2. Resultados obtenidos para la tasa calculada

Promedio tasa calculada	6 cuotas			
	Septiembre	Octubre	Noviembre	Promedio
Falabella	4.65%	4.50%	4.55%	4.57%
Ripley	4.83%	5.19%	4.30%	4.77%
Paris	7.45%	4.66%	6.80%	6.30%
La Polar	6.86%	5.21%	6.25%	6.11%
Johnsons	12.18%		12.18%	12.18%
Prom industria s/johnsons	5.95%	4.89%	5.47%	5.44%
Promedio tasa calculada	12 cuotas			
	Septiembre	Octubre	Noviembre	Promedio
Falabella	3.20%	3.14%	3.13%	3.16%
Ripley	3.36%	3.39%	3.08%	3.28%
Paris	3.45%	3.30%	3.07%	3.27%
La Polar	4.38%	3.60%	4.14%	4.04%
Johnsons	7.34%		7.34%	7.34%
Prom industria s/johnsons	3.60%	3.36%	3.36%	3.44%

Promedio tasa calculada	18 cuotas			
	Septiembre	Octubre	Noviembre	Promedio
Falabella	3.53%	3.14%	3.54%	3.40%
Ripley	3.69%	4.08%	3.37%	3.71%
Paris	3.68%	3.43%	3.34%	3.48%
La Polar	4.10%	3.64%	4.02%	3.92%
Johnsons	6.77%	6.47%	6.37%	6.54%
Prom industria c/johnsons	4.35%	4.15%	4.13%	4.21%
Promedio tasa calculada	24 cuotas			
	Septiembre	Octubre	Noviembre	Promedio
Falabella	2.30%	2.25%	2.27%	2.27%
Ripley	2.39%	2.55%	2.24%	2.39%
Paris	2.38%	2.32%	2.18%	2.29%
La Polar	3.08%	2.66%	2.95%	2.89%
Johnsons	4.66%		4.66%	4.66%
Prom industria s/johnsons	2.54%	2.44%	2.41%	2.46%

Promedio tasa calculada	30 cuotas			
	Septiembre	Octubre	Noviembre	Promedio
Falabella				
Ripley	2.34%	2.49%	2.22%	2.35%
Paris	2.30%	2.27%	2.14%	2.24%
La Polar	3.60%	3.29%	3.51%	3.46%
Johnsons	5.06%		5.06%	5.06%
Prom industria s/johnsons	2.75%	2.68%	2.62%	2.68%
Promedio tasa calculada	36 cuotas			
	Septiembre	Octubre	Noviembre	Promedio
Falabella	2.22%	2.17%	2.20%	2.20%
Ripley	2.31%	2.45%	2.20%	2.32%
Paris	2.26%	2.26%	2.11%	2.21%
La Polar	2.75%	2.61%	2.79%	2.71%
Johnsons				
Prom industria s/johnsons	2.38%	2.37%	2.33%	2.36%

6.7. Principales conclusiones extraídas de las cifras encontradas

Las tablas desplegadas en el apartado anterior muestran los resultados resumidos para las tasas informada y calculada del crédito otorgado por las 5 multitiendas en estudio para los meses de septiembre, octubre y noviembre. Estos resultados se resumen mediante el cálculo del promedio simple para los 16 productos analizados.

Al calcular este promedio para cada mes excluimos el dato de la multitienda Johnsons, ya que la recolección de este dato, a diferencia de las otras tiendas, se hizo de manera presencial, no se encuentra disponible para todos los plazos estudiados, y en caso de encontrarse, presenta una amplia dispersión en comparación a la media de las otras casas comerciales. De todas maneras, este dato es presentado en las tablas como parte de los resultados del estudio, pero a la hora de hacer análisis de media no es utilizado para el cálculo de este indicador.

Algunas de las conclusiones que se pueden desprender del análisis numérico de las cifras encontradas son las siguientes:

1. Para los 3 meses y los plazos estudiados, la tasa calculada es mayor que la tasa informada. Esta es una conclusión lógica que se desprende del hecho de que existen diferencias de precios entre las tiendas que son llevadas a tasa mediante el indicador tasa calculada.
2. Esta diferencia entre tasa informada y calculada tiende a disminuir a medida que se aumenta el plazo: La mayor diferencia entre tasas se da para el plazo más corto de 6 meses y es de un 0,92%, para 12 y 18 meses esta diferencia desciende a medio punto y para los demás plazos está en torno a 0,2%. La razón es que la diferencias de precios son compensadas en mayor número de meses lo que se refleja en esta menor diferencia entre tasas.
3. A diferencia de lo que ocurre con la deuda normal contraída por los gobiernos, empresas, instituciones financieras y un largo etcétera, que tienen un costo o tasa de interés creciente a medida que aumenta la madurez de los instrumentos que avalan esta deuda, la de deuda de las personas contraída con la casas comerciales tiene un comportamiento exactamente opuesto: Mientras mayor es el plazo (madurés) menor es la tasa.

Gráfico: Tasa informada, plazo en meses.

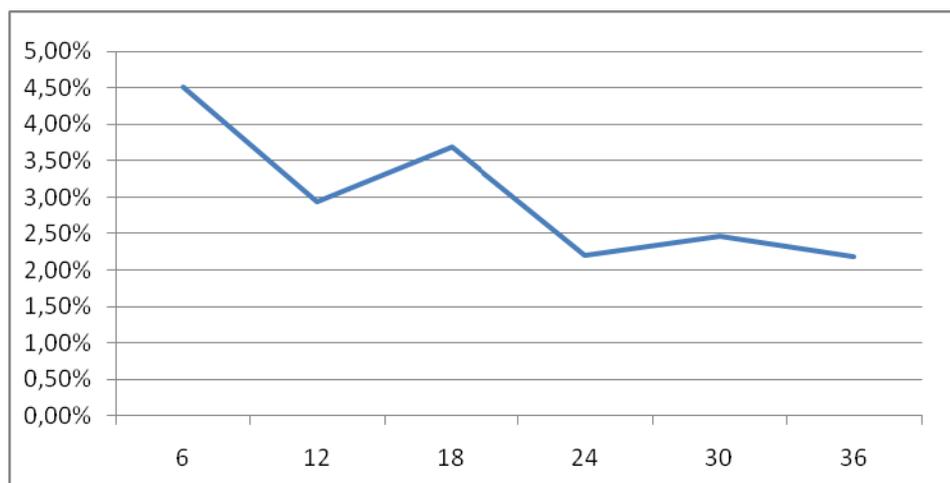
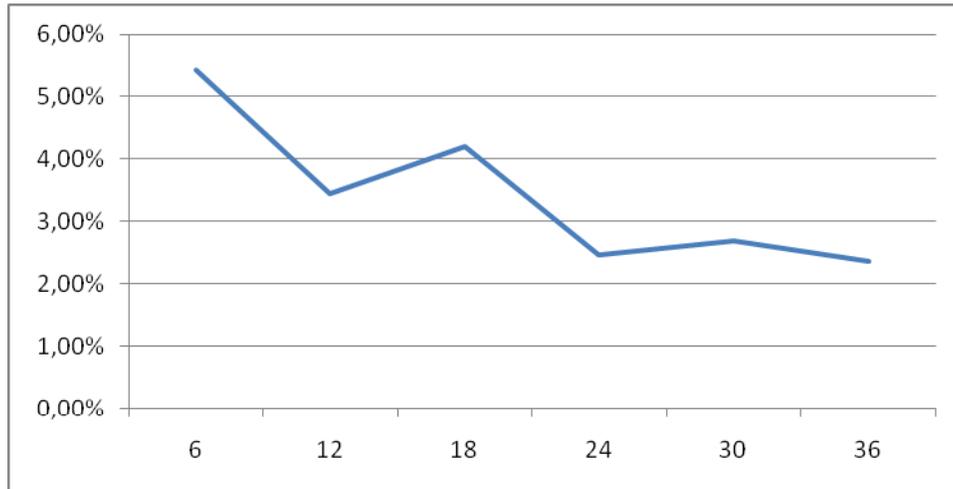


Gráfico: Tasa calculada, plazo en meses.



Esta peculiar forma de las curvas de descuento para ambas tasas pensamos puede obedecer a alguna política comercial de las tiendas o también al hecho de que deben existir ciertos costos fijos asociados a la creación de cualquier deuda con las tiendas, las que son prorrateadas en los meses que dura esta obligación, originando una menor tasa en plazos más largos.

CAPÍTULO 7

Aplicación: Análisis del crédito en la industria bancaria.

En el apartado anterior se analizó a las principales casas comerciales, en las cuales se comparó su tasa de interés, tanto la calculada como la informada, la idea es en este apartado hacer un análisis similar pero en relación a los bancos, a continuación se describe lo que se verá en este apartado.

Comenzaremos con una introducción a la banca chilena, en la cual detallaremos cómo está compuesta esta industria, luego profundizaremos en los bancos seleccionados y daremos las razones de por qué estos se han elegido, para luego poder mostrar una síntesis de los resultados encontrados para poder finalizar con las conclusiones al respecto de esta industria (en el siguiente apartado se hará el cruce de información entre la banca y las casas comerciales para establecer los resultados finales de esta investigación).

7.1. Contexto de la industria Bancaria

La presente información tiene fecha de junio de 2009, es la última actualización realizada por la SBIF que se encuentra disponible para el público, abajo podemos apreciar la participación de mercado de la masa bancaria que conforma la industria del crédito bancario en Chile, es decir estas son todas las instituciones bancarias que en Chile otorgan crédito a los consumidores:

Institución	Jun-08	Ene-09	Feb-09	Mar-09	Abr-09	May-09	Jun-09
Santander	20,30	20,50	20,41	20,22	19,98	19,94	19,87
Chile	19,20	19,09	19,15	19,08	19,06	18,90	18,23
Estado	13,89	13,63	13,89	14,43	15,00	15,35	16,02
Crédito e Inversiones	13,15	13,25	13,22	13,01	12,90	12,83	13,08
Bilbao Vizcaya	7,84	7,38	7,37	7,51	7,28	7,22	7,28
Corpbanca	6,66	6,93	6,92	7,08	7,12	6,97	6,97
Scotiabank	6,69	6,57	6,59	6,45	6,44	6,51	6,52
Itaú	3,25	3,48	3,26	3,27	3,27	3,28	3,22
Security	2,89	2,89	2,97	2,83	2,74	2,74	2,76
Bice	2,75	2,87	2,86	2,79	2,82	2,78	2,74
Falabella	0,88	0,86	0,91	0,90	0,93	0,94	1,01
Internacional	0,37	0,46	0,45	0,47	0,48	0,49	0,51
HSBC	0,58	0,60	0,60	0,54	0,61	0,66	0,43
Ripley	0,37	0,33	0,32	0,32	0,34	0,34	0,35
Paris	0,25	0,29	0,29	0,27	0,28	0,27	0,31
Royal Bank of Scotland	0,43	0,34	0,34	0,30	0,29	0,29	0,28
Rabobank	0,28	0,28	0,27	0,27	0,27	0,28	0,27
Otros	0,20	0,23	0,18	0,25	0,18	0,21	0,17
Sistema Bancario	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

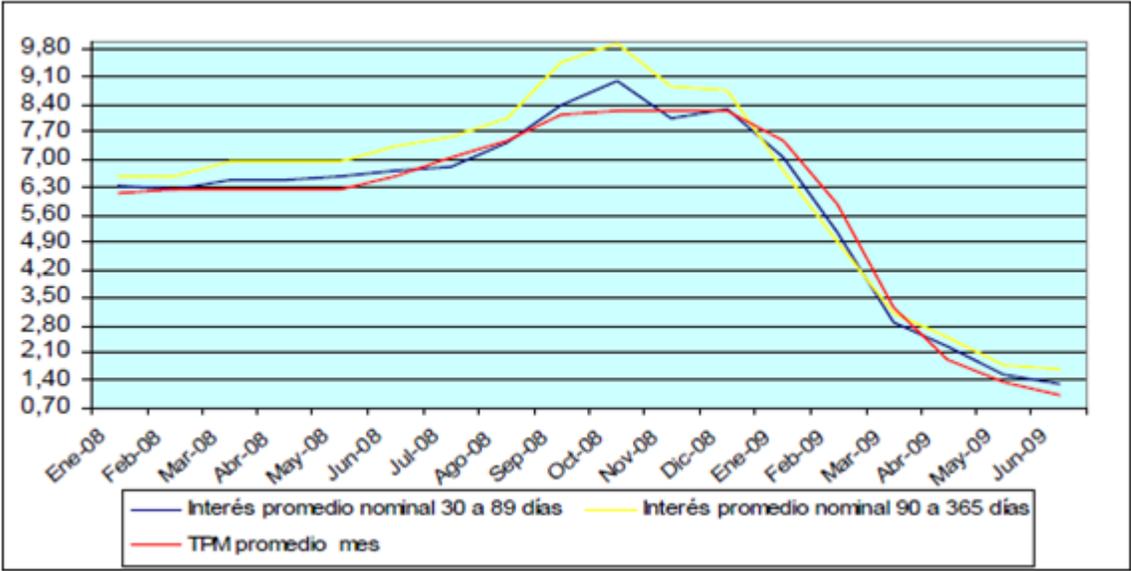
Fuente: SBIF

La tabla aquí adjuntada muestra la participación de mercado en porcentaje para la evolución entre el primer semestre de 2008 y 2009, podemos ver interesantes cambios en la participación de mercado lideradas por el Banco Estado quien este año ha ganado ya más de un 3% de participación de mercado producto del rol reactivador que posee en la

economía chilena lanzando a público tasas de interés muy bajas para tentar a los consumidores en estos últimos 2 años de crisis principalmente.

Como podemos apreciar, la gran torta de este mercado se lo llevan los bancos Santander, Chile, Estado y Crédito de Inversiones, interesante será ver, si el tamaño de la participación de mercado que poseen estos 4 bancos los hace compartir algún patrón de cobro a los clientes.

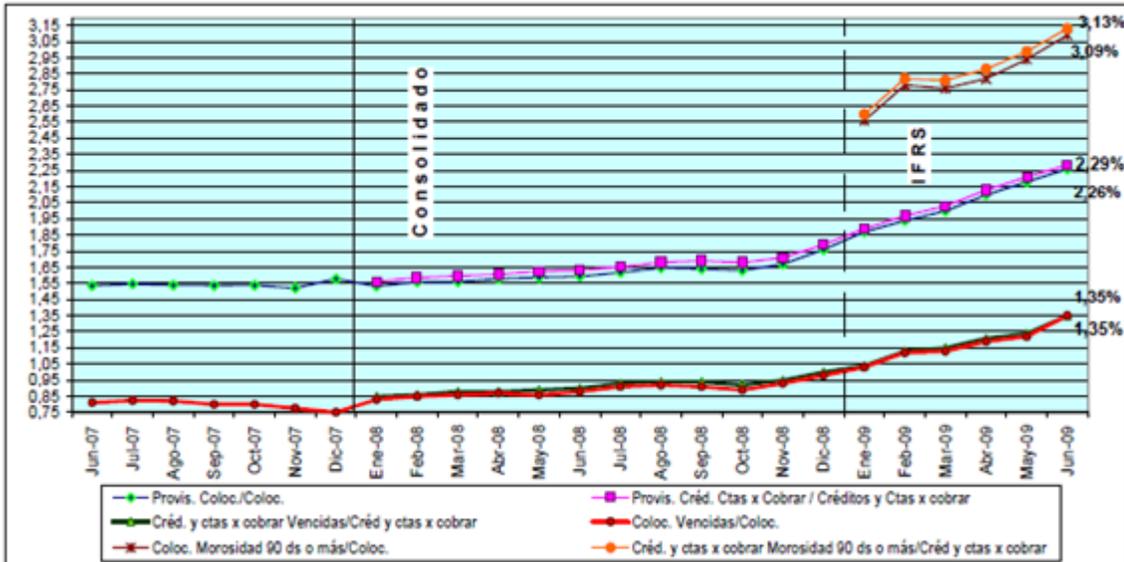
De igual manera será interesante saber si los bancos más pequeños en participación de mercado cobrarán más alto, producto de algún factor que podamos ir determinando a medida que se avance con el análisis.



Fuente: extraído de: Documento Industria Bancaria SBIF 2009

También podemos apreciar como es que la tasa de colocación promedio de la industria bancaria que es un promedio obtenido por la colocación de todos los bancos expuestos en la tabla anterior, se apega como es de esperar a la Tasa de Política Monetaria, que es la tasa fijada por el banco central para prestar dinero a Bancos y a la vez cómo esta tasa ha bajado producto de la crisis subprime debido a que se necesita reactivar la economía.

Si bien ha bajado la tasa de interés de colocación, esto no asegura que mantenga en el tiempo y no necesariamente el hecho aislado de querer reactivar la economía implica linealmente una tasa de colocación más baja, mencionado esto presentamos a continuación la evolución de los indicadores de riesgo que el crédito, en la industria bancaria.



Fuente: Documento Industria Bancaria SBIF 2009

Acá se presentan los indicadores de riesgos más comunes. El más representativo hasta el año 2008 era el de cartera vencida que en definitiva planteaba que el monto que el banco declaraba como incobrable de la colocación, se representaba por un porcentaje del precio del crédito, mientras que el de morosidad a 90 días indica la totalidad del monto del crédito pactado, lógicamente este indicador será mas grande, pero es parte de la normas IFRS que ha adoptado Chile para ir posicionando a la industria bancaria en los estándares de contabilidad financiera internacional.

A la fecha, es decir para el mes de noviembre, la tasa promedio de colocación se encuentra en estadísticas en la SBIF precio que se debe entender como un trade-off que cada banco logra solucionar entre tasa de interés tentadora para los clientes (con el consecuente efecto reactivador en la economía) y provisiones que necesita mantener el banco para el castigo de incobrables, que se han elevado en la crisis subprime.

Esta configuración entre estos dos factores arrojará un precio ideal que se le cobrará a los clientes, con el fin de maximizar los beneficios en la unidad estratégica de negocios denominada crédito de consumo.

Es importante entender que por la importancia que merece la industria bancaria en Chile (por ser gran incentivador o desincentivador de la economía en su totalidad), que no puede fijar esta tasa ideal por sí sola así como hay bandas de precio para el trigo y como hubo en su momento para la industria azucarera, para los bancos hay dos cotas que enmarcan necesariamente la tasa dentro de una banda de precios.

Como tope por arriba, tenemos la tasa máxima convencional que ya fue explicada en el apartado anterior y que es fija para toda institución bancaria, y por abajo se encuentra la mínima provisión que un banco debe hacer, la cual depende de cada banco pero está normada bajo el acuerdo de Basilea.

En la mezcla de los factores, tasa máxima convencional, nivel de provisiones y de capital requerido, el deseo de maximizar la utilidad de la cartera, y lógicamente ajustado a la estrategia que posee el banco, se llega al precio del cobro de interés, que es lo que veremos en la siguiente sección para poder analizar en detalle.

7.2. Bancos seleccionados para el análisis

No integramos a toda la plaza bancaria en nuestro estudio, por diversas razones que se enumeran a continuación.

Se excluyen de esta partida las casas comerciales que poseen bancos para separar en un 100% los resultados obtenidos entre casas comerciales y bancos, por esta razón quedan excluidos automáticamente los bancos, Ripley, Paris y Falabella.

Se eliminan los bancos pequeños que no alcanzan a sumar más del 0,17% de la participación del mercado, pues se busca con este estudio poder arrojar conclusiones de bancos representativos que puedan servir como elemento de decisión para el cliente representativo chileno.

Se excluyen los siguientes bancos internacionales HSBC, Rabobank y Royal Bank of Scotland, por ser bancos orientados en banca de personas de alto patrimonio y que escapan del estudio que nosotros buscamos hacer en este trabajo que está orientado a los estratos socioeconómicos medios.

Por último, se eliminó a los bancos que no otorgaban préstamos para un crédito de consumo de montos inferiores o iguales a \$1.000.000 por ser esta nuestra mínima cantidad a analizar hemos optado por eliminar estos bancos con motivo de establecer un estándar de cálculo para todos los bancos por igual con monto mínimo de préstamo (con esta medida se excluye a los bancos Itaú y Security) .

Por los cuatro argumentos anteriormente descritos se ha seleccionado a los siguientes bancos como los más representativos de la plaza para el consumidor chileno: Santander, Chile, Corpbanca, BCI, Estado y BBVA.

Estos seis bancos a la fecha totalizan una participación de mercado de un 68%, más aun si corregimos por factores de exclusión de casa comerciales y por bancos que no entregan crédito inferior a dos montos estos seis bancos representan el 74%, porcentaje que es altamente representativo de la industria bancaria y del segmento en específico que estamos abordando.

7.3. Procedimiento para la recolección de datos:

En los últimos 5 años la mayoría de los bancos de la plaza chilena han desarrollado la modalidad del simulador de crédito en línea, esto significa que para distintas líneas de negocios bancarias, como son el crédito hipotecario, el de consumo, comercial, etc. Los bancos han desarrollado una plataforma digital que cargada en la página Web del banco puede ser consultada por los clientes y no clientes de los bancos para poder cotizar un crédito bancario, es decir a través de la Web pueden consultar, preaprobar y sin ser clientes del banco hasta optar por un crédito de consumo.

Lo que hicimos en esta parte de la investigación fue visitar las distintas páginas Web de cada banco en cuestión para poder obtener una simulación bancaria de crédito de consumo, en estas simulaciones que se hacen a través del portal uno puede pactar todo tipo de condiciones y opciones que uno quiera incorporar al crédito, a continuación a modo de ejemplo se presentará la imagen digital del simulador de un crédito del banco BCI por ser la más amigable para ilustrar los conceptos hasta ahora señalados⁸.

Resultado de la simulación	
Monto final del crédito \$ Incluye impuesto y seguros	1.033.761 (*) ver detalle
<div style="border-left: 1px dashed black; border-right: 1px dashed black; border-bottom: 1px dashed black; height: 100px; margin-left: 10px;"></div>	Monto Solicitado : 1.000.000
	Impuesto : 0
	Seguros Asociados
	<input checked="" type="checkbox"/> Cuota Segura por Cesantía o Incapacidad Temporal : 15.506
	<input checked="" type="checkbox"/> Desgravamen : 4.962
	<input checked="" type="checkbox"/> Doble Capital : 3.205
	<input checked="" type="checkbox"/> Cuota Segura por Enfermedades Graves : 4.429
<input checked="" type="checkbox"/> Cuota Segura por Hospitalización : 5.659	
Plazo total del crédito Incluye meses de gracia y no pago	12 meses ver calendario 
Tasa de Interés	2,47 %
Tasa de Interés especial internet	2,06 % Desc. Acumulado 5,00 % ←
Monto cuota Mensual \$	97.615

Fuente: Simulación on line, banco BCI.

Para acceder a un recuadro como el que se muestra aquí arriba la persona que solicita el crédito debe acceder a la página Web del banco en el cual desea cotizar el

⁸ Para acceder a la simulación visite <http://www.bci.cl/personas/multicredito/index.html>

producto y llenar un formulario con los dos datos esenciales: monto del crédito deseado y plazo para pagar el crédito.

Con estos dos datos más el Rut y algún otro dato, puede Ud. Obtener una ventana como esta que arroje el cálculo de su cuota, la tasa de interés, el precio de los seguros etc. Y con esto ya podrá cotizar los distintos productos que el banco le ofrece.

Estos pasos son a modo de ilustración para un lector que no se está familiarizado con la industria bancaria o que no ha cotizado suficientes veces estos productos. Lo que a continuación pretender hacer esta investigación, es mostrar los principales resultados obtenidos producto de la cotización continua de los seis bancos seleccionados, de créditos de consumo para los montos de \$1.000.000, \$3.000.000 y \$5.000.000 de pesos, pagaderos en plazos de 12, 18, 24 y 36 meses.

Antes de mostrar los resultados obtenidos debemos reparar en los siguientes puntos para limpiar y mostrar el alcance del análisis realizado.

Los simuladores por lo general tienen dos etapas, en la primera es una simulación que no aplican los datos personales de la persona, de estos datos los bancos pueden extraer información personalizada del consumidor, con la cual pueden hacer más precisa su estimación de probabilidad de pago del crédito y por lo tanto su consecuente ofrecimiento o rechazo del producto. Esta investigación solo alcanza el simulador en su etapa inicial donde la condición de aprobación para el público es general y no particular, pues esto no se puede generalizar a la población.

Los resultados que se presentaran a continuación han eliminado de su estudio, todos los seguros excepto el de desgravamen, por las siguientes razones: el exceso de seguros responde a la coyuntura de la crisis sub prime que sus efectos se disiparán el segundo semestre del año 2010, por lo tanto para que sea un estudio transversal se eliminaron (aun cuando habrá un apartado en el trabajo que explique en qué consisten y la distorsión que presentan para el mercado), se optó por incluir el de desgravamen por que aun cuando no es obligatorio como ocurre en el crédito hipotecario, es altamente aceptado y no coyunturalmente explotado, por lo cual sí sirve para el análisis general que se busca en esta investigación.

Realizados estos alcances, se presentan ahora los resultados de la investigación del crédito de consumo en la industria bancaria de Chile.

7.4. Resultados encontrados para los Bancos

Los siguientes resultados tienen por fecha de análisis la segunda quincena del mes de octubre, la cotización completas de las tablas se pueden ver en el anexo N°1, a

continuación se presenta una síntesis de los resultados obtenidos bajo la restricción de que los valores están explicitados en tasa informada, en la próxima sección se hará el cálculo de la tasa efectiva del préstamo.

Tabla con resumen de los resultados con Respecto a los Plazos

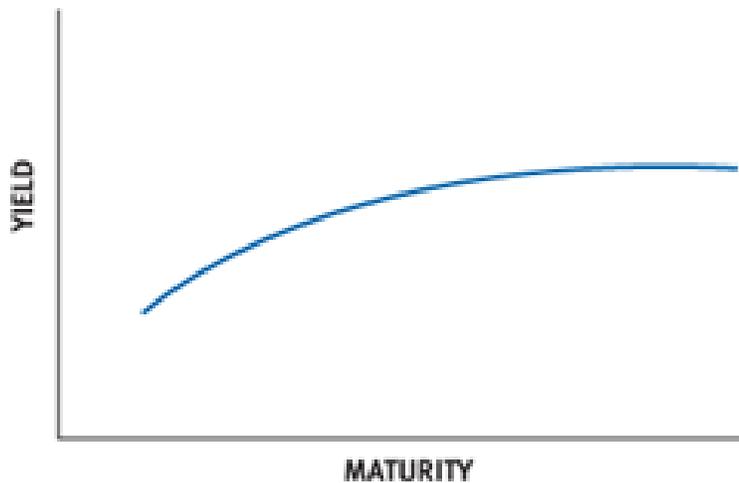
plazo/ interés informado	Santander	Chile	BBVA	Estado	BCI	Corpbanca
12 meses	2,137%	2,16%	1,32%	0,49%	2,15%	1,69%
18 meses	2,137%	2,22%	1,51%	0,49%	2,15%	1,74%
24 meses	2,137%	2,22%	1,51%	0,49%	2,15%	1,74%
36 meses	2,137%	2,29%	1,64%	0,49%	2,15%	1,82%

Como podemos apreciar en la tabla adjunta se ven dos patrones reiterativos entre los seis bancos seleccionados, podemos apreciar el primer grupo conformado por el Banco de Chile, BBVA, y Corpbanca que muestran una correlación positiva entre plazo y tasa de interés lo que significa que a medida que el plazo aumenta también lo hará la tasa de interés, esta es la conducta esperable de un banco.

Ahora bien ¿por qué esto debiese ser esperable para el consumidor? Para responder esta interrogante citaremos el estudio realizado por el Banco Central que consta con fecha marzo 1996, “ ... por lo general la curva de rendimientos tiene esta forma (ascendente), lo que indica que los inversionistas (accionistas del retail) requieren mayores rendimientos para vencimientos de más largo plazo,..... esto se debe al hecho de que los inversionistas no están seguros de los movimientos futuros de tasas de interés y desean ser compensados por la mayor incertidumbre...”

Existen otras hipótesis con relación a la curva de rendimiento de los bonos que establece que ciertos inversionistas no son indiferentes entre los plazos de la deuda, algunos siempre prefieren deuda a largo plazo y otros la deuda con duración corta, es decir, dos bonos de distinta madurez, no son perfectamente sustitutos entre sí, porque los inversionistas tienen preferencias muy marcadas en relación a esto. Esta es la teoría conocida como del hábitat preferido.

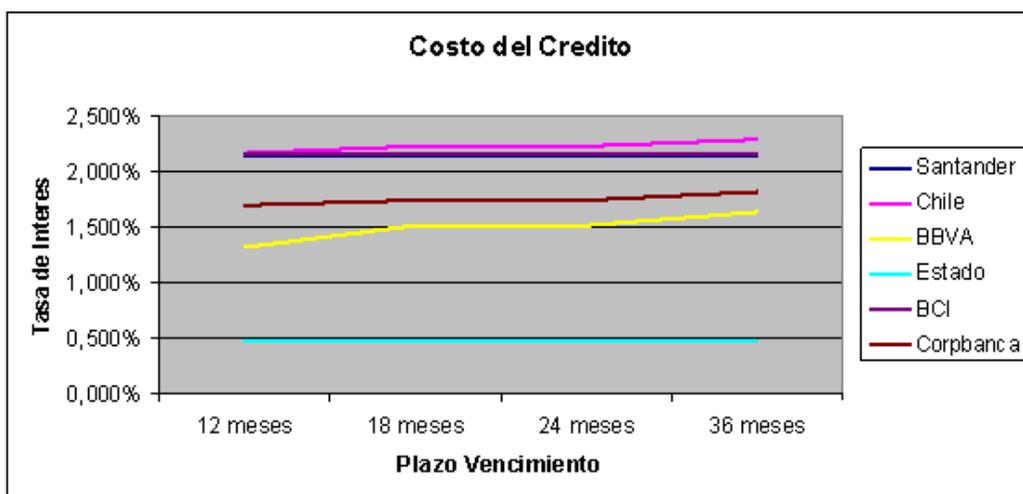
Curva de rendimiento bajo escenario económico estable



Si bien esta es la definición de la Yield curve, nos sirve para entender un fenómeno similar que le ocurre a los banqueros, que es que a mayor plazo otorgado el crédito, mayor es la incertidumbre del pago del mismo, que crece producto de factores propios de la condición de pago del deudor, como por factores externos económicos, por ejemplo una crisis financiera como la sub prime.

Lo particular entonces es por qué los bancos Estado, BCI y Santander aplican una política de precios constante es decir los plazos no afectan su tasa de interés, la respuesta a esto puede venir de diversas índoles, lo más probable es que Banco Estado por su rol reactivador de la economía fije tasas simples y bajas lo cual es consecuente mostrando el precio de interés más bajo de la industria, los bancos Santander y BCI podrían estar respondiendo a esta agresiva baja de la misma manera o ser solo una estrategia comercial por poco tiempo, este análisis, sin embargo, no pretende explicar estas causas si no solo busca mostrar las diferencia existentes en la industria bancaria para poder compararla con las tasas ofrecidas en las casa comerciales.

A continuación se presenta la gráfica comparativa de tasas informadas en función del plazo para los seis bancos



Fuente: Elaboración propia.

Como mencionamos anteriormente existen bancos que muestran tasas constantes y al alza, lo que no ocurrirá es que existan tasas a la baja, eso no tendría ningún sentido para el negocio. Los bancos ordenados de menor a mayor costo en plazo para préstamo de \$1.000.000 de pesos el ranking son:

- 1- Banco estado.
- 2- BBVA.
- 3- Corpbanca.
- 4- Santander.
- 5- BCI.
- 6- Chile.

7.5. Resultados con Respecto a los Montos Otorgados

Para este cálculo se escogió 24 meses plazo como estándar fijo a replicar en los seis bancos, lo que arrojó los siguientes resultados sintetizados en la tabla:

Monto/Banco	Santander	Chile	BBVA	Estado	BCI	Corpbanca
1.000.000	2,14%	2,22%	1,51%	0,49%	2,26%	1,74%
3.000.000	2,14%	1,53%	1,36%	0,49%	2,26%	1,55%
5.000.000	1,72%	1,53%	1,29%	0,49%	1,92%	1,53%

A diferencia de la tabla anterior podemos ver que todos los bancos con la excepción exclusiva del Banco Estado, bajan sus tasas de interés a medida que el monto del crédito aumenta.

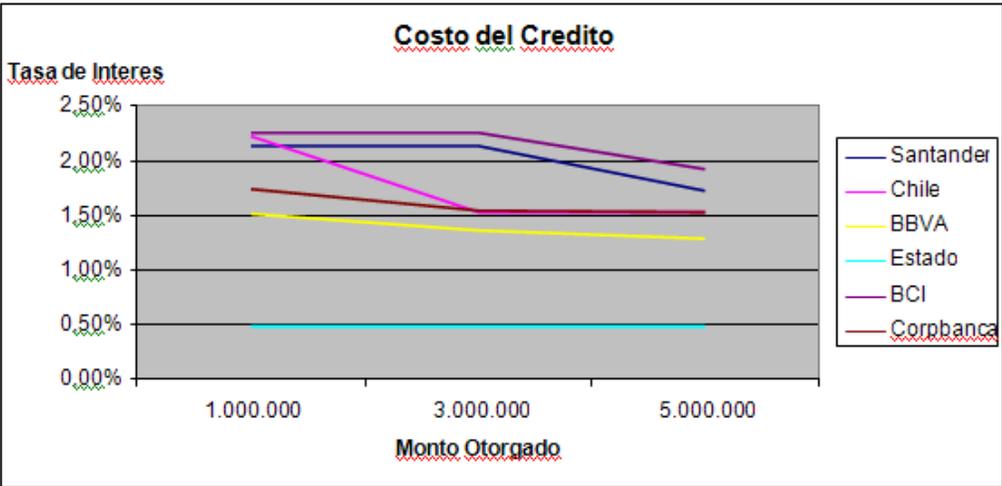
La conducta de Banco Estado, es peculiar y lo más probable es que una vez más responda a políticas establecidas por el gobierno de Chile, con el rol reactivador que mencionamos anteriormente.

¿Por qué ocurre que a medida que el monto del crédito aumenta las tasas disminuyen para un plazo fijo? Esto se entiende por la lógica de que al menos de manera estadística el simulador del crédito como solo ve números y no calidad del deudor en conceptos cualitativos del cliente, el simulador deja constante la credibilidad de pago para cada potencial deudor, lo cual origina que frente al mismo plazo el riesgo disminuye con una deuda más grande, hágase Ud. la siguiente pregunta ¿qué consumidor me demuestra un menor riesgo, uno que es capaz de pagar 5.000.000 en dos años o uno que solo puede pagar 1.000.000 en dos años?, si no le queda claro desde este enfoque puede intentar con la siguiente reflexión: dos clientes van a un banco y uno necesita 2 años para pagar 1 y el otro en el mismo tiempo me devuelve 5, cuál representa un mayor riesgo de no pago, bueno la respuesta estadística a esta pregunta es que el cliente 1 es menos riesgoso.

El error en el que se incurre aquí es en el solo análisis matemático estadístico que se realiza aquí, por eso los simuladores de crédito poseen dos niveles uno que es matemático-financiero y uno segundo que es cualitativo y hace preguntas sobre la calidad del deudor, como mencionamos en un comienzo este segundo nivel es particular y no general razón por la cual no entraremos en detalle al respecto.

Este resultado entonces es congruente con la realidad, es decir en un plazo fijo a mayor monto solicitado menor será la tasa de interés, pero con la restricción de que el riesgo asociado al deudor es considerado constante por el simulador sino el cálculo sería muy engorroso.

A continuación se presenta la gráfica que ilustra la situación descrita:



Fuente: Elaboración propia.

Este comportamiento se replica para plazos de 12, 24, 36 meses respectivamente, a continuación se presenta el ranking de menor a mayor costo en base a los conceptos recién discutidos:

- 1- Banco Estado.
- 2- BBVA.
- 3- Corpbanca.
- 4- Chile.
- 5- Santander.
- 6- BCI.

Podemos entonces resumir los resultados hasta aquí encontrados de la siguiente manera. Existe una correlación positiva entre el precio del crédito y el plazo del mismo, y existe una correlación negativa entre el precio del crédito y el monto del crédito para un plazo dado, si bien esto no se cumple en todos los bancos siendo la excepción en ambas situaciones solamente el Banco Estado, su respuesta no es consistente con la teoría financiera, ni con los objetivos de maximización de utilidades de un banco como tampoco a política eficientes de riesgo estipuladas incluso en el documento de Basilea I y II, con lo cual los resultados obtenidos vemos que responden también a aspectos estratégicos que cada banco crea pertinentes en sus objetivos.

7.6 Resultado con respecto a la tasa efectiva

La metodología que se aplicó para obtener los datos fue la misma que se empleó para la obtención de las casas comerciales, es decir se calculó la “tasa calculada” de interés para cada banco seleccionando, en este sentido, al banco con el precio de gastos más bajo. En este caso correspondió el Banco Corpbanca, que mostró en su simulador cero gastos, el monto neto de gastos más barato fue equivalente a los valores \$1.000.000, \$3.000.000, y \$5.000.000 de pesos, con lo cual podemos ver una forma alternativa de cálculo de tasa equivalente con cada banco de manera individual con respecto a su valor de “montos iniciales” prestados, pues son también \$1.000.000, \$3.000.000 y \$5.000.000 de pesos respectivamente.

A continuación se presentará una tabla con la síntesis de los resultados obtenidos para los seis bancos seleccionados de la plaza con fecha primera quincena del mes de Octubre del presente año.

Plazos/Banco	Santander			BBVA			Estado		
	1MM	3MM	5MM	1MM	3MM	5MM	1MM	3MM	5MM
12	2,26%	2,24%	1,82%	1,55%	1,49%	1,41%	0,57%	0,56%	0,56%
18	2,25%	2,24%	1,82%	1,75%	1,58%	1,51%	0,58%	0,58%	0,58%
24	2,25%	2,24%	1,83%	1,70%	1,54%	1,46%	0,56%	0,56%	0,56%
36	2,26%	2,25%	1,83%	1,79%	1,62%	1,53%	0,78%	0,78%	0,78%

Plazos/Banco	Chile			BCI			Corpbanca		
Montos	1MM	3MM	5MM	1MM	3MM	5MM	1MM	3MM	5MM
12	2,28%	1,61%	1,60%	2,60%	2,49%	2,11%	1,72%	1,58%	1,43%
18	2,35%	1,64%	1,64%	2,62%	2,50%	2,12%	1,77%	1,72%	1,58%
24	2,33%	1,62%	1,62%	2,52%	2,40%	2,01%	1,77%	1,72%	1,57%
36	2,33%	1,62%	1,62%	2,52%	2,40%	2,00%	1,77%	1,77%	1,72%

Para entender los datos expuestos aquí debemos explicar primeramente que fue el Banco Corpbanca el que presentó los mínimos gastos, que fueron cero, por lo tanto como sabemos que el precio más barato es el de este banco se toman como precio base para aplicar la metodología de la “tasa calculada” con respecto al resto de los bancos de la plaza. Para Corpbanca deben coincidir las tasas informadas con las calculadas y para el resto de los bancos debe existir diferencia entre las calculadas y las informadas, situación que se revela a continuación.

Corpbanca	Tasa Informada			Tasa Calculada		
monto/plazo	1MM	3MM	5MM	1MM	3MM	5MM
12	1,690%	1,550%	1,410%	1,718%	1,575%	1,433%
18	1,740%	1,690%	1,550%	1,768%	1,717%	1,575%
24	1,740%	1,690%	1,550%	1,766%	1,716%	1,373%
36	1,820%	1,740%	1,690%	0,097%	1,766%	1,715%

Como podemos apreciar en la tabla de arriba, los valores no se repiten en ambos lados de la tabla, lo que sugiere que existe una diferencia entre el valor informado y el valor calculado de las tasas. Una situación de este tipo se puede deber a las siguientes causas:

- a) **Error en el cálculo:** puede ser que haya habido un error de cálculo por parte del simulador, puede ser que al momento de la obtención de datos el sistema haya sufrido algún inconveniente y no haya hecho bien los cálculos.
- b) **Diferencia en las metodologías:** puede ser que la cuota se haya calculado en base a capitalización simple de los intereses dado que sabemos que el simulador muestra las tasas de interés simples y no compuestas, lo cual confunde al consumidor pues no es la realidad, Windows trabaja por default con tasa compuesta, por lo que esto podría ser causa de diferencia en decimales.
- c) **Información no revelada/informada:** puede ser que aun cuando el simulador no muestre ningún tipo de gasto en la Web (seguros, notarios, impuestos, etc.) puede ser que de todas formas el préstamo se otorgue con alguno de estos gastos, lo que implicaría que el simulador no es 100% representativo del crédito real otorgado a público.

Para el resto de los bancos es esperable una diferencia en la tasa calculada y la informada pues debido a los gastos del préstamo (notario, seguro, impuesto, etc.) existen diferencias entre la calculada y la informada, a modo de síntesis solo se presenta la diferencia en tasas para préstamos de \$1.000.000 de pesos a 12 meses plazo. (La información completa se podrá revisar en las tablas en los anexos)

	Santander		BBVA		Estado		Chile		BCI	
	Calc.	Inf.	Calc.	Inf.	Calc.	Inf.	Calc.	Inf.	Calc.	Inf.
Tasa	2,26%	2,14%	1,55%	1,32%	0,57%	0,49%	2,28%	2,16%	2,60%	2,15%
Diferencia	0,12%		0,23%		0,08%		0,12%		0,45%	

Como podemos apreciar en la tabla resumen, era esperable que hubiese diferencias entre las tasas calculadas e informadas, ahora lo que no era evidente en lo absoluto es la disparidad de diferencias de tasas que podemos encontrar, con esta tabla podemos confeccionar un ranking bancario sobre cual de los bancos es el que se aleja más de la tasa informada, es decir a mayor diferencia menos acercado a la realidad del costo será el banco.

A modo de ejemplo, si uno va al banco BBVA y pide un préstamo por \$1.000.000 de pesos, el ejecutivo o en este caso el simulador le precisará que la tasa de interés que se le cobrará por el préstamo es de un 1,32% mensual, cuando en realidad en base a la metodología de la “tasa calculada” lo que se le cobrará por este préstamo es de 1,55% mensual.

Esto deja de manifiesto que si bien los bancos informan una tasa, el costo real del préstamo será distinto pues la tasa realmente pagada por los clientes será la tasa calculada. Como ya hemos mencionado, la diferencia radica en los gastos en los que incurre la persona, producto de que el banco le impone impuestos, seguros, notarios, etc.

Con estos gastos el banco infla el monto por el cual solicita el crédito la persona, por lo que debido al ENFOQUE FUNDAMENTAL (que será explicado en el apartado de distorsiones) el préstamo baja de manera artificial la tasa de interés.

El ranking de bancos en cuanto a lejanía de la tasa informada, es decir que dicen que cobran menos interés, pero en realidad cobran más, se confecciona a continuación. Con la posición 1 “rankeamos” al banco más tergiversador de la tasa cobrada o que más caro cobra con respecto a lo que informa en cuanto a tasa de interés (no cuotas) y con posición 5 al más cercano a la realidad.

Ranking de tasa informada v/s tasa calculada.

- 1- BCI.
- 2- BBVA.
- 3- Santander y Chile.
- 4- Estado.

Este ranking deja ver que el banco más alejado de la tasa efectiva es el Banco BCI, mientras que el más cercano pasa a ser el Banco Estado. Este ranking no busca enjuiciar a los bancos en su calidad de integridad, calidad, servicio y forma de cálculo legítima de sus tasas de interés, solo busca posicionarlos de manera adecuada en base a la metodología de la tasa calculada. En ningún sentido se pretende enmascarar a los bancos de sinvergüenzas ni otro apelativo parecido, pues como hemos dicho cada banco puede tener su propia política de seguros, gastos, impuestos, etc. como lo desee en base a su estrategia comercial entre otras cosas.

Este ranking sí logra predecir con gran efectividad, eso sí, cuáles bancos dicen una tasa, pero en realidad cobran otra y la magnitud de su diferencia de tasas, lo cual se pudo obtener gracias a la metodología de la tasa calculada que se utilizó para fines ilustrativos y explicativos en esta investigación.

7.7. Distorsiones en la industria bancaria.

En este apartado describiremos y enjuiciaremos las principales distorsiones que existen en la industria del crédito de consumo, presentes en nuestro país, estas son de tipo local es decir no necesariamente se repiten en otros países, procederemos a el desarrollo de estas distorsiones separándolas por sector que ofrece el crédito en cuestión.

Para poder entender las distorsiones al costo y características del crédito debemos precisar los siguientes conceptos, que han sido recopilados del documento de trabajo Evolución del Costo del Crédito Comercial realizado por Nassir Sapag Chain y Ana María Alarcón Araya, que han sido debidamente adaptados para explicar las características del préstamo bancario.

ENFOQUE FUNDAMENTAL.

En un análisis comparativo entre bancos, es muy relevante entender la relación entre la tasa de interés y el precio del préstamo. Dos bancos podrían ofrecer un crédito del mismo monto, con el mismo número de cuotas y características del contrato, sin embargo la tasa de interés será diferente si el precio neto de gastos involucrados es distinto. A mayor precio neto de gastos, menor será la tasa de interés. Por ejemplo si el préstamo es de seis cuotas iguales de \$350.000 pesos cada una, un banco que ofrezca un precio neto de gastos de \$1.500.000 pesos mostrara una tasa de interés de 10,55%, mientras que otro que ofrezca un precio neto de gastos de \$1.800.000 mostrara una tasa de solo un 4,59%.

Desprendemos entonces que si los bancos hacen préstamos de \$1.000.000 pesos habrá que entender que gastos nos hacen alejarnos de ese valor inicial y el impacto consecuente que tendrán en la tasa del crédito.

Esto da pie para analizar Las siguientes cuatro distorsiones relacionadas al enfoque fundamental recién expuesto, estas distorsiones se encuentran ordenadas en grado de importancia o efecto distorsionador del costo y características de los créditos en general.

En la industria bancaria:

a) tasa anual del crédito

A lo largo de esta investigación constatamos que esta es la falta mas grave y visible para el consumidor y que logra confundir al consumidor con gran facilidad, sobre todo para el consumidor promedio representativo que no tiene por que ser un experto en temas financieros.

El crédito aparece representado por los bancos: Corpbanca, BCI, Chile, Estado y Santander , (solo el banco BBVA no incorpora tasa anual en simulador, por lo cual queda exenta de la siguiente critica) a tasas mensuales y a tasas anuales simples, en vez de ser mostradas compuestas como son cobradas en la realidad, lo que significa que el consumidor es tentado con una cifra de interés menor a la que en realidad desembolsara si pacta cerrar el préstamo con el banco.

A modo de ejemplo mostramos la diferencia entre la tasa simple y la compuesta, supongamos que a uno le dicen que la tasa de interés mensual es 1,5% y que la tasa anual es de 12,18%, esta tasa es la informada por el banco como una tasa simple, pero en realidad el banco presta a tasa compuesta lo que significa un cobro verdadero de tasa informada de 19,56%, lo que nos arroja una diferencia de 7,38% de tasa de interés, esto es una tremenda distorsión al costo del crédito otorgado, por que en vez de que una persona le deba al banco \$1.121.800 pesos, la deuda final pasa a ser de \$1.195.600 pesos, o sea estamos hablando que el crédito se encareció en \$73.800 pesos.

La formula que muestra la diferencia es la siguiente:

INTERES SIMPLE: $(1+R)*12$ Y INTERES COMPUESTO $(1+R)^{12}$

b) Tasa informada sobre “monto bruto”

Cuando Ud. Cotiza en los bancos: Santander, BBVA, Estado, BCI (quedan fuera de esta critica los bancos Chile y BCI por no poner el monto final o bruto del credito en el caso del primero y por no tener gastos en otorgación del credito para el segundo), la tasa que informa la página Web es calculada sobre el monto final del crédito, a continuación explicaremos que impacto tiene esto.

En la mayoría de los bancos los créditos tienen ciertos gastos, lo que implica que Ud. Si quiere pedir por ejemplo \$1.000.000 de pesos no le será realmente otorgada esa cantidad o si esta fuese entregada Ud. De todas formas deberá incurrir en gastos lo que

implica que Ud. Tendrá menos dinero del solicitado dentro de estos gastos como se explico anteriormente están gastos en: seguros, notarios, impuestos, comisiones etc. (cada banco fija sus propios gastos por la originacion del crédito).

Esto por si mismo no es un problema en lo absoluto, la complicación viene dado de que estos gastos el banco los suma al valor que uno realmente desea teniendo como efecto la disminución de la tasa de interés cobrada de manera artificial, a continuación se simula una situación ejemplo.

SITUACIÓN SIMULADA

Ud. Se dirige al banco de Pepeslavo, pide un crédito por un monto de \$1.000.000 pesos y el banco le ofrece pagar en 12 cuotas iguales, pero le dice que tiene que incurrir en gastos de comisión, impuesto y seguro por un monto de \$25.000 pesos, con lo cual el banco le dice a Ud. Que su monto final es de \$1.025.000 pesos y le calcula su tasa de 1,5% anual sobre este valor final, sin embargo lo que Ud. Pidió fue \$1.000.000 de pesos por lo tanto su tasa efectiva a pagar será mayor a 1,5 será 1,69%, lo cual son casi 0,2 puntos porcentuales que son significativos asumiendo un gasto solo de \$25.000, con lo cual estamos hablando de una diferencia de mas de \$24.000 pesos en el costo de otorgación de un crédito.

Esta distorsión con la anterior afectan directamente el costo cobrado al crédito de consumo, y son dos triquiñuelas que emplean los bancos para simular una tasa de interés mas baja al consumidor que finalmente, perjudica tanto a los consumidores como a los mismos bancos, el consumidor porque queda confundido cuando le plantean una realidad desordenada y no fidedigna con sus desembolsos reales y el banco al mostrar esta realidad no logra dimensionar la real capacidad de pago del cliente.

Finalmente el consumidor opta por precisar el monto de la cuota, a modo de no enredarse en tecnicismos, pero muchas veces la misma cuota viene calculada como hemos expuesto aquí en base al monto final y además con una tasa simple de capitalización siendo finalmente una cuota que no representa el verdadero valor del crédito.

c) **Aseguradoras y Bancos del mismo dueño:**

La tercera distorsión afecta también al costo del crédito otorgado por los bancos pero de manera indirecta a los seis bancos pues poseen sus propias compañías de seguros donde venden entre otros seguros alicientes al crédito: el seguro de desgravamen, de cesantía, de invalidez, de doble capital, etc.

Si bien estos seguros son voluntarios, no existe una libertad de competencia en este segmento de la economía, pues cuando uno escoge al banco BCI, se debe asegurar con el Banco BCI o con una corredora de seguros independiente, como este tramite es mas

engorroso (corredora independiente del banco prestamista) el cliente la mayoría de las veces opta por asegurarse con el mismo banco que le otorgo el préstamo, lo ideal en este esquema seria liberalizar la industria de forma que el consumidor sea capaz de elegir tanto al prestamista como al asegurador de forma que compitan en precio las aseguradoras para poder captar clientes, lo cual haría bajar el precio de los seguros pues como son comodities no existe muchas diferenciación, lo cual haría descender la tasa del crédito y el valor neto finalizado al terminar el periodo. Como ejemplo uno podría acceder a un seguro en el banco BCI y pedir el dinero en el BBVA, los bancos la mayoría de las veces disminuyen los beneficios de los deudores si se aseguran con otro banco de la plaza.

d) Seguros en periodo de crisis Sub Prime:

La ultima distorsión analizada en esta investigación en la industria bancaria, es la mas indirecta de todas y que se esta ha hecho presente en la industria desde enero de 2009 y que no se sabe con certeza hasta cuando se prolongara pero se cree que hasta el ultimo trimestre del año 2010, un boom explosivo de seguros, que aprovechan los bancos para poder aumentar los gastos del crédito, con su consecuente aumento de tasas, lo cual han aceptado e incorporado muchos consumidores producto de la mayor incertidumbre que viven con respecto a sus empleos.

Con tasas de desempleo bordeando los dos dígitos y con el nivel de desaceleración que el país a alcanzado, aun cuando las perspectivas económicas internacionales dicen que chile será de los primeros países en poder volver a proponerse en marcha con niveles de productividad previo a la crisis mundial, el trabajador y cliente representativo de este estudio ha resentido la crisis, simbolismos de estos son las dificultades del sector salmonero, la paralización el aplazamiento en las obras de Costanera Center, entre muchos otros, los cuales han hecho que el cliente opte por estos seguros como manera de sentirse mas confiado, aun cuando estos son coyunturales y con precios exacerbados productos de que los bancos saben que los consumidores frente a esta situación es inelástico.

Estos seguros son una distorsión porque se mantendrán ofrecidos y a la vez solicitados durante el periodo post crisis, como esta situación es estacional, los precio son mayores y el consumidor no tiene opción,(producto de la incertidumbre y porque además no puede elegir donde asegurarse), a diferencia por ejemplo de un seguro de salud que no es estacional, es mas en caso de sufrir enfermedad grave como cáncer el paciente no se puede cambiar de compañía, todo lo contrario ocurre acá en periodo de crisis es cuando recurre al seguro, es decir recurre al seguro en periodo de “catástrofe” lo cual por ley económica de oferta y demanda, presionara al alza de los precios por parte del consumidor.

CAPÍTULO 8

Conclusiones y propuestas finales

Luego de esta investigación podemos concluir que existen una serie de elementos que definen a la industria bancaria y el crédito de consumo en general, a continuación se expondrá un listado con las conclusiones obtenidas en dicha investigación.

- 1- Al analizar las casas comerciales con sus costos respectivos en las tasas de interés para los meses Septiembre-Noviembre, pudimos corroborar que Falabella tiene el menor costo de tasa informada en vitrina, como también en tasa calculada, metodología que incorpora las diferencias de precios entre las casas. Esto significa que Falabella expone el precio más bajo contado en promedio para los productos analizados.
- 2- Así como Falabella muestra los costos por conceptos de interés más bajos, Johnsons es la casa comercial más cara, es decir posee en promedio para el periodo Septiembre-Noviembre muestra las tasas de interés más altas, los componentes que determinan estas altas tasas no solo responden a objetivos de rentabilidad, es sabido que el enfoque de Johnsons es a estratos socio económicos más masivos lo que implica también percibir un riesgo mayor de cartera, componente fundamental a la hora de decidir una política de precios por parte de Johnsons.
- 3- El banco que exhibe los menores gastos asociados a la otorgación de un préstamo es el banco Corpbanca, de todas formas la tasa calculada con la informada no eran exactamente iguales por lo que algún distorsión de parte del banco existe pues no representan la realidad 100% ajustada, por contrapartida el banco BCI es el que exhibe una mayor diferencia entre tasa calculada y equivalente.
- 4- Banco Estado aparece como la entidad financiera estrictamente más barata de la plaza tanto en tasa informada como tasa calculada es decir para la primera quincena de Octubre es el banco con menor costo de tasa de interés en todos los montos y plazos, esto producto de la crisis económica vivida recientemente y por su rol reactivador en el presente año. Por su lado el banco BCI es el más caro de la plaza con respecto a la metodología de tasa calculada para todos los plazos y cuotas de manera estricta, lo cual responde a diversos factores pero principalmente al trade off entre riesgo y rentabilidad de la cartera.

- 5- Comparando la industria bancaria con la industria de las casa comerciales podemos decir que en promedio la industria comercial es más cara que la industria bancaria, si bien hemos comparados las tasas informadas y calculadas de ambas industrias, esta la restricción de los montos en cuestión que son mucho más bajos en las casa comerciales que en los bancos, en promedio los montos de banco equivalían a \$3.000.000 y en casas comerciales \$200.000.
- 6- La industria del crédito tanto bancario como comercial se caracteriza por dos cosas: La inmediatez en las necesidades de un público que compra sin tener dinero y con grandes necesidades de crédito inmediato y una gran segmentación en ambos mercados: por un lado los bancos exigen grandes requerimientos lo que origina un trámite lento y engorroso, las casas comerciales, por otro lado, entregan crédito de manera inmediata con sus tarjetas. El resultado es que los consumidores terminan pagando el crédito a un precio muy alto: Solo a modo de ejemplo la tasa a 6 meses de informada por Falabella, que es la más barata, de un 3,4% representa una tasa de un 50% anual si se compone, esto sin considerar los gastos asociados a la mantención y los seguros.
- 7- En el desarrollo del trabajo hemos podido notar, al compararlo con estudios anteriores, que la diferencia de tasas de interés entre casas comerciales y entidades bancarias ha ido disminuyendo a través del tiempo, en base a una mayor competencia y un mayor acceso por parte de las personas a estos créditos. Asimismo estas mismas casas comerciales han creado sus propios bancos, independiente a sus tarjetas, lo que ha ayudado a bajar las tasas por el mayor conocimiento de la industria.

En términos generales, y en base a toda la información recopilada en este estudio, podemos decir que el mercado de créditos de consumo se encuentra en un proceso de paulatina convergencia hacia menores costos y una mayor diversificación en la oferta. Esto, no obstante, no ha estado ausente de polémicas originado por la falta de transparencia en la información desplegada por los Bancos y las casas comerciales hacia los consumidores. Creemos que la solución a este problema no pasa por una mayor grado fiscalización hacia estas entidades y restricciones en la industria, sino más bien por reforzar ciertos estándares y mejores prácticas que nos parecen impactarán de manera positiva el desempeño de esta industria y rebajarán los costos finales de los usuarios de los créditos.

O sea, lo que queremos resaltar es una mayor educación al consumidor, que se informe adecuadamente sobre lo que se está cobrando, y que hayan instancias o páginas web (como lo está haciendo ahora www.bancafacil.cl) que permitan acceder y aprender sobre estos temas para que posteriormente no hayan problemas con los cobros y con la

capacidad de pago de cada consumidor. El problema no es solamente de estas empresas, sino que es un tema país, en el que se conjuga entidades fiscalizadoras, las empresas en cuestión y la sociedad. Por lo anterior, un punto y base importante es lograr un consumidor más educado respecto a estos temas.

Propuestas finales

Actualmente existe mucha presión en las empresas por parte de sus trabajadores para aumentar los beneficios y los sueldos que perciben. La razón de esto es el alto endeudamiento que tienen estos trabajadores producto de las altas deudas contraídas. Lo que están haciendo muchas empresas ante este problema es actuar proactivamente ante esta situación mediante convenios con los bancos comerciales para conseguir productos crediticios más baratos para sus trabajadores. Un ejemplo de lo que están haciendo las grandes empresas para mejorar los costos asociados al crédito que enfrentan sus trabajadores son los créditos de consolidación de deuda que es un crédito que entrega un banco comercial que tiene convenio con la empresa a los trabajadores que tienen cierta antigüedad.

Este ha sido el camino seguido por grandes empresas como la Compañía Manufacturera de papeles y Cartones en convenio con el BBVA en Chile. La tasa de estos créditos son tan bajas como un 0,69% mensual dependiendo del número de cuotas que comprenda este crédito.

Pero lo más importante es que existan instancias para que el consumidor se pueda informar constantemente y un actuar más potente de los mismos bancos respecto a los créditos de consumo.

Asimismo siempre va a convenir ahorrar y posteriormente comprar que comprar con crédito pagando altos intereses

Referencias Bibliográficas

Nassir Sapag Chai, Ana María Alarcón Araya, Evolución del costo del crédito comercial: mayo 1987 - mayo 1988.

Andrea Amar, Alejandra Islas, Paula Kerestegian: Seminario de título: "Créditos de consumo: comparación entre sector financiero y comercial". Universidad de Chile, Facultad economía y negocios. Diciembre 2001.

Eugenio Ortega R., Pedro Güell V., Norbert Lechner B., Rodrigo Márquez A., Soledad Godoy: Desarrollo Humano en Chile Vol.1. Nosotros los chilenos: un desafío Cultural, LOM ediciones, 2004.

Paula Barros, EL endeudamiento de los chilenos, elementos para el análisis.

Iñigo Maza Gazmuri, ¿llegar y llevar? Una mirada al crédito de las casas comerciales.

Superintendencia de Bancos e instituciones financieras, información financiera, 2009.

Código Civil, edición oficial. Ministerios de Justicia 1993.

Ley Nº19496, "Sobre protección de los derechos de los consumidores".

Banco Central de Chile, informe de estabilidad financiera septiembre de 2007, Marzo 2009.

Centro de Microdatos de la Universidad de Chile, Encuesta Financiera de Hogares del 2007

Anexo Nº1 TASAS INFORMADAS Y CALCULADAS POR PRODUCTO, CASA COMERCIAL Y Nº CUOTAS

Casa Comercial	Falabella	Ripley	Paris	La polar	Johnsons	T.informada		T.informada		T.informada		T.informada		T.informada		T.calculada	T.calculada	T.calculada	T.calculada
						Falabella	Ripley	Paris	La polar	Johnsons	Falabella	Ripley	Paris	La polar	Johnsons				
NOTEBOOK COMPACTO CQ40-50SLA	399990	419990	449990	399990	409990														
precio internet	387990	349990	387990	399990	409990														
cuotas																			
	6	65682	83890	76663															
	12	37937	34534	40746															
	18	27147	24806	27031	29504	36105	2,500%	2,700%	2,500%	3,171%	5,374%	3,777%	2,700%	2,700%	3,724%	4,813%	7,518%		
	24	20028	17677	19146	22438														
	30		14781	15928	20701														
	36	14712	12865	13794	16696	23622	1,789%	1,600%	1,400%	2,391%	4,633%	2,437%	1,600%	1,600%	2,028%	3,275%			
Sony Pantalla LCD XLV-26L500	279990	279990	319990	279990	279990														
precio internet	249990	279990	279990	279990	271590														
cuotas																			
	6	46593	52170	60538	53663														
	12	24444	27430	27130	28522														
	18	17491	19703	19507	20653	23978	2,549%	2,700%	2,500%	3,171%	5,407%	2,549%	3,972%	3,850%	4,558%	6,509%			
	24	12904	14040	13816	15707														
	30		11740	11494	14491														
	36	9479	10218	9955	11687														
Consola Nintendo Wii	199990	259990	299990	199990	259990														
precio internet	189990	189990	199990	189990	252190														
cuotas																			
	6	35410	35655	43241	36414														
	12	18577	18860	19567	19354														
	18	13293	13581	14006	14014	22178	2,549%	2,800%	2,560%	3,171%	5,356%	2,549%	2,800%	3,164%	3,171%	9,329%			
	24	9807	10045	10336	10658														
	30		8483	8686	9833														
	36	7204	7454	7596	7930														
Microondas Somelia Microonda	42990	42990	44900	42990	42990														
precio internet	37990	39990	41590	38790	42990														
cuotas																			
	6	7080	7505	8992	7434														
	12	3714	3970	4069	3951														
	18	2658	2859	2913	2861	3805	2,549%	2,800%	2,562%	3,170%	5,440%	2,549%	3,411%	3,637%	3,419%	7,104%			
	24	1961	2114	2149	2176														
	30		1786	1806	2007														
	36	1440	1569	1580	1619														

SANTANDER

Características de Crédito:		Características del crédito		Características del Crédito	
Monto del Crédito:	1000000	Monto del Crédito:	3000000	Monto del Crédito:	5000000
Plazo del Crédito:	12	Plazo del Crédito:	12	Plazo del Crédito:	12
Tasa de Interés Normal:	2,47%	Tasa de Interés Normal:	2,47%	Tasa de Interés Normal:	1,82%
Tasa de Interés Mensual:	2,1375% (25,65% anual) (1)	Tasa de Interés Mensual:	2,1375% (25,65% anual) (1)	Tasa de Interés Mensual:	1,729% (20,748% anual) (1)
(*Tasa especial exclusiva Internet)		(*Tasa especial exclusiva Internet)		(*Tasa especial exclusiva Internet)	
tasa calculada	2,255%		2,238%		1,821%
Valor Cuota Normal:	\$98.028	Valor Cuota Normal:	\$293.794	Valor Cuota Normal:	\$470.399
Valor Cuota Mensual:	96044	Valor Cuota Mensual:	287844	Valor Cuota Mensual:	467617
Monto Final del Crédito:	\$1.005.724	Monto Final del Crédito:	\$3.014.159	Monto Final del Crédito:	\$5.022.595
Cuotas en Tarjeta de Crédito:	No	Cuotas en Tarjeta de Crédito:	No	Cuotas en Tarjeta de Crédito:	No
GASTOS	Valor Total	GASTOS	Valor Total	GASTOS	Valor Total
Notario:	\$1.500	Notario:	\$1.500	Notario:	\$1.500
Impuestos:	\$0	Impuestos:	\$0	Impuestos:	\$0
Total:	\$1.500	Total:	\$1.500	Total:	\$1.500
SEGUROS	**Valor Mensual	SEGUROS	**Valor Mensual	SEGUROS	**Valor Mensual
Desgravamen:	\$352	Desgravamen:	\$1.055	Desgravamen:	\$1.758
Total:	\$352	Total:	\$1.055	Total:	\$1.758
Valor total	\$4.224	Valor total	\$12.659	Valor total	\$21.095
SEGUROS		SEGUROS		SEGUROS	
Desgravamen:		Desgravamen:		Desgravamen:	
Total:		Total:		Total:	
Monto del Crédito:	1000000	Monto del Crédito:	3000000	Monto del Crédito:	5000000
Plazo del Crédito:	18	Plazo del Crédito:	18	Plazo del Crédito:	18
Tasa de Interés Normal:	2,47%	Tasa de Interés Normal:	2,47%	Tasa de Interés Normal:	1,82%
Tasa de Interés Mensual:	2,1375% (25,65% anual) (1)	Tasa de Interés Mensual:	2,1375% (25,65% anual) (1)	Tasa de Interés Mensual:	1,729% (20,748% anual) (1)
(*Tasa especial exclusiva Internet)		(*Tasa especial exclusiva Internet)		(*Tasa especial exclusiva Internet)	
tasa calculada	2,252%		2,241%		1,824%
Valor Cuota Normal:	\$70.211	Valor Cuota Normal:	\$210.423	Valor Cuota Normal:	\$331.183

Valor Cuota Mensual:	68191	Valor Cuota Mensual:	204369	Valor Cuota Mensual:	328374
Monto Final del Crédito:	\$1.007.849	Monto Final del Crédito:	\$3.020.529	Monto Final del Crédito:	\$5.033.209
Cuotas en Tarjeta de Crédito:	No	Cuotas en Tarjeta de Crédito:	No	Cuotas en Tarjeta de Crédito:	No
GASTOS	Valor Total	GASTOS	Valor Total	GASTOS	Valor Total
Notario:	\$1.500	Notario:	\$1.500	Notario:	\$1.500
Impuestos:	\$0	Impuestos:	\$0	Impuestos:	\$0
Total:	\$1.500	Total:	\$1.500	Total:	\$1.500
SEGUROS	**Valor Mensual	SEGUROS	Valor total	SEGUROS	**Valor Mensual
Desgravamen:	\$353	Desgravamen:	\$6.349	Desgravamen:	\$1.762
Total:	\$353	Total:	\$6.349	Total:	\$1.762
Monto del Crédito:	1000000	Monto del Crédito:	3000000	Monto del Crédito:	5000000
Plazo del Crédito:	24	Plazo del Crédito:	24	Plazo del Crédito:	24
Tasa de Interés Normal:	2,47%	Tasa de Interés Normal:	2,47%	Tasa de Interés Normal:	4,82%
Tasa de Interés Mensual:	2,1375% (25,65% anual) (1)	Tasa de Interés Mensual:	2,1375% (25,65% anual) (1)	Tasa de Interés Mensual:	1,729% (20,748% anual) (1)
(*Tasa especial exclusiva Internet)		(*Tasa especial exclusiva Internet)		(*Tasa especial exclusiva Internet)	
tasa calculada	2,252%		2,243%		1,826%
Valor Cuota Normal:	\$56.474	Valor Cuota Normal:	\$169.245	Valor Cuota Normal:	\$262.063
Valor Cuota Mensual:	54393	Valor Cuota Mensual:	163012	Valor Cuota Mensual:	259186
Monto Final del Crédito:	\$1.009.984	Monto Final del Crédito:	\$3.026.926	Monto Final del Crédito:	\$5.043.868
Cuotas en Tarjeta de Crédito:	No	Cuotas en Tarjeta de Crédito:	No	Cuotas en Tarjeta de Crédito:	No
GASTOS	Valor Total	GASTOS	Valor Total	GASTOS	Valor Total
Notario:	\$1.500	Notario:	\$1.500	Notario:	\$1.500
Impuestos:	\$0	Impuestos:	\$0	Impuestos:	\$0
Total:	\$1.500	Total:	\$1.500	Total:	\$1.500
SEGUROS	**Valor Mensual	SEGUROS	Valor total	SEGUROS	**Valor Mensual
Desgravamen:	\$353	Desgravamen:	\$8.484	Desgravamen:	\$1.765
Total:	\$353	Total:	\$8.484	Total:	\$1.765

Monto del Crédito:	1000000	Monto del Crédito:	3000000	Monto del Crédito:	5000000
Plazo del Crédito:	36	Plazo del Crédito:	36	Plazo del Crédito:	36
Tasa de Interés Normal:	2.47%	Tasa de Interés Normal:	2.47%	Tasa de Interés Normal:	1.82%
Tasa de Interés Mensual:	2.1375% (25.65% anual) (1)	Tasa de Interés Mensual:	2.1375% (25.65% anual) (1)	Tasa de Interés Mensual:	1.729% (20.748% anual) (1)
(*Tasa especial exclusiva Internet) tasa calculada	2.255%	(*Tasa especial exclusiva Internet)	2.249%	(*Tasa especial exclusiva Internet)	1.831%
Valor Cuota Normal:	\$443-074	Valor Cuota Normal:	\$129-085	Valor Cuota Normal:	\$123-904
Valor Cuota Mensual:	40857	Valor Cuota Mensual:	122449	Valor Cuota Mensual:	190885
Monto Final del Crédito:	\$1.014.280	Monto Final del Crédito:	\$3.039.801	Monto Final del Crédito:	\$5.065.323
Cuotas en Tarjeta de Crédito:	No	Cuotas en Tarjeta de Crédito:	No	Cuotas en Tarjeta de Crédito:	No
GASTOS	Valor Total	GASTOS	Valor Total	GASTOS	Valor Total
Notario:	\$1.500	Notario:	\$1.500	Notario:	\$1.500
Impuestos:	\$0	Impuestos:	\$0	Impuestos:	\$0
Total:	\$1.500	Total:	\$1.500	Total:	\$1.500
SEGUROS	**Valor Mensual	SEGUROS	**Valor Mensual	SEGUROS	**Valor Mensual
Desgravamen:	\$355	Desgravamen:	\$1.064	Desgravamen:	\$1.773
Total:	\$355	Total:	\$1.064	Total:	\$1.773
	Valor total	Valor total	Valor total	Valor total	Valor total
	\$12.780		\$38.301		\$63.823
	\$12.780		\$38.301		\$63.823

BBVA

Características del Credito		Características del credito		Características del Credito	
Valor Cuota	91.945	Valor Cuota	274.855	Valor Cuota	455.851
Seguros		Seguros		Seguros	
Seguro de Cesantía	No solicitado	Seguro de Cesantía	No solicitado	Seguro de Cesantía	No solicitado
Seguro de Desgravamen	12.157	Seguro de Desgravamen	36.449	Seguro de Desgravamen	60.740
Impuestos y Gastos Operacionales	1.000	Impuestos y Gastos Operacionales	1.000	Impuestos y Gastos Operacionales	999
Plazo en meses	12	Plazo en meses	12	Plazo en meses	12
Fecha Primer Pago	01/01/2010	Fecha Primer Pago	01/12/2009	Fecha Primer Pago	01/12/2009
Tasa Mensual (%)	1.32%	Tasa Mensual (%)	1.19%	Tasa Mensual (%)	1.12%
tasa calculada (%)	1.55%		1.49%		1.41%
Monto Liquido Solicitado	1.000.000	Monto Liquido Solicitado	3.000.000	Monto Liquido Solicitado	5.000.000
Monto Bruto Solicitado	1.013.157	Monto Bruto Solicitado	3.037.449	Monto Bruto Solicitado	5.061.740
Valor Cuota	65.260	Valor Cuota	192.869	Valor Cuota	319.256
Seguros		Seguros		Seguros	
Seguro de Cesantía	No solicitado	Seguro de Cesantía	No solicitado	Seguro de Cesantía	No solicitado
Seguro de Desgravamen	12.157	Seguro de Desgravamen	36.449	Seguro de Desgravamen	60.740
Impuestos y Gastos Operacionales	1.000	Impuestos y Gastos Operacionales	1.000	Impuestos y Gastos Operacionales	999
Plazo en meses	18	Plazo en meses	18	Plazo en meses	18
Fecha Primer Pago	01/12/2009	Fecha Primer Pago	01/12/2009	Fecha Primer Pago	01/12/2009
Tasa Mensual (%)	1.51%	Tasa Mensual (%)	1.36%	Tasa Mensual (%)	1.29%
Tasa calculada (%)	1.75%		1.58%		1.51%
Monto Liquido Solicitado	1.000.000	Monto Liquido Solicitado	3.000.000	Monto Liquido Solicitado	5.000.000
Monto Bruto Solicitado	1.013.157	Monto Bruto Solicitado		Monto Bruto Solicitado	5.061.740
Valor Cuota	51.104	Valor Cuota	150.423	Valor Cuota	248.521
Seguros		Seguros		Seguros	

Seguro de Cesantía	No solicitado	Seguro de Cesantía	No solicitado	Seguro de Cesantía	No solicitado
Seguro de Desgravamen	12.157	Seguro de Desgravamen	36.449	Seguro de Desgravamen	60.740
Impuestos y Gastos Operacionales	1.000	Impuestos y Gastos Operacionales	1.000	Impuestos y Gastos Operacionales	999
Plazo en meses	24	Plazo en meses	24	Plazo en meses	24
Fecha Primer Pago	01/12/2009	Fecha Primer Pago	01/12/2009	Fecha Primer Pago	01/12/2009
Tasa Mensual (%)	1,51%	Tasa Mensual (%)	1,36%	Tasa Mensual (%)	1,29%
tasa calculada (%)	1,70%		1,54%		1,46%
Monto Líquido Solicitado	1.000.000	Monto Líquido Solicitado	3.000.000	Monto Líquido Solicitado	5.000.000
Monto Bruto Solicitado	1.013.157	Monto Bruto Solicitado	3.037.449	Monto Bruto Solicitado	5.061.740
Tipo Cuota	Pactado	Tipo Cuota	Pactado	Tipo Cuota	Pactado
Plazo (meses)	36	Plazo (meses)	36	Plazo (meses)	36
Valor Cuota (\$)	37.907	Valor Cuota (\$)	110.556	Valor Cuota (\$)	181.693
Seguro de Cesantía	No solicitado	Seguro de Cesantía	No solicitado	Seguro de Cesantía	No solicitado
Seguro de Desgravamen	12.157	Seguro de Desgravamen	36.449	Seguro de Desgravamen	60.740
Impuestos y Gastos Operacionales	1.000	Impuestos y Gastos Operacionales	1.000	Impuestos y Gastos Operacionales	999
Fecha Primer Pago	01/12/2009	Fecha Primer Pago	01/12/2009	Fecha Primer Pago	01/12/2009
Tasa Mensual (%)	1,64%	Tasa Mensual (%)	1,48%	Tasa Mensual (%)	1,40%
tasa calculada	1,79%	#VALOR!	1,62%		1,53%
Monto Líquido Solicitado	1.000.000	Monto Líquido Solicitado	3.000.000	Monto Líquido Solicitado	5.000.000
Monto Bruto Solicitado	1.013.157	Monto Bruto Solicitado	3.037.449	Monto Bruto Solicitado	5.061.740

Estado

Características del credito	Características del credito	Características del Credito
Fecha	18/10/2009 18:25	18/10/2009 18:36
Monto del Crédito \$	1.000.000	3.000.000
Número de Cuotas (Meses)	12	12
Pago Primera Cuota	12/11/2009	12/11/2009
Valor Cuota Mensual \$	86.423	259.150
Tasa de Interés Mensual %	2,05	4,75
tasa calculada	0,565%	0,557%
Tasa de Interés Especial Internet %	0,49	0,49
Tasa de Interés Anual %	5,88	5,88
Impuesto \$	0	0
Notario \$	700	700
Seguro Desgravamen \$	3.696	11.083
Monto Total del Crédito \$	1.004.396	3.011.783
Fecha	18/10/2009 18:34	18/10/2009 18:37
Monto del Crédito \$	1.000.000	3.000.000
Número de Cuotas (Meses)	18	18
Pago Primera Cuota	12/11/2009	12/11/2009
Valor Cuota Mensual \$	58.686	175.977
Tasa de Interés Mensual %	2,05	4,75
tasa calculada	0,564%	0,579%
Tasa de Interés Especial Internet %	0,49	0,49
Tasa de Interés Anual %	5,88	5,88
Impuesto \$	0	0

Notario \$	700	Notario \$	700	Notario \$	700
Seguro Desgravamen \$	7.379	Seguro Desgravamen \$	22.127	Seguro Desgravamen \$	36.875
Monto Total del Crédito \$	1.008.079	Monto Total del Crédito \$	3.022.827	Monto Total del Crédito \$	5.037.575
Fecha	18/10/2009 18:35	Fecha	18/10/2009 18:37	Fecha	18/10/2009 18:40
Monto del Crédito \$	1.000.000	Monto del Crédito \$	3.000.000	Monto del Crédito \$	5.000.000
Número de Cuotas (Meses)	24	Número de Cuotas (Meses)	24	Número de Cuotas (Meses)	24
Pago Primera Cuota	12/11/2009	Pago Primera Cuota	12/11/2009	Pago Primera Cuota	12/11/2009
Valor Cuota Mensual \$	44.662	Valor Cuota Mensual \$	133.924	Valor Cuota Mensual \$	223.186
Tasa de Interés Mensual %	2,05	Tasa de Interés Mensual %	4,75	Tasa de Interés Mensual %	4,75
Tasa de Interés Especial Internet %	0,49	Tasa de Interés Especial Internet %	0,49	Tasa de Interés Especial Internet %	0,49
tasa calculada	0,563%	tasa calculada	0,559%	tasa calculada	0,558%
Tasa de Interés Anual %	5,88	Tasa de Interés Anual %	5,88	Tasa de Interés Anual %	5,88
Impuesto \$	0	Impuesto \$	0	Impuesto \$	0
Notario \$	700	Notario \$	700	Notario \$	700
Seguro Desgravamen \$	7.379	Seguro Desgravamen \$	22.127	Seguro Desgravamen \$	36.875
Monto Total del Crédito \$	1.008.079	Monto Total del Crédito \$	3.022.827	Monto Total del Crédito \$	5.037.575
Fecha	18/10/2009 18:35	Fecha	18/10/2009 18:38	Fecha	18/10/2009 18:40
Monto del Crédito \$	1.000.000	Monto del Crédito \$	3.000.000	Monto del Crédito \$	5.000.000
Número de Cuotas (Meses)	36	Número de Cuotas (Meses)	36	Número de Cuotas (Meses)	36
Pago Primera Cuota	12/11/2009	Pago Primera Cuota	12/11/2009	Pago Primera Cuota	12/11/2009
Valor Cuota Mensual \$	31.959	Valor Cuota Mensual \$	95.834	Valor Cuota Mensual \$	159.709
Tasa de Interés Mensual %	2,05	Tasa de Interés Mensual %	4,75	Tasa de Interés Mensual %	4,75
Tasa de Interés Especial Internet %	0,7	Tasa de Interés Especial Internet %	0,7	Tasa de Interés Especial Internet %	0,7
tasa calculada	0,778%	tasa calculada	0,776%	tasa calculada	0,775%
Tasa de Interés Anual %	8,4	Tasa de Interés Anual %	8,4	Tasa de Interés Anual %	8,4
Impuesto \$	0	Impuesto \$	0	Impuesto \$	0

Notario \$	700	Notario \$	700	Notario \$	700
Seguro Desgravamen \$	11.365	Seguro Desgravamen \$	34.081	Seguro Desgravamen \$	56.796
Monto Total del Crédito \$	1.012.065	Monto Total del Crédito \$	3.034.781	Monto Total del Crédito \$	5.057.496
		Chile			
características del credito		características del credito		características del credito	
monto	1000000	monto	3000000	monto	5000000
plazo	12	plazo	12	plazo	12
tasa de interés	2,16% (25,92%)	tasa de interés	1,52% (18,24)	tasa de interés	1,52%(18,24%)
tasa calculada	2,280%		1,609%		1,604%
impuesto	0	impuesto	0	impuesto	0
notario	\$ 2.000	notario	2000	notario	2000
desgravamen	\$ 3604	desgravamen	10807	desgravamen	18007
cuota	96194	cuota	276905	cuota	461385
monto	1000000	monto	3000000	monto	5000000
plazo	18	plazo	18	plazo	18
tasa de interés	2,22% (26,64%)	tasa de interés	1,53% (18,36%)	tasa de interés	1,53%(18,36%)
tasa calculada	2,354%		1,638%		1,635%
impuesto	0	impuesto	0	impuesto	0
notario	\$ 2000	notario	2000	notario	2000
desgravamen	7214	desgravamen	21614	desgravamen	36014
cuota	68799	cuota	193790	cuota	322897
monto	1000000	monto	3000000	monto	5000000
plazo	24	plazo	24	plazo	24
tasa de interés	2,22%	tasa de interés	1,53%	tasa de interés	1,53%
tasa calculada	2,332%		1,618%		1,616%
impuesto	0	impuesto	0	impuesto	0
notario	2000	notario	2000	notario	2000
desgravamen	7214	desgravamen	21614	desgravamen	36014
cuota	54878	cuota	151835	cuota	252991
tasa calculada	2,332%		1,618%		1,616%
monto	1000000	monto	3000000	monto	5000000

	36	plazo	36	plazo	36
plazo					36
tasa de interes	2,29%	tasa de interes	1,6%(19,2%)	tasa de interes	1,6% (19,2%)
impuesto	0	impuesto	0	impuesto	0
notario	2000	notario	2000	notario	2000
desgravamen	10822	desgravamen	32422	desgravamen	54022
cuota	41819	cuota	111950	cuota	186534

características del crédito		características del crédito		características del crédito		características del crédito	
monto	1.000.000	monto	3.000.000	monto	3.000.000	monto	5.000.000
plazo	12	plazo	12	plazo	12	plazo	12
monto final	1.033.761	monto final	3.101.282	monto final	3.101.282	monto final	5.168.803
tasa interes	2,26%	tasa interes	2,26%	tasa interes	2,26%	tasa interes	1,925%
tasa internet	2,15% (25,8%)	tasa internet	2,03%(24,3%)	tasa internet	2,03%(24,3%)	tasa internet	0
tasa calculada	2,603%		2,487%		2,487%		2,109%
impuesto	-	impuesto	-	impuesto	-	impuesto	-
cesantia	15.506	cesantia	46.519	cesantia	46.519	cesantia	77.532
desgravamen	4.962	desgravamen	14.886	desgravamen	14.886	desgravamen	24.810
doble capital	3.205	doble capital	9.614	doble capital	9.614	doble capital	16.023
enfermedad grave	4.429	enfermedad grave	13.286	enfermedad grave	13.286	enfermedad grave	22.143
hospitalizacion	5.659	hospitalizacion	16.976	hospitalizacion	16.976	hospitalizacion	28.294
cuota	98.099	cuota	292.233	cuota	292.233	cuota	475.961
monto	1.000.000	monto	3.000.000	monto	3.000.000	monto	5.000.000
plazo	18	plazo	18	plazo	18	plazo	18
monto final	1.046.855	monto final	3.140.556	monto final	3.140.556	monto final	5.234.276
tasa interes	0	tasa interes	2,26%	tasa interes	2,26%	tasa interes	0
tasa internet	0	tasa internet	2,03%	tasa internet	2,03%	tasa internet	0
tasa calculada	2,623%		2,504%		2,504%		2,117%
impuesto	-	impuesto	-	impuesto	-	impuesto	-
cesantia	20.414	cesantia	61.241,00	cesantia	61.241,00	cesantia	102.068
desgravamen	10.050	desgravamen	30.149	desgravamen	30.149	desgravamen	50.249
doble capital	6.176	doble capital	18.529	doble capital	18.529	doble capital	30.882
enfermedad grave	4.485	enfermedad grave	13.454	enfermedad grave	13.454	enfermedad grave	22.424
hospitalizacion	5.730	hospitalizacion	17.191	hospitalizacion	17.191	hospitalizacion	28.652
cuota	70.413	cuota	209.086	cuota	209.086	cuota	336.953

Corbanca

Características del Crédito		Características del Crédito		Características del crédito	
Monto del Crédito:	1000000	Monto del Crédito:	3000000	Monto del Crédito:	5000000
Impuesto:	\$ 0	Impuesto:	\$ 0	Impuesto:	\$ 0
Monto Final del Crédito:	\$ 1.000.000	Monto Final del Crédito:	\$ 3.000.000	Monto Final del Crédito:	\$ 5.000.000
N° de Cuotas:	6	N° de Cuotas:	12	N° de Cuotas:	6
Valor Cuota:	176.865	Valor Cuota:	276331	Valor Cuota:	875804
Fecha Primera Cuota:	19 de Noviembre de 2009	Fecha Primera Cuota:	19 de Noviembre de 2009	Fecha Primera Cuota:	19 de Noviembre de 2009
Tasa de Interés Mensual:	1,69% (20,28% anual)	Tasa de Interés Mensual:	1,55% (18,60% anual)	Tasa de Interés Mensual:	1,41% (16,92% anual)
tasa calculada	1,724%		1,575%		1,439%
Monto del Crédito:	1000000	Monto del Crédito:	3000000	Monto del Crédito:	5000000
Impuesto:	\$ 0	Impuesto:	\$ 0	Impuesto:	\$ 0
Monto Final del Crédito:	\$ 1.000.000	Monto Final del Crédito:	\$ 3.000.000	Monto Final del Crédito:	\$ 5.000.000
N° de Cuotas:	12	N° de Cuotas:	18	N° de Cuotas:	12
Valor Cuota:	92929	Valor Cuota:	195168	Valor Cuota:	456495
Fecha Primera Cuota:	19 de Noviembre de 2009	Fecha Primera Cuota:	19 de Noviembre de 2009	Fecha Primera Cuota:	19 de Noviembre de 2009
Tasa de Interés Mensual:	1,69% (20,28% anual)	Tasa de Interés Mensual:	1,69% (20,28% anual)	Tasa de Interés Mensual:	1,41% (16,92% anual)
tasa calculada	1,718%		1,717%		1,433%
Monto del Crédito:	1000000	Monto del Crédito:	3000000	Monto del Crédito:	5000000
Impuesto:	\$ 0	Impuesto:	\$ 0	Impuesto:	\$ 0
Monto Final del Crédito:	\$ 1.000.000	Monto Final del Crédito:	\$ 3.000.000	Monto Final del Crédito:	\$ 5.000.000
N° de Cuotas:	18	N° de Cuotas:	24	N° de Cuotas:	18
Valor Cuota:	65351	Valor Cuota:	153553	Valor Cuota:	321173
Fecha Primera Cuota:	19 de Noviembre de 2009	Fecha Primera Cuota:	19 de Noviembre de 2009	Fecha Primera Cuota:	19 de Noviembre de 2009
Tasa de Interés Mensual:	1,74% (20,88% anual)	Tasa de Interés Mensual:	1,69% (20,28% anual)	Tasa de Interés Mensual:	1,55% (18,60% anual)
tasa calculada	1,768%		1,716%		1,575%
Monto del Crédito:	1000000	Monto del Crédito:	3000000	Monto del Crédito:	5000000
Impuesto:	\$ 0	Impuesto:	\$ 0	Impuesto:	\$ 0
Monto Final del Crédito:	\$ 1.000.000	Monto Final del Crédito:	\$ 3.000.000	Monto Final del Crédito:	\$ 5.000.000
N° de Cuotas:	24	N° de Cuotas:	6	N° de Cuotas:	24

Valor Cuota:	51482	Valor Cuota:	528076	Valor Cuota:	251755
Fecha Primera Cuota:	19 de Noviembre de 2009	Fecha Primera Cuota:	19 de Noviembre de 2009	Fecha Primera Cuota:	19 de Noviembre de 2009
Tasa de Interés Mensual:	1,74% (20,88% anual)	Tasa de Interés Mensual:	1,55% (18,60% anual)	Tasa de Interés Mensual:	1,55% (18,60% anual)
tasa calculada	1,766%		1,584%		1,573%
Monto del Crédito:	1000000	Monto del Crédito:	3000000	Monto del Crédito:	5000000
Impuesto:	\$ 0	Impuesto:	\$ 0	Impuesto:	\$ 0
Monto Final del Crédito:	1.000.000	Monto Final del Crédito:	\$ 3.000.000	Monto Final del Crédito:	\$ 5.000.000
N° de Cuotas:	36	N° de Cuotas:	36	N° de Cuotas:	36
Valor Cuota:	28277	Valor Cuota:	113324	Valor Cuota:	187311
Fecha Primera Cuota:	19 de Noviembre de 2009	Fecha Primera Cuota:	19 de Noviembre de 2009	Fecha Primera Cuota:	19 de Noviembre de 2009
Tasa de Interés Mensual:	1,82% (21,84% anual)	Tasa de Interés Mensual:	1,74% (20,88% anual)	Tasa de Interés Mensual:	1,69% (20,28% anual)
	0,097%		1,766%		1,715%