UNIVERSIDAD DE VALPARAISO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS.
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

IMPACTO Y EVOLUCIÓN DEL CRÈDITO EN LA INDUSTRIA DEL RETAIL FINANCIERO APLICADO A RIPLEY CHILE

Autor
TAMARA ABARCA ARENAS

SEMINARIO DE TESIS PRESENTADA A LA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO PARA OPTAR AL
GRADO DE LICENCIADO EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES
TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

PROFESOR GUÍA: ADRIANA LATORRE.

Santiago, Noviembre de 2014

AGRADECIMIENTOS

A Dios…

Por ayudarme y acompañarme siempre.

A mis Padres y hermanos…

Por luchar día a día para educarme, apoyarme siempre en todos mis proyectos y entregarme las herramientas para enfrentar la vida con humildad y valentía, por todas esas preocupaciones que les di mientras yo estaba lejos de la ciudad estudiando.

A Pedro…

Por apoyarme y alentarme siempre cuando mis fuerzas y motivación decaen, buscando siempre la mejor forma de decir las cosas, por ayudarme muchas veces a estudiar y mantenerme despierta para certámenes difíciles.

A mis Profesores…

Humberto Cáceres, Adriana Latorre, John Reynolds, Patricio Vicencio, Gerardo Castillejo, Fabiola Jeldes, Teresa Pino, Roberto Yokota, Fernando Valdes, por mantener siempre una relación cordial, responder cada pregunta, cada e-mail, por aprender mucho de ustedes como profesionales, personas y su pasión por educar, formar y luchar por el mejoramiento constante de la carrera y Universidad.

Con Cariño, Tamara.

Índice

Introducción. 6

Capítulo 1: Antecedentes de la Práctica Profesional en Linde Gas Chile S.A. 8

1.1. Descripción de la Organización: 8

1.1.2 Organigrama Linde Gas Chile S.A.: 9

1.2. Descripción de las funciones realizadas: 9

1.2.1 Trabajo Desarrollado en Linde Chile: 10

1.2.2 Razones que impulsan a desarrollar el tema “Impacto y evolución del crédito en la Industria del Retail Financiero aplicado a Ripley Chile”: 12

Capítulo 2: Merco Teórico. 14

2.1 Objetivos Generales y específicos del tema a investigar: 27

Capitulo 3: Impacto y Evolución del crédito en el retail financiero aplicado a Ripley Chile. 29

3.1 Historia de Ripley. Del pequeño taller a las grandes tiendas: 29

3.2 Procedimientos y políticas de crédito en Ripley: 33

Fuente: Intranet Ripley, Red Financiera 39

3.3 Políticas de riesgo para la obtención de Tarjeta Ripley antes de la aparición del SERNAC Financiero 40

A. Captación Normal: 40

B. Captación Express (CE.): 44

C. Captación Internet: 46

3.4 La entrada en vigencia del SERNAC Financiero y los cambios en procedimientos y políticas que los retailers han tenido que realizar para no incumplir con las nuevas normas. 47

Ciclo de vida de Clientes: 50

Se acerca a Ripley (CCSS.): 50

Fuente: Intranet Ripley capacitación entrada en vigencia SERNAC Financiero 2012 52

Solicita Tarjeta Ripley: 53

Cliente califica y obtiene Tarjeta Ripley: 54

Usa su Tarjeta: 59

Decide liquidar la tarjeta: 62

3.4.1 Cambios en las políticas de riesgo para clientes nuevos que deseen obtener su Tarjeta Ripley. 64

3.5 El fortalecimiento y credibilidad del área bancaria, por ende la incorporación de CAR S.A. a Banco Ripley. 69

Crecimiento y Rentabilidad en 2014 Información de Mayo 13-Mayo 14 72

Crecimiento de Cartera Total en el Stock de colocaciones y de ambas redes CAR Y Banco Ripley, información actualizada Agosto14. 75

Evolución en Captación de Clientes, información actualizada Agosto 2014 76

Resultados del Sistema Bancario Acumulado a Julio 2014 76

Conclusiones 80

Bibliografía. 83

Anexos. 85

Anexo Nº1: Condiciones Generales de Otorgamiento Tarjeta Ripley 85

Anexo Nº2: Nuevo Estado de Cuenta 87

Anexo Nº3: Ventas AV/SAV y Consumo en 2014. 90

Introducción.

En el primer capítulo de este informe, se dan a conocer las actividades desarrolladas de una estudiante en su práctica profesional como asistente de tesorería en la empresa Linde Chile, las principales funciones que diariamente realizaba y las limitaciones que tuvo que enfrentar en la inserción de un mundo laboral, sin embargo también entrega sus razones por la cual decide desarrollar una investigación ligada con el mundo del crédito y no mediante su experiencia en su práctica propiamente tal.

La evolución de los mercados financieros en Chile han suscitado una serie de cambios en los hábitos y forma de vida de los consumidores, en materia económica esto ha sido inevitable por el mismo crecimiento del mercado del Retail, la demanda y las nuevas oportunidades de negocios en este insipiente rubro.

En el segundo capítulo se podrá entender el origen del crédito, etimológicamente y económicamente en donde se definirán los participantes de este y se comprenderá el valor del dinero en el tiempo, las diferentes entidades regulatorias que intervienen en la legislación de este y la definición de cada una de ellas, así también se entenderá el porque es un negocio rentable para las empresas de la industria del retail y los segmentos de clientes a los cuales se dirigen. Es así como se comienza a gestar una gran herramienta financiera como lo son la implementación de tarjetas de crédito emitidas por las compañías de Retail, destinadas como medios de pago o de financiación para

brindar un bienestar o liquidez inmediata a sectores de menores ingresos que hasta ahora no tenían acceso a este producto financiero por parte de la banca tradicional.

En el capítulo 3 se analiza la evolución y la masificación del crédito aplicado a la compañía Ripley Chile, los procedimientos y políticas que implican la otorgación de la tarjeta de crédito por parte de la compañía, además de los perfiles de los potenciales clientes, las adecuaciones y mecanismos generados por parte de la organización para alcanzar un crecimiento explosivo durante los últimos años. Abordar de la misma manera la consolidación de este producto en el mercado financiero nacional. Los cambios y adecuación de la compañía frente a un momento coyuntural de prácticas por parte de una compañía de Retail en Chile y finalmente como logra la compañía enfrentar grandes cambios al sistema y ser líderes de la industria en el financiamiento en Chile.

Capítulo 1: Antecedentes de la Práctica Profesional en Linde Gas Chile S.A.

1.1. Descripción de la Organización:

Nombre de fantasía: Linde Gas Chile S.A.

Razón social: Linde Gas Chile S.A.

Giro: Fabricación de Gases Industriales y medicinales.

RUT: 90.100.000-k

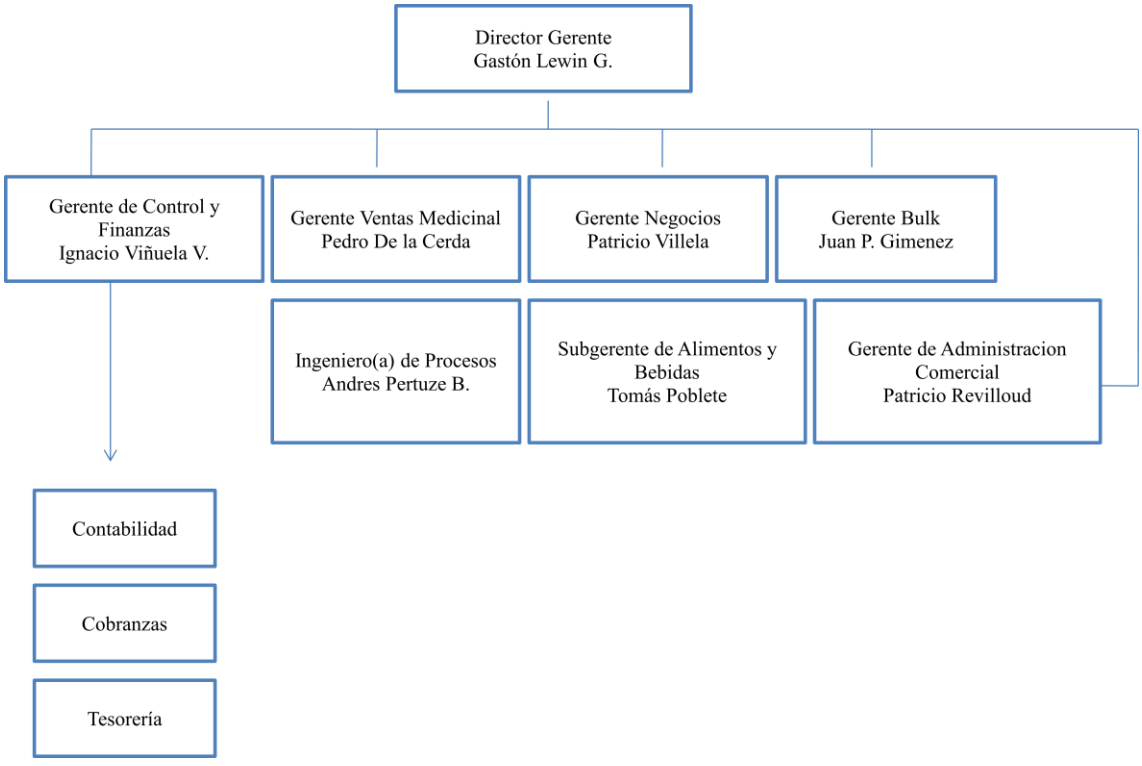
Dirección: Paseo Pdte. Errazuriz Echaurren 2631, P. 3 y 4, Providencia, Santiago.

Teléfono: 22330-8000

Web: www.linde.cl

Linde Gas Chile S.A. es miembro de The Linde Group ofreciendo productos para la industria en cuanto a protección de medio ambiente, medicina, investigación y desarrollo desde 1920 en donde produce y comercializa gases industriales y medicinales en Chile de acuerdo a la legislación vigente y en base a la ética, contribuyendo a elevar estándares de seguridad, eficiencia, calidad y protección de sus clientes en segmentos fabriles, manufactureros y clínicos. Su excelente trayectoria en el rubro de los gases es principalmente porque cuenta con personal y tecnología altamente calificada para el desarrollo de sus productos lo cual fortalece el alto compromiso y servicio con sus clientes fortaleciendo cada vez más a la compañía en la constante búsqueda de soluciones e innovaciones para el consumidor obteniendo así excelentes productos que sean más productivos, rentables y cuidadosos con el entorne y medio ambiente.

1.1.2 Organigrama Linde Gas Chile S.A.:



Fuente: Elaboración Propia a partir del Directorio Pesquero Acuícola de Chile www.pez.cl 2010.

1.2. Descripción de las funciones realizadas:

En Diciembre del 2010, la autora comienza a realizar su práctica profesional en esta empresa durante 3 meses en donde sus funciones como asistente de tesorería eran principalmente velar por la correcta ejecución de los mecanismos y procedimientos en los pagos de proveedores y acreedores de la empresa para brindar el mejor servicio posible para los clientes internos y externos.

1.2.1 Trabajo Desarrollado en Linde Chile:

Lo primero que se debía revisar era la cuenta bancaria de la compañía asignada a la cartera correspondiente en donde se verificaban los depósitos realizados en la cuenta de la empresa para lo cual convenía separar por el total de sucursales a lo largo del país y realizar una conciliación de estos v/s lo informado por la sucursal correspondiente durante el día anterior como ingreso, luego procesar la información en una tabla excel y posteriormente se generaba un informe acotado a la jefatura de tesorería para lo cual, como plazo máximo diario se disponía hasta las 10:30 horas. Una vez finalizada esta etapa del proceso, se continuaba con el análisis de las facturas de todos y cada uno de nuestros proveedores a lo largo del país, este proceso se lleva a cabo manualmente poniendo especial énfasis en chequear la correcta emisión y tímbraje por el departamento correspondiente además de el visto bueno del área de Contabilidad en el cual se asigna un código para su posterior procesamiento y orden por fechas para cumplir con la ejecución dispuesta según la política de pagos de la compañía la cual índica que como fecha máxima se cancelarán a los 30 días de la recepción de éstas, incluyéndose además aquellas tenían como plazo 60 días en caso que correspondiere con previo acuerdo con el proveedor junto con esto se realizaban pagos de las remuneraciones de los funcionarios de la organización los cuales eran procesados a través de planillas de acuerdo a su código asignado en contabilidad. Cabe señalar que diariamente se recepcionaban alrededor de 100 facturas para lo cual era necesario el ingreso al Software E.R.P. Solomon (actualmente llamado Microsoft Dynamics SL) a

través del código designado por contabilidad y verificar los montos y la fecha de pago que arrojaba el sistema para el proveedor.

Durante el transcurso de la tarde se debían atender consultas por correo electrónico de las sucursales ligadas a los tipos de depósitos que realizaban principalmente el detalle de los clientes que cancelaban sus obligaciones, ya sean empresas como hospitales, clínicas y personas naturales que compraban el oxígeno, además de atender pagos directamente en la oficina , velar por el fondo de la caja chica y conciliar todos los ingresos del día para que al día siguiente fueran depositados directamente en la cuenta bancaria de la empresa.

Los dos últimos días hábiles del mes se comienza a realizar el proceso de conciliaciones y cuadraturas de los ingresos y egresos del periodo en curso para un posterior cierre de mes.

Para poder desempeñar de manera eficiente estas funciones se dispuso de un tiempo de inducción durante 20 días puesto que la persona titular que realizaba estas tareas comenzaría con su periodo de vacaciones por lo cual se asignan estas tareas de desempeñar todas estas funciones operativas a la estudiante en práctica, lo cual era fundamental su realización para el óptimo cumplimiento de las funciones a diario, cabe señalar que durante este periodo la compañía estaba ejecutando el cambio de sistema E.R.P SOLOMON 7 , el cual es la última actualización del software que ya utilizaba la organización, sin embargo presentaba una diferencia significativa en la interfaz del software lo cual dificultaba su utilización, ésta actualización permitía una mejora en los

procesos y como es de esperar los cambios sistémicos requieren de un cierto tiempo de adaptación y adecuación por parte de los usuarios por ende en muchas oportunidades se generaban incidencias de sistemas a causa de la implementación del mismo adicionando a esto una barrera, la resistencia al cambio y adecuación por parte de los funcionarios.

1.2.2 Razones que impulsan a desarrollar el tema "Impacto y evolución del crédito en la Industria del Retail Financiero aplicado a Ripley Chile":

Como la estudiante menciona anteriormente durante el desempeño de las funciones en el periodo de práctica profesional, sus tareas principalmente fueron operativas y en ningún caso analíticas o de planificación, además de esto la organización comenzó la implementación del cambio de sistema lo cual demandó una dedicación exclusiva al aprendizaje y ejecución de estas tareas siendo parte de las pruebas y test de la implementación del sistema lo cual tomó un tiempo excesivamente prolongado por lo que se vio imposibilitada de poder desarrollar funciones en otras áreas de la compañía, es más aún cuando culmina el periodo de práctica la organización decidió seguir contando con sus servicios durante el periodo de Marzo y Abril 2011 debido a la gran adaptación del nuevo sistema pudiendo así alcanzar los objetivos planteados por la compañía.

A partir de Noviembre del año 2011 se inserta en el mundo laboral logrando desempeñar el cargo de Analista Central de Crédito en la Subgerencia de Admision

dependiente del área de Riesgo de la compañía Ripley Corp. en donde su principal función consistía en realizar una acabada evaluación del perfil de riesgo del cliente para un eventual otorgamiento de crédito según lo establecido en la política de riesgo de la compañía. Desempeñando estas funciones se comienza a generar su interés por esta área del proceso financiero, este cargo lo desempeña durante el periodo de Noviembre 2011 hasta Junio de 2013. En donde se le presentó la oportunidad de asumir un nuevo desafío de ser Jefe de Venta de Tarjeta Ripley en la Zona Sur del País teniendo a cargo las sucursales desde Chillán a Punta Arenas en ésta área, con residencia en la Concepción, pasando al área Comercial de CAR en la Red Financiera, cargo que posee en la actualidad dentro de la compañía.

Es por esto que decide basar su informe de práctica ampliado en la experiencia adquirida en su trayectoria en la compañía Ripley Corp. Ya que obtuvo la posibilidad de conocer diferentes áreas y funciones del proceso crediticio de manera integral, por consiguiente puede referirse a este proceso con mayor detalle y dominio lo que permitirá realizar un análisis completo del tema a desarrollar, en cambio durante la práctica, desarrollada en el grupo Linde fueron muy acotadas y específicas lo cual no le permitió tener una visión completa del proceso.

Capítulo 2: Merco Teórico.

El Crédito es una operación financiera donde una persona o entidad presta una cantidad determinada de dinero a otra persona llamada "deudor", en la cual, este último se compromete a devolver la cantidad solicitada en el tiempo o plazo definido según las condiciones establecidas para dicho préstamo más intereses devengados, seguros y costos asociados si los hubiera. Según la Real Academia Española (RAE) lo define etimológicamente como el proveniente del latín credititus o credere lo cual significa cosa confiada lo que indica que crédito se sustenta entre otras cosas en tener confianza o confiar. Sin embrago Otra corriente afirma que crédito proviene efectivamente del latín Crederé pero que la etimología correcta proviene de la expresión "Certum Daré" utilizada en el ámbito de Derecho Romano lo cual significa "dar lo cierto" esto es "dar lo que se debe" a fin de establecer una responsabilidad crediticia y proteger los intereses de los acreedores .Esto se contrapone con la idea inicial, si bien no existe un consenso en relación a esto punto de definición, lo cierto que la institución del crédito existe desde los comienzos de la civilización humana, si bien existen varias opiniones al respecto a la determinación del origen del crédito. Durante la edad antigua se encuentran los primeros vestigios de operaciones crediticias estas nunca alcanzaron un nivel de perfeccionamiento ni tampoco fue posible alcanzarlo durante la edad media. Sin embargo cabe destacar que en sociedades antiguas como Roma y Grecia surgió el crédito privado en el cual el acreedor entregaba al deudor un bien para su uso, y si el

segundo incumplía con su obligación quedaba en manos del primero. Era tal el derecho que tenía el Acreedor sobre el deudor que rara vez se recurría al crédito.

[1]"Al hablarnos de Esclavitud se refiere a que el deudor llega a convertirse en esclavo de su acreedor." Otra evidencia sustentadora de la existencia del crédito en la antigüedad realiza el Profesor Alberto María Carreño quien afirma [2]"El Crédito ha dejado huellas inconfundibles de su existencia en la edad antigua, puesto que se conservan instrumentos de crédito empleados en Asiria 625 A.C. Estos Instrumentos son pagarés hechos en arcilla húmeda que luego endurecía a base de fuego".

Así mismo junto con la evolución de la institución del crédito esta fue adoptando una figura más compleja y perfeccionada a través de la historia es, por esto que en un comienzo podemos identificar como componentes esenciales para una operación de crédito como es el acreedor o sujeto activo, quien es la persona o entidad cuyo beneficio contrae la obligación a través de realizar la sesión a favor de otra del bien en este caso dinero mediante la promesa o compromiso de la restitución de este en un plazo determinado al momento de la operación. El deudor o sujeto pasivo es aquella persona natural o jurídica que debe satisfacer la prestación y que a su vez fue beneficiada del bien cedido y la cual acepta la devolución de lo cedido durante el tiempo o plazo pactado con el acreedor y que además restituirá un interés junto con el bien recibido.

[1] Alberto María Carreño, Breve Historia del Comercio, Editorial Porrua, 4ª. Edición 1941. México D.F pagina, 171.
[2] Alberto María Carreño, Breve Historia del Comercio, Editorial Porrua, 4ª. Edición 1941. México D.F pagina, 194.

El interés proviene del latín “Generesse” y se utiliza para expresar a lo que las personas les importan. En el ámbito económico el interés es la cuantificación del cambio del valor del bien en el tiempo que se produce al adelantar o postergar el consumo el libro de fundamentos de administración financiera lo define como “*dinero pagado (ganado) por el uso del dinero”*[3], la tasa de interés es la medida del incremento o la disminución que se produce entra la suma original y la cantidad que se ha acumulado al final del periodo convenido. La cuestión del Interés económico a través de la historia ha sido considerada de muchas formas, sin embargo en la época moderna de la economía se comenzó a considerar el dinero como una mercancía que por ende estaba sujeto a las leyes de oferta y demanda las que en el punto de equilibrio consensuarían una tasa de interés.

El crédito en Chile de acuerdo la ley 18.010 del Ministerio de Hacienda que establece normas para las operaciones de crédito y otras obligaciones de Dinero, en su Titulo I Inciso 1º [4] “Son operaciones de crédito de dinero 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 aquel en que se celebra la convención. Constituye también operación de crédito de dinero el descuento de documentos representativos de dinero, sea que lleve o no envuelta la responsabilidad del cedente.

[3] Fundamentos de Administración Financiera, JAMES C. VAN HORNE, JHON JR Y WACHOWICZ, PEARSON Educación, México 2002.
[4] Ley N° 18.010 Establece normas para las operaciones de crédito y otras obligaciones de dinero, Titulo Primero, Articulo 1º promulgada el 26 DE Junio de 1981. Biblioteca Congreso Nacional.

Para los efectos de esta ley, se asimilan al dinero los documentos representativos de obligaciones de dinero pagaderos a la vista, a un plazo contado desde la vista o a un plazo determinado."

A su vez existen diversas entidades Reguladoras del las operaciones crediticias que se cursan a lo largo de nuestro país como los son la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF), Asociación de Bancos e Instituciones Financieras (ABIF) Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) y el Recientemente Creado Servicio Nacional del Consumidor Financiero.

La Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras SBIF:[5] "Es una Institución de Derecho Público Creada el 26 de Diciembre 1925 a partir de la Ley General de Bancos que se promulgó en el gobierno de Arturo Alessandri Palma, esta Ley nace como una iniciativa presentada por la comisión Kemmerer, que fue conformada por el gobierno de la época para reestructurar el sistema monetario y de financiamiento en Chile, la cual estuvo presidida por Edwin Walter Kemmerer, profesor de Economía de la Universidad de Princeton en Estados Unidos, y a quien debe su nombre esta Comisión". Otros proyectos que tuvieron sus orígenes en esta Misión se referían a la ley monetaria para estabilizar el valor de la moneda y establecer el patrón del metal oro como la base de la unidad monetaria del país, la creación del Banco Central de Chile y La Lay Orgánica del Presupuesto. Este cuerpo legal crea primeramente una

[5]Pagina Web oficial de Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras www.sbif.cl 08.10.2017, 18.16 PM.

Superintendencia de Bancos, que se establece en el Ministerio de Hacienda y se le encomienda la aplicación de las leyes relativas a los bancos comerciales, a las cajas de ahorro, a los bancos hipotecarios y al Banco Central de Chile. Una de las normas importantes es que los gastos que demande esta Superintendencia son financiados por las instituciones fiscalizadas.

El jefe superior de la SBIF es el Superintendente quien es nombrado por el Presidente de la República, quien a su vez lleva a cabo el mandato que le impone la Ley General de Bancos e Instituciones Financieras el cual es la supervisión de las empresas bancarias y otras instituciones financieras en resguardo de los depositantes u otros acreedores y del interés público y velar por el buen funcionamiento del sistema financiero. En la Actualidad la SBIF se encuentra ejecutando un enfoque de sus actividades de supervisión bancaria lo cual está fundamentado en las modificaciones introducidas desde el año 1997 en la Ley General de Bancos, que faculto a la superintendencia para desarrollar una supervisión preventiva incorporando la evaluación de gestión y de solvencia de las instituciones financieras. Cabe señalar que se introdujeron 25 nuevos principios básicos establecidos por el Comité de Basilea (Organización Mundial que Reúne a las Autoridades de Supervisión Bancaria) permitiendo a nuestro país estar a la vanguardia a nivel mundial en cuanto a seguridad y estabilidad de las instituciones financieras, La evaluación según gestión y solvencia de las instituciones financieras comprende en el caso de gestión 8 materias a revisar de entre las cuales destacamos la de Administración del riesgo de crédito y gestión global del proceso de crédito, gestión del riesgo financiero y operaciones de tesorería, gestión de calidad a los usuarios y

transparencia de información, prevención del lavado de activos y del financiamiento al terrorismo, gestión de la función de auditoría interna y rol del comité de auditoría.

Es por esto que el enfoque quedó finalmente acotado sobre los pilares básicos, como lo son las visitas a terreno y las autoevaluaciones que realiza cada entidad Financiera. Siendo un mecanismo eficiente para esto la guía de supervisión bancaria, publicada en marzo de 2014 que detalla aspectos principales del proceso de supervisión, afianzando de esta manera el trabajo que se ha desempeñado durante los últimos años.

Ante la regulación de la SBIF también se hace necesaria la creación de *Superintendencia de Valores y Seguros (SVS)*, que debe su origen a una serie de procesos y cambios que se iniciaron en 1865, cuando en el código de comercio se dispone una forma de supervisión de las sociedades anónimas que en su artículo 36 permite al Presidente de la República nombrar un comisario que vigile las operaciones de los administradores y de cuenta de las inejecución o la infracción de los estatutos. En 1928 la Lay 4.404 funda la Inspección General de Sociedades Anónimas y Operaciones Bursátiles. En 1931 por medio del D.L Nº 251 se fusionaron los dos organismos bajo en nombre de Superintendencia de Sociedades Anónimas, Compañías de seguros y Bolsas de Comercio. Y finalmente en 1980 el D.L Nº 2.538, se establece la creación definitiva de la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS).

Dentro de las regulaciones ordenadas por el Estado de Chile también se encuentra la figura de la *Asociación de Bancos e Instituciones Financieras (ABIF)*, fundada el 4 de octubre de 1945, esta es una organización gremial que agrupa a todos los bancos y financieras privados establecidos en el país, así como a bancos extranjeros que mantienen en Chile oficinas de representación, funciona sobre la base de comités técnicos integrados por ejecutivos y especialistas de las empresas asociadas, además, administra un sistema computarizado de intercambio de información a través de su filial SINACOFI S.A. que administra la Cámara de Compensación Bancaria Nacional, sus objetivos básicos se encuentran definidos en sus estatutos de la siguiente manera:

- Estrechar vínculos de unión entre los asociados.
- Estudiar e implementar procedimientos destinados a mejorar la acción de la banca en su labor de intermediación financiera.
- Estudiar y coordinar medidas destinadas a prevenir y combatir fraudes, falsificaciones y adulteraciones de documentos.
- Establecer, operar y mantener servicios de interés común que requieran sus asociados.
- Representar a sus asociados ante los poderes públicos.
- En general, patrocinar todas aquellas medidas que permitan a las instituciones asociadas contribuir con mayor eficacia al incremento de la prosperidad nacional.

La figura del *Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)* creada en 1932 bajo el nombre de "El Comisarito" para la crisis del 29 y evitar las prácticas de monopolios de las empresas , llamado posteriormente "Dirección de Industria y Comercio (DIRINCO)" y en 1990 bajo el nombre de SERNAC, institución que comienza a jugar un rol importante pues su principal objetivo es educar a la población sobre materia de consumo, y por ende se instala en el colectivo social la palabra "consumidores" puesto que surge de la necesidad de proteger los derechos de los clientes en Chile. Entre 1994 y 2004 la ley del consumidor sigue sus modificaciones en pro de incorporar nuevos deberes y derechos para las empresas y consumidores regulando así en materias de crédito, cobranzas extras judiciales, contratos legibles y establecer denuncias colectivas por parte de los clientes, aludiendo a compensaciones económicas por faltas a la normativa por parte de las empresas que fueran sancionadas.

En cuanto se refiere al *Mercado del Retail*, la historia de este comienza a fines del 1800 en donde aparecen las primeras tiendas por departamentos en Europa que mostraban todos sus productos en lujosos y en grandes recintos, pero no fue sino varios años después que la influencia norteamericana basada en grandes supermercados logró redireccionar la industria con una masiva llegada al cliente final, situación que se mantiene hasta estos días.

Si bien Chile actualmente posee una tendencia similar a la europea, creando grandes infraestructuras especificas para el comercio como lo fue el edificio Edwars en Santiago ubicado en Estado esquina Merced, y hoy declarado monumento nacional, sin embargo en 1910 se inaugura la primera tienda por departamentos de la cadena Anglo-Argentina Gath y Chaves, en la esquina de estado con huérfanos ejerciendo un dominio absoluto sobre el comercio de la capital, tanto por envergadura, elegancia de su edificio y sus productos de primer nivel.

Los créditos de consumo fueron una invención francesa. Hacia fines del siglo XIX, un financista galo desarrolla un sistema similar al leasing moderno con el cual logra obtener alrededor de 3 millones de clientes. En Chile se gestaron acompañados de las expansiones de las grandes tiendas a comienzos de los 80 cuando Almacenes Paris, Falabella y Ripley crearon respectivas empresas para administrar los sistemas crediticios, en donde el primer plástico emitido fue el de Almacenes Paris, luego Falabella y Otros. Durante toda su historia la industria del retail ha contribuido no sólo en diversificar las fuentes de crédito en el mercado financiero sino también en su desarrollo y mejorar la calidad de vida de las familias de menores ingresos, permitiendo la adquisición de bienes durables.

Hoy en Chile el endeudamiento es un fenómeno social consolidado, que comienza su masificación en la década de los 80 partiendo por Instituciones Bancarias, Cooperativas, Compañías de Seguros, Cajas de Compensación y la Industria del Retail, siendo éste último una fuente de recursos significativos para la economía, en los años 80 y

principios de los 90 sólo los altos y medios ejecutivos podían optar a la posibilidad de un crédito en las casas comerciales debido a su bajo perfil de riesgo, sin embargo no es hasta mediados de la década de los 90 que también el retail financiero apuesta por otorgar un acceso al sistema financiero en los niveles socioeconómicos de ingresos bajos y medio bajos como es el C2,C3 y D, de nuestro país cubriendo las necesidades emergentes de los consumidores que van surgiendo para mejorar la calidad de vida. No obstante estos grupos socioeconómicos no poseían el conocimiento, la costumbre y la constancia de la compra en cuotas, trayendo consigo problemas como, la morosidad y el alto índice de incobrabilidad para las casas comerciales durante los primeros años.

El crédito posee una positiva valoración en los estratos bajos de la sociedad, vendiendo la capacidad de compra, apareciendo así como una oportunidad de consumo inmediata "que se tiene que aprovechar", por ende la obtención de una tarjeta de crédito es un sinónimo ventaja y flexibilidad a la hora de consumir ciertos bienes muebles que parecieran ser inalcanzables de acuerdo a sus ingresos mensuales para miles de consumidores de este producto, por ende se prefiere comprar en cuotas bajas para poder cumplir con las obligaciones, es decir deben ser sustentables en el tiempo para obtener mayor liquidez mensualmente y por supuesto conservar el producto financiero llamado tarjeta de crédito.

En los últimos 20 años el negocio del retail financiero ha triplicado el número de clientes que poseen una tarjeta de crédito llegando obtener ganancias por de 1.500.000 millones de dólares focalizándose exponencialmente en la captación de clientes de estratos económicos más bajos.

En 1999 se pública la memoria anual de de la SBIF, en donde surge una de las modificaciones más importantes para el retail financiero, es decir una oportunidad muy ventajosa para aumentar los ingresos y utilidades del sector, la anhelada Tasa Máxima Convencional (TMC), la cual refiere que las instituciones bancarias o no bancarias que presten dinero a sus clientes no pueden otorgarlo a una tasa mayor a ésta puesto que será considerado como usura. En Chile la legislación indica que el límite no podrá exceder un 50% sobre el interés corriente de la operación al momento de ser solicitada ya sea a tasa fija o variable.

Antes de la modificación de 1999, la Tasa Máxima Convencional se promediaba de acuerdo a todos los créditos existentes en nuestro país, es decir incluyendo a los otorgados a personas naturales y empresas, el resultado de éste correspondía a la Tasa Máxima Convencional que las instituciones debían aplicar. Sin embargo la memoria de la SBIF de 1999 liderada por el ex Superintendente Ernesto Livacic Rojas hace mención a [6] "En agregar la posibilidad de determinar tasas distintas para operaciones de diferente monto, atendiendo a la necesidad de que la tasa de interés cubra los costos de la intermediación. En definitiva, se resolvió establecer una separación para las

[6] Memoria de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, del año 1999, Autor Ernesto Livacic Rojas Superintendente de SBIF, periodo 1998-2000.

operaciones no reajustables a más de 90 días, distinguiendo entre créditos inferiores o iguales a 200 Unidades de Fomento (UF), operaciones superiores a 200 UF e inferiores o iguales a 5.000 UF y créditos superiores a 5.000 UF. A la vez, se estableció que en el caso de los créditos de consumo los cobros que se hacían por recuperación de gastos o por comisiones relacionadas con estos créditos, deben incorporarse a la tasa de interés."

Finn R. Samsimg A. Director de la Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios (CONADECUS) afirma, "[7]La Ley 18010 sobre las normas para las operaciones de crédito establece el procedimiento para calcular la tasa TIC (Tasa de Interés Corriente) que se define como la tasa de interés promedio de la categoría, observada en el período anterior, y ponderada por el monto de cada operación. La fórmula vigente para obtener las Tasas Máximas Convencionales (TCM) consiste en tomar la tasa TIC que corresponda y multiplicarla por el factor 1,5."

El cambio refiere principalmente que todos los créditos inferiores a $4.500.000 tendrán un cobro límite más alto en la Tasa Máxima Convencional a diferencia de los créditos superiores a estos montos, teniendo presente que quienes optan a créditos de mayor envergadura son los clientes de más altos ingresos, por ende poseen mayor poder de negociación en las tasas, y por supuesto que la entidades prestadoras de dinero son instituciones bancarias y no el retail financiero. Favoreciendo así enormemente el crecimiento exponencial del negocio creditico en la industria retail, aplicando las

[7] Autor: Finn R. Samsimg A. Director de CONADECUS http://www.conadecus.cl/conadecus/?p=2244, Santiago 2011

mayores tasas de interés a los créditos que son adquiridos por los segmentos socioeconómicos medios y bajos del país.

[8]"Esta nueva fórmula de cálculo de la SBIF generó una nueva gama de oportunidades para las empresas operadoras de tarjetas de crédito al producirse un aumento significativo del "spread" real (descontada la inflación). El "spread" definido en este caso como la diferencia entre la tasa de colocación aplicada a las Tarjetas de Crédito y la tasa de captación de fondos para montos superiores a 5.000. U.F. Con esta segmentación el negocio del crédito a los consumidores se hizo muy rentable al aumentar las tasas de colocación y disminuido la tasa de captación, lo que a su vez coincide con el momento que comienza a crecer exponencialmente el negocio de las Tarjetas de Crédito no Bancarias."

Además la SBIF comienza a autorizar a 3 retailers como Falabella, Paris y Ripley para operar con sus propios bancos, lo cual significa que se opera a un menor costo puesto que esta economía se produce al conseguir el dinero directamente con el Banco Central, quedando exentos del pago de I.VA., debido a que en Chile las entidades que ofrecen un producto y lo financian a su vez deben pagar gravámenes, en cambio si el consumidor financia el producto con un crédito de otra empresa, esa compra no grava impuestos, es por eso que en Ripley como Retail posee una razón social como ECCSA y otra llamada CAR para el negocio financiero, puesto que de esta forma se hace más rentable la operación al no cancelar impuestos. Sin embargo en esta industria creen en el negocio

[8] Autor: Finn R. Samsimg A. Director de CONADECUS http://www.conadecus.cl/conadecus/?p=2244, Santiago 2011

haciendo hincapié en que el retail financiero no discrimina estratos sociales, sino que contribuyen a mejorar la calidad de vida de muchas personas que no tienen acceso a comprar bienes como un computador, lavadora, cocina, etc., en efectivo, por ende ofrecen el medio de pago con tarjetas de sus propias empresas, No obstante de aquello estos segmentos socioeconómicos prefieren mantener un sistema de deuda constante y sostenible, puesto les permite adquirir bienes y servicios que sin este sistema estarían fuera de su poder de compra, el gran objetivo de la industria es seguir aumentando la creditizaciòn entre los consumidores, teniendo como norte el beneficio de los clientes y la corrección de las asimetrías competitivas, mejorando así las condiciones a favor de los clientes.

2.1 Objetivos Generales y específicos del tema a investigar:

El objetivo central de la investigación presente consiste en realizar un análisis del mercado Retail Financiero en Chile aplicado específicamente en la compañía Ripley Corp. pasando por sus orígenes, desarrollo y su exponencial crecimiento, su expansión a nivel nacional los cambios y adaptaciones que ha tenido que realizar esta organización de la Industria del Retail para adecuarse a las constantes modificaciones de la legislación chilena y de los distintos organismos supervisores de este mercado.

Dentro de los objetivos específicos están detallar las políticas de riesgo de Ripley para la obtención de las tarjetas de crédito por parte de los consumidores, mencionar el momento coyuntural ocurrido durante el año 2011 donde se hizo de conocimiento

público las prácticas financieras por parte de la compañía La Polar, lo cual desencadena cambios legales y políticos, que culminaron con una nueva entidad reguladora del sistema de Retail Financiero en Chile y exponer los cambios en las áreas de riesgo y crédito de la compañía con la capacidad de poder realizar las modificaciones pertinentes en cada área para dar cumplimiento a las normativas vigentes, el análisis y detección de oportunidades por parte de esta organización y así mismo la respuesta para poder seguir consolidando el nivel de colocaciones en el mercado de los productos financieros a pesar de todos los inconvenientes legales que significa para la compañía los cambios sufridos en el ordenamiento jurídico el último tiempo y para lo cual se cuenta con un tiempo muy acotado para su implementación.

Otro objetivo específico es precisar una visión sobre las oportunidades que significaron para la compañía el ingreso de este nuevo actor al mercado como fue el SERNAC Financiero lo que fue desencadenando un re direccionamiento de la organización focalizando todos sus esfuerzos en realizar la fusión de la de Car S.A. (división retail financiero) y Banco Ripley.

Capitulo 3: Impacto y Evolución del crédito en el retail financiero aplicado a Ripley Chile.

3.1 Historia de Ripley. Del pequeño taller a las grandes tiendas:

A mediados de la década del 50 se inició un proceso económico decisivo, cuyos resultados se ven reflejados, hoy en día, en la existencia de grandes multitiendas, con una amplia variedad de artículos para satisfacer las necesidades de miles de clientes. En ese entonces, los jóvenes hermanos Calderón, proyectaron la primera tienda destinada a comercializar los productos del pequeño taller artesanal nacido unos años antes. Así, la sociedad Calderón Confecciones se convirtió en la precursora del sistema de tiendas al por menor de esta Organización.

1956: Se inaugura la primera tienda Ripley.

1976: Ripley comienza a otorgar crédito a sus clientes.

1985: Se abre Ripley San Diego, la primera multitienda en Santiago.

1986: Se inaugura la primera sucursal en regiones en la ciudad de Concepción.

1993: Se produce un gran salto en Ripley al inaugurar Ripley Parque Arauco que viene aparejado a un profundo y exitoso cambio de imagen y reposicionamiento.

1994 - 1996: Continúa la apertura de tiendas al inaugurarse Plaza Vespucio, Puerto Montt, Astor y Mall del Centro.

1997 - 1999: Expansión a Perú al inaugurarse la primera tienda en Mall Jockey Plaza en Lima, posteriormente San Isidro. Se abren en Chile las tiendas de Chillán, Valdivia, Rancagua, Valparaíso, Antofagasta y Marina Arauco. Comienzan las operaciones de Financiera Cordillera en Perú. Se supera el millón de tarjetas emitidas.

2000 - 2001: Se abre sucursal La Serena, y en Perú se inaugura el formato Ripley Max y la sucursal Miraflores. Comienzan las operaciones a través de la plataforma de Internet en www.ripley.cl

2000: Se inaugura Ripley Alto Las Condes marcando la vanguardia en tienda por departamento. Se crea la Corredora de Seguros Ripley.

2002: Se apertura una nueva plataforma de negocios como Viajes Ripley, además de esto la compañía emprende un nuevo rubro como lo es la apertura de Banco Ripley.

2002 - 2004: Se inauguran las sucursales de Iquique, Calama, Plaza Oeste, Plaza Tobalaba, Plaza El Trébol en Concepción, Plaza Norte en Huechuraba y Florida Center. Se forma la alianza LAN-Ripley en el negocio de viajes.

2003: Emisión de bonos securitizados en el mercado local.

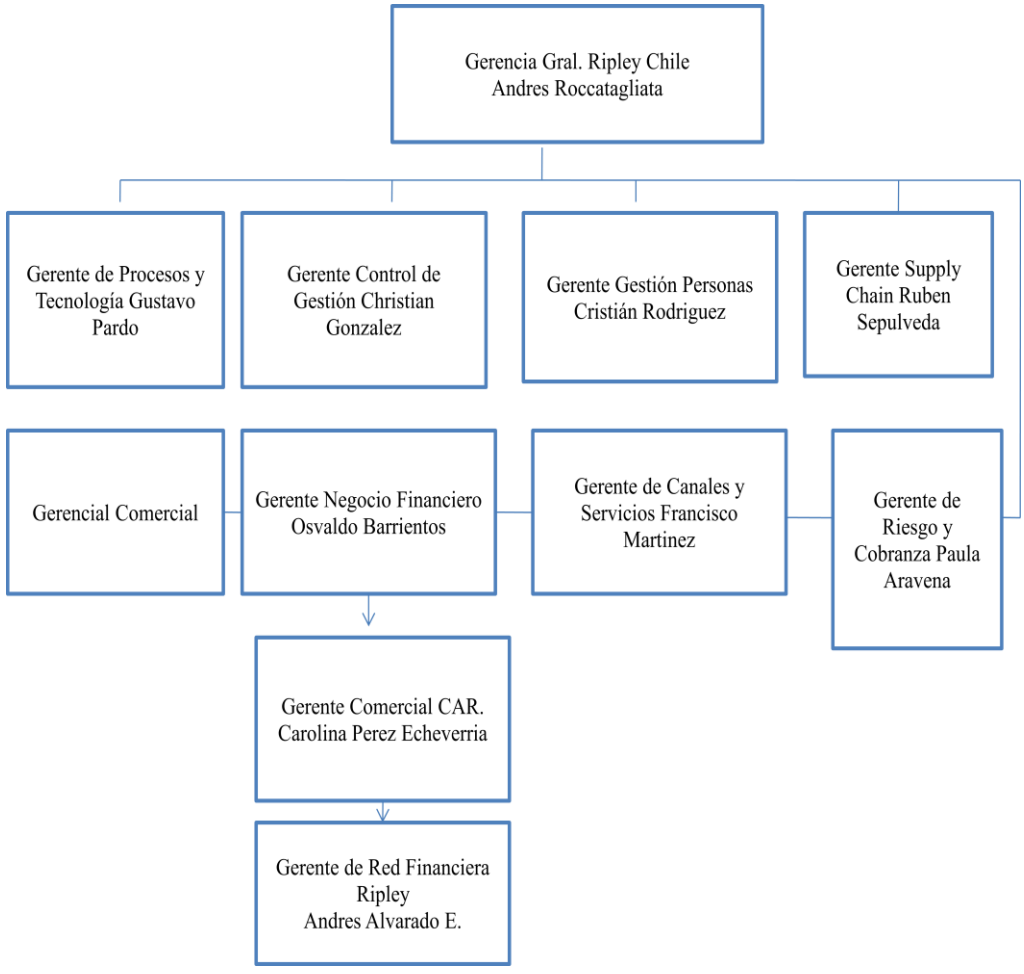
2005: Se abren dos nuevas e importantes sucursales, Crillón en Santiago y Portal Temuco. Apertura al mercado Bursátil.

2012: La compañía continúa su expansión internacional ingresando al Mercado Colombiano.

2013: Apertura Ripley Los Angeles, Mall Plaza Egaña. y en Diciembre la SBIF aprueba la compra de C.A.R.(Crédito Automático Ripley) por parte del Banco Ripley, siendo C.A.R. una filial más del Banco, marcando un hito a nivel Nacional en Retail Financiero.

2014: Apertura Sucursal Copiapó

Estructura Organizacional Ripley Chile.



Fuente: Intranet de la Compañía Ripley Corp.

3.2 Procedimientos y políticas de crédito en Ripley:

En la compañía el negocio financiero es parte fundamental de los estados de resultados puesto que es donde se generan los mayores ingresos y utilidades para los accionistas, por ende es muy común escuchar la frase "*sin tarjeta no hay negocio*" instaurada por el Gerente General de Ripley Chile, lo cual entrega un claro mensaje hacia la Red Financiera de Ripley.

La Red Financiera está encabezada por el Gerente del área, quien depende a su vez directamente de la Gerente de CAR. La Red abarca todos los Centros de Servicios (CCSS) de todas y cada una de las sucursales Ripley del país, las cuales se dividen en zonas financieras.

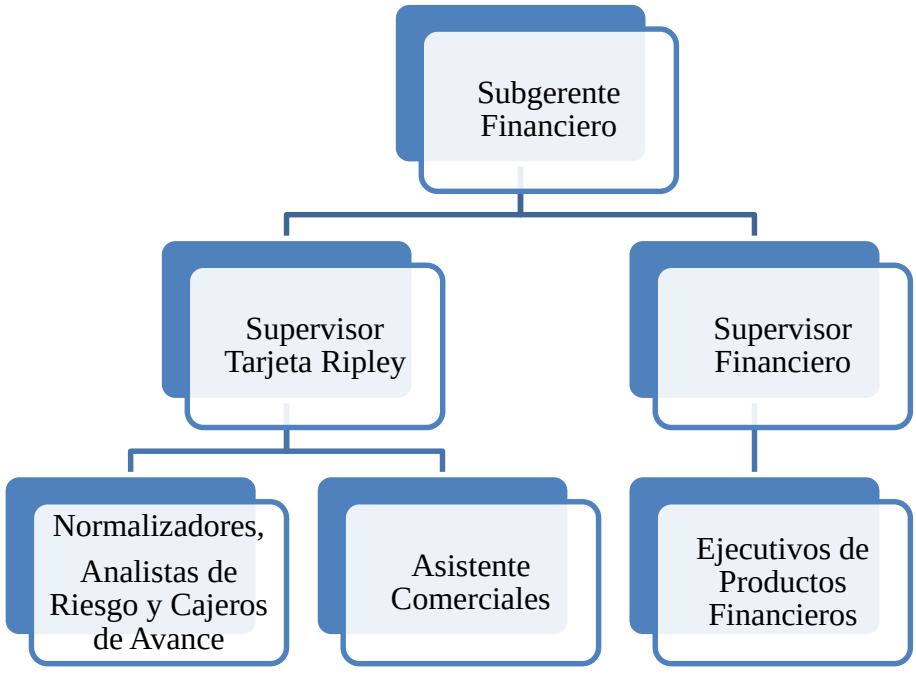
1. Zona Centro: Desde la V Región de Valparaíso hasta la VII Región del Maule sin integrar la Zona Metropolitana
2. Zona Metro Norte: Desde la I Región de Tarapacá hasta la IV de Coquimbo y seis sucursales de la Región Metropolitana como Tobalaba, Florida Center, Alameda, Vespucio, Huechuraba y San Bernardo
3. Zona Metropolitana: todas las sucursales comprendidas en la Región con excepción de las mencionadas en Zona Metro Norte
4. Zona Sur: Comprendida desde la Región del Bio Bio hasta la Región de Magallanes.

Para cada una de estas Zonas existen personas a cargo.

1. Subgerente Zonal Financiero: Es el responsable máximo de la zona, liderando y contralando todos los Centros del Servicios y Captación según su división.
2. Jefe Comercial: Quien controla las ventas de productos financieros en los Centros de Servicios, como súper avance, avance, refinanciamiento, consolidaciones y atención al cliente en lo que al crédito respecta.
3. Jefe Comercial Salón de Ventas: Quien controla la captación de nuevos clientes a través de las ejecutivas de productos financieros, vendedores de la tienda retail, avance realizado en cajas de venta dentro de la tienda y el uso con tarjeta Ripley para los productos exhibidos en la tienda.

Los líderes Zonales son los encargados de Gestionar, Controlar y Retroalimentar, los Centros de Servicios de las sucursales para alcanzar los objetivos propuestos por la compañía.

Cada Centro de Servicios posee la siguiente estructura:



Fuente: elaboración Propia a partir de la estructura financiera de cada sucursal.

La captación de nuevos de clientes en la compañía está a cargo principalmente de los ejecutivos de productos financieros más comúnmente llamados captadores, quienes son parte esencial en el comienzo del negocio, puesto que son los responsables de completar las solicitudes de crédito correctamente, ya que un error en el llenado de algún campo en la solicitud, puede traer problemas como por ejemplo, que la dirección de los clientes este mal escrita por ende nunca recibirán su estado de pago (EPU), un e-mail o teléfono mal escrito puede significar que el cliente no reciba ofertas de nuestros productos o en casos de morosidad no estará ubicable para futuras cobranzas, además el

ejecutivo debe velar por la veracidad de la información y documentos que el cliente le facilite para su evaluación. Una vez culminado el proceso del llenado de solicitud, está debe ser entregada al analista integral de riesgo, quien es el responsable de transcribir la información al sistema actual ITF (Innovación Tecnológica Financiera) además de validar los documentos e información entregada por el cliente a través de las diversas paginas disponibles en internet como, Transunion en donde se puede verificar la vigencia de la cédula de identidad, la morosidad y/o protestos de los clientes, el cual es actualizado los días martes y jueves de cada semana, Blancas, Telexplorer, Amarillas, Green CD, las cuales son usadas para validar números de teléfonos, generando además un llamado telefónico para dicha información, y las diversas páginas web donde se pueden validar los domicilio particular como las de servicios básicos, luego de la validación y evaluación financiera del cliente, el analista procede a embozar la tarjeta de crédito del cliente que espera en el Centro de Servicios, posteriormente aparece la figura del asistente comercial quien llama al cliente al mesón de atención, obteniendo de este un certificado de cotizaciones previsionales a través de PREVIRED, con sistema autentia (sistema de identificación biométrico a través de la huella digital del cliente para corroborar identidad), se procede al llenado del contrato de la tarjeta de crédito Ripley y la toma de firmas correspondientes del cliente, para la posterior activación sistémica de la tarjeta para que pueda ser usada de inmediato por el cliente.

Como se mencionó anteriormente es fundamental para la misión de la compañía la captación constante de nuevos clientes, es por ello que la organización a desarrollado diversos mecanismos para llevar a cabo esta tarea. Los cuales han sido desarrollados de manera tal de poder satisfacer todas y cada una de las aristas de este mercado con dedicación diferenciada a los distintos perfiles de nuestros clientes utilizando las distintas plataformas que existentes.

A. Captación Normal.

B. Captación Express.

C. Captación Internet.

A continuación de adjuntan imágenes de la Solicitud de Crédito empleada por Ripley.

Solicitud Tarjeta Ripley

Fecha / / | Sucursal

R.U.T CLIENTE □□.□□□.□□□-□ | Nº Serie R.U.T □□□□□□□□□ (ubicado en reverso de Cédula de Identidad) | Código de Captador

ANTECEDENTES PERSONALES DEL CLIENTE

Nombres: | Apellido Paterno: | Apellido Materno:

Calle: | Número: | Villa / Población / Condominio / Block

Comuna: | Ciudad: | Fecha de nacimiento: / / | Estado Civil: ◯ Soltero ◯ Casado ◯ Separado ◯ Conviviente ◯ Viudo

Cod. Area / Fono red fija: | Celular: 0- | Fono referencia: | Nacionalidad:

E-mail: @ | Sexo: M◯ F◯

Condición habitacional Titular: ◯ Propia ◯ Empresa ◯ Arrendada ◯ De 3eros | Habita desde: MES - AÑO / | Nivel Educacional: ◯ Básico ◯ Medio ◯ Técnico ◯ Universitario ◯ Postgrado

A) Completar los datos si es Dueña de Casa (Casada)

Nombre Esposo | Apellido Paterno | Apellido Materno | R.U.T CONYUGE □□.□□□.□□□-□

B) Completar los datos del Tutor si es Estudiante

Nombre Tutor | Apellido Paterno | Apellido Materno | R.U.T TUTOR □□.□□□.□□□-□

Nombre de Universidad ó Instituto | Carrera | Año de Curso

Dirección Tutor

Comuna Tutor | Fono Tutor | Relación con el estudiante

ANTECEDENTES LABORALES DEL CLIENTE (Si el solicitante es dueña de casa anotar antecedente laborales del esposo)

Empresa | Giro | Profesión: | Fecha de ingreso: MES - AÑO /

Calle: | Número: | Villa / Población / Condominio / Block

Ciudad: | Comuna: | Cargo:

Tipo Contrato: Fijo ◯ Indefinido ◯ | Teléfono red Fija: | Renta Líquida Mensual: $ Fijo ◯ Variable ◯

REFERENCIA (FAMILIAR DIRECTO)

Nombre y Apellidos: | Teléfono red Fija: | Relación con el cliente:

Dirección

OTROS DATOS DEL CLIENTE

Banco Cuenta Corriente: | Año de Apertura: | Tarjeta Casa Comercial: (Marcar más de uno) ◯ Falabella ◯ Más ◯ Otras | Cupo:

Tarjeta Bancaria: ◯ Visa ◯ MasterCard ◯ Diners ◯ Otra | Tipo: ◯ Clásica ◯ Dorada ◯ Otra | Banco Emisor: | Cupo:

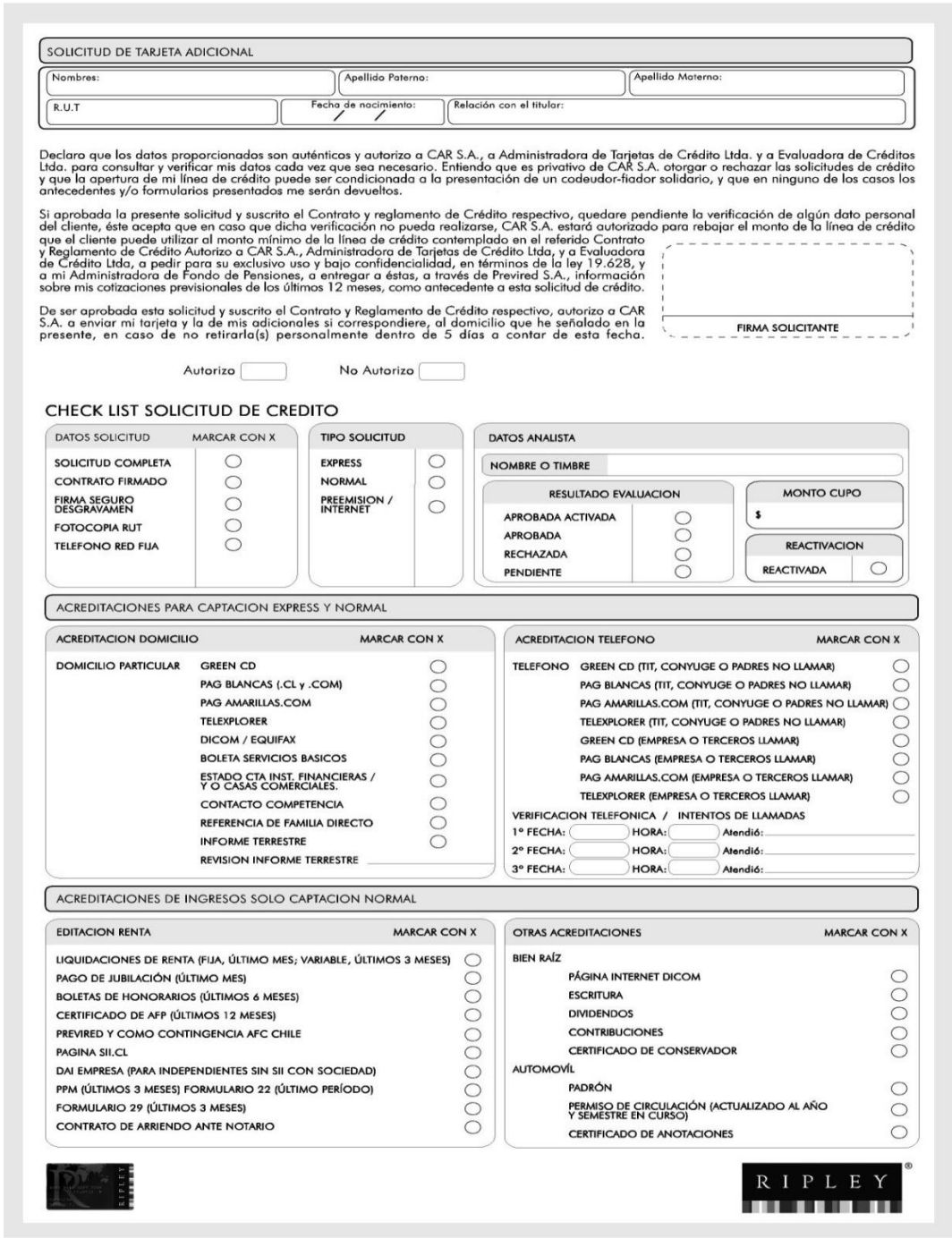
DATOS PARA ENVIO DE INFORMACIÓN

Autorizo el envío de mi estado de cuenta a:

◯ E-Mail _____ @

◯ Dirección Particular ◯ Dirección Comercial | Día de pago: ◯ 5 ◯ 10 ◯ 15 ◯ 20 ◯ 25

RIPLEY®



SOLICITUD DE TARJETA ADICIONAL

Nombres: | Apellido Paterno: | Apellido Materno:

R.U.T | Fecha de nacimiento: / / | Relación con el titular:

Declaro que los datos proporcionados son auténticos y autorizo a CAR S.A., a Administradora de Tarjetas de Crédito Ltda. y a Evaluadora de Créditos Ltda. para consultar y verificar mis datos cada vez que sea necesario. Entiendo que es privativo de CAR S.A. otorgar o rechazar las solicitudes de crédito y que la apertura de mi línea de crédito puede ser condicionada a la presentación de un codeudor-fiador solidario, y que en ninguno de los casos los antecedentes y/o formularios presentados me serán devueltos.

Si aprobada la presente solicitud y suscrito el Contrato y reglamento de Crédito respectivo, quedare pendiente la verificación de algún dato personal del cliente, éste acepta que en caso que dicha verificación no pueda realizarse, CAR S.A. estará autorizado para rebajar el monto de la línea de crédito que el cliente puede utilizar al monto mínimo de la línea de crédito contemplado en el referido Contrato y Reglamento de Crédito Autorizo a CAR S.A., Administradora de Tarjetas de Crédito Ltda, y a Evaluadora de Crédito Ltda, a pedir para su exclusivo uso y bajo confidencialidad, en términos de la ley 19.628, y a mi Administradora de Fondo de Pensiones, a entregar a éstas, a través de Previred S.A., información sobre mis cotizaciones previsionales de los últimos 12 meses, como antecedente a esta solicitud de crédito.

De ser aprobada esta solicitud y suscrito el Contrato y Reglamento de Crédito respectivo, autorizo a CAR S.A. a enviar mi tarjeta y la de mis adicionales si correspondiere, al domicilio que he señalado en la presente, en caso de no retirarla(s) personalmente dentro de 5 días a contar de esta fecha.

FIRMA SOLICITANTE

Autorizo ☐ No Autorizo ☐

CHECK LIST SOLICITUD DE CREDITO

DATOS SOLICITUD	MARCAR CON X
SOLICITUD COMPLETA	○
CONTRATO FIRMADO	○
FIRMA SEGURO DESGRAVAMEN	○
FOTOCOPIA RUT	○
TELEFONO RED FIJA	○

TIPO SOLICITUD	
EXPRESS	○
NORMAL	○
PREEMISION / INTERNET	○

DATOS ANALISTA

NOMBRE O TIMBRE

RESULTADO EVALUACION	
APROBADA ACTIVADA	○
APROBADA	○
RECHAZADA	○
PENDIENTE	○

MONTO CUPO: $

REACTIVACION: REACTIVADA ○

ACREDITACIONES PARA CAPTACION EXPRESS Y NORMAL

ACREDITACION DOMICILIO		MARCAR CON X
DOMICILIO PARTICULAR	GREEN CD	○
	PAG BLANCAS (.CL y .COM)	○
	PAG AMARILLAS.COM	○
	TELEXPLORER	○
	DICOM / EQUIFAX	○
	BOLETA SERVICIOS BASICOS	○
	ESTADO CTA INST. FINANCIERAS / Y O CASAS COMERCIALES.	○
	CONTACTO COMPETENCIA	○
	REFERENCIA DE FAMILIA DIRECTO	○
	INFORME TERRESTRE	○
	REVISION INFORME TERRESTRE	

ACREDITACION TELEFONO		MARCAR CON X
TELEFONO	GREEN CD (TIT, CONYUGE O PADRES NO LLAMAR)	○
	PAG BLANCAS (TIT, CONYUGE O PADRES NO LLAMAR)	○
	PAG AMARILLAS.COM (TIT, CONYUGE O PADRES NO LLAMAR)	○
	TELEXPLORER (TIT, CONYUGE O PADRES NO LLAMAR)	○
	GREEN CD (EMPRESA O TERCEROS LLAMAR)	○
	PAG BLANCAS (EMPRESA O TERCEROS LLAMAR)	○
	PAG AMARILLAS.COM (EMPRESA O TERCEROS LLAMAR)	○
	TELEXPLORER (EMPRESA O TERCEROS LLAMAR)	○

VERIFICACION TELEFONICA / INTENTOS DE LLAMADAS

1º FECHA: ☐ HORA: ☐ Atendió: ____

2º FECHA: ☐ HORA: ☐ Atendió: ____

3º FECHA: ☐ HORA: ☐ Atendió: ____

ACREDITACIONES DE INGRESOS SOLO CAPTACION NORMAL

EDITACION RENTA	MARCAR CON X
LIQUIDACIONES DE RENTA (FIJA, ÚLTIMO MES; VARIABLE, ÚLTIMOS 3 MESES)	○
PAGO DE JUBILACIÓN (ÚLTIMO MES)	○
BOLETAS DE HONORARIOS (ÚLTIMOS 6 MESES)	○
CERTIFICADO DE AFP (ÚLTIMOS 12 MESES)	○
PREVIRED Y COMO CONTINGENCIA AFC CHILE	○
PAGINA SII.CL	○
DAI EMPRESA (PARA INDEPENDIENTES SIN SII CON SOCIEDAD)	○
PPM (ÚLTIMOS 3 MESES) FORMULARIO 22 (ÚLTIMO PERÍODO)	○
FORMULARIO 29 (ÚLTIMOS 3 MESES)	○
CONTRATO DE ARRIENDO ANTE NOTARIO	○

OTRAS ACREDITACIONES		MARCAR CON X
BIEN RAÍZ		
	PÁGINA INTERNET DICOM	○
	ESCRITURA	○
	DIVIDENDOS	○
	CONTRIBUCIONES	○
	CERTIFICADO DE CONSERVADOR	○
AUTOMOVÍL		
	PADRÓN	○
	PERMISO DE CIRCULACIÓN (ACTUALIZADO AL AÑO Y SEMESTRE EN CURSO)	○
	CERTIFICADO DE ANOTACIONES	○

RIPLEY

Fuente: Intranet Ripley, Red Financiera

3.3 Políticas de riesgo para la obtención de Tarjeta Ripley antes de la aparición del SERNAC Financiero

A. **Captación Normal:**

Esta vía de captación de clientes refiere principalmente a los requisitos que cada persona debe cumplir para obtener el crédito, es decir quién desee obtener la tarjeta deberá someterse a los filtros que tiene la compañía, separándolos por mercados además de presentar un teléfono de red fija ya sea particular, de referencia o laboral, un comprobante de domicilio particular (con acreditación de servicios básicos o estados de cuentas de casas comerciales, vigentes dentro de últimos 30 días, a nombre del titular, sin mora ni repactaciones), firmar obligatoriamente el seguro de desgravamen y de cesantía dependiendo del mercado.

a) *Mercado Dueña de Casa:* Para obtener la tarjea como dueña de casa se solicitan los siguientes requisitos:

- Ser mayor de 25 años.
- No registrar mora y/o protestos en databussines.
- Puede ser soletera, casada, separada y/o viuda, en caso de ser casada debe acreditar certificado de matrimonio y Rut de su cónyuge puesto que este no debe registrar mora y/o protestos.
- Para acreditar ingresos puede presentar, certificado de FONASA con tramos B, C, o D, puede acreditar ser titular o carga de ISAPRE, puede presentar las 6 últimas cotizaciones del cónyuge con una renta depurada no inferior a $250.000, adicional de

tarjeta CMR, propietaria de un bien raíz el cuál debe ser acreditado mediante escritura, rol en DICOM, pago de contribuciones o ultimo dividendo cancelado y vigente. Se excluyen las dueñas de casa con tramo FONASA B Prais y bloqueos por RC o Temporero.

b) Mercado Pensionado y/o Jubilado:

- Edad entre 25 y 75 años.
- No registrar mora y/o protestos en databussines.
- Acreditar ingresos sobre $75.000 líquidos, se excluyen Pensiones de Retiro Programado, No vitalicias y de Apoderados, en este mercado también se incluyen mujeres que reciban pensiones de alimentación por hijos.

c) Mercado Estudiantes de educación Superior:

- Edad entre 21 y 30 años.
- No registrar mora y/o protestos en databussines.
- Acreditar el segundo año de la carrera ya sea cursado o cursando.
- Obligatoriamente se debe acreditar un certificado de nacimiento en donde acredita el Rut de los padres, y éstos no deben registrar mora financiera externa y tampoco interna en Ripley.
- Se aceptan todas las Universidades e institutos profesionales con carreras de más de 4 años de duración.

d) Mercado Independiente:

- Edad entre 25 y 75 años.
- No registrar mora y/o protestos en databussines.
- Registrar inicio de actividades en SII, con antigüedad de 1 año, sin registrar situaciones de alerta y/o término de giro, además de corroborar último tímbraje a lo menos 2 años atrás.
- Su renta debe ser igual o superior a $200.000 depurados y para acreditarla puede presentar formularios 22 del último año, o 3 últimos meses de formularios 29, 6 últimos meses con boletas de honorarios.

e) Mercado Dependiente:

- Edad entre 25 y 75 años.
- No registrar mora y/o protestos en databussines.
- Renta depurada de $120.000, acreditando 6 meses de antigüedad laboral.

f) *Mercado Tarjeta habiente:* dentro de este mercado pueden ingresar dueñas de casas y trabajadores independientes. Cumpliendo los requisitos de edad y sin mora externa, además de contar las siguientes cuentas de casas comerciales y bancarias.

- Tarjeta CMR vigente, con cupo compras $150.000 sin mora ni repactación.
- Tarjeta Paris, Jumbo, Easy vigente, con cupo compras $300.000 sin mora ni repactación. Sin embargo si el cliente acredita 6 pagos, su cupo compras puede bajar a $150.000.

- Tarjetas de Crédito Bancarias y Cuentas Corrientes sólo Bancos Nacionales, no se exige cupo, sólo que tenga un disponible en compras de a lo menos $1.000, sin mora ni repactación, acreditados por estados de cuentas, cheques personalizados o plásticos de tarjetas.

***Mercados con Renta Presunta*:** Dentro de este mercado están los clientes que son considerados independientes y que cumplen con la edad requerida además de no poseer informes comerciales externos, sin embargo no poseen inicio de actividades y/o declaraciones de sus rentas en Servicio de Impuestos Internos.

g) Mercado Transportista Escolar:

- 1 año de antigüedad en la inscripción del Registro Nacional de Transportistas Escolares (RNSTRE).
- Su renta presunta es de $250.000 por furgón escolar que posea a su nombre acreditándolo con el padrón del vehículo.

h) Mercado Taxista:

- Acreditar 2 vehículos a su nombre con certificado de Anotaciones Vigentes del Registro Civil.
- Los vehículos no pueden acreditan una antigüedad mayor a 7 años en el caso de los taxis, y 4 año en el caso de los colectivos.
- Cada vehículo posee una renta presunta de $300.000, sin embargo si alguno se encuentra en prenda esta baja a $150.000.

i) Mercado Rentista:

- Acreditar al menos 2 propiedades a su nombre, mínimo una en arriendo y el canon de arriendo debe ser igual o mayor a $200.000.

B. Captación Express (CE.):

La captación express fue creada en Junio del 2009 en la compañía con el propósito de minimizar tiempos de entrega de la Tarjeta Ripley, ofrecer a un mayor universo de clientes y al menor riesgo posible.

La Captación express es una base de clientes previamente filtrada por riesgo , es decir todos los clientes que han comprado, han hecho un cambio de un producto, han sido adicional de una cuenta Ripley, hayan solicitado antes su crédito, estén inscrito en el programas Ripley Puntos , o hayan entregado alguna vez su Rut en la tienda, son verificados por riesgo en el comportamiento de pago externo, es decir dentro del mercado crediticio Chileno, además deben ser mayores de 21 años y riesgo los ingresa a esta base de clientes que pueden ser ofertados por Captación Express en la tienda.

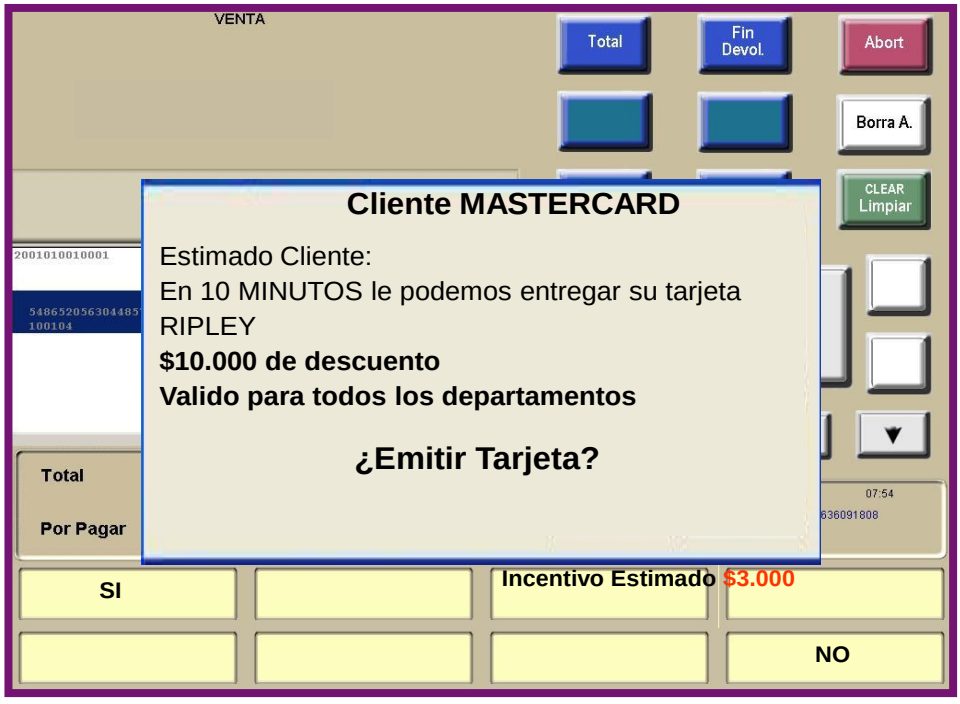
El procedimiento es cuando el cliente está realizando una compra el vendedor solicita el Rut (el cual es consultado a la base, de forma paralela mientras se realiza el proceso de venta en la sucursal) y el cliente no se encuentra en la base, al vendedor en caja le aparece que el cliente no tiene oferta y por ende termina la venta, sin embargo si el cliente se encuentra en la base aparece un POP UP, que le indica al vendedor que el cliente posee la oferta de una Tarjeta Ripley, y se la ofrece tratando de convencer al cliente, si la respuesta es positiva, se genera un llamado sistémico al analista integral de

riesgo quien asigna una captadora que se dirija a la caja de la tienda donde está el cliente para tomarle los datos, bajo los siguientes requisitos de riesgo.

- Clientes con edades entre 21 y 75 años.
- No registrar mora externa.
- Acreditar un teléfono de red fija y domicilio particular comprobable.

Estos requisitos son independientemente del mercado de captación el cual califique el cliente, es más si el Rut del titular estaba ligado como cliente “PRIME” en el sistema sólo se le solicita que cumpla con la edad y sin mora financiera. Una vez aprobado este proceso es entregada la tarjeta al cliente con un cupo compras mínimo de $250.000 y este podrá ser ajustado al 80% de su renta si el cliente así lo desea en el Centro de Servicios.

Ejemplo de POP UP, que aparece en caja al finalizar una compra.



Fuente: Intranet Ripley, Red Financiera

C. Captación Internet:

La captación de clientes por internet esta creada para que los clientes que no poseen el tiempo de dirigirse a una sucursal puedan inscribirse a través de www.ripley.cl y obtener una PRE-APROBACIÒN que reciben vía e-mail la cual deben presentar en el Centro de Servicios de la Sucursal para la obtención de su tarjeta, sin embargo una vez que el cliente es atendido, se prosigue a un proceso interno que es idéntico al de Captación Express puesto que trabajan con la misma base de datos, sin embargo no se compra ningún producto sino que existe un código especial para simular la venta , una vez culminado este proceso se le hace entrega de su Tarjeta Ripley.

3.4 La entrada en vigencia del SERNAC Financiero y los cambios en procedimientos y políticas que los retailers han tenido que realizar para no incumplir con las nuevas normas.

En Junio del 2011 ocurre un caso inédito para el Retail Financiero, el llamado "Caso La Polar, llegar y llevar" , en donde las prácticas financieras de la compañía consistían en repactar o refinanciar las deudas de clientes unilateralmente con interés sobre interés moratorio, gastos de cobranzas, administración y todos los costos asociados al otorgamiento de sus Tarjetas de Créditos, aumentando la contabilidad de la compañía y así evitando la salida de capital por pagos y transformándolas en nuevas colocaciones, con el objetivo de mostrar cifras azules en los balances financieros y así promover la compra de acciones por parte de inversionistas pues esta práctica hacía crecer el patrimonio de la empresa . PWC es en ese entonces la empresa auditora externa que poseía esta multitienda para dar cumplimiento a la normativa vigente que refiere a que los emisores de tarjetas de crédito no bancarios deben contemplar un reporte por auditores externos denominados "Informe de Procedimientos Acordados" que entregan información del funcionamiento de la empresa a la propia compañía y posteriormente debe ser enviados a la SBIF, quienes acusan a PWC de omitir aspectos relevantes, sin formular excepciones relativas al riesgo del crédito, renegociaciones, provisiones e independencia de auditoría interna, por ende los procedimientos estaban centralizados en las gerencias de productos financieros y por ende sus procedimientos no eran aprobados por el Directorio ni la alta dirección de la compañía, según las opiniones vertidas por la SBIF.

Este caso pone en alerta a todas las autoridades, clientes, empresarios, ejecutivos de la Banca y el Retail Financiero, en donde quedan bajo juicio moral y social todas las entidades prestadoras de dinero y se produce en una búsqueda de medidas para regular de forma más estricta y transparente la industria del Retail Financiero y el Gobierno pone urgencia al proyecto de ley SERNAC Financiero.

Es en donde nace la ley 20.555, sobre protección de los derechos de los consumidores, para dotar atribuciones en materias financieras, entre otras, al Servicio Nacional del Consumidor, promulgada el 28 de Noviembre de 2011, entrando en vigencia el 4 de marzo del 2012.

La misión de la nueva figura que aparece con esta ley SERNAC Financiero en donde otorga más obligaciones a las empresas y fortalece los derechos de los consumidores de servicios financieros.

[9]"Son derechos del consumidor de productos o servicios financieros:

a) Recibir la información del costo total del producto o servicio, lo que comprende conocer la carga anual equivalente a que se refiere el artículo 17 G, y ser informado por escrito de las razones del rechazo a la contratación del servicio financiero, las que deberán fundarse en condiciones objetivas.
b) Conocer las condiciones objetivas que el proveedor establece previa y públicamente para acceder al crédito y para otras operaciones financieras.

[9] Ley 20.555 Sobre protección de los derechos de los consumidores, para dotar de atribuciones en materias financieras, entre otras, al Servicio Nacional de Consumidor. Ministerio de Economía. www.leychile.cl 13.10.2014 23.40 PM

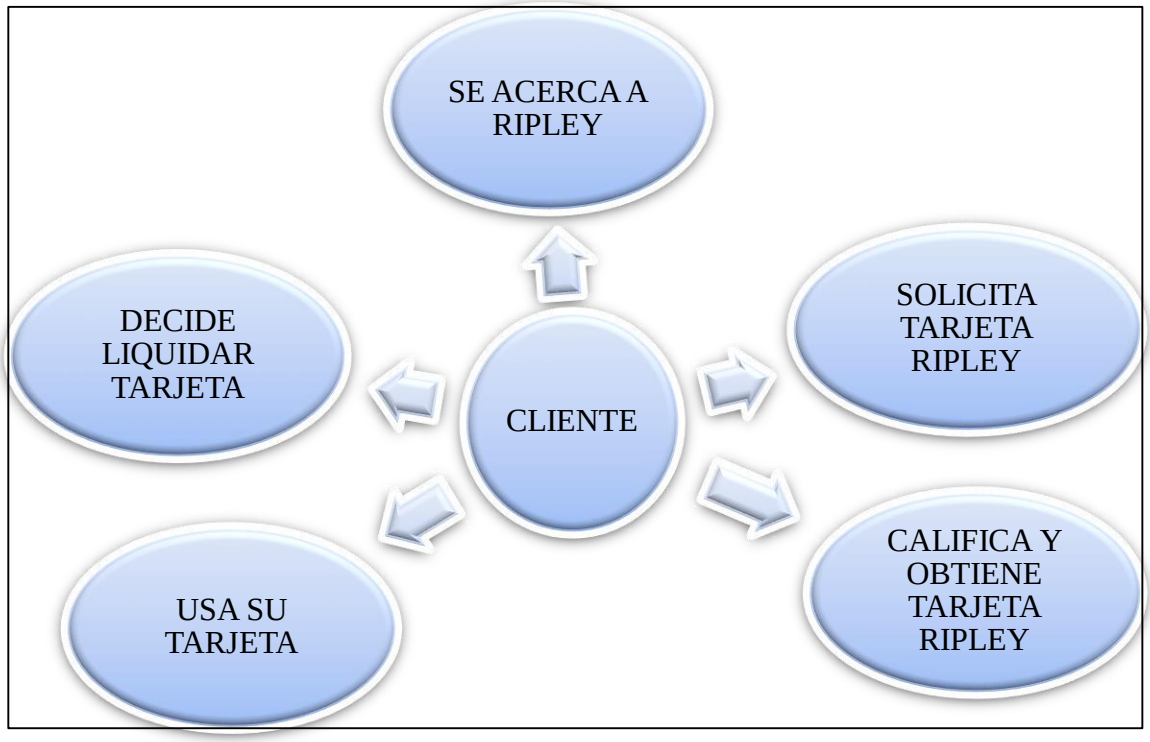
c) La oportuna liberación de las garantías constituidas para asegurar el cumplimiento de sus obligaciones, una vez extinguidas éstas.

d) Elegir al tasador de los bienes ofrecidos en garantía, entre las alternativas que le presente la institución financiera.

e) Conocer la liquidación total del crédito, a su solo requerimiento.".

En Ripley surgen una serie de cambios en procedimientos y políticas de riesgo pues se debe velar por la imagen de la compañía y no cometer errores por parte de los colaboradores pues se desea evitar a toda costa cualquier infracción a la nueva norma. Por ende se comienza un programa intensivo de capacitación hacia el área financiera antes de que entrara en vigencia la nueva ley, estas capacitaciones tiene por objetivo revisar el ciclo de vida de un cliente de Tarjeta de Crédito las obligaciones como emisor de tarjeta de crédito junto con los derechos de los consumidores, para el cumplimiento del Sernac Financiero, además de conocer los alcances que implica la ley y los cambios en los procedimientos y documentos que se deben implementar para cumplir con las nuevas disposiciones.

Ciclo de vida de Clientes:



Fuente: Elaboración propia a partir de capacitación entrada en vigencia SERNAC Financiero 2012

Se acerca a Ripley (CCSS.):

Estas deben estar disponibles para los clientes de forma visible informando las condiciones objetivas para obtener la Tarjeta Ripley, además de publicar las condiciones también en internet www.ripley.cl .[10]

Si el cliente desea información para comparar la Tarjeta Ripley con otras tarjetas del mercado, puede solicitarla en el CC.SS y se le entrega la simulación NO VINCULANTE, es decir un volante informativo del producto (tasas de interés, cobros

[10] Ver anexo Nº 1 CONDICIONES GENERALES DE OTORGAMIENTO TARJETA RIPLEY

asociados, costos, seguros, etc.). Se entrega a clientes nuevos y actuales de la Tarjeta, que soliciten información general del producto.

CAR S.A

Simulación No Vinculante

Producto Principal		
Cupo Total	$ 600.000	
Cupo Total Avance en Efectivo	$ 200.000	
Plazo Vigencia de Tarjeta Crédito	7 años desde la emisión	
Costo Anual de Mantención	UF 149	$22.533,51 (UF al31-03-2012)
Otros Cargos		
Comisión por Avance en Efectivo (por Transacción)	$ 1.160	
Tasas y Carga Anual Equivalente (CAE)		
Tasa Mensual		
Crédito Refundido (para Tarjeta Saldo Refundido)	2,99%	
Compras en Cuotas	3,98%	
Avance en Efectivo	3,99%	
Carga Anual Equivalente (CAE)		
Crédito Refundido (para Tarjeta Saldo Refundido)	**48,21%**	
Compras en Cuotas	**51,81%**	
Avance en Efectivo	**52,35%**	

* Toda CAE se calcula sobre un supuesto de gasto mensual de 20 UF

Gastos Adicionales	
Producto o Servicio Específico Asociado al Crédito	Seguro Desgravamen (VOLUNTARIO)
Costo Periódico del Producto o Servicio asociado al Crédito	0,235% deuda total tarjeta Ripley. Mínimo UF 0,02615 Máximo UF 0,07084
Cobertura que otorga el Producto o Servicio asociado al Crédito	Saldo insoluto de deuda tarjeta Ripley
Producto o Servicio Específico Asociado al Crédito	Seguro Cesación de Pagos Ripley (VOLUNTARIO)
Costo Periódico del Producto o Servicio asociado al Crédito	0,85% deuda total tarjeta Ripley. Mínimo UF 0,012 Máximo UF 0,094
Cobertura que otorga el Producto o Servicio asociado al Crédito	Hasta 6 cuotas consecutivas adeudadas en la tarjeta Ripley del contratante, con un máximo de UF 13.3 por cuota, entendiéndose por cuota el monto correspondiente al ítem denominado Monto Total Facturado del estado de cuenta, excluyendo impuestos, comisiones e intereses por mora en caso de existir.

Cierre Voluntario
El derecho a pagar anticipadamente o prepagar es un derecho irrenunciable, en conformidad al artículo 10 de la Ley N° 18.010

Costos por Atrasos	
Intereses Moratorios	4,65%

Gastos de Cobranza	
Obligaciones de hasta 10 UF:	9% de la deuda
Por la parte que excede a 10 UF y hasta 50 UF:	6% de la deuda
Por la parte que excede a 50 UF:	3% de la deuda

Fuente: Intranet Ripley capacitación entrada en vigencia SERNAC Financiero 2012

Luego que obtiene esta información también se puede entregar una cotización si así lo desea, es decir una propuesta nominativa que se entrega a solicitud del cliente, además debe presentar todos los antecedentes requeridos. Sólo se otorga a clientes que califican como sujeto de crédito, es decir, **clientes evaluados y aprobados.** Incluye cupo otorgado, tasas de interés, cobros asociados, costos seguros, etc. Este documento es generado por la Central de Crédito, llega a CCSS a través de correo electrónico.

CAR S.A

Cotización

Fecha Cotización	
Vigente hasta	
Solicitud Nº	
Tipo de Tarjeta	
Usuario	
Sucursal	

Información Básica

Nombre Solicitante	
RUT	

Producto Principal

Cupo Total	$ 600.000
Cupo Total Avance en Efectivo	$ 200.000

Plazo Vigencia de Tarjeta Crédito	7 años desde la emisión	
Costo Anual de Mantención	UF 149	$22.533,51 (UF al31-03-2012)

Otros Cargos

Comisión por Avance en Efectivo (por Transacción)	$ 1.160

Tasas y Carga Anual Equivalente (CAE)

Tasa Mensual	
Crédito Refundido (para Tarjeta Saldo Refundido)	2,99%
Compras en Cuotas	3,98%
Avance en Efectivo	3,99%

Carga Anual Equivalente (CAE)	
Crédito Refundido (para Tarjeta Saldo Refundido)	**48,21%**
Compras en Cuotas	**51,81%**
Avance en Efectivo	**52,35%**

* Toda CAE se calcula sobre un supuesto de gasto mensual de 20 UF

Gastos Adicionales

Producto o Servicio Específico Asociado al Crédito	Seguro Desgravamen (VOLUNTARIO)
Costo Periódico del Producto o Servicio asociado al Crédito	0,235% deuda total tarjeta Ripley. Mínimo UF 0,02615 Máximo UF 0,07084
Cobertura que otorga el Producto o Servicio asociado al Crédito	Saldo insoluto de deuda tarjeta Ripley
Producto o Servicio Específico Asociado al Crédito	Seguro Cesación de Pagos Ripley (VOLUNTARIO)
Costo Periódico del Producto o Servicio asociado al Crédito	0,85% deuda total tarjeta Ripley. Mínimo UF 0,012 Máximo UF 0,094
Cobertura que otorga el Producto o Servicio asociado al Crédito	Hasta 6 cuotas consecutivas adeudadas en la tarjeta Ripley del contratante, con un máximo de UF 13.3 por cuota, entendiéndose por cuota el monto correspondiente al ítem denominado Monto Total Facturado del estado de cuenta, excluyendo impuestos, comisiones e intereses por mora en caso de existir.

Cierre Voluntario

El derecho a pagar anticipadamente o prepagar es un derecho irrenunciable, en conformidad al artículo 10 de la Ley N° 18.010

Costos por Atrasos

Intereses Moratorios	4,65%

Gastos de Cobranza

Obligaciones de hasta 10 UF:	9% de la deuda
Por la parte que excede a 10 UF y hasta 50 UF:	6% de la deuda
Por la parte que excede a 50 UF:	3% de la deuda

Fuente: Intranet Ripley capacitación entrada en vigencia SERNAC Financiero 2012

Solicita Tarjeta Ripley:

Si el cliente solicita la Tarjeta Ripley y luego de ser evaluado NO califica, se debe generar una papeleta de rechazo generado por sistema interno AURIS sin imprimir de cara al cliente, sino que el cliente deberá recibir la información por escrito con las razones del rechazo las cuales deberán fundarse en condiciones objetivas y se despachará al cliente directamente a su domicilio particular o correo electrónico dentro de 10 días hábiles a contar de la fecha del rechazo.

INFORME RAZONES DE RECHAZO A LA CONTRATACIÓN DE LA TARJETA _____

Informe emitido el día __ de _____ de _____

Estimado(a) Sr(a) _____:

Mediante la presente, y en respuesta a la solicitud de la Tarjeta _____ , efectuada por usted el día _____, le informamos que la razón por la cual su solicitud ha sido rechazada y por ende no ha sido posible contratar la Tarjeta Ripley es la siguiente:

Motivo del Rechazo: **_____**

Sin otro particular, se despide atentamente

Fuente: Intranet Ripley capacitación entrada en vigencia SERNAC Financiero 2012

Cliente califica y obtiene Tarjeta Ripley:

La ley del Sernac Financiero, exige un contenido mínimo en los contratos de adhesión, que explique todos los cobros, comisiones, tarifas, tanto de la tarjeta como de otros productos o servicios contratados simultáneamente, un anexo con Servicios Conexos, en el caso de Ripley el Seguro de desgravamen y el Seguro de Cesación de Pagos Ripley (Cesantía), anexo en relación al Servicio de Atención a Clientes.

Una hoja de resumen en donde los contratos de adhesión deberán contener al inicio sus principales cláusulas. Además de modificación en el contrato en donde las cláusulas respecto a rendición de mandatos y se incorpora Anexo con el Cupo Aprobado, fecha de vencimiento.

HOJA RESUMEN TARJETA RIPLEY, N° CONTRATO 00010006000000001100			
Nombre del Titular		MARCELA PINCHEIRA	
RUN		125698789	
Tipo de Tarjeta		TAM	
Fecha Hoja Resumen		01-08-2012	
I. Producto Principal			
Cupo Total (en pesos)		$ 500.000	Cláusula Primera
Cupo Total Avance (en pesos)		$ 150.000	
Plazo de Vigencia de Tarjeta de Crédito		7 años a partir de la emisión	Cláusula Quinta
Costo Anual de Mantención (UF al 01/08/2012) Se cobra mensualmente sólo a clientes con saldo mayor o igual a $1.000		UF 1,49 (Costo mantención mensual vigente anualizada: $23.964 anual; $ 1997 * 12)	Cláusula Décimo Tercera y Vigésimo Octava
II. Otros Cargos			
Comisión por Avance en Efectivo por transacción (UF al 01/08/2012)		UF 0,054 ($1.160)	Cláusula Vigésimo Octava
Impuesto Timbres y Estampillas		Impuesto de Timbres y Estampillas DL 3475. Tasa de 0,05% del capital del crédito con tope de 0,6%	
III. Tasas y CAE			
Tasa Mensual	Crédito Refundido	2,99%	Cláusula Décima
	Compras en Cuotas	3,98%	Cláusula Décima
	Avance en Efectivo	3,99%	Cláusula Décima
Carga Anual Equivalente (CAE) *	Crédito Refundido	48,21%	
	Compras en Cuotas	51,81%	
	Avance en Efectivo	52,35%	
* Toda CAE se calcula sobre un supuesto de gasto mensual de UF 20			
IV. Gastos Adicionales			
Producto o Servicio Específico Asociado al Crédito (I)	Nombre de Seguro	"Seguro Desgravamen" (Voluntario)	Anexo 1
	Prima de Seguro (fija)	0,235% deuda total Tarjeta Ripley, Mínimo UF 0,02615 Máximo UF 0,07084 ($589 y $1596 respectivamente)	
	Cobertura Área Seguro (fija)	Saldo Insoluto de deuda Tarjeta Ripley	
Producto o Servicio Específico Asociado al Crédito (II)	Nombre de Seguro	"Seguro Cesación de Pagos Ripley"	
	Prima de Seguro (fija)	0.85% deuda total Tarjeta Ripley. Mínimo UF 0,012 Máximo UF 0,094 ($270 y $2.118 respectivamente)	
	Cobertura Área Seguro (fija)	Hasta 6 cuotas consecutivas adeudadas en la tarjeta Ripley del contratante, con un máximo de UF 13.3 por cuota, entendiéndose por cuota el monto correspondiente al ítem denominado Monto Total Facturado del estado de cuenta, excluyendo impuestos, comisiones e intereses por mora en caso de existir.	
V. Cierre Voluntario			
El derecho a pagar anticipadamente o prepagar es un derecho irrenunciable, en conformidad al articulo 10 de la Ley Nº 18.010			Cláusula Décimo Primera
VI. Costos por Atrasos			
Interés Moratorio		4,65%	Cláusula Décimo Segunda
Gastos de Cobranza			Cláusula Décimo Quinta
Obligaciones de hasta 10 UF		9% de la deuda	
Por la parte que excede a 10 UF y hasta 50 UF		6% de la deuda	
Por la parte que excede a 50 UF		3% de la deuda	
Advertencia			
La Tarjeta de Crédito de que da cuenta esta Hoja Resumen , requiere del consumidor contratante (nombre solicitante), patrimonio o ingresos futuros suficientes para pagar su costo total de $23.964, cuya cuota mensual es de $1.997 , durante todo el período del credito			
RIPLEY			
		Firma Solicitante	

Fuente: Intranet Ripley capacitación entrada en vigencia SERNAC Financiero 2012

DEFINICIONES

Cupo Total: El monto total de crédito que el Consumidor tiene disponible en el periodo de tiempo acordado en el contrato de apertura de línea de crédito para la utilización de una Tarjeta de Crédito, sea para uso como medio de pago o para realizar Avances en Efectivo, aunque este último podrá limitarse a una parte del Cupo Total o establecerse como un cupo independiente. En las Tarjetas de Crédito No Bancarias el Cupo Total podrá distinguir el monto total de crédito autorizado en pesos chilenos para uso como medio de pago exclusivamente en establecimientos o entidades relacionadas con el Emisor, conforme a lo dispuesto en el articulo 100 de la ley Nº18.045 del monto total del crédito que esté disponible para uso en otras entidades afiliadas con el Emisor que las aceptan como medio de pago, como también del monto total del crédito autorizado en pesos chilenos para Avances en Efectivo del que esté autorizado para tales avances sólo por un espacio acotado de tiempo. Asimismo podrá distinguir el monto total del crédito autorizado en pesos chilenos del que esté disponible en otra moneda para uso como medio de pago o para realizar Avances en Efectivo en el extranjero, en caso que proceda su otorgamiento conforme al ordenamiento jurídico aplicable.

Cupo Total Avances en Efectivo: El monto total de crédito que el Consumidor tiene autorizado en el contrato de apertura de línea de crédito para la utilización de una Tarjeta de Crédito, para uso exclusivo en Avances en Efectivo, en caso que proceda su otorgamiento.

Costos de Administración y/o Mantención de la Tarjeta de Crédito: Todas las sumas de dinero que mensual, semestral y/o anualmente deba pagar el Consumidor por el valor de los servicios necesarios para la mantención operativa de una Tarjeta de Crédito en sus distintas modalidades de uso. Tendrán este carácter todos los servicios necesarios para el uso de la Tarjeta de Crédito, cualquiera sea su denominación, los que se devengarán a favor del Emisor o de un tercero y no podrán corresponder a tasa de interés, reajuste, capital, impuesto o costos de Apertura, Comisiones y Cargos de Tarjeta de Crédito

Tasa Mensual de Crédito Refundido: La tasa de interés mensual de la Tarjeta de Crédito que se aplicará al saldo insoluto que resulte de la diferencia entre el Monto Total a Pagar y el Monto Mínimo a Pagar o la suma superior a éste que se hubieren pagado efectivamente por el Consumidor en la Fecha o Plazo de Pago establecido para ello. La tasa mensual de Crédito refundido informada en el Estado de Cuenta será referencial para el siguiente periodo de Facturación y su determinación definitiva se efectuará el dia de la transacción de acuerdo a los parametros objetivos previstos por el Emisor.

Tasa Mensual de Compra en Cuotas: La tasa de interés mensual de la Tarjeta de Crédito para las compras que se hayan efectuado en cuotas en el periodo mensual de facturación y que se aplica desde el dia de la transacción.

Tasa Mensual Avance en Efectivo: La tasa de interés mensual de la Tarjeta de Crédito para Avances en Efectivo que se hayan efectuado en cuotas en el periodo de facturación, la que se aplica y fija desde el dia de la transacción.

Carga Anual Equivalente o "CAE": El indicador que, expresado en forma de porcentaje, revela el costo del crédito disponible en la Tarjeta de Crédito en un período anual, cualquiera sea el plazo pactado para el pago de la obligación.

Costos por Seguros de Tarjeta de Crédito: La obligación de dinero que el Consumidor contrae voluntariamente para pagar el valor de una prima de una póliza de seguro, individual o colectiva, cuyo objeto asegurado es la línea de crédito contratada para la utilización de la Tarjeta de Crédito, y en que expresamente ha pactado su débito en la misma Tarjeta de Crédito Bancaria o, alternativamente, en la cuenta corriente del Consumidor o en la línea de crédito asociada a aquélla, o en otra Tarjeta de Crédito del Consumidor con un tercer Emisor, en la medida que exista entre ambos Emisores un contrato de afiliación y sin perjuicio de lo dispuesto en el número siguiente.

Interés Moratorio: Tasa de interés que se aplica por no pagar una obligación en la fecha estipulada.

Gastos de Cobranza: Monto correspondiente al costo de la cobranza extrajudicial de una obligación vencida y no pagada en la fecha establecida en el contrato, traspasado por el Emisor al Consumidor, y que sólo se puede cobrar si han transcurrido quince días corridos desde el atraso, según lo dispuesto en el artículo 37 de la Ley de Protección del Consumidor.

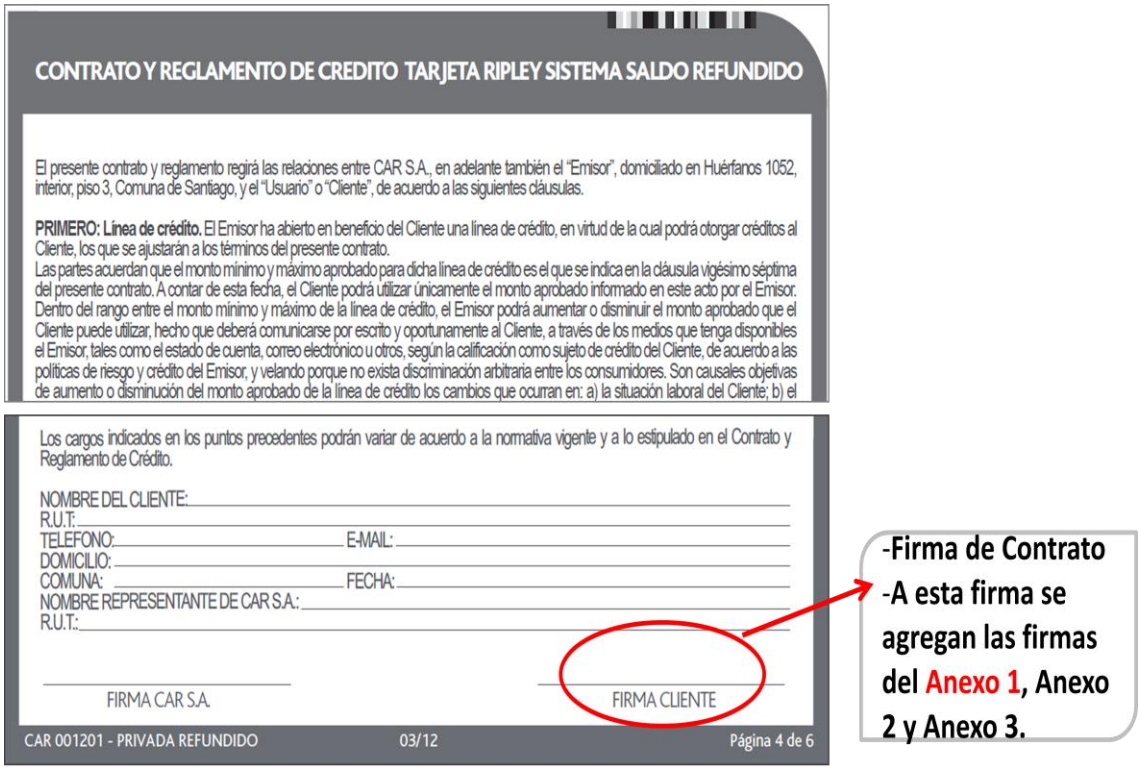
Plazo de Vigencia de la Tarjeta de Crédito: El periodo de tiempo señalado en el soporte físico de la Tarjeta de Crédito, que determina la caducidad de dicho soporte. En el caso de que la vigencia de la Tarjeta de Crédito sea de duración indefinida , deberá indicarse en el contrato de apertura de línea de crédito para la utilización de una Tarjeta de Crédito y en el Soporte Físico

Producto o Servicio Asociado, Simultaneo, Adicional, Especial o Conexo: Monto que el consumidor se obliga a pagar periódicamente por el Producto o Servicio Asociado, Simultaneo, Adicional, Especial o Conexo que se ha contratado en forma conjunta a una Tarjeta de Crédito.

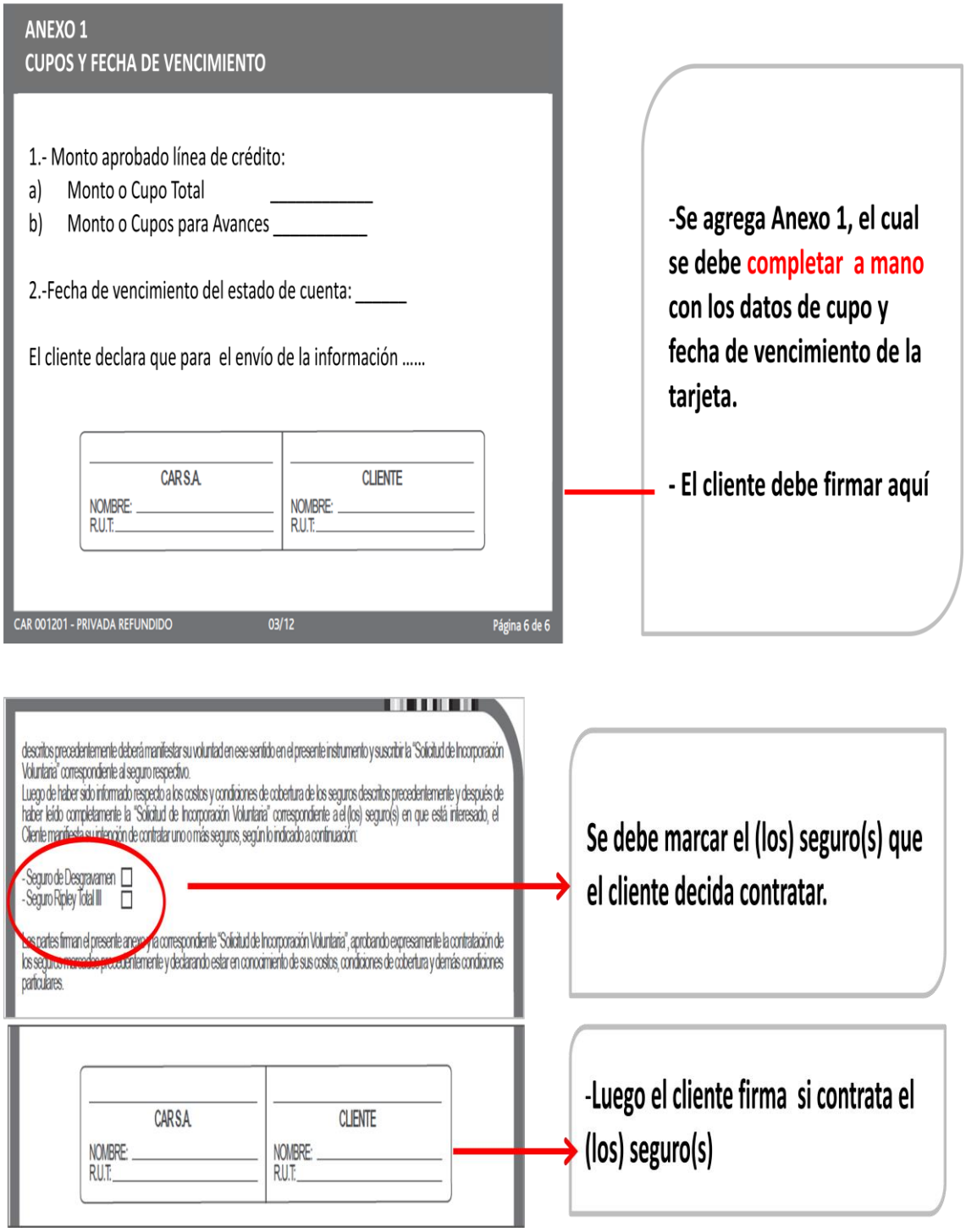
RIPLEY

Firma Cliente

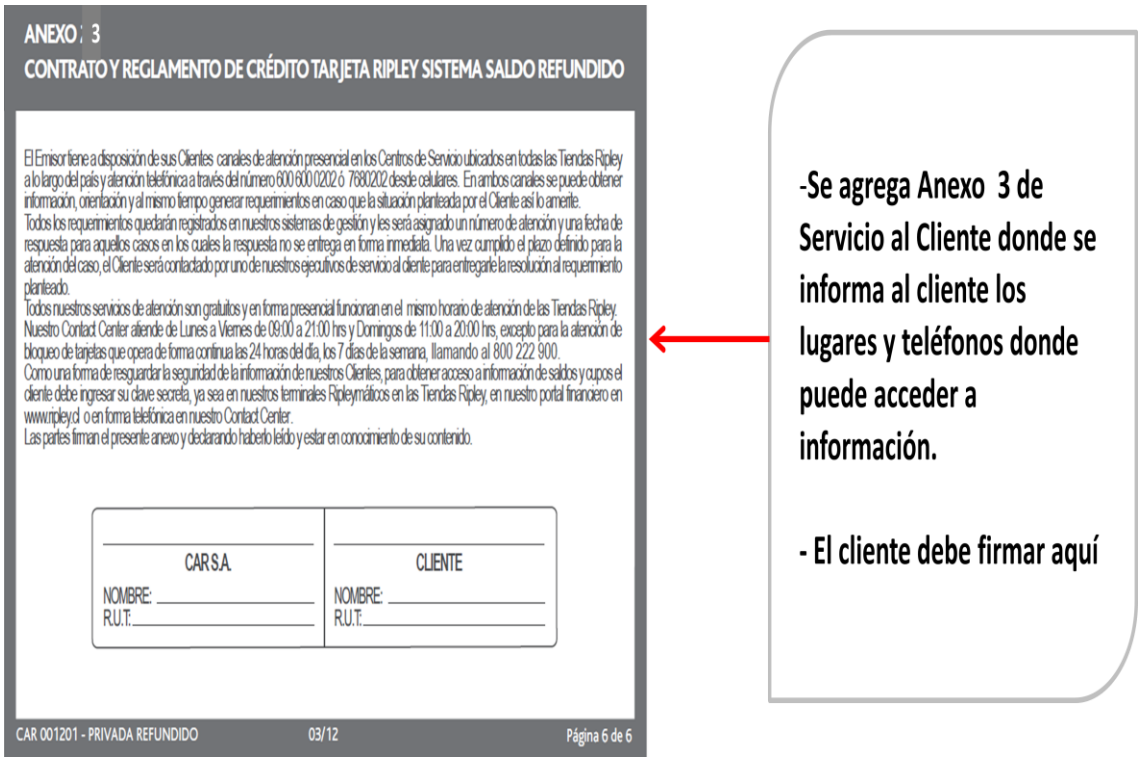
Fuente: Intranet Ripley capacitación entrada en vigencia SERNAC Financiero 2012



Fuente: Intranet Ripley capacitación entrada en vigencia SERNAC Financiero 2012



Fuente: Intranet Ripley capacitación entrada en vigencia SERNAC Financiero 2012



Fuente: Intranet Ripley capacitación entrada en vigencia SERNAC Financiero 2012

Usa su Tarjeta:

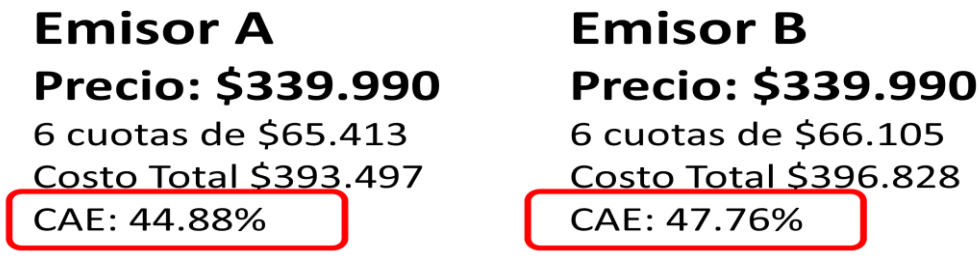
La ley exige informar el Costo Total y CAE en toda publicidad en que se informe una cuota o tasa de interés de referencia y que se realice por cualquier medio masivo o individual:

COSTO TOTAL DEL CRÉDITO = (N° Cuotas * Monto Cuota) + Impuesto al Crédito

CAE PUBLICITARIO = Carga Anual Equivalente

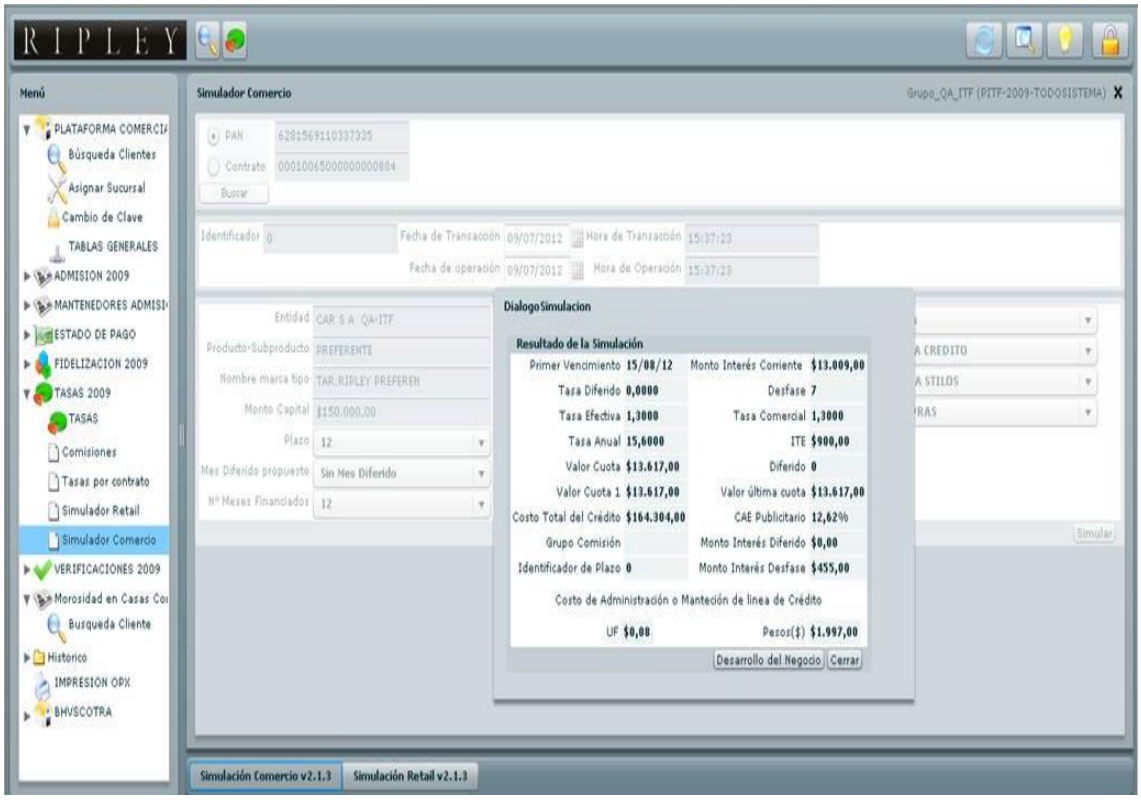
Aplica para los productos Compras en cuotas, Refinanciamiento, Opciones de Pago, Avances y Súper Avance (SAV). En caso de consulta de un cliente informar, *"Señor(a), CAE significa Carga Anual Equivalente, y es un indicador que refleja el valor total de un crédito. Esta expresado en porcentaje, y permite comparar en forma más fácil y con mayor información"*

El CAE Publicitario es un indicador que sirve para comparar entre los emisores de tarjetas de crédito y verificar cuál efectivamente es el más económico, comparando mismo plazo sobre un mismo monto, por ende el más barato será el CAE más bajo ejemplo:



Fuente: Intranet Ripley capacitación entrada en vigencia SERNAC Financiero 2012

Si el cliente desea simular un crédito en efectivo el sistema ITF cuenta con esta herramienta en donde de forma fácil y rápida se simula el monto y el plazo a solicitar por el cliente y luego se puede imprimir.



Fuente: Intranet Ripley capacitación entrada en vigencia SERNAC Financiero 2012

El nuevo estado de cuenta comenzó a regir desde el 5 de agosto del 2012 en donde se incluye CAE proforma que sirve para comparar en las mismas condiciones hipotéticas, el uso de la tarjeta Ripley en compras, avances o crédito refundido, con otros emisores de Tarjeta de Crédito, en el supuesto de deuda de UF 20, a 12 meses. [11]

[11] Ver Anexo Nº 2 , Nuevo estado de Cuenta

CAE prepago, sirve para conocer cuento cuesta prepagar la totalidad de la deuda en la tarjeta Ripley. Además se eliminan ofertas de información comercial al inverso del estado de cuenta.

Decide liquidar la tarjeta:

Es un certificado de prepago en donde se realiza sólo cuando el cliente expresa su intención de prepagar su deuda. El Informe de Liquidación contiene el monto total adeudado por el cliente y tiene una vigencia de 10 días hábiles, el cual debe ser entregado a cualquier cliente que lo solicite. El plazo de 3 días hábiles para entregarla al cliente. En la Liquidación se considera una proyección de los intereses (corrientes – mora) que se devengarán hasta la fecha o plazo de pago de la Liquidación. En caso que el cliente haya efectuado transacciones después de solicitar la Liquidación (compras, avances, cargos, seguros, etc.), la puede hacer efectiva. Sin embargo en el próximo estado de cuenta se le cobrarán las transacciones posteriores. Si se generan gastos de cobranza o cobro de administración durante la vigencia de la liquidación, no se pueden cobrar al cliente estos se deben reversar, siempre y cuando el cliente tenga más de 15 días de mora cuando pidió la liquidación son parte de deuda a pagar., pero si el cliente cumple más de 15 días de mora cae en fecha posterior a la solicitud de la liquidación, no se cobran.

CAR S.A

LIQUIDACIÓN DE LA TARJETA DE CRÉDITO

Fecha Solicitud	30/01/2012
Fecha de Emisión	03/02/2012
Fecha de Entrega	
Periodo de Vigencia	03/02/2012 al 16/02/2012

Identificador Titular

Nombre	Sergio
Apellido Paterno	Irarrázabal
Apellido Materno	Concha
Rut	12365897-8
Numero de Tarjeta	xxx-xxxx-xxxx-6543
Numero de Operación	3513

Fecha contrato apertura línea de crédito	10/05/2011

Tasa Mensual Aplicable (Para Tarjeta Ripley Saldo Refundido y TAM, es la tasa de interes revolving. Para el caso de Tarjeta Cuotas, debera indicarse el máximo de tasa mensual de compra en cuotas)	Total
Tipo de Prepago	Total o Parcial

Cuadro Monto total a Pagar según fecha de pago de la Liquidación

Fecha Pago	Monto total Adeudado	Monto Comisión de Prepago	Monto Total a Pagar
03/02/2012	$xxxxxx	$xxxxxx	$xxxxxx
04/02/2012	$xxxxxx	$xxxxxx	$xxxxxx
05/02/2012	$xxxxxx	$xxxxxx	$xxxxxx
06/02/2012	$xxxxxx	$xxxxxx	$xxxxxx
07/02/2012	$xxxxxx	$xxxxxx	$xxxxxx
08/02/2012	$xxxxxx	$xxxxxx	$xxxxxx
09/02/2012	$xxxxxx	$xxxxxx	$xxxxxx
10/02/2012	$xxxxxx	$xxxxxx	$xxxxxx
11/02/2012	$xxxxxx	$xxxxxx	$xxxxxx
12/02/2012	$xxxxxx	$xxxxxx	$xxxxxx
13/02/2012	$xxxxxx	$xxxxxx	$xxxxxx
14/02/2012	$xxxxxx	$xxxxxx	$xxxxxx
15/02/2012	$xxxxxx	$xxxxxx	$xxxxxx
16/02/2012	$xxxxxx	$xxxxxx	$xxxxxx

Nombre Usuario	Juanito Perez
Sucursal	Parque Arauco

FIRMA O TIMBRE AREA

El monto total a pagar informado en la presente liquidación podría no incluir eventuales transacciones efectuadas en comercios asociados no comunicadas y/o no procesadas por CAR S.A. a la fecha de emisión de esta liquidación, ni los gastos de cobranza extrajudicial ni los intereses moratorios que pudieran generarse.

Fuente: Intranet Ripley capacitación entrada en vigencia SERNAC Financiero 2012

3.4.1 Cambios en las políticas de riesgo para clientes nuevos que deseen obtener su Tarjeta Ripley.

Así como la compañía tuvo que adaptar sus procedimientos rápidamente, también tuvieron que tomar los resguardos necesarios en el área de riesgo en cuanto a la captación de clientes, la principal vía modificada fue la captación normal puesto que dentro de este grupo están los clientes que solicitan la tarjeta y la empresa decide a través de sus políticas si lo otorga o no , a diferencia de la captación express en la cual existe un grupo de clientes en el cual la compañía les quiere vender el producto tarjeta a toda costa, puesto que son clientes menos riesgosos y por lo general más rentables.

Los principales cambios ocurrieron en la política fueron en los siguientes mercados:

Mercado Pensionado y/o Jubilado:

- Acreditar ingresos sobre $200.000 líquidos.

Mercado Estudiantes de educación Superior:

- Acreditar el cuarto año de la carrera ya sea cursado o cursando.
- Ya no se solicitan los Rut de los padres para verificar informes comerciales.
- Se aceptan todas las Universidades sin embargo si el cliente estudia en DUOC o INACAP y acredita una carrea profesional superior a 4 años se le puede otorgar un crédito sólo por excepción.
- Los cupos compras de los estudiantes únicamente se otorgan por $50.000.

Mercado Independiente:

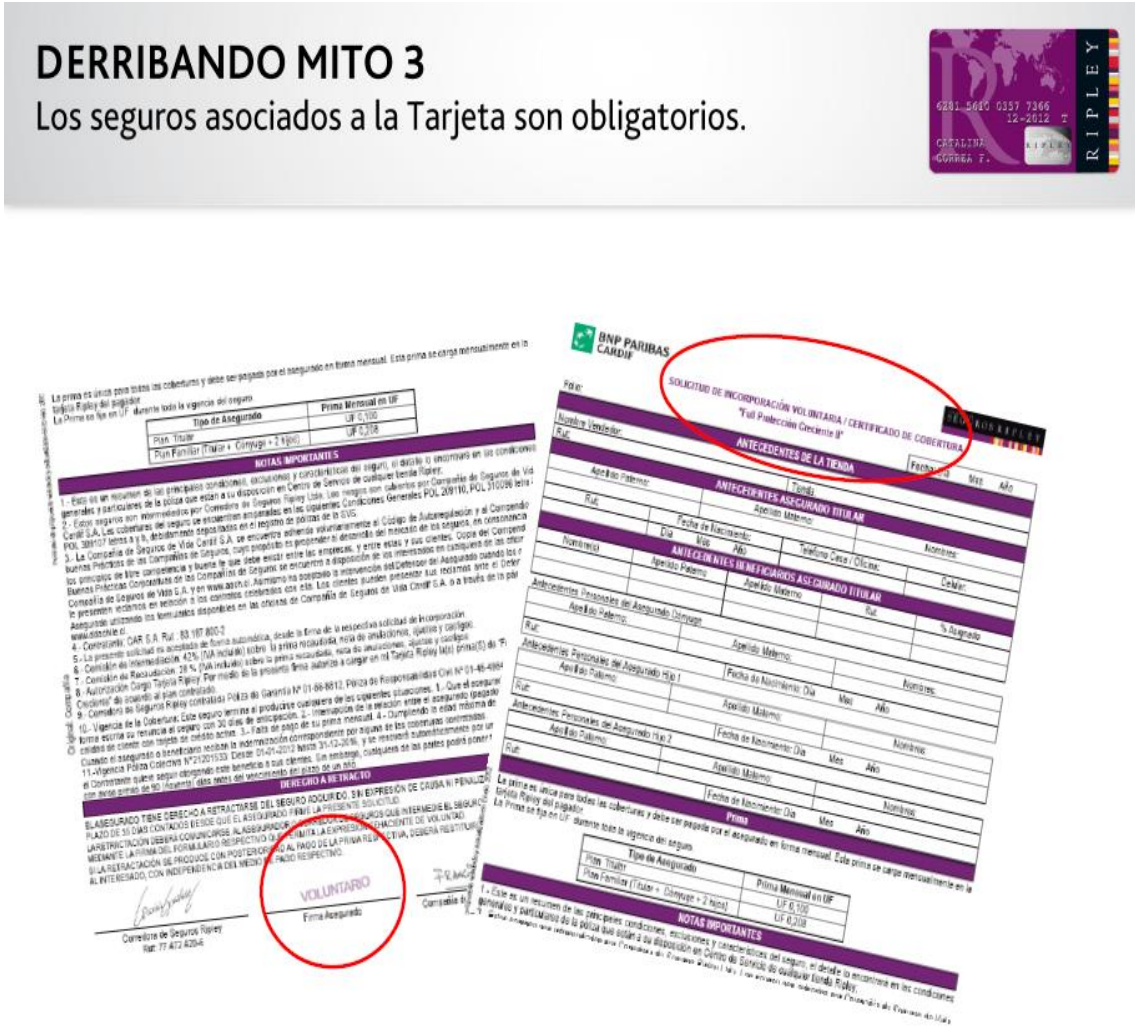
- Edad entre 30 y 75 años.

Mercado Dependiente:

- Edad entre 25 y 75 años.
- Renta depurada de $200.000, acreditando 6 meses de antigüedad laboral.
- Sin embargo si el cliente tiene entre 21 y 24 años de edad su antigüedad laboral deberá ser de 1 año y su renta depurada igual o superior a $500.000.

En Captación Express la única modificación fue que todos los clientes ofertados por ésta vía y que acepten la Tarjeta Ripley se les deberá aperturar la tarjeta aun que no cumplan con algún requisito general como teléfono de red fija y/o domicilio particular, pues de ser así se les otorgará un cupo de $50.000.

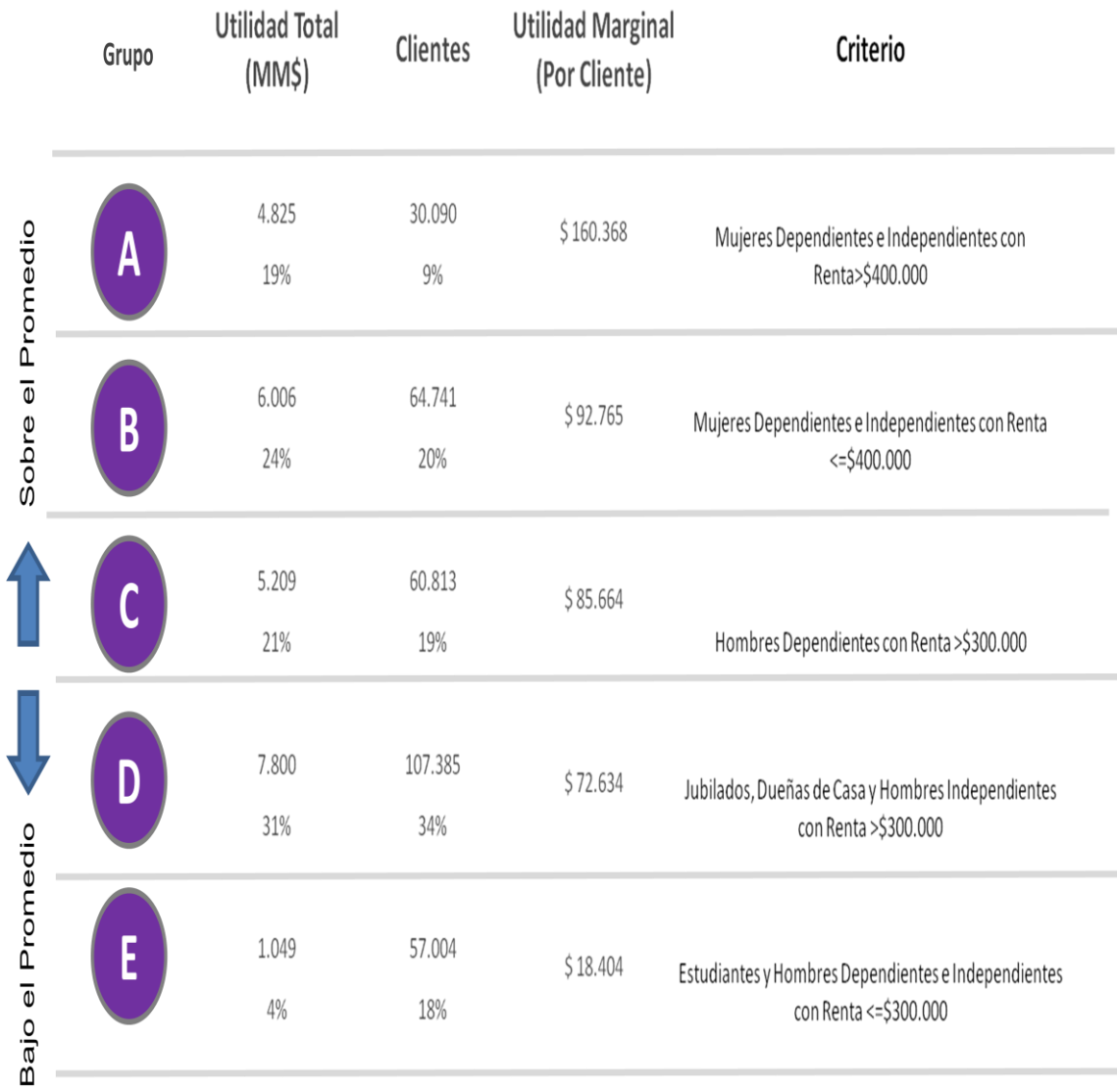
Otro cambio importante fue en que los seguros ya no deben ser obligatorios por ende según el nuevo procedimiento las captadoras deben obligatoriamente ofrecer los seguros asociados a la apertura de la Tarjeta Ripley, sin embargo el cliente es quien decide o no firmarlo luego de conocer las condiciones, y en caso de no ser contratado por el cliente, está absolutamente prohibido condicionar el otorgamiento del crédito por la no contratación de aquellos.



Fuente: Intranet Ripley capacitación entrada en vigencia SERNAC Financiero 2012

En Ripley existe la segmentación de clientes denominada Baskets en donde se revisaron distintas combinaciones de segmentos para agrupar clientes con utilidad marginal similar. Los segmentos se desarrollan en base a las variables que corresponde a información fácil de identificar al momento de la captación.

Inicialmente se identifican 5 grupos. La Utilidad Marginal total es $77.758.



	Grupo	Utilidad Total (MM$)	Clientes	Utilidad Marginal (Por Cliente)	Criterio
Sobre el Promedio	A	4.825 19%	30.090 9%	$ 160.368	Mujeres Dependientes e Independientes con Renta>$400.000
	B	6.006 24%	64.741 20%	$ 92.765	Mujeres Dependientes e Independientes con Renta <=$400.000
	C	5.209 21%	60.813 19%	$ 85.664	Hombres Dependientes con Renta >$300.000
Bajo el Promedio	D	7.800 31%	107.385 34%	$ 72.634	Jubilados, Dueñas de Casa y Hombres Independientes con Renta >$300.000
	E	1.049 4%	57.004 18%	$ 18.404	Estudiantes y Hombres Dependientes e Independientes con Renta <=$300.000

Fuente: Elaboración área Inteligencia Comercial Ripley.

Se puede observar una evolución en el perfil del consumidor en Chile de manera más marcada durante la última década del país junto con una serie de cambios significativos en la vida de las personas y como están perciben y desarrollan su futuro y su calidad de vida. Junto con esto buscan la capacidad de poder alcanzar la tan anhelada movilidad social, accediendo a mejores niveles educacionales, sumado a una fuerte caída en la tasa de natalidad, la incorporación de la mujer a la vida laboral ,y el acceso a viviendas de mejor infraestructura y equipamiento, lo que persigue obtener una mejor calidad de vida, el acceso a la información de manera inmediata con la masificación de Internet, el acceso a artículos electrónicos como el computador , de manera más sencilla y accesible para todos a través del crédito que hasta ese entonces estaba limitado para solo unos pocos. Si bien en un comienzo este mercado era casi invisible en la actualidad es un gran y consolidado mercado, desencadenado no solo por un auge económico si también por un avance cultural, ya que el consumidor en la actualidad, se preocupa por mantenerse informado, más exigente, menos comprometido con las marcas y más selectivo a la hora del consumo y de seleccionar el medio de pago más conveniente.

3.5 El fortalecimiento y credibilidad del área bancaria, por ende la incorporación de CAR S.A. a Banco Ripley.

Con todo el revuelo causado públicamente ante las prácticas financieras realizadas por una multitienda, teniendo a toda la industria bajo la crítica social de todos los entes del país y así mismo también produciendo que la imagen de la industria decaiga ante los consumidores, en este sentido el área Bancaria se fortalece puestos los procesos y procedimientos son mucho más restringidos y normados por ciertas entidades siendo la más fuerte la SBIF, así la industria Bancaria marca la diferencia ante el Retail Financiero con su imagen y servicio otorgado a los clientes.

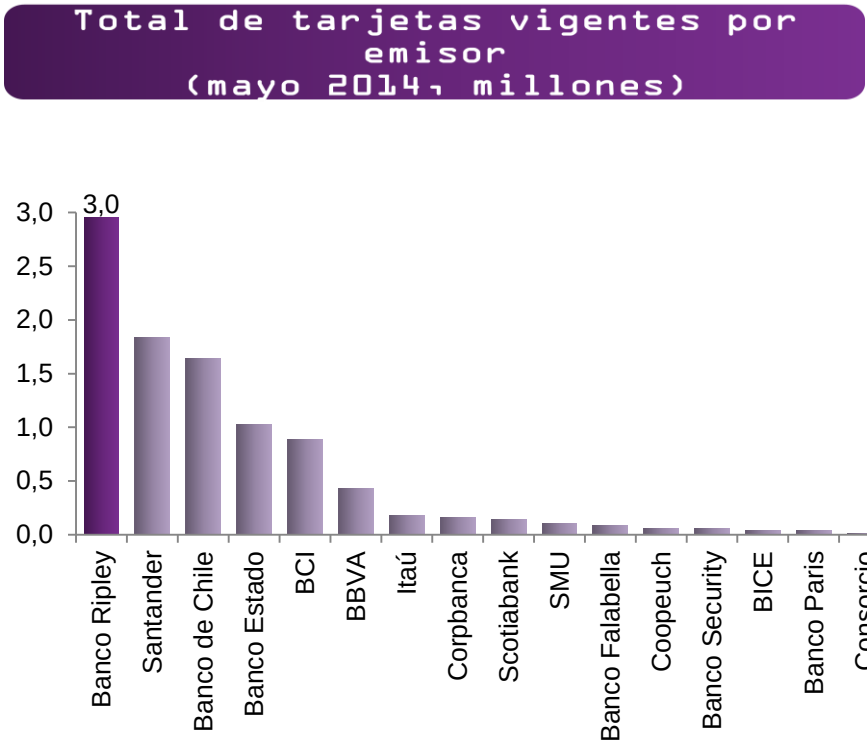
He aquí en donde Ripley como compañía decide dar un paso gigantesco y pionero dentro del Retail Financiero y su historia, puesto ante el fortalecimiento de la imagen bancaria, deciden encontrar una oportunidad en que su Banco Ripley y CAR(Crédito Automático Ripley, administradora de tarjetas de crédito) puedan funcionar como un todo, puesto que la compañía nota la importancia de la transparencia ante los legislativo y la evolución del consumidor, pues es entonces donde la empresa comunica que no tienen nada que ocultar porque todos sus procesos son íntegros con la norma y transparentes de cara a sus clientes, por ende se encuentran dispuestos a que los fiscalicen con mayor rigurosidad. Por ende Banco Ripley ha mostrado una favorable evolución a lo largo de su existencia, en particular en los últimos cinco años se ha consolidado como un banco con una estrategia definida y consistente, con resultados estables y una cartera sana.

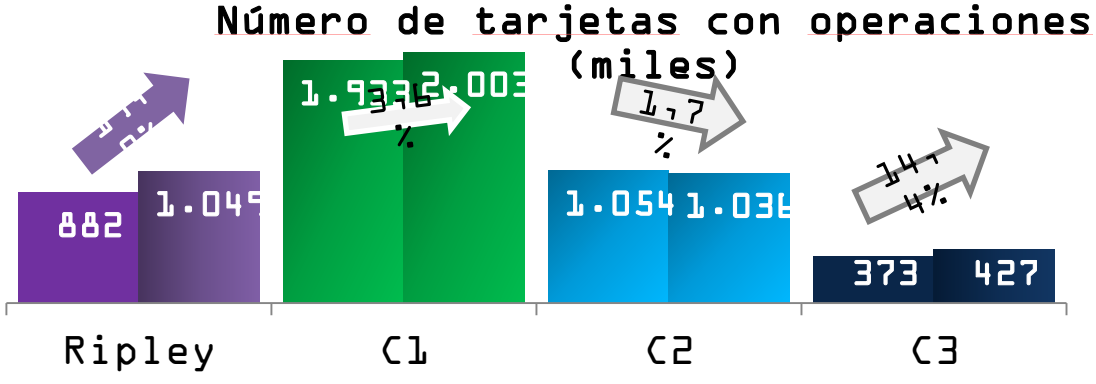
Producto del gran hito que fue la integración del Banco con el negocio de la tarjeta Ripley (CAR S.A) el día 27 de diciembre de 2013, se han producido positivos cambios materiales en los estados financieros de la compañía. Creciendo a paso agigantados la participación de la empresa en la industria bancaria.

Creando una visión general y una excelente noticia para Banco Ripley porque entrega un potente y diferenciador canal de comercialización, 43 centros de servicios siendo el primer retail que Bancariza su negocio (supervisado por la SBIF). El número de clientes que aporta CAR es una gran base de clientes transaccional siendo más de 2 millones de clientes tarjetahabientes, Se transforman en el banco n°1 en número de tarjetas de crédito y alcanzan una capitalización por aumento de capital por MM$ 165.000 en diciembre 2013.

El desarrollo y estrategia Integral de la Banca de Personas es que flujo de clientes a la tienda aproxima clientes a las sucursales bancarias y generan la venta dónde está el cliente, por ende implica un bajo costo de captación y la experiencia de la tienda fomenta la retención otorgando que la base de clientes retail es de grandes oportunidades. Parte de las ventajas de la Integración es el acceso a las ofertas de productos bancarios relevantes a su segmento creando productos nuevos como tarjeta de débito, cuenta vista, línea de sobregiro Creciendo y uniendo las sinergias operativas en donde logran estandarizar el modelo de negocio común en todos los países en que la compañía está presente y así fortalecer enormemente la estructura financiera.

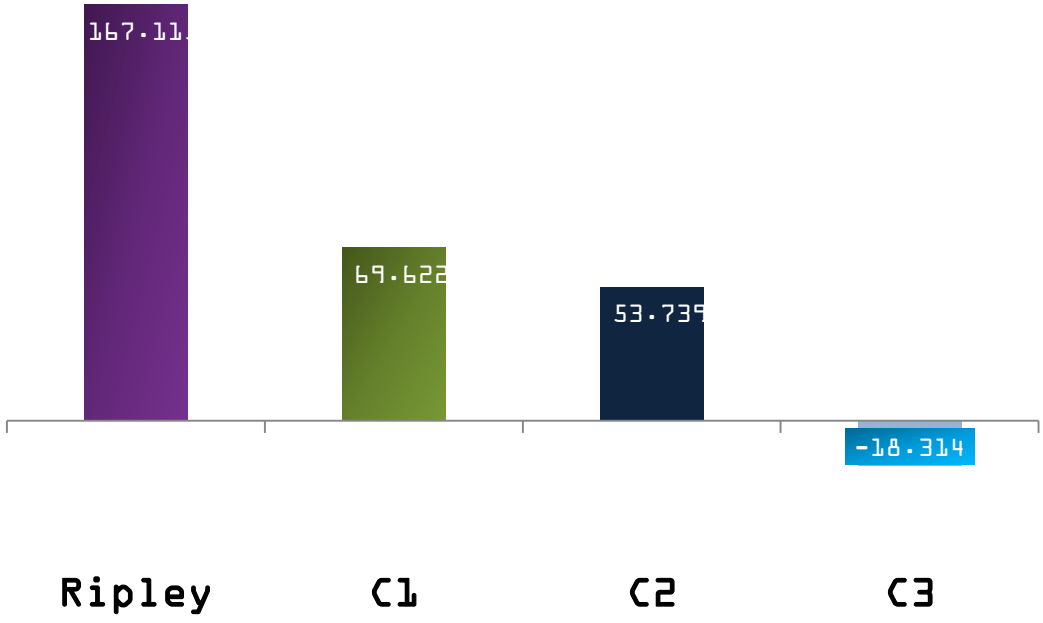
Banco Ripley es el mayor emisor de tarjetas de crédito del sistema, con más de 3 millones de tarjetas vigentes a mayo de 2014, de las cuales 2,2 millones son titulares y 1,1 millones cuentan con facturación mensual.





Fuente: Encuentros mensuales de líderes Banco Ripley Octubre 2014

Crecimiento y Rentabilidad en 2014 Información de Mayo 13-Mayo 14



Fuente: Encuentros mensuales de líderes Banco Ripley Octubre 2014

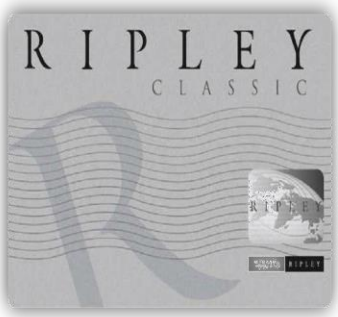
Ripley crece un +19% en el total de su cartera sin embargo comparándolo con el resto de la industria retail chilena, el segmento C1 crece en un 3,6%, el C2 +14,4% y el C3 cae en un -1,7%.

Además Ripley comienza a liderar el crecimiento en los distintos segmentos Socioeconómicos creciendo mayormente en el segmento C1 Y C3.

El crecimiento exponencial de Tarjeta Ripley, también está dado por el desarrollo de su nuevo producto Tarjeta Ripley Mastercard en donde es ofrecida sólo por el Canal de Captación Express a partir de Marzo del 2012 en un piloto realizado en las sucursales de la Región Metropolitana como Puente, Crillón, Huérfanos y Parque Arauco, siendo este masificado sólo en el primer trimestre del 2013 hacia todo el país. El fortalecimiento de la alianza Tarjeta Ripley y Mastercard ha potenciado la transaccionabilidad de los clientes de manera abismante puesto que el cliente está utilizando su Mastercard Ripley un 200% más fuera de la sucursal, es decir ya no sólo la utiliza para mejorar su calidad de vida con productos de Tienda sino también para otras necesidades más básicas, siendo la Industria de los Supermercados quienes lideran el uso (Supermercados Líder) seguidos por el resto de las empresas de retail (Falabella).

La Tarjeta Ripley Mastercard ha desarrollado más de 250.000 nuevas tarjetas en Chile convirtiendo a Ripley que es el emisor número uno de nuevas tarjetas de crédito para Mastercard en Chile produciendo así mayor transaccionabilidad al estar disponible en toda la red Transbank y permite revolving en vez de crédito en cuotas tradicional, el revolving es definido de acuerdo al perfil de cada cliente optando la compañía por tener 2 opciones una por el 10% y la otra por el 30% del valor total de la cuota a pagar, de esta forma también se evitan las disminuciones de colocaciones por pago de cuotas.

Alto Potencial de Crecimiento.



DESDE TARJETA RIPLEY CLÁSICA

IMPLEMENTANDO TARJETA RIPLEY MASTERCARD

FORMANDO UN BANCO ENFOCADO EN LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES

Fuente: Elaboración propia a partir de encuentros mensuales de líderes Banco Ripley

Crecimiento de Cartera Total en el Stock de colocaciones y de ambas redes CAR Y Banco Ripley, información actualizada Agosto14.

Cartera Total CAR

MM$	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Prom Período
2013	381.594	377.253	371.869	371.364	373.443	375.086	379.084	381.237	378.983	381.187	388.874	427.966	376.366
2014	423.369	422.543	421.251	424.213	433.477	441.486	445.892	447.796					432.503
Ppto 2014	420.783	416.997	416.424	414.710	418.919	421.519	423.508	424.074	423.168	425.564	431.880	471.126	419.617
Var 2014-2013	10,9%	12,0%	13,3%	14,2%	16,1%	17,7%	17,6%	17,5%					14,9%
Var 2014-Ppto	0,6%	1,3%	1,2%	2,3%	3,5%	4,7%	5,3%	5,6%					3,1%

Cartera Total BANCO

MM$	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Prom Período
2013	167.265	167.483	165.662	164.098	163.791	164.972	167.116	168.640	168.693	170.573	172.747	173.655	166.128
2014	175.219	175.749	176.920	178.767	180.077	181.832	184.289	186.484					179.917
Ppto 2014	167.840	169.132	170.302	171.131	172.478	175.586	178.290	180.812	181.020	182.495	184.423	185.515	173.196
Var 2014-2013	4,8%	4,9%	6,8%	8,9%	9,9%	10,2%	10,3%	10,6%					8,3%
Var 2014-Ppto	4,4%	3,9%	3,9%	4,5%	4,4%	3,6%	3,4%	3,1%					3,9%

Cartera Total Consolidado

MM$	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Prom Período
2013	548.859	544.736	537.531	535.462	537.234	540.058	546.200	549.877	547.676	551.760	561.621	601.621	542.495
2014	598.588	598.292	598.171	602.980	613.554	623.318	630.181	634.279					612.420
Ppto 2014	588.623	586.129	586.726	585.841	591.397	597.105	601.798	604.886	604.188	608.059	616.303	656.641	592.813
Var 2014-2013	9,1%	9,8%	11,3%	12,6%	14,2%	15,4%	15,4%	15,3%					12,9%
Var 2014-Ppto	1,7%	2,1%	2,0%	2,9%	3,7%	4,4%	4,7%	4,9%					3,3%

Fuente: Encuentros mensuales de líderes Banco Ripley Octubre 2014

Evolución en Captación de Clientes, información actualizada Agosto 2014

Evolución Captación de Clientes

MM$	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	ACUM AÑO
2013	19.609	17.688	18.993	26.212	31.911	33.671	34.616	32.359	26.944	31.967	35.694	51.623	215.059
2014	24.178	23.363	27.671	35.007	39.429	42.148	42.518	41.352					275.666
Ppto 2014	30.000	28.000	31.000	30.000	30.600	31.500	32.550	31.310	28.000	32.085	31.800	45.000	244.960
Var 2014-2013	23,3%	32,1%	45,7%	33,6%	23,6%	25,2%	22,8%	27,8%					28,2%
Var 2014-Ppto	-19,4%	-16,6%	-10,7%	16,7%	28,9%	33,8%	30,6%	32,1%					12,5%

Fuente: Encuentros mensuales de líderes Banco Ripley Octubre 2014

Resultados del Sistema Bancario Acumulado a Julio 2014

Instituciones	Margen de intereses	Comisiones Netas	Negocio Mesa	Recuperac. de créditos castigados	ejercicio (1)	Resultado Depurado sin Mesa	Mesa como % del Resultado	como % del Resultado
Banco de Chile	717.668	155.799	66.020	24.164	**355.261**	289.241	19%	44%
Banco Santander-Chile	761.280	129.661	72.001	33.633	**333.294**	261.293	22%	39%
Banco de Crédito e Inversiones	438.622	118.409	61.065	23.562	**194.332**	133.267	31%	61%
Scotiabank Chile	145.585	30.198	-914	17.071	**50.770**	51.684	-2%	59%
Corpbanca	364.074	91.443	97.929	14.110	**145.057**	47.128	68%	63%
Banco Itaú Chile	114.906	40.019	16.174	3.901	**43.689**	27.515	37%	92%
Banco Ripley	92.555	31.785	1.753	14.289	**27.755**	26.002	6%	115%
Banco Bice	53.521	20.760	19.894	375	**35.713**	15.819	56%	58%
Banco Security	65.696	21.218	22.278	2.409	**37.325**	15.047	60%	57%
Banco Falabella	92.232	7.989	5.054	7.145	**21.383**	16.329	24%	37%
Rabobank Chile	18.248	1.049	-2.814	230	**645**	3.459	-436%	163%
Banco Paris	22.301	703	193	2.478	**3.375**	3.182	6%	21%
Banco del Estado de Chile	444.237	105.000	81.288	46.047	**74.023**	-7.265	110%	142%
The Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ, Ltd.	2.281	611	622	0	**682**	60	91%	90%
Banco de la Nación Argentina	705	53	13	0	**210**	197	6%	25%
HSBC Bank (Chile)	9.784	1.330	1.141	0	**336**	-805	340%	396%
Banco Consorcio	22.116	2.388	25.755	540	**26.558**	803	97%	9%
Banco do Brasil S.A.	771	119	750	0	**-540**	-1.290	-139%	-22%
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, Chile	137.803	28.856	49.455	14.696	**54.630**	5.175	91%	53%
Banco Internacional	16.095	1.448	6.341	1.919	**3.018**	-3.323	210%	48%
JP Morgan Chase Bank, N.A.	3.549	984	6.239	0	**3.984**	-2.255	157%	25%
Deutsche Bank (Chile)	-2.133	-456	13.309	0	**6.864**	-6.445	194%	-7%
Banco Penta	-312	4.723	20.063	0	**7.627**	-12.436	263%	62%
Sistema Bancario	3.521.584	794.089	563.609	206.569		862.382	40%	56%

Fuente: Encuentros mensuales de líderes Banco Ripley Octubre 2014

Con esta exitosa integración de negocio, nacen también nuevos proyectos para ambas redes de sucursales de Banco y Tienda, los productos financieros actuales son:

1. Banco Ripley:

- Crédito de consumo.
- Cuenta corriente.
- Consolidación de deuda.
- Crédito Hipotecario.
- Crédito Automotriz.
- Tarjeta Mastercard, Gold e Internacional.
- Depósitos a Plazo.

2. CAR SA.:

- Tarjeta Ripley Clásica (TR).
- Tarjeta Ripley Mastercard (TAM).
- Súper avance (SAV).
- Avance en efectivo (AV).
- Refinanciamiento (REF).
- Renegociación (REN)

Sin embargo ambas redes deben sociabilizar y trabajar unidas aprendiendo del negocio una de la otra, puesto que ahora Banco Ripley ya se encuentra vendiendo avances a través de un terminal financiero, deberá comenzar a embozar tarjetas Ripley y vender Súper avance, CAR por su parte ya se encuentra con el mayor proyecto en tienda como es la consolidación de deuda que poco a poco se va masificando a lo largo del país este es uno de los proyectos más ambiciosos puesto que la mayor cantidad de clientes se dirige a los Centros de Servicios por ende a la mayoría de ellos les pueden ofrecer y cursar una consolidación de deuda sin embargo el paso final debe obligatoriamente cursarse en la sucursal del banco puesto que legalmente los Centros de Servicios no están autorizados para emitir vales vista para los clientes además se busca la mejor forma para vender el producto a estos clientes puesto que una consolidación puede durar días en que el cliente tome una decisión , los proyectos a seguir en mediano plazo básicamente es vender los producto de red Banco en las sucursales para aprovechar el mayor flujo de clientes para cuentas corrientes y créditos automotriz.

Actualmente la tienda también se encuentra con un proyecto masivo llamado “Cambio de Producto” masificado en Octubre 2014 en todo el país, este proceso consta en que todos los clientes actuales con Tarjeta Ripley Clásica se cambien a Tarjeta Ripley Mastercard Chip (la cual también posee un costo de mantención más alto, puesto que el cobro es de $2019 en una TR clásica y en una TAM Chip es de $2.890, recaudando así mayores ingresos por la compañía para apalear las próximas bajas de la tasa máxima convencional, se estiman MM$2.000 extras anuales por concepto de costos de administración y mantención de la tarjeta) en lo cual el cambio de producto se ofrece de igual forma que una Captación Express con el fin de informar a la mayor cantidad de clientes posibles, es decir en los terminales financieros de la tienda en donde el vendedor informa al cliente que tiene disponible el cambio de tarjeta y lo invita dirigirse al Centro de Servicios para realizar el cambio y actualizar contrato además de comentarle que tendrá una atención preferencial si decide cambiar su producto, con el fin principal de seguir aumentando a pasos agigantados la transaccionalidad de los clientes en miles de comercios asociados en Chile y el mundo, de esta forma la compañía puede seguir creciendo en cartera y colocaciones, ofreciendo un revolving al cual estos clientes no tenían acceso con la Tarjeta Ripley Clásica se espera que durante los próximos 4 años el 100% de los clientes se encuentren migrados a Tarjeta Ripley Mastercard Chip.

Conclusiones

En general se logró demostrar como las compañías del Retail Financiero son dinámicas y logran reaccionar de forma rápida e inmediata a los cambios producidos en la industria, poniendo todos sus recursos a disposición para seguir rentabilizando el negocio, sin afectar a los clientes y tampoco infringir la norma legal, puesto que el negocio que realizan es altamente rentable debido que los montos de los créditos que ellos prestan a los consumidores son inferiores a $4.000.000, por ende se encuentran bajo el marco legal de cobrar la mayor tasa máxima convencional debido a que apuntan a los segmentos socioeconómicos más bajos de esta sociedad, los detractores a este modelo indican que el modelo de este negocio es una usura porque son pocas las regulaciones y muchos los millones puesto que su tipo de clientes en general no tienen acceso a créditos con tasas más bajas en la banca y que los clientes destinan alrededor del 60% de sus ingresos para pagar este tipo de deudas según la encuesta CASEN del 2006 y que en momentos de desaceleración económica como la actual vivida en el 2014 se hace imposible de sustentar, haciendo que los consumidores no puedan pagar sus obligaciones y obligándolos prácticamente a refinanciar sus deudas para no caer en mora en sistema financiero o DICOM y a su vez pueda traer cobranzas judiciales. Sin embargo quienes trabajan en el Retail Financiero defienden a toda costa el modelo de negocio pues ayudan a mejorar la calidad de vida de muchas personas que no tienen acceso a la compra de electrodomésticos, línea blanca o tecnología por ejemplo de forma inmediata logrando así la fidelidad de sus clientes, además Claudio Ortiz

Presidente del comité del Retail Financiero en un reportaje llamado “Chile en cuotas” emitido por TVN en su programa Informe Especial emitido en el 2012, deja claro que el problema de la desigualdad del ingreso en Chile es un tema de Política Pública y no de responsabilidad de las empresas prestadoras de tarjetas de crédito puesto que ellas ayudan a mejorar el acceso a bienes y servicios de los consumidores, cosa que con sus actuales sueldos son imposibles de costear.

El caso de La Polar fue un claro ejemplo de la poca regulación legal que existe en Chile para las instituciones no bancarias, y la cual deja bajo el ojo del huracán a todas las empresas del rubro, este hito marca un antes y un después en la forma de actuar de estas empresas puesto que con la llegada del SERNAC Financiero comienzan mayores regulaciones a través de la ley del consumidor, y a raíz de estos los propios clientes comienzan a educarse más sobre sus derechos y deberes, aumentando exponencialmente los reclamos en los centros de servicios al clientes de las multitiendas y también en el Sernac como un ente conciliador, sin embargo aun existen vacios legales respecto al tema y se hace necesario el mayor control y regulación por parte del Gobierno a esta industria y así velar por el bienestar de ambas partes y la sana competencia.

En el caso de Ripley se detalló el paso a paso en la captación de nuevos clientes y la calificación de riesgo, comercial que cada uno de ellos poseen dependiendo su edad, sexo, empleo y comportamiento de pago, para poder ser sujetos de crédito en la compañía, los consumidores no pueden vislumbrar muchas veces estas segregaciones establecidas por la empresa puesto que cada cliente que se acerca a una captadora ella

comienza con preguntas como ¿Qué edad tiene? ¿En qué trabaja? , y de acuerdo a las respuestas de los clientes ellas saben claramente que documentación solicitar al momento de proseguir con la solicitud de crédito.

El negocio financiero de Ripley es pionero en Chile uniendo su red Banco con la Sucursal en sus áreas financieras, obteniendo grandes rentabilidades, con nuevos productos financieros en ambas redes, aprovechando el gran flujo de clientes de la tienda y ofreciendo más allá de una simple tarjeta de crédito que puede utilizar para el consumo de bienes que ofrecen sino también en una Mastercard Ripley que le permite al cliente ser utilizada en cualquier comercio que posea el sistema de Transbank optando también a las cuotas sin interés que cada uno de ellos pueda ofrecer y que la pueda usar también para servicios de alimentación, movilización e incluso médicos, comunicando estos beneficios a los clientes y diciéndoles *" es preferible tenerla y no usarla, a necesitarla y no tenerla"* convirtiéndose así en el primer Banco con mayor emisión de tarjetas de crédito en la industria ,creciendo sobre ella y a su vez de poseer el 0,8% de participación en el mercado bancario actualmente logra cerca del 25% de participación en la Banca convirtiéndose en un ente importante en el rubro para la toma de decisiones.

Bibliografía.

- Destapando la caja negra, Sociologías de los créditos de consumo en Chile, José Ossandon, I.S.B.N Universidad Diego Portales, Chile 2012.
- Finanzas, ZVI BODIE, ROBERT C. MERTON, Pearson Educación, 2003.
- Fundamentos de Administración Financiera, JAMES C. VAN HORNE, JHON JR Y WACHOWICZ, Pearson Educación, México 2002.
- Ley N° 18.010 Establece normas para las operaciones de crédito y otras obligaciones de dinero, Titulo Primero, Articulo 1º promulgada el 26 DE Junio de 1981. Biblioteca Congreso Nacional.
- Ley 20.555 Sobre protección de los derechos de los consumidores, para dotar atribuciones en materias financieras, entre otras, al Servicio Nacional del Consumidor. Ministerio de Economía 13.10.2014 23.17 PM.
- Ley N° 18.010 Establece normas para las operaciones de crédito y otras obligaciones de dinero, promulgada el 26 DE Junio de 1981. Biblioteca Congreso Nacional.
- Memoria de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, del año 1999, Autor Ernesto Livacic Rojas Superintendente de SBIF, periodo 1998-2000.
- Intranet Corporativo en Ripley.
- Ley en Chile. http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1032865 13.10.2014 23.17 PM.

- Pagina Web Cliente Bancario http://www.clientebancario.cl/clientebancario/preguntas-y-respuestas-tasas-de-interes.html 08.10 2014 13.17 PM.
- Pagina Web Comité de Retail Financiero en Chile http://www.retailfinanciero.org/quienes-somos/historia/ 07.10.2014 17.54 PM.
- Página Web Corporativa oficial Linde Chile http://www.linde.cl/international/web/lg/cl/likelgagacl.nsf/docbyalias/homepage 06.10.2014 17.30 PM.
- Pagina Web http://ciperchile.cl/2011/07/08/la-polar-un-mapa-para-entender-como-se-fraguo-y-ejecuto-el-lema-de-%E2%80%9Cllegar-y-llevar%E2%80%9D/ 13.10.2014 21.38 PM.
- Pagina Web SERNAC http://www.sernacfinanciero.cl/wp-content/uploads/2012/08/Manual-de-Uso-del-Sernac-Financiero.pdf 14.10.2014 02.09 AM.
- Pagina Web Software E.R.P. Solomon (actualmente llamado Microsoft Dynamics SL) http://stm3.mx/erp_microsoft.html 06.10.2014 23.05 PM.

Anexos.

Anexo Nº1: Condiciones Generales de Otorgamiento Tarjeta Ripley

Para obtener tu tarjeta, debes cumplir con los siguientes requisitos:

1. Tener cédula de identidad vigente (nacional o extranjera con residencia definitiva).

2. Acreditar domicilio permanente y teléfono de red fija.

3. Ser persona natural, con una renta líquida mensual estable y suficiente de manera de asegurar el adecuado servicio del crédito.

4. Presentar un nivel de empleabilidad estable, que permita asegurar el nivel de ingresos necesarios para el adecuado servicio del crédito.

5. No tener morosidad o protestos informados en los registros públicos de morosidad.

6. No haber incumplido cualquier tipo de obligación contraída con CAR S.A. o con cualquiera de sus filiales o empresas relacionadas.

7. Tener la edad definida por cada actividad en la política de CAR. SA.

8. Cumplir con el nivel de aprobación contemplado en el mecanismo de evaluación o análisis de riesgo utilizado por CAR S.A.

9. No haber sido formalizado por un crimen o simple delito o condenado por un crimen o simple delito, cuya condena no se encuentre cumplida y eliminado el antecedente penal respectivo.

10. No haber sido demandado por el cobro de deudas o incumplimiento de obligaciones, de acuerdo a la información que consta en los registros del poder judicial.

11. No haber sido evaluada y rechazada una solicitud de crédito por parte de CAR S.A.

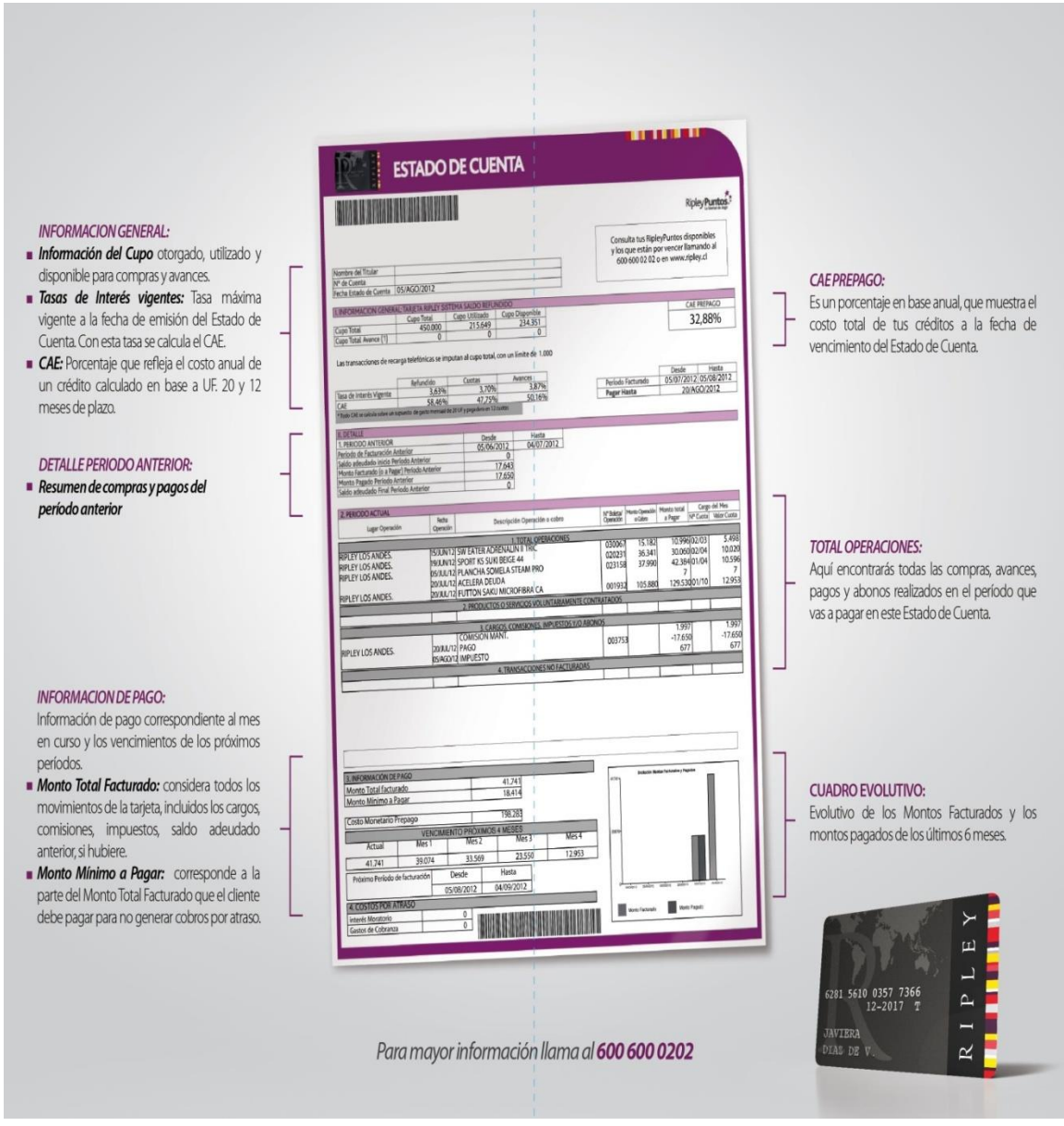
durante el período comprendido por los 36 meses inmediatamente anteriores.

12. Encontrarse vigente la promoción u oferta establecida por CAR S.A. para acceder al otorgamiento del crédito que se solicita, si correspondiere.

13. Que no se hayan producido variaciones negativas en los antecedentes entregados a CAR S.A. para el otorgamiento del crédito, o en las condiciones de los mercados nacionales y/o internacionales de deuda, bancario o de capitales, que se hayan producido con posterioridad a la cotización efectuada por CAR S.A.

14. Acreditar en forma suficiente, exacta, completa, veraz y oportunamente el cumplimiento de todas las condiciones enumeradas precedentemente, mediante la entrega de los documentos y/o antecedentes que permitan dicha acreditación.

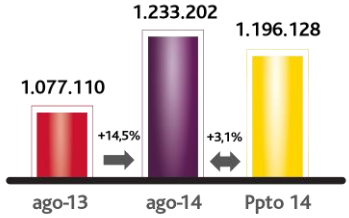
Anexo Nº2: Nuevo Estado de Cuenta



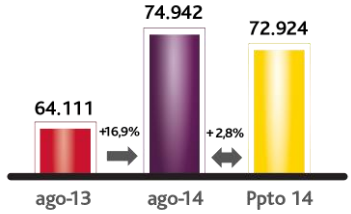
Fuente: Intranet Ripley capacitación entrada en vigencia SERNAC Financiero 2012

Anexo Nº3: KPI del Negocio Financiero Banco Ripley y CAR.

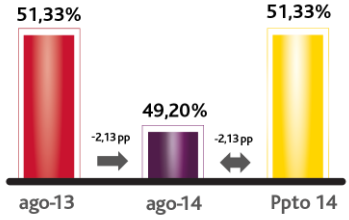
Clientes con EPU



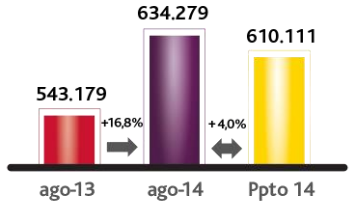
Flujo de Colocación



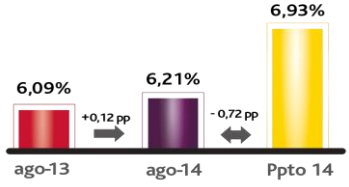
% Venta con Tarjeta



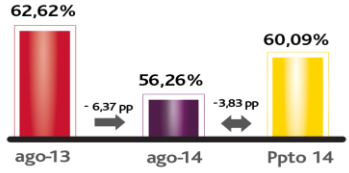
Cartera Consumo

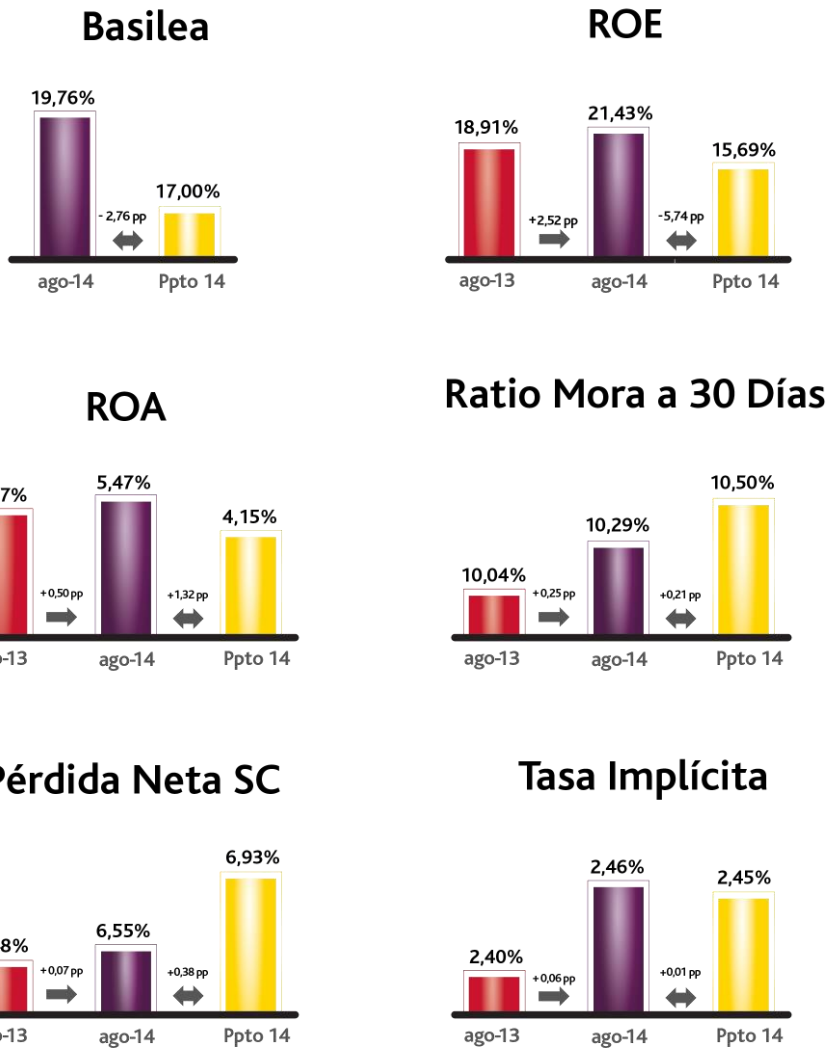


Pérdida Neta



Ratio de Eficiencia





Fuente: Encuentros mensuales de líderes Banco Ripley Octubre 2014

Anexo Nº3: Ventas AV/SAV y Consumo en 2014.

Venta Efectivo (AV - SAV - Consumo)

MM$	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	ACUM AÑO
2013	24.191	21.043	18.948	20.554	20.221	21.803	28.403	26.133	21.328	25.979	25.745	26.797	181.296
2014	27.732	25.770	28.013	25.171	26.805	27.469	30.837	29.850					221.647
Ppto 2014	24.734	24.267	25.138	25.628	25.949	26.572	28.221	27.562	23.008	27.291	27.158	26.637	208.071
Var 2014-2013	14,6%	22,5%	47,8%	22,5%	32,6%	26,0%	8,6%	14,2%					22,3%
Var 2014-Ppto	12,1%	6,2%	11,4%	-1,8%	3,3%	3,4%	9,3%	8,3%					6,5%

Fuente: Encuentros mensuales de líderes Banco Ripley Octubre 2014