Boletín N° 9.986-03

Provecto de ley, iniciado en moción del Honorable Senador señor Ossandón, que modifica la ley que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores con el fin de homologar los precios que ofrecen los proveedores cualquiera que fuese la forma de pago.

I. El endeudamiento en la población como problema social emergente

El acceso a los servicios y a los bienes de consumo por medio de compras efectuadas bajo un sistema de préstamo de dinero, tradicionalmente conocido como "ventas a crédito", ha tomado gran relevancia en la última década. Ello ha permitido que las personas puedan disfrutar de los progresos de la modernización a través de un mecanismo que le permite planificar y controlar sus gastos.

Sin embargo, el problema se produce cuando los créditos adquiridos por las personas son mayores a los ingresos que obtienen, lo que genera un endeudamiento que impacta de una forma más intensa y violenta a las familias de menor solvencia económica.

Esta situación ha sido calificada por algunos autores como una problemática social emergente, pues afecta directamente al consumidor en sus capacidades económicas, en sus interrelaciones sociales y en las dinámicas familiares[1]. Por ello, resulta deseable desincentivar el sobre-endeudamiento entre los consumidores y, de esa forma, evitar dramáticas circunstancias que repercuten directamente en la calidad de vida de las personas y de su grupo próximo[2].

II. Las cifras de endeudamiento en Chile

La Encuesta Financiera de Hogares correspondiente al período 2011-2012 (EFH)[3], elaborada por el Banco Central, muestra los distintos grados de endeudamiento que existen en las familias chilenas según su nivel económico. Esta medición corrobora el hecho que los hogares de los estratos de menos recursos son los que, proporcionalmente, poseen mayores grados de endeudamiento en relación a sus ingresos.

Una buena parte de este comportamiento se explica por la existencia de instrumentos de crédito que son requeridos por las grandes casas comerciales para ofrecer mejores precios o condiciones a la hora de tomar una decisión de consumo. Para entender este fenómeno es necesario analizar algunos antecedentes.

De acuerdo a los datos recopilados por la Encuesta Financiera de Hogares 2011-2012 (EFH), la población puede dividirse en tres estratos[4], según sus ingresos y gastos. El estrato 1 corresponde al 50% de la población con menos ingresos; el estrato 2 al 30% de la población que posee ingresos medios; y el estrato 3 equivale al 20% de la población con ingresos medios y altos. Del total, el 68% de los hogares medidos en la EFH tiene alguna deuda. Pero si lo desagregamos por estratos, la existencia de deudas se ordena de la siguiente forma: estrato 1 posee un 61,7% de deuda; el estrato 2, un 71,9%; y el estrato 3, un 78%[5].

Ahora bien, las deudas con las casas comerciales (por medio de las tarjetas de crédito) alcanzan el 43,9%. En el estrato 1, ascienden a un 40,8%; en el estrato 2, a un 48,9%; y en el estrato 3, a un 42,2%. La mediana del monto adeudado es de $195.000[6], por lo que a medida que aumenta el nivel de ingresos, el monto adeudado por familia también lo hará. Pero no cabe duda que, si bien la deuda en el estrato más pobre es menor, esta le afecta con mayor intensidad.

Desde una perspectiva cronológica, podemos apreciar un aumento del endeudamiento desde el año 2007, en donde se alcanzó un 20% de endeudamiento en créditos de consumo, versus el período 2011-2012, en donde se elevó al 44,9% de endeudamiento por el mismo concepto. Con esto se infiere que los hogares con menores ingresos terminan endeudándose para poder financiar el consumo[7].

En otra arista, el 61,7% de los hogares del estrato 1, equivalente al 50% de los hogares más vulnerables del país, tienen algún tipo de deuda de consumo con casas comerciales o entidades bancarias[8]. Esto se explica en buena medida por la existencia de ofertas de mejor precio con el uso de tarjetas de crédito, tarjetas de casas comerciales u otros instrumentos de créditos, lo que genera un incentivo para los consumidores a endeudarse y así acceder a dichos bienes.

III. El problema de ofrecer mejores precios para el caso de pagar con instrumentos de crédito

Como mecanismo de fidelización, las grandes casas comerciales emiten constantes ofertas de sus productos, pero a las cuales sólo pueden acceder aquellos consumidores que adquieran la tarjeta de la respectiva casa comercial. De esta manera, siendo el precio más bajo un incentivo suficiente para obtener la tarjeta, el consumidor queda habilitado para asumir deudas y así financiar el consumo. El núcleo del negocio de la casa comercial consiste en incentivar al cliente a que compre el producto en cuotas, las que naturalmente devengarán intereses, todo lo cual hace que el precio final del producto o servicio adquirido sea mayor a lo largo del tiempo, aún cuando en apariencia parezca ser más bajo que si se paga en efectivo y al contado.

Ahora bien, es preciso señalar que en este caso del acceso a un mejor precio con el uso de tarjetas de crédito o tarjetas de casas comerciales, existe un mecanismo para beneficiarse de la oferta sin necesidad de pactar un pago en cuotas y, por tanto, sin el pago de intereses. Esto se consigue al realizar el pago de la deuda en el mismo acto en que se realiza la compra o en un plazo inmediato. Sin embargo, la tarjeta tiene un costo de administración equivalente a $30.000 en promedio al año (Tarjetas Ripley, Cencosud, CMR, ABCDIN, La Polar), lo que influye negativamente en el endeudamiento del consumidor.

La siguiente tabla se encuentra presente en el contrato para el uso de una tarjeta de una casa comercial[9]. En ella se detallan los cobros asociados a la sola tenencia de la tarjeta:

CONCEPTO	MONTO
Cargo por Servicio de Administración	UF 0,0892 Mensual equivalente a UF 1,0704 Anual
Comisión por Avance en Efectivo, en moneda nacional.	$ 1.160 Reajustables
Comisión por compras internacionales.	US $ 0,00 + 0,00% del monto
Comisión por avance en efectivo internacional	US $ 0,00 + 0,00% del monto
Comisión por Prepago.	$0

Con todo, es preciso señalar que la información entregada por las casas comerciales sobre los precios de los bienes genera en los usuarios una confusión, pues induce a error respecto del precio real al cual se puede acceder.Esto porque si el cliente no cuenta con la tarjeta de la casa comercial, no podrá acceder al precio exhibido, informado o publicitado.

IV. Contenido del proyecto

Con el fin de desincentivar el endeudamiento de las familias en nuestro país, el proyecto de ley propone modificar la Ley Nº 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, agregando un artículo 18 A nuevo. En virtud de él, se iguala el precio ofrecido para la compra de un bien determinado utilizando instrumentos de crédito, al pago del mismo precio con dinero en efectivo y al contado.

Esta modificación permitirá a los consumidores acceder a los mismos precios sin necesidad de contar con la tarjeta o instrumento de crédito y sus cargas, desincentivando el endeudamiento, en especial, de las familias de menores recursos.

Además, el proyecto propone configurar como infracción legal la negación de recibir el pago al contado y en efectivo del precio ofrecido para los usuarios de tarjetas o instrumentos de crédito, de manera que no puedan alterar la posibilidad de ofrecer un mejor precio con la modalidad de cuotas.

Por las razones antes expuestas, someto a vuestra consideración el siguiente

PROYECTO DE LEY

Artículo Único: Agrégase a la Ley Nº 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, el siguiente artículo 18 A, nuevo:

“Artículo 18 A.- Si el proveedor ofreciere un mejor precio por el uso de instrumentos de crédito, como tarjetas de casas comerciales o tarjetas de crédito, el consumidor tendrá derecho a exigir el mismo precio contra el pago en dinero efectivo y al contado.

La negativa de recibir el pago en efectivo y al contado constituirá una infracción a esta ley en los mismos términos del artículo anterior.”.

[1] Universidad Bio-Bio, Congreso internacional, “El endeudamiento como problemática social emergente”, Patricia Castañeda Meneses.

[2] The Clinic, “Historia: El drama de los chilenos encalillados para comer”, versión online, disponible en http://www.theclinic.cl/2015/04/05/historias-el-drama-de-los-chilenos-encalillados-para-comer/ y consultado por última vez el 7 de abril de 2015.

[3] Banco Central Chile. Encuesta Financiera de Hogares: Metodología y Principales Resultados EFH 2011-12 http://www.bcentral.cl/estadisticas-economicas/financiera-hogares/pdf/Resultados_EFH_2011-12.pdf

[4] Idea País, Endeudamiento y Pobreza en Chile, Página 2. http://ideapais.cl/system/publicacions/archivos/000/000/021/original/final_2.0.pdf?1412806705

[5] Banco Central Chile. Encuesta Financiera de Hogares: Metodología y Principales Resultados EFH 2011-12 , Página 17.

[6] Banco Central Chile. Encuesta Financiera de Hogares: Metodología y Principales Resultados EFH 2011-12 , Página 18.

[7] Banco Central de Chile. Evolución Financiera de los hogares chilenos de 2007 a 2011-12: cinco levantamientos de la EFH. Disponible en: http://www.bcentral.cl/publicaciones/recuadros/pdf/ief/2013/iief2013_1_evolucion_financiera.pdf (última revisión: 5-XII-2013).

[8] Banco Central Chile. Encuesta Financiera de Hogares: Metodología y Principales Resultados EFH 2011-12 , Página 33. Tabla B2.

[9] Contrato tarjeta cencosud, apertura de crédito, folio número 001 2014. http://www.tarjetacencosud.cl/TarjetaMasWEB/html/pdfs/contrato-de-tarjeta.pdf