



ANT.: Denuncia de particular contra Banco Ripley por ventas atadas. Rol N° 1828-11 FNE.

MAT.: Minuta de Archivo.

Santiago, 07 JUN 2011

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO
DE : JEFE DIVISIÓN DE INVESTIGACIONES

Por medio del presente, esta División informa acerca de la admisibilidad de la presentación del Antecedente, recomendando al Sr. Fiscal Nacional Económico disponer el archivo de los antecedentes, en virtud de las razones que se exponen a continuación:

I. ANTECEDENTES

1. Con fecha 3 de febrero del presente, fue ingresada denuncia por parte de una particular (Norma Edith Zamora Salazar) en contra de Banco Ripley, sucursal Arica.
2. La particular, denuncia a Banco Ripley, sucursal Arica de haber incurrido en acciones contrarias a la libre competencia, haciendo abuso de una posición dominante a través de la imposición a una venta la de otro producto.
3. Los hechos presumiblemente constitutivos de una acción contraria a la libre competencia transcurrieron de la siguiente forma:
 - a. La denunciante concurrió con fecha 13 de enero de 2011 al Banco Ripley, sucursal Arica a celebrar un Contrato de Apertura de Línea de Crédito en Cuotas, por un monto de \$530.000.

- b. A su vez, la denunciante celebró un contrato de seguro de desgravamen¹ ante lo cual el funcionario del Banco le habría señalado que tenía que necesariamente que contratar un seguro de vida y de accidentes personales², denominado “Vivir seguros, clientes Banco Ripley”.
- c. Según lo indicado por la denunciante el funcionario del Banco le habría señalado que debía contratar necesariamente ambos seguros porque estos iban “amarrados”, cuestión que habría sido ratificada posteriormente por la ejecutiva del Banco ante la cual la denunciante suscribió los respectivos contratos. Dada esta situación la denunciante se sintió presionada y obligada a contratar ambos seguros.
- d. Al día siguiente, la denunciante concurrió al Banco a deshacer la operación de solicitud del crédito y de los seguros contratados, mediante la devolución del dinero ante lo cual los funcionarios del Banco se habrían negado.

II. LA INDUSTRIA

- 4. El sistema bancario busca canalizar los recursos de los agentes económicos con superávit de fondos hacia aquellos que los demandan para financiar sus procesos de producción, comercialización o inversión. De esta forma, el sistema bancario constituye el nexo entre los agentes económicos con capacidad de ahorro y aquellos que invierten.
- 5. De lo anterior se desprende que los agentes económicos que participan en este mercado son: por una parte, los bancos, como intermediarios de recursos

¹ **Seguro "Desgravamen y Desempleo créditos de Consumo" Clientes Banco Ripley.** Es un seguro que paga hasta 4 cuotas del créditos de Consumo otorgado, en caso de desempleo involuntario (trabajadores dependientes) e Incapacidad temporal (trabajadores independientes), o el saldo total de de la deuda, en caso de Fallecimiento. [www.bancoripley.cl]

² **“Seguro Vivir Seguro” clientes Banco Ripley.** Es un seguro que entrega al asegurado dinero de libre disposición, en forma inmediata. El capital asegurado en el caso de las coberturas de Vida y Muerte Accidental es un monto fijo. La cobertura de Incapacidad permanente por Accidente otorga un porcentaje que se aplica sobre el capital asegurado. [www.bancoripley.cl]

financieros y, por otro, las empresas y personas, tanto como ahorrantes o como demandantes de fondos.

6. Los recursos depositados en los bancos y los demandados como financiamiento dan origen a un conjunto de sub-mercados, entre los que destacan el mercado de financiamiento de capital, mercado de colocaciones de créditos de consumo, mercado de colocaciones de créditos hipotecarios, mercado de inversiones financieras, mercado de apoyo a la gestión bancaria y el mercado de captaciones.
7. Si bien en todos los mercados señalados, (excepto el de sociedades de apoyo al giro – empresas – personas) existe una característica común que dice relación con la colocación o captación de recursos, estos mercados se diferencian en lo siguiente:
 - a. Monto y tasas (precios) de los productos intermediados.
 - b. Tipo de productos intermediados.
 - c. Costo operativo de la intermediación.
 - d. Riesgo que involucra la operación de intermediación.
8. En lo relativo a esta denuncia, se analizará el mercado de colocaciones de crédito de consumo, siendo este un mercado en el cual los créditos se orientan a financiar la compra de bienes de consumo y capital de trabajo de microempresarios.
9. El cuadro N°1 resume la participación de los distintos bancos comerciales en las colocaciones de créditos de consumo durante febrero de 2011, de la cual se desprende que existe un número importante de entidades bancarias que otorgan este tipo de créditos.

Cuadro N°1
Participación bancos comerciales en colocación créditos de consumo
Febrero 2011

Banco comercial	Participación
Banco Santander- Chile	25.7%
Banco de Chile	20.6%
Banco de Crédito e Inversiones	11.3%
Banco del Estado de Chile	9.7%
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, Chile	6.3%
Scotiabank Chile	6.1%
Corpbanca	6.0%
Banco Falabella	4.3%
Banco Itaú Chile	4.1%
Banco Paris	2.0%
Banco Ripley	1.3%
Banco Security	1.2%
Banco Bice	0.6%
Banco Consorcio	0.5%
Otros	0.2%
Total	100%

Fuente: Superintendencia de bancos e instituciones financieras de Chile.

10. La mayoría de estas instituciones ofrecen conjuntamente con el crédito distintos seguros, como los de desgravamen, de fraude, hogar, hospitalarios y de vida, entre otros. En la venta de estos seguros los bancos funcionan como intermediarios entre los consumidores y las compañías de seguros, las cuales muchas veces se encuentran ligadas al banco comercial que entrega el crédito.

11. En lo específico, Banco Ripley, forma parte del grupo Ripley desde mayo del 2002, caracterizándose por ser un banco de nicho orientado principalmente a las personas de ingresos medios, a la entrega de créditos de consumo y otros servicios financieros³. Según se observa en el cuadro N°1 a febrero de 2011, Banco Ripley, exhibió una participación cercana al 1% del total de colocaciones de créditos de consumo de bancos comerciales, figurando como un actor menor en el mercado.

III. MERCADO RELEVANTE

12. La Fiscalía entiende por mercado relevante el “producto o grupo de productos, en un área geográfica en que se produce, compra o vende, y en una dimensión temporal tales que resulte probable ejercer a su respecto poder de mercado”⁴.

13. En este caso el **mercado relevante de producto comprende al mercado de colocaciones de créditos de consumo**. A esto se suman, **todos los seguros adicionales que se asocian a los distintos créditos de consumo**, los cuales sin tener el carácter de seguros obligatorios, son ofrecidos por las distintas instituciones financieras.

14. Adicionalmente, se debe considerar que existe un conjunto de instituciones que entregan productos similares a los créditos de consumo prestados por los bancos comerciales, entre ellas encontramos: cooperativas, financieras, cajas de compensación y grandes tiendas. Estas instituciones, al igual que los bancos, consideran la opción de contratar seguros adicionales conjuntamente con la entrega del crédito de consumo, como el de desgravamen, de vida o cesantía, entre otros.

³ www.bancoripley.cl

⁴ Guía Interna para el Análisis de Concentraciones Horizontales. Fiscalía Nacional Económica. Octubre de 2006. En www.fne.cl.

15. Respecto a las tasas de interés que otorga el conjunto de instituciones anteriormente señaladas, en su mayoría son superiores a las que se disponen a través de los bancos comerciales. La principal diferencia radica en que estas instituciones respaldan los distintos créditos en base a bonos y fondos propios, a diferencia de los bancos que poseen distintas fuentes de financiamientos como son las captaciones que realizan desde el público y el Fisco, además de ser las únicas instituciones que pueden acceder a la liquidez que ofrece el Banco Central en sus operaciones de política monetaria. Lo anterior, le permite operar a los bancos a un costo menor.
16. Ejemplo de los créditos otorgados por instituciones distintas a los bancos son los “avances en efectivo” que ofrecen las grandes tiendas. Estos son créditos asociados a las tarjetas de crédito que entregan estas instituciones, no consideran una evaluación crediticia posterior a la que ya ostenta la posesión de la tarjeta y consideran tasas en muchos casos cercanas a las máximas convencionales establecidas por la Ley.
17. Finalmente existe un tipo de crédito que si bien en una primera instancia se puede presentar como sustituto al que ofrecen los bancos comerciales, tiene notorias diferencias. Estos son los “créditos con prenda”, los cuales son facilitados por la Dirección de Crédito Prendario, “Dicrep”, donde el crédito prendario -o crédito con prenda civil- es un préstamo en dinero, contra la entrega de una prenda en garantía, que puede ser joyas o electrodomésticos específicos. Este crédito tiene asociada mayores tasas de interés, no considera seguros adicionales y tampoco requiere de evaluación crediticia del solicitante lo cual lo hace apuntar a un segmento de mercado distinto al que operan los bancos comerciales.
18. En síntesis, existe un número importante de instituciones que entregan créditos similares a los proporcionados por los bancos comerciales. A priori, no es posible descartar que estas instituciones funcionen como sustitutos a los créditos otorgados por los bancos comerciales, al menos respecto de cierto segmento de público.

19. Para la determinación del mercado relevante, un punto importante a observar es si entre los distintos niveles de ingresos del cliente existen diferencias en el acceso a los créditos ofrecidos por estas instituciones, si esto fuera así, podríamos señalar que los créditos de consumo de bancos comerciales pertenecen a un mercado relevante distinto al de los créditos otorgados por las otras instituciones financieras analizadas.
20. González y Gomez-Lobo (2010) intentan delimitar este mercado⁵, observando, por el lado de la demanda, si existen diferencias notorias en la composición del acceso a créditos de consumo a lo largo de la distribución de ingresos. Para estos efectos cuentan con la Encuesta Financiera de Hogares (2007), a través de la cual concluyen que si bien los bancos comerciales son la principal fuente de préstamos de consumo para los hogares, no resulta posible descartar que los créditos de consumo otorgados por otras instituciones pertenezcan al mismo mercado relevante de los otorgados por bancos comerciales.
21. En igual sentido, la información de que dispone esta Fiscalía no permite afirmar, pero tampoco descartar, que los créditos de consumo otorgado por bancos comerciales, cooperativas, financieras, cajas de compensación y grandes tiendas pertenezcan a mercados relevantes distintos.
22. El mercado relevante geográfico es considerado a nivel nacional, dado que en su mayoría los bancos cuentan con alcance nacional de sus colocaciones de créditos de consumo, siendo además sus campañas publicitarias de alcance nacional.
23. En resumen, el mercado relevante en este caso comprende al mercado de colocaciones de créditos de consumo otorgado por bancos comerciales, cooperativas, financieras, cajas de compensación y grandes tiendas a nivel nacional y todos los seguros anexos que se entreguen a los distintos créditos de consumo.

⁵ González, A. y Gomez-Lobo A. (2007). "Competencia en servicios bancarios a personas" Departamento de Economía Universidad de Chile, diciembre de 2010.

IV. ANÁLISIS PRELIMINAR DE LA CONDUCTA DENUNCIADA

24. La conducta denunciada corresponde a “la explotación abusiva por parte de un agente económico de una posición dominante en el mercado, imponiendo a una venta la de otro producto”, de acuerdo a lo prescrito por el artículo 3 letra b) del Decreto Ley 211.
25. Una venta atada ocurre cuando la venta de un servicio se condiciona a la contratación de otro; no estando el primero disponible individualmente. La Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile, recientemente, a través de la Circular N°3.513⁶, se pronunció respecto a la venta atada en relación a los créditos hipotecarios. A este respecto, la SBIF, hizo patente su preocupación respecto a que en los créditos hipotecarios de largo plazo la tasa de interés esté condicionada a la mantención de una cuenta corriente u otro producto, toda vez que por diferentes razones se puede poner término al producto o servicio elevando la tasa de un crédito a largo plazo.
26. La SBIF, dispuso que en adelante para pactar una tasa de interés de un crédito hipotecario condicionado a la mantención de otro producto, o bien un descuento en el cobro de intereses con esa condición, deberá cumplirse con una serie de requisitos⁷. Si bien, esta circular no regula directamente la materia cuestión de la denuncia, indirectamente constituye un elemento de análisis a tener en consideración.

⁶ Circular N°3513 SBIF, de fecha 15 de noviembre de 2010, que modificó la Circular N°3505.

⁷ Los requisitos enunciados por la SBIF son los siguientes:

- i) que se trate de un solo producto y que éste sea utilizado para el pago automático del crédito, como es el caso de una cuenta corriente bancaria, una cuenta a la vista o una tarjeta de crédito;
- ii) que la comisión para ese producto sea fija durante todo el período del crédito;
- iii) que el cambio en la tasa aplicada, o la eliminación del descuento, no proceda cuando el cierre del producto obedezca a causas imputables al banco; y,
- iv) que las condiciones de tasa de interés y comisiones sean debidamente informadas, con antelación al otorgamiento de la respectiva escritura de mutuo, a los clientes interesados en contratar los créditos.”

27. La Corte Suprema de EE.UU. en su sentencia para el caso “Hyde c/Jefferson Parish Hospital” estableció como requisitos para que se configure la conducta de venta atada los siguientes⁸:

- a. Los bienes o servicios atados son claramente distintos y separables;
- b. La venta de uno de ellos está condicionada a la del otro;
- c. El vendedor tiene suficiente poder en el mercado del bien vinculante como para restringir el comercio en el mercado del bien atado.

28. A su vez, en nuestro país, el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, en la sentencia causa rol 97-2010⁹, caratulada Voissnet contra Compañía de Telecomunicaciones de Chile, en su considerando Noveno enumera los requisitos para que una venta atada pueda ser considerada atentatoria contra la libre competencia: ““(…) Para que las conductas (…) puedan ser calificadas como prácticas que impiden, restringen o entorpecen la libre competencia, o que tienden a producir dichos efectos (…) se requiere que:

- (i) Los productos o servicios incluidos en las ofertas conjuntas sean diferentes y no se vendan separadamente (...);
- (ii) TCH tenga poder de mercado en el servicio que sólo vende en forma empaquetada (...);
- (iii) La vinculación produzca o tienda a producir el efecto de inhibir el ingreso o de excluir competidores en el mercado del producto atado o potencialmente más competitivo (...); y
- (iv) Dicha modalidad de comercialización carezca de una justificación o explicación alternativa al abuso de poder de mercado”.

⁸ Germán Coloma, “Defensa de la Competencia”, Editorial Ciudad Argentina, Año 2003.

⁹ La sentencia fue confirmada por la Excelentísima Corte Suprema. Esta última (C.S.) si bien no establece requisitos específicos de venta atada en este caso, tiene considerandos interesantes sobre abuso que explican el problema de la venta atada: “[E]l abuso debe consistir en el empleo de métodos diferentes de aquéllos bajo los cuales puede darse una disputa normal entre empresas que ofrecen idénticos o similares bienes y servicios. / En el contexto de la “comercialización en forma atada”, lo relevante es el riesgo de traspasar el poder de mercado que se tiene sobre un producto –banda ancha- a favor de otro –telefonía fija- respecto del cual no se detenta tal poder, pero que se podrá alcanzar mediante esta modalidad de comercialización” (Cons. 6°).

29. De acuerdo con lo expuesto, la conducta denunciada fue sometida a la siguiente metodología:
30. En primer lugar, se analizó que (i) los productos o servicios incluidos en las ofertas conjuntas fueran diferentes y no se vendieran separadamente.
31. Al respecto, cabe señalar que cada uno de los productos contratados por la denunciante con el Banco Ripley se encuentran en contratos independientes, los cuales no hacen referencia alguna a la necesidad de contratar un seguro asociado ya sea a la línea de crédito o a otro seguro.
32. Del análisis acabado del contrato de apertura de línea de crédito presentado por la denunciante no hay disposición alguna que ordene la contratación de algún tipo de seguro para poder obtener una línea de crédito. Lo mismo ocurre respecto a las solicitudes de incorporación al seguro de desgravamen y al seguro Vivir Sano clientes Banco Ripley.
33. Por otra parte y en el sentido contrario encontramos que en la solicitud de incorporación/certificado de cobertura seguro de desgravamen para crédito de consumo Banco Ripley, se encuentra contenida una cláusula mediante la cual el cliente consiente en que: *“por medio del presente documento, manifiesto mi voluntad en orden a que además del crédito que solicito, deseo contratar él (los) seguros (s) señalados a continuación, por el precio indicado, y declaro que estoy en conocimiento de que puedo obtener el crédito solicitado con la misma tasa y demás condiciones si no adquiero tales seguros”*.
34. Lo señalado en el párrafo anterior se ve reafirmado por los contratos aportados por la denunciante, los cuales dan cuenta que en el caso del seguro de desgravamen, la prima por cada asegurado es única, aplicándose la tasa sobre el monto inicial del crédito y calculándose ésta en función del plazo y de la edad del asegurado de acuerdo a una tabla preestablecida¹⁰. Vale decir, la

¹⁰ Lo anterior fue reafirmado por la gerente comercial de Banco Ripley, doña Carolina Pérez Echeverría en toma de declaración de 21 de marzo de 2011: *“... Hoy en día la tasa depende solamente de dos factores del monto y del plazo...”*.

tasa no sufre una disminución u aumento por el hecho de que el cliente decida contratar seguros adicionales.

35. A mayor abundamiento en el documento presentado por la denunciante, relativo a la liquidación de crédito se señala que el deudor principal –en este caso la denunciante- declara que *“los seguros indicados en el recuadro precedente¹¹ los he contratado en forma voluntaria, aceptando que los montos sean descontados del valor del crédito”*. Por otra parte se aprecia en el mismo documento, el detalle del préstamo de consumo, entendiéndose que por concepto de seguro de desgravamen se descontará un total de \$30.207 y que por otra parte por el seguro de vida y accidentes personales se descontará un total de \$79.000.

36. En conclusión, es posible colegir, de los documentos agregados a la investigación, que la contratante de forma voluntaria manifiesta su aquiescencia en la contratación de una línea de crédito y a su vez, de dos seguros totalmente distintos, no existiendo ningún tipo de venta atada entre los seguros o entre éstos y la línea de crédito.

37. En lo relativo al requisito (ii) expuesto por el TDLC, en el fallo anteriormente mencionado, los antecedentes dan cuenta que en el caso concreto de la denuncia, no existe un producto que se venda solamente de forma empaquetada, el consumidor es libre de elegir si toma o no el seguro de desgravamen y el seguro “Vivir Sano”. Ambos seguros pueden ser adquiridos libremente por cualquier consumidor en una compañía de seguros.

38. No obstante lo anterior, cabe mencionar Banco Ripley, tal como se expuso en el cuadro N°1, a Febrero de 2011 no ostenta una posición de dominio en la colocación de créditos de consumo, es más, representa un actor menor del mercado con tan solo un 1% del total de colocaciones y con diez bancos ostentando porcentajes mayores de colocaciones que Banco Ripley¹². Esto

¹¹ Recuadro en el que se aprecian los seguros contratados por la denunciante.

¹² Si bien este porcentaje sólo incorpora los créditos de consumo otorgados por bancos comerciales, al ser estos últimos quienes ostentan la mayor cuota de mercado, basta entender esta

senalado.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIÓN

40. En virtud de los antecedentes expuestos en el marco de la investigación preliminar se ha podido concluir respecto a la conducta denunciada -a modo de síntesis de lo anteriormente expuesto- lo siguiente:

- a. Es posible colegir del tenor literal del contrato que la denunciante manifestó voluntariamente su aquiescencia en la contratación de una línea de crédito y a su vez, de dos seguros totalmente distintos, no existiendo evidencia de venta atada entre los seguros o entre éstos y la línea de crédito.
- b. No se observa que se cumpla con alguno de los requisitos que enumera el TDLC para que una venta atada pueda ser considerada atentatoria contra la libre competencia, principalmente, dado que Banco Ripley no ostenta una posición de dominio en el mercado de colocaciones de créditos de consumo.

participación para colegir que Banco Ripley es un actor menor sin posición de dominio en el mercado relevante.

Por tanto en atención a lo expuesto, se recomienda al Sr. Fiscal Nacional Económico disponer el archivo de los antecedentes, sin iniciar investigación.

Saluda atentamente al Sr. Fiscal,



RONALDO BRUNA VILLENA
JEFE DIVISIÓN DE INVESTIGACIONES