

**ANT.:** Denuncia de particular por eventual abuso en mercado de recarga de telefonía móvil. Rol N° 2231-13 FNE.

**MAT.:** Minuta de archivo.

**Santiago, 26 NOV 2013**

**A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO**  
**DE : JEFE DIVISIÓN DE INVESTIGACIONES**

Por medio de la presente minuta, esta División informa al Sr. Fiscal acerca de la admisibilidad de la presentación del Antecedente, recomendando su archivo, sin instruir investigación, en virtud de los fundamentos que se exponen a continuación:

#### **I. ANTECEDENTES**

1. Con fecha 25 de junio de 2013 se recibió denuncia de un particular referida al mercado de recargas de telefonía móvil, indicando que en Valparaíso la venta de recargas electrónicas se hace por medio de un operador único llamado Maxfacil S.A. (en adelante, "Maxfacil"), lo que, a juicio del denunciante, constituiría una infracción al DFL N° 1 de 2005, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del DL N° 211, de 1973 (en adelante, "DL 211").
2. Según el denunciante, el comerciante que quiere vender recargas debe celebrar un contrato con Maxfacil para disponer de un dispositivo POS (*Point of Sale*) a través del cual el comerciante recompra carga al operador y éste carga el monto en el POS, desde el cual se van descontando las recargas.

3. Agrega que "[d]esde hace un tiempo la empresa Maxfacil ha realizado cambios unilaterales al contrato ya que ha bajado las comisiones de un 7% a un 4,2% aproximado sin previo aviso".
4. Por este motivo, el denunciante tomó la decisión de contactarse con la Fiscalía Nacional Económica ("Fiscalía" o "Servicio"). El denunciante sugiere un eventual abuso de posición dominante por parte de Maxfacil, puesto que *"esta empresa controla el precio de compra y determina el precio de venta de las recargas sin que el comerciante tenga participación en este proceso"*.

## II. ANÁLISIS DE LOS HECHOS DENUNCIADOS

5. En la medida que aumentó la penetración de la telefonía móvil durante la década del 2000, las compañías móviles comenzaron a implantar un modelo de distribución de recargas prepagadas<sup>1</sup>. Hoy en día, y en términos generales<sup>2</sup>, este modelo está compuesto por:
  - Distribuidores; y
  - Canales Directos.
6. Conforme a la descripción del mecanismo por parte de las compañías móviles, los distribuidores son empresas especializadas en la venta de recargas de prepago, los cuales tienen su propia fuerza de venta para atender a los puntos de ventas finales. Es decir, atienden principalmente al canal masivo, entendiéndose por éste, puntos de venta tales como, almacenes, centros de llamados, quioscos, botillerías, etc.<sup>3</sup>.
7. Estos distribuidores son "multimarca", es decir, venden recarga de todos los operadores móviles de la industria, sin que tengan exclusividad con algún

---

<sup>1</sup> Los primeros contratos con distribuidores mayoristas con las compañías más importantes datan de 2002 aproximadamente.

<sup>2</sup> Esto porque, como se verá, hay algunas compañías móviles que solo utilizan el canal de recarga por vía de los distribuidores.

<sup>3</sup> Respuesta de Movistar, Nextel, Netline y Virgin a Of. Ord. 0028.

operador en particular. Las compañías móviles que mantienen contratos con uno o más distribuidores son las siguientes:

- Entel Comercial S.A.
- Telefónica Móviles Chile S.A.
- Claro Chile S.A.
- Telefónica del Sur S.A.
- VTR Wireless S.A.
- Tribe Mobile Chile S.A.
- Nextel S.A.
- Sociedad Móvil Falabella SpA; y
- Convergía Telecom S.A.

8. De acuerdo a la información entregada por las propias compañías móviles, el objetivo principal buscado con este modelo obedece a contar con una red de puntos de venta de recarga a lo largo de todo el país, lo más extensa posible, de modo de satisfacer las necesidades de los clientes de prepago<sup>4</sup>. Para este fin, se considera necesario contar con varios distribuidores, de manera que, en caso de que alguno de ellos presente problemas en su operación, el servicio de recarga pueda seguir siendo comercializado por el resto, sin afectar la dinámica del negocio y el uso del servicio por parte de los clientes.

9. Asimismo, de acuerdo a la información recopilada, actualmente las compañías móviles operan, entre otros, con los siguientes distribuidores<sup>5</sup>:

- JJD Comunicaciones Limitada
- Maxfacil S.A.
- Pincenter S.A.
- Promix S.A.
- Movilway Chile SpA
- Multicaja S.A.

---

<sup>4</sup> Respuesta de Movistar a Of Ord. 0028.

<sup>5</sup> Sin perjuicio de lo anterior, existen distribuidores que están ligadas únicamente a una compañía móvil, como es el caso de Telefónica Empresas Chile S.A. y su vínculo con Movistar.

- Megacompra SpA
- Telefónica Empresas Chile S.A.; y
- Fullcarga Chile S.A.

10. Los Canales Directos corresponden a empresas que no pertenecen al rubro de la recarga, pero que han incorporado dentro de todos sus productos y servicios la recarga móvil, aprovechando de esta manera la gran capilaridad que alcanzan debido a su cobertura y al flujo de clientes que reciben. Dentro de estos canales se encuentran, por ejemplo, las farmacias, tiendas de retail, centros de pagos, bancos, etc.

11. De conformidad a la información hasta ahora recabada, no todas las compañías móviles cuentan con canales directos, existiendo compañías móviles que comercializan únicamente mediante distribuidores.

### III. MERCADO RELEVANTE

12. La FNE define el mercado relevante como aquel de un producto o grupo de productos, en un área geográfica en que se produce, compra o vende, y en una dimensión temporal, tales que resulte probable ejercer a su respecto poder de mercado<sup>6</sup>.

13. La FNE entiende que conforman un mismo mercado relevante el producto o grupo de productos que sus consumidores consideren sustitutos suficientemente próximos<sup>7</sup>.

14. Así, en el caso al que se refiere la denuncia, el mercado relevante de producto consistiría en la provisión o venta de recargas electrónicas de telefonía móvil. A su vez, el mercado relevante geográfico estaría circunscrito dentro de la comuna de Valparaíso.

---

<sup>6</sup> Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración. FNE, octubre 2012

<sup>7</sup> Idem.

15. Los actores relevantes dentro de la cadena de comercialización del producto son las compañías móviles, quienes suscriben contratos con los distribuidores, los cuales a su vez definen los canales de venta en los que buscan diferenciarse, estableciendo vínculos con diversos comercios a lo largo del país. La Tabla N° 1 del Anexo Confidencial muestra los distribuidores asociados a cada compañía móvil, así como su cobertura regional.
16. La cobertura de estas distribuidoras mayoristas por lo general se extiende a nivel nacional. En el caso de la comuna de Valparaíso, al menos tres compañías móviles han suscrito contratos con 6 distribuidores con presencia en la zona. Lo anterior, sumado al gran número de empresas mayoristas, permite descartar, adicionalmente, algún grado de especialización en términos geográficos o, incluso, por tipo de canal<sup>8</sup>.

#### IV. ANÁLISIS DE LA CONDUCTA

17. De acuerdo a los antecedentes recabados, la conducta denunciada no constituye una infracción del DL 211, por las razones que se señalan a continuación:
- a) **Ausencia de posición de dominio y existencia de sustituibilidad entre los oferentes.**
18. Como se muestra en la Tabla N° 1, existe un número relevante de distribuidores mayoristas en la comuna, los cuales establecen condiciones de comercialización relativamente equivalentes entre sí. Los márgenes que los distribuidores pueden ofrecer a los comercios minoristas dependen, por una parte, de los descuentos que hayan convenido para sí con las compañías móviles, y por otra, de los costos de operación del negocio.
19. El margen que obtiene un distribuidor está definido por medio de contratos que establece con las distintas compañías móviles, en los cuales se

---

<sup>8</sup> Vid, supra párrafos 8 y ss.

- acuerda el pago de un porcentaje de la facturación neta de las recargas electrónicas asociadas a las ventas de cada distribuidor. Este porcentaje y sus distintos componentes dependen de la participación de mercado de cada compañía móvil y del canal de venta con el cual se asocie (Punto de venta masivo, Cadenas, *Interactive Voice Response* o «IVR», Directo, Web, etc.). Los distribuidores están encargados de recaudar los ingresos de las ventas de recargas realizadas por los minoristas con los cuales se vinculan para ofrecer el servicio en los puntos finales de venta.
20. Para estos distribuidores la estructura de las comisiones consta de un porcentaje fijo de las ventas netas de IVA, catalogado como comisión base, al cual se adicionan primas que dependen de la cobertura alcanzada, metas por venta, aprobación de planes de negocio y pago anticipado de órdenes de compra, entre otras.
21. Se verificó que la magnitud de las comisiones base no es homogénea, sino que depende de la presencia de cada compañía móvil en el mercado, siendo menor para aquellas compañías con mayor relevancia. Aquellos proveedores de telefonía móvil que han ingresado recientemente o que cuentan con una menor presencia a nivel nacional han debido incrementar los porcentajes base que ofrecen a los distribuidores mayoristas. Asimismo, las comisiones variables dependen de los aspectos y objetivos que cada compañía desea alcanzar (posicionamiento de marca, niveles de venta, cumplimiento de normas, entre otros).
22. En relación con la incidencia de las compañías móviles en el porcentaje de comisión que se entrega a los distribuidores minoristas, las compañías móviles dicen, con excepción de dos casos, no participar e incluso desconocer los términos pactados por sus distribuidores y los puntos finales de venta. Las excepciones están constituidas por sugerencias de márgenes o comisiones por el cumplimiento verificable de un tope máximo en el descuento o margen de comercialización entregado al punto de venta final.
23. En forma similar a la estructura establecida entre la compañía móvil y el distribuidor, este último conviene un margen de comercialización o comisión

con cada minorista, el cual puede ser expresado como una fracción del margen que el distribuidor establece aguas arriba. Con un contrato de este tipo, una modificación efectuada por la compañía móvil hacia un mayorista no supone un cambio en las proporciones recibidas por el distribuidor y el minorista.

24. Según lo informado por uno de los distribuidores, la comisión de cada minorista varía dependiendo del total de ventas mensuales, las cuales deben superar un piso mínimo. Este descuento se aplica sobre los valores brutos, es decir, sobre el precio que el consumidor final observa.
25. En relación a la información solicitada a los distribuidores, estos últimos señalan no mantener convenios o acuerdos preferentes con alguna compañía móvil, desconociendo las condiciones que cada competidor haya pactado en forma individual.

**b) Baja relevancia de los costos de cambio.**

26. Por otra parte, a partir de los antecedentes recopilados se verificó la baja relevancia de los costos de cambio en caso que un minorista deseara sustituir a su distribuidor. Con excepción de [1], los POS son entregados en comodato a cada minorista, debiendo devolverlo en caso de cesar un convenio. Es decir, un bajo costo de cambio está supeditado a que este POS sea restituido sin más daños que aquellos atribuibles al tiempo y al uso cotidiano del equipo.
27. Además, sólo uno de los distribuidores cobra una tarifa por participación en la red (uso del POS), la cual no excedía 1 U.F. mensual a fines de 2012 en la comuna de Valparaíso. Junto a ello, si un minorista desea operar por primera vez con dicho distribuidor utilizando un POS, debe acreditar ventas de recargas superiores a un monto definido; de lo contrario deberá entregar una garantía, que puede ser devuelta si el minorista cumple las condiciones establecidas. Los otros distribuidores que operan con comercios no exigen garantías y entregan el POS en comodato. Adicionalmente, existe la opción de venta remota, lo cual reduce el costo de compra inicial de carga.

28. Las compañías móviles han establecido una política no restrictiva en relación con los requisitos exigidos a los minoristas, así como tampoco han establecido vínculos comerciales con ellas. La única relación entre la compañía móvil y el minorista persigue fines de promoción de la marca (entrega de material *Point of Purchase*), capacitación en el uso de los POS y percepción de la atención del vendedor.

29. Finalmente, debido a que los distribuidores mantienen contratos con una fracción significativa o total de las compañías móviles, el cambio de distribuidor no implicaría una disminución elevada en la capacidad de venta de las recargas. Por lo tanto, el costo de cambio estaría dado sólo por la adopción de los nuevos porcentajes de descuento que cada distribuidor establece, así como el pago de las eventuales garantías que cada uno exige al establecer un vínculo con el comercio minorista.

**c) Existencia de una disposición regulatoria que cambia el sujeto del IVA en la venta de servicios de telefonía con recargas prepagadas a las empresas emisoras.**

30. Las compañías móviles están encargadas de retener el IVA del total de la operación y pagarlo al SII, de acuerdo a lo establecido en la Resolución N° 109 de 2005. Para ello, retienen el IVA correspondiente al margen de comercialización, es decir la diferencia entre el precio final pagado por un consumidor y el precio de compra que efectúa el distribuidor. La excepción corresponde al distribuidor Fullcarga Chile S.A., el cual obtuvo la calidad de agente retenedor del IVA en las ventas de medios de prepago en telefonía, durante abril de 2013<sup>9</sup>. Aguas abajo, los distribuidores o concentradores emiten a los minoristas una factura de venta afecta con IVA nulo<sup>10</sup>. El monto de la factura corresponde al total de ventas de recargas menos el

---

<sup>9</sup> Resolución Exenta SII N° 39 del 15 de marzo del 2012, materia: autoriza a Fullcarga Chile S.A., Rut N° 99.560.710-7, para retener y enterar en arcas fiscales el Impuesto al valor agregado. Disponible en [www.sii.cl/documentos/resoluciones/2012/reso39.doc](http://www.sii.cl/documentos/resoluciones/2012/reso39.doc) [última visita, 8 de octubre de 2013].

<sup>10</sup> De acuerdo a lo establecido por las Resoluciones Exentas N° 109 de 2005, N° 30 de 2006 y N° 93 de 2008.



descuento respectivo, incluyendo el IVA del valor neto de la compra y el margen de comercialización del minorista, el cual es retenido.

31. La justificación de esta disposición se sustenta en la dificultad de fiscalizar la correcta retención y declaración del IVA en aquellos contribuyentes que realicen ventas de instrumentos de prepago a través de recargas o recargas electrónicas.
32. En razón que los contratos estipulan explícitamente si los descuentos acordados con los concentradores corresponden a un porcentaje sobre las ventas brutas o netas, la retención del IVA correspondiente al margen de comercialización minorista constituye una variable conocida por las partes, la cual no podría ser empleada por las compañías móviles para reducir los márgenes aguas abajo.

## V. CONCLUSIÓN

33. A partir de los antecedentes solicitados y del análisis previo, se pueden establecer las siguientes conclusiones:
  - a) No se verifica la existencia de una posición de dominio dentro del mercado relevante por parte de la empresa denunciada, puesto que existen competidores directos que ofrecen condiciones de comercialización similares.
  - b) No existe rivalidad entre las compañías móviles al operar con el mismo distribuidor (no es necesaria la especialización), puesto que todas buscan alcanzar el máximo grado de disponibilidad del producto y la mayor capilaridad posible.
  - c) Las empresas móviles no solicitan exclusividad a los distribuidores al momento de contratar.

d) Los costos que enfrenta un minorista si deseara cambiar de distribuidor no son significativos. El más importante consiste en adoptar el nuevo esquema de comisiones propuesto por el distribuidor alternativo.

e) La conducta denunciada, tendría su origen, más bien, en un nuevo acuerdo del distribuidor con alguna de las compañías móviles importantes, o bien en la maximización del margen del distribuidor.

34. Así, por medio del análisis de los antecedentes, se concluye que en este caso no existen elementos suficientes que den cuenta de eventuales infracciones al DL 211, los cuales justifiquen la apertura de una investigación.

Saluda atentamente a usted,



**RONALDO BRUNA VILLENA**  
**JEFE DIVISIÓN DE INVESTIGACIONES**

*RBV*

**VI. ANEXO CONFIDENCIAL**

1. ██████████.

2. **Tabla N° 1: Descripción del conjunto de distribuidores y su cobertura, según los convenios suscritos por cada compañía.**

████████	██████	██████	██████	████████	████████
██████	██████	██████	██████	████████	████████
████████	████████	████████	████████	████████	████████
██████	██████	██████	██████	████████	████████
████████	████████	████████	████████	████████	████████
████████	████████	████████	████████	████████	████████
████████	████████	████████	████████	████████	████████
██████	██████	██████	██████	████████	████████
████████	████████	████████	████████	████████	████████
██████	██████	██████	██████	████████	████████
████████	████████	████████	████████	████████	████████
██████	██████	██████	██████	████████	████████
████████	████████	████████	████████	████████	████████
██████	██████	██████	██████	████████	████████
████████	████████	████████	████████	████████	████████
██████	██████	██████	██████	████████	████████
████████	████████	████████	████████	████████	████████
██████	██████	██████	██████	████████	████████
████████	████████	████████	████████	████████	████████
██████	██████	██████	██████	████████	████████

Elaboración en base a respuestas de ████████, ██████, ██████ y ██████ a Of. Ord. ██████.