



Estudio del Mercado Fúnebre (EM07-2021)

División Estudios de Mercado

INFORME FINAL

Santiago, enero de 2023

Equipo División Estudios de Mercado:

Sebastián Castro Quiroz, Jefe División

Felipe Castro Altamirano, Subjefe División

Luis Muñoz Chaparro, Economista

Benjamín Leiva Silva, Economista

Macarena Alliende Serra, Abogada¹

¹ Adicionalmente se contó con el apoyo de la estudiante de derecho Sofía Toro Molina.

TABLA DE CONTENIDOS

I.	RESUMEN EJECUTIVO.....	12
A.	Aspectos generales del funcionamiento de los mercados	14
i.	Mercado de las funerarias	14
ii.	Mercado de los cementerios y crematorios.....	18
B.	Factores económicos y conductuales que impactan la competencia.....	20
i.	Sesgos cognitivos que limitan la respuesta de la demanda	21
ii.	Efectos del empaquetamiento de planes funerarios.....	24
C.	Factores regulatorios que impactan la competencia.....	25
i.	Regulación de las funerarias	25
ii.	Regulación de cementerios y crematorios	28
D.	Resumen de recomendaciones.....	30
i.	Promover una mayor cotización de los consumidores	30
ii.	Permitir la compra de bienes y servicios fúnebres por separado	33
iii.	Modificar la regulación de los beneficios mortuorios	33
iv.	Regular aspectos básicos de la venta por necesidad futura	34
v.	Regular técnicamente las características de los ataúdes.....	35
vi.	Mejorar la planificación para la instalación y expansión de cementerios y crematorios	36
vii.	Mejorar los requisitos y el proceso de evaluación de los proyectos de cementerios y crematorios por parte de las autoridades administrativas.....	36
viii.	Aclarar la naturaleza jurídica del derecho que tienen los adquirentes respecto de la sepultura.....	38
ix.	Fiscalizar y regular aspectos de los contratos entre los consumidores y los cementerios	39
E.	Impacto de las recomendaciones.....	39
F.	Cuadro resumen	41
II.	ASPECTOS GENERALES.....	46
A.	Alcance del estudio	46
i.	Extensión.....	46
ii.	Fuentes de información	46

iii.	Precisiones metodológicas	49
B.	Historia del mercado fúnebre en Chile.....	53
C.	Relevancia del mercado.....	61
III.	FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO	64
A.	Regulación	64
i.	Actores del mercado fúnebre y regulación aplicable	64
ii.	Etapas del mercado fúnebre.....	65
iii.	Regulación de las casas funerarias y velatorios	77
iv.	Regulación de los cementerios y crematorios.....	79
B.	Competencia.....	87
i.	Caracterización de los mercados.....	89
ii.	Dispersión de precios	107
iii.	Poder de mercado en el sector de funerarias	111
iv.	Conclusiones	120
IV.	FACTORES ECONÓMICOS QUE IMPACTAN LA COMPETENCIA.....	122
A.	Sesgos cognitivos limitan la respuesta de la demanda.....	122
i.	Introducción	122
ii.	Marco conceptual: Por qué las personas fallan en escoger el mejor precio	122
iii.	Hipótesis 1: Existe una examinación insuficiente de la oferta en el mercado	125
iv.	Hipótesis 2: Las personas experimentan confusión respecto del precio al decidir 135	
v.	Evaluación de alternativas de políticas públicas	159
B.	Efectos del empaquetamiento de planes funerarios	172
i.	Introducción	172
ii.	Marco conceptual	173
iii.	Análisis	175
iv.	Conclusiones	177
v.	Evaluación de alternativas de política pública.....	177
C.	Relaciones entre funerarias y cementerios.....	179
i.	Introducción	179
ii.	Marco conceptual	180
iii.	Análisis	181
iv.	Conclusiones	184
V.	FACTORES REGULATORIOS QUE IMPACTAN LA COMPETENCIA	185

A.	Regulación de las funerarias	186
i.	Factores regulatorios que afectan la competencia en el mercado de las funerarias 186	
ii.	Recomendaciones para hacer más competitiva la regulación de las funerarias.	196
B.	Barreras regulatorias para instalar y expandir cementerios y crematorios	201
i.	Falta de planificación respecto de los lugares en los cuales podrían emplazarse los cementerios y crematorios	203
ii.	Procedimiento de evaluación de proyectos por parte de las autoridades administrativas.....	205
iii.	Requisitos excesivos e injustificados para instalar un crematorio.	209
iv.	Falta de planificación y recursos para la instalación de cementerios municipales 211	
v.	Recomendaciones para eliminar barreras regulatorias a la entrada	212
C.	Regulación de los cementerios: aspectos contractuales	215
i.	Hipótesis y análisis de factores regulatorios que afectan la competencia en el mercado de los cementerios y crematorios.....	215
ii.	Recomendaciones para solucionar los aspectos contractuales de los cementerios. 229	
VI.	CONCLUSIONES	231
	BIBLIOGRAFÍA	234

Tablas

Tabla 1: Alternativas por mercado.....	51
Tabla 2: Características de los beneficios mortuorios (cuota mortuoria y asignación por muerte)	75
Tabla 3: Estadísticas descriptivas anuales de muestra de mercados de servicios funerarios.	89
Tabla 4: Estadísticas descriptivas atributos de plan funerario	94
Tabla 5: Estadísticas descriptivas variables que impactan conjuntos de consideración	95
Tabla 6: Estadísticas descriptivas características individuos y ambiente decisión	97
Tabla 7: Porcentaje de compradores y fallecidos por sexo y mercado	97
Tabla 8: Porcentaje de fallecidos por categoría de causa de muerte y mercado	98
Tabla 9: Porcentaje de compradores por tipo y mercado	98
Tabla 10: Porcentaje de compradores por tipo y mercado	99
Tabla 11: Precio compra de sepulturas, año 2021	102
Tabla 12: Precio de compra de sepultura por capacidad, año 2021	102
Tabla 13: Origen de venta por cementerio en la RM	102
Tabla 14: Origen de venta por cementerio en la RM	103
Tabla 15: Tasa de interés asociada a las ventas a crédito de sepulturas	103
Tabla 16: Mercados Trimestrales Cremaciones	106
Tabla 17: Mercados Trimestrales Crematorios	106
Tabla 18: Tipo necesidad Cremaciones	107
Tabla 19: Tipo necesidad Cremaciones	107
Tabla 20: Dispersión de precios de servicios funerarios.....	108
Tabla 21: Dispersión de precios por mercado	109
Tabla 22: Dispersión de precios de sepulturas.....	110
Tabla 23: Dispersión de precios de Cremaciones	111
Tabla 24: Estadísticas descriptivas costo de urna partido por costo marginal	117
Tabla 25: Diferencias de precio en los 5 productos más populares	131
Tabla 26: Estadísticas descuentos segmento no institucional expresadas en porcentajes...	141
Tabla 27: Resultados Regresión lineal del efecto de la integración cementerio-funeraria	184
Tabla 28: Resultados Regresión logarítmica del efecto de la integración cementerio-funeraria	184

FIGURAS

Figura 1: Etapas del proceso de adquisición de bienes y servicios en el mercado fúnebre	66
Figura 2: Precio versus fracción de servicios prestados por mercado – Región Metropolitana	90
Figura 3: Precio versus fracción de servicios prestados por mercado – Otras regiones	91
Figura 4: Índice Herfindahl-Hirschman versus precio	92
Figura 5: Nivel de concentración en cementerios	101
Figura 7: Tasa de interés asociada a las ventas a crédito de sepulturas	105
Figura 8: Nivel de concentración en crematorios	105
Figura 8: Dispersión de precios por mercado	110
Figura 9: Boxplot de proxy markup por mercado	116
Figura 10: Boxplot de markups por mercado estimados con modelo MNL	118
Figura 12: Boxplot de markups por mercado estimados con modelo ML	119
Figura 13: Número de funerarias cotizadas	128
Figura 14: Número de productos cotizados	129
Figura 15: Número de cementerios cotizados	129
Figura 15: Distribución de búsqueda	132
Figura 16: Caída en el precio promedio ante distintos escenarios de política	133
Figura 17: Cambios en la distribución de precios	134
Figura 19: Porcentaje de respuestas por rango pregunta 18 encuesta a personas.	139
Figura 20: Porcentaje de respuestas por rango pregunta 1 encuesta a personas.	140
Figura 20: Distribución de descuentos según segmento en Independencia-Recoleta	144
Figura 21: Distribución de sensibilidades respecto del precio – Independencia-Recoleta	147
Figura 22: Correlación estimada entre calidad de la urna y el resto de los atributos en Independencia-Recoleta	176
Figura 23: Proporción de servicios realizados entre funerarias y cementerios	182
Figura 24: Estimación de la evolución de capacidades para cementerios de la Región Metropolitana	205

ABREVIACIONES

AFP:	Administradora de fondos de pensiones
APS:	Aporte Previsional Solidario
CATAS:	Centro de Certificación de Calidad del Mueble
CMF:	Comisión para el Mercado Financiero
CTC:	Centro Tecnológico de la Calidad
DIPRECA:	Dirección de Previsión de Carabineros de Chile
DOM:	Direcciones de Obras Municipales
FNE:	Fiscalía Nacional Económica.
IDIEM:	Centro de investigación, desarrollo e innovación de estructuras y materiales
INN:	Instituto Nacional de Normalización
INTI:	Instituto Nacional de Tecnología Industrial
IPS:	Instituto de Previsión Social
NFDA:	National Funeral Directors Association
OCDE:	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
PBS:	Pensión Básica Solidaria
PGU:	Pensión Garantizada Universal
SEA	Servicio de Evaluación Ambiental
SEIA:	Sistema de Evaluación de impacto ambiental
SEREMI de Salud:	Secretarías Regionales Ministeriales de Salud
SERNAC:	Servicio Nacional de Consumidores
SML:	Servicio Médico Legal
TDLC:	Tribunal de Defensa de la Libre Competencia
UNE:	Asociación Española de Normalización*

GLOSARIO

Ánfora:	Contenedores o recipientes para almacenar las cenizas producto de la incineración de un cadáver.
Asignación por muerte:	Beneficio monetario que se otorga quienes se hagan cargo de los gastos funerarios de los fallecidos que no estaban sujetas al sistema de capitalización individual, y que además se encontraban en alguna de las siguientes circunstancias: (i) estuvieron pensionados o pensionados con Pensión Básica Solidaria de Vejez (“PBSJ”); (ii) haya tenido, al menos, una cotización en alguna de las ex cajas de previsión dentro de los últimos seis meses anteriores a su fallecimiento; (iii) haya sido beneficiario de algún subsidio (incluidos los de la ley de accidentes del trabajo); (iv) haya sido pensionado de las ex cajas de previsión y leyes especiales.
Ataúd (o féretro):	Recipiente, generalmente de madera, con tapa, en el que se deposita un cadáver para ser trasladado, y luego inhumado o incinerado.
Ataúd alternativo:	Urnas o ataúdes que se diferencian de los ataúdes tradicionales en cuanto a su diseño y materiales. Estos se encuentran fabricados con fibras naturales, madera prensada, cartón duro, materiales compuestos, entre otros.
Beneficio mortuario:	Beneficios monetarios que se otorgan para cubrir los gastos fúnebres. Nos referimos tanto a la cuota mortuoria como a la asignación por muerte.
Carros mortuorios:	Vehículos motorizados acondicionados especialmente para el transporte de cadáveres humanos.
Casas funerarias:	o “funerarias”, son los establecimientos destinados a proveer urnas, ataúdes, ánforas y cofres; y a prestar los servicios necesarios para la sepultación, incineración, transporte y traslado de cadáveres o de restos humanos.
Cementerio:	Establecimiento destinado a la inhumación de cadáveres o restos humanos y a la conservación de las cenizas provenientes de incineraciones.
Cementerio parque:	Cementerios particulares donde el paisajismo y áreas verdes son características distintivas y relevantes, realizándose la sepultación usualmente en tierra.
Cementerio tradicional:	Cementerios municipales, parroquiales o particulares cuyo diseño clásico se centra en las sepulturas, usualmente incluyendo nichos o mausoleos, y en donde el paisajismo y áreas verdes no son características distintivas.
Cinerarios:	Espacios en tierra o memoriales para colocar las ánforas.
Código Sanitario:	Decreto con Fuerza de Ley N°725 del Ministerio de Salud, que establece el Código Sanitario de 1968.
Columbarios:	Cavidades en las paredes en donde se guardan las ánforas, similares a un nicho, pero de menor tamaño.

Cremación:	Acto de incinerar el cuerpo en un horno crematorio, para posteriormente recolectar las cenizas y guardarlas en un ánfora u otro recipiente similar y, eventualmente, enterrar los mismos o depositarlos en un columbario o cinerario.
Crematorio:	Establecimiento destinado a la incineración de cadáveres o restos humanos.
Cuota de mantención:	Montos cobrados por algunos cementerios a sus clientes para efectos de mantener la sepultura y su entorno en un estado adecuado.
Cuota mortuoria:	Beneficio monetario que se otorga quienes se hagan cargo de los gastos funerarios de los fallecidos que se encontraban afiliados a una AFP, incluyendo a aquellos que recibían un Aporte Previsional Solidario (“APS”), los pensionados de una renta vitalicia, y, actualmente, a aquellos que reciben la Pensión Garantizada Universal (“PGU”).
Deudos:	Parientes del fallecido que están obligados a realizar los ritos fúnebres. Usualmente referido al cónyuge sobreviviente o sus hijos.
DFL N° 90:	Decreto con Fuerza de Ley N° 90 del Ministerio del trabajo y Previsión Social que Establece un Régimen Previsional de Asignación por Muerte.
DL N° 3.063:	Decreto N° 2.385 del Ministerio del Interior que fija texto refundido y sistematizado del Decreto Ley N° 3.063, de 1979, sobre rentas municipales
DL N° 3.500:	Decreto Ley N° 3.500 del Ministerio del Trabajo y Previsión Social que establece un nuevo sistema de pensiones.
Establecimientos fúnebres	Conjunto que reúne a todas las casas funerarias, cementerios y crematorios.
Exhumación:	Proceso de desenterrar un cadáver o restos humanos previamente inhumados.
Fosa común:	Corresponde a un depósito destinado a la inhumación de cadáveres de indigentes o de restos humanos no reclamados.
Inhumación:	También llamada sepultación, corresponde al acto de enterrar el cadáver o de guardarlo en un espacio especialmente diseñado para tales efectos.
Ley N° 19.496 o Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores	Decreto con Fuerza de Ley N° 3 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 19.496
Ley N° 20.667:	Ley N° 20.667 del Ministerio de Hacienda que Regula el Contrato de Seguro.
Mercado fúnebre:	Nos referimos a la totalidad de los bienes y servicios provistos por las casas funerarias, los cementerios y crematorios, para los distintos mercados geográficos existentes a nivel nacional.

Nichos:	Hueco dentro de un muro que sirve para depositar cadáveres o sus cenizas en un cementerio.
Nueva inhumación:	Corresponde al acto mediante el cual el cadáver es exhumado, trasladado internamente dentro del cementerio o externamente, y nuevamente inhumado en otra sepultura o en la fosa común.
Pase de sepultación:	Documento otorgado por un oficial civil, después de practicada la inscripción de la defunción, y que es exigido por el cementerio para sepultar el cadáver.
Reducción:	Acto de reducir el cadáver de un fallecido, de manera que sus restos pasen a ocupar sólo una parte del espacio correspondiente al féretro en que fueron inhumados.
Reglamento General de Cementerios:	Decreto N° 357 del Ministerio de Salud, que contiene el Reglamento General de Cementerios de 1970.
Reglamento Orgánico del Servicio de Registro Civil e Identificación:	Ley N° 19.052 del Ministerio de Justicia, que modifica Decreto con Fuerza de Ley N° 2.128, de 1930 que aprueba el Reglamento Orgánico del Servicio de Registro Civil e Identificación.
Sepulturas:	Se refiere a todo aquel lugar especialmente dispuesto para la inhumación de un cadáver, incluyendo las sepulturas en tierra, mausoleos y nichos.
Sepulturas de familia:	Son aquellas que dan derecho a la sepultación de el o los propietarios fundadores y de sus cónyuges, y de sus ascendientes y descendientes legítimos y sus cónyuges hasta la tercera generación.
Sepulturas de sociedades, comunidades o congregaciones:	Son aquellos que dan derecho a la sepultación de los restos mortales de los miembros de sociedades, corporaciones, congregaciones, instituciones de derecho público o privado, mutualidades o de cualquiera otra institución con personalidad jurídica y cuyos nombres, cuando proceda, se encuentren inscritos en las listas que dichas sociedades o corporaciones deberán enviar anualmente a la Dirección o administración del cementerio respectivo.
Sepulturas en tierra:	Son aquellas que permiten la inhumación de uno o más cadáveres en terrenos especialmente destinados a este objeto, dentro de un cementerio.
Urna:	Nos referimos a todos los contenedores en los cuales se puede almacenar el cuerpo o sus restos, ya sea para la inhumación o para almacenar cenizas tras su cremación. Dependiendo del contexto, puede referirse a un ataúd o un ánfora.
Velatorio:	Corresponde al recinto al que son trasladados los restos de personas fallecidas para sus exequias, y donde permanecen hasta el momento de su sepultación.

I. RESUMEN EJECUTIVO

El estudio que se desarrolla en este documento corresponde al mercado fúnebre. Este abarca todos sus eslabones, con particular foco en el mercado de la venta de bienes y servicios por parte de las casas funerarias (indistintamente “funerarias”), así como de aquellos provistos por los cementerios y crematorios (en conjunto con las funerarias, “establecimientos fúnebres”). El inicio de este estudio se fundó en una serie de razones que se encuentran en la minuta de lanzamiento de fecha 21 de diciembre de 2021².

En ella se listan los motivos principales que, en opinión de la Fiscalía Nacional Económica (“FNE”), ameritaban iniciar un estudio de este mercado. En particular, en un sondeo preliminar se observó una alta dispersión de precios en el mercado para servicios y bienes que son muy similares entre sí, lo que podría explicarse por sesgos de comportamiento, como el hecho de que las personas normalmente contratan estos servicios o bienes bajo una alta vulnerabilidad emocional, producto del reciente fallecimiento de un ser querido. Asimismo, se identificó como de interés la posible existencia de ventas atadas y empaquetamientos de los servicios funerarios, así como posibles acuerdos o recomendaciones entre los cementerios y funerarias, lo que podría estar generando efectos exclusorios o dificultando la entrada de nuevos competidores. A dichos motivos, se añadieron posteriormente hipótesis de factores regulatorios, como barreras regulatorias a la entrada o deficiencias en la normativa aplicable al mercado, que podrían estar incidiendo en el nivel de competencia.

La hipótesis de falta de competencia para este estudio fue la siguiente: “*Existen espacios en el mercado fúnebre que no se encuentran funcionando de forma adecuada desde el punto de vista de la competencia, lo que estaría provocando que las condiciones comerciales a las que pueden acceder los consumidores no sean las óptimas*”.

Para abordar la hipótesis antes referida, y concluir si ella se comprobaba o no, la División de Estudios de Mercado utilizó cuatro fuentes principales de información.

La primera fuente, de carácter documental, corresponde a la historia, regulación, doctrina y jurisprudencia sobre el mercado fúnebre, tanto nacional como de otras jurisdicciones. Dentro de estas, se tomó en especial consideración los informes elaborados por autoridades de libre competencia de otros países sobre este mercado³.

² FNE. «Minuta de lanzamiento del estudio sobre el mercado fúnebre», 21 de diciembre de 2021. https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2021/12/minuta_em07_final_firmada.pdf (Última visita el 24 de noviembre de 2022).

³ Si bien diversas autoridades de libre competencia han elaborado informes sobre este mercado, tomamos en especial consideración los informes de la Competition & Markets Authority (Reino Unido) y los

Una segunda fuente corresponde a información cuantitativa correspondiente a datos sobre las ventas y operación de una muestra tanto de funerarias, como de cementerios y crematorios.

Por una parte, se solicitaron los datos de ventas del año 2021 a 26 funerarias, que forman parte de 7 mercados geográficos distintos y que, en su conjunto, representan el 12,6% del total de los servicios realizados en Chile durante el 2021.

Por otra parte, se solicitó información a 5 cementerios —incluyendo todos los cementerios de su grupo empresarial— que representan el 29,15% del total de servicios realizados en Chile durante el 2021. La información solicitada para este segmento del mercado incluyó datos de ventas de sepulturas durante el año 2021, así como los contratos celebrados respecto de las sepulturas con sus clientes, entre otra información relevante. Adicionalmente, se realizó una encuesta dirigida a los cementerios de la Región Metropolitana y los crematorios, para proyectar sus capacidades en el tiempo.

Una tercera fuente correspondió a información recabada de distintas reuniones con participantes de la industria y expertos. Las reuniones con participantes de la industria incluyeron a compañías de seguros y asistencia de defunción, fabricantes de urnas, representantes de funerarias, cementerios y crematorios, así como autoridades estatales que tienen injerencia en este mercado. Por otra parte, también se desarrollaron reuniones con expertos en las áreas de medicina legal y diseño industrial, en lo que respecta a la fabricación de urnas.

Una cuarta y última fuente fue una encuesta a 400 consumidores realizada por IPSOS por encargo de la FNE⁴. El objetivo de la encuesta fue caracterizar la demanda por servicios y bienes fúnebres, describiendo la conducta de compra y las preferencias de los consumidores. A su vez, estuvo orientada a conocer los canales que disponen los consumidores para informarse y cotizar precios de servicios y bienes fúnebres.

Siguiendo la estructura del informe, el resumen ejecutivo se dividirá en tres secciones que detallan los principales hallazgos. En la primera, se revisarán aspectos generales de la competencia en los mercados de las funerarias y de los cementerios. En la segunda, se resumen los hallazgos de los factores económicos que podrían estar afectando el funcionamiento del mercado y, en la tercera, nos referimos a los factores regulatorios o barreras a la entrada que podrían ser modificadas para aumentar la competencia. Asimismo, al final de este resumen ejecutivo, se presentan de manera

antecedentes de la Federal Trade Commission (Estados Unidos). Véase: Competition & Markets Authority (Reino Unido). «Funerals Market Investigation: Final Report. » *Gov.UK*. 18 de diciembre 18 de 2020. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb557e8fa8f54d5733f5a1/Funerals_-_Final_report.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022) y Federal Trade Commission (Estados Unidos), *Complying with the Funeral Rule*. s.f. <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/complying-funeral-rule> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

⁴ Los resultados de la encuesta se encuentran en el Anexo K.

resumida las recomendaciones que atienden a los problemas de competencia que se detectan en el informe.

Tanto en este resumen, como en el cuerpo del informe, todas las cifras y resultados estadísticos que se presentan, salvo que explícitamente se señale lo contrario, corresponden a magnitudes reales en moneda de mayo de 2022.

A. Aspectos generales del funcionamiento de los mercados

Para comprender adecuadamente el mercado fúnebre, es necesario conocer las distintas etapas relacionadas a la adquisición de los diversos bienes y servicios que lo componen. En vida, las personas pueden comprar un servicio funerario, sepultura o cremación por necesidad futura⁵, así como contratar anticipadamente seguros de vida o de deceso que contemplen tales servicios. Por otra parte, las personas también pueden tener derechos respecto de una sepultura en particular (ej. familiar o de una congregación). Si no se contratan estos servicios anticipadamente para satisfacer una necesidad futura, deben ser contratados por los deudos al fallecimiento de una persona.

En efecto, tras la muerte, nace la obligación para los deudos de realizar el rito fúnebre, debiendo encontrarse inhumado el cuerpo, por regla general, en un plazo máximo de 48 horas. Lo anterior supone, primeramente, realizar la inscripción de la defunción y obtener el pase de sepultación ante el Servicio de Registro Civil e Identificación.

Luego, para proceder a la inhumación, se exige trasladar el cuerpo en una carroza fúnebre autorizada, dentro de un ataúd, los que son comercializados por las funerarias. Estos suelen ser vendidos junto con otros bienes, como flores, servicios de cafetería, obituarios, entre otros. Para el pago de dichos servicios, se otorgan beneficios mortuorios (la cuota mortuoria o asignación por muerte), los que son pagados a quienes realicen los gastos funerarios o directamente a las funerarias, con su autorización. Usualmente la funeraria traslada el cuerpo al lugar del velorio y luego al cementerio o crematorio, para proceder a la sepultación y/o cremación.

Tras la inhumación, pueden subsistir obligaciones posteriores para los deudos, como el pago de créditos o de las cuotas de mantención de las sepulturas. Eventualmente, se pueden requerir servicios como la reducción, exhumación o nueva inhumación del cadáver, lo que es llevado a cabo exclusivamente por el cementerio.

i. Mercado de las funerarias

En Chile existen más de 850 funerarias, las que realizaron aproximadamente 137.000 servicios el año 2021. De manera estimativa, el tamaño del mercado de las funerarias

⁵ La compra por necesidad futura corresponde a una modalidad de compra anticipada a la muerte, ya sea de un servicio funerario, de cremación, o de una sepultura. En el caso de las sepulturas, los cementerios suelen contemplar un plazo de restricción, debiendo pagarse un precio complementario en caso de hacer un uso anticipado de la misma.

asciende a sobre los \$107.000 millones de pesos anuales, esto es, aproximadamente \$126 millones de dólares.

El precio promedio de un servicio adquirido a una funeraria durante el año 2021, esto es, excluyendo la sepultación o cremación, fue de \$1.090.101 pesos y la mediana de \$782.428 pesos.

Con la finalidad de caracterizar la competencia en este segmento, analizamos siete mercados geográficos distintos, correspondientes a las comunas de Independencia-Recoleta, Maipú, Puente Alto, Iquique, Las Condes, Villarrica y Vicuña⁶. Estos se construyeron con datos de 26 funerarias que en su conjunto representan el 12,6% del total de los servicios realizados en Chile durante el 2021.

Los datos mostraron que las funerarias tienen distintas vías o canales para llegar a sus clientes, ya sea a través de sus sucursales físicas, por sus páginas web, por teléfono, mediante ejecutivos contratados o por medio de comisionistas. En los mercados más grandes, como Independencia-Recoleta y Las Condes, existe un uso de diversos canales. En mercados de menor tamaño, como Iquique, Villarrica y Vicuña, las ventas se originan principalmente en las sucursales. Lo informado por las funerarias se complementa con las respuestas a la encuesta a consumidores, donde un 36% señaló haber encontrado la funeraria con la cual contrató por recomendación de un conocido y un 12% a través de internet⁷. Esto indica que los consumidores no se informan sólo a través de canales de venta, sino que también, y de manera relevante, a través de experiencias previas de sus conocidos. Asimismo, el canal digital parece tener un creciente uso, pero como medio de información más que como medio de venta.

Durante el proceso de compra de los consumidores, las funerarias suelen ofrecer sus servicios mediante planes predefinidos, incluyendo los servicios esenciales (ataúd y carroza fúnebre), y otros bienes como flores, cirios, obituarios, entre otros. Si bien estos planes son adquiridos con frecuencia, los servicios personalizados representan más de un 20% de los servicios prestados en casi todos los mercados y en algunos mercados, especialmente los más pequeños, cerca de un 50% o más.

Para pagar estos servicios suele recurrirse a algún beneficio mortuario. A marzo de 2021, la cuota mortuoria era equivalente a \$474.900 pesos y la asignación por muerte a \$676.818 pesos. Nuestros datos indican que en casi la totalidad de los servicios fueron utilizados los beneficios mortuarios, aunque solo un 51% de los consumidores señaló haberlos recibido. Esto se puede explicar porque las funerarias usualmente cobran directamente el beneficio a la institución pertinente, sea privada o pública, previa autorización notarial de quien pagó los servicios funerarios. Dicho de otra manera, nuestros datos arrojan que la mayoría de los consumidores no sabe ni se da cuenta de

⁶ Respecto de las comunas de Maipú y Puente Alto solo contamos con datos para una fracción de las funerarias que operan en tales comunas.

⁷ Pregunta N° 2 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

que ha percibido un beneficio mortuario y, además, que todo lo que paga al contratar los servicios funerarios es aquello que excede del beneficio mortuario. Por lo anterior, los beneficios mortuarios, en tanto desconocidos mayoritariamente por la población, podrían generar distorsiones en cuanto a los precios mínimos que las funerarias cobran: si los beneficios mortuarios son entregados a todo evento a las funerarias y los consumidores no los consideran como parte del dinero que pagan por los servicios mortuarios, el precio mínimo cobrado por las funerarias no respondería a una real disposición de pago por parte de los consumidores, sino que al valor de los beneficios mortuarios, cuyo pago siempre está garantizado. Así las cosas, las funerarias jamás tendrían incentivos a ofrecer servicios funerarios por un precio inferior al valor de los servicios mortuarios, lo cual en la práctica opera como su “piso” de cobro a los deudos. De hecho, la mediana del precio pagado por los servicios funerarios, cercano a \$782.428 pesos, apunta a que un número muy relevante de los servicios tiene un precio más o menos cercano, pero en todo caso superior, al monto de los beneficios mortuarios.

Para evaluar el nivel de competencia que existe en el mercado, examinamos algunos indicadores. Una primera forma de medir el nivel de competencia es mediante la concentración del mercado. En teoría, los mercados más concentrados tienen menos oferentes y, por lo tanto, una oferta en principio menos competitiva. Respecto de los mercados geográficos analizados, los más grandes tienen niveles de concentración moderados –Independencia-Recoleta, Las Condes, Maipú y Puente Alto–, mientras que los mercados medianos y pequeños son más concentrados –Iquique, Villarrica y Vicuña. Sin perjuicio de lo anterior, dado que este es un mercado de productos diferenciados, la medida de concentración de la industria no es necesariamente útil. Ello se debe a que pueden existir mercados muy desconcentrados que no son competitivos o, inversamente, mercados muy concentrados que sí son competitivos. Para determinar ante qué escenario nos encontramos, analizamos formas alternativas y más directas de medir la intensidad competitiva en un mercado de bienes diferenciados.

Una forma adicional de evaluar la existencia de posibles fricciones competitivas es analizar la dispersión de precios para servicios comparables. En un mercado competitivo con diversos oferentes, los precios debiesen converger a su costo marginal y, por lo tanto, se debiese observar una baja dispersión de precios, esto es, precios análogos o muy similares. Por el contrario, un mercado con diversos oferentes, pero con una alta dispersión de precios, podría apuntar a que existen distorsiones competitivas.

Para los distintos mercados analizados, encontramos que existe una dispersión promedio de \$467.000 pesos. En otras palabras, es en ese monto lo que puede variar el precio de un funeral de características similares. Esta es una dispersión relevante, que indica que existen características o prácticas del mercado que afectan su nivel de competencia, toda vez que ninguna persona racional debiese pagar \$467.000 más que otra si recibe un servicio funerario análogo. Separando por mercados, vemos que mientras más grande el territorio, mayor es la dispersión de precios, llegando a \$490.000 pesos en el caso de Independencia-Recoleta, lo que equivale a un 41% adicional al precio promedio de los servicios funerarios. En cambio, en mercados geográficos más

pequeños, como en Vicuña, la dispersión llegó a solo \$88.000 pesos, lo que equivale a un 10% adicional al precio promedio de los servicios funerarios.

En el caso de las funerarias, contamos con datos suficientes para, además, evaluar directamente el nivel de competencia o poder de mercado de las empresas que lo integran. Esto lo hicimos estimando el *sobreprecio* o *markup*, que corresponde al cociente entre el precio de venta de un servicio y su costo marginal o, lo que es lo mismo, su costo de producción. En mercados competitivos, los precios deben tender a los costos marginales o, equivalentemente, los sobreprecios deben tender a uno. Por lo tanto, *markups* elevados son una indicación directa de que en un mercado la competencia no es intensa. Antes de hacer un juicio respecto de qué tan elevado es un *markup*, debe considerarse que, aunque se calcule el sobreprecio de manera correcta, una fracción de éste se explicará porque las funerarias deben solventar los costos fijos que les permiten operar, los que incluyen gastos en administración, bodegaje, en el arriendo y mantención de sucursales, entre otros. Dado que estos, al menos en el corto plazo, no dependen de la escala o cantidades vendidas, no están contabilizados dentro de los costos marginales de proveer un servicio. Así, para poder hacer un juicio respecto del nivel de competencia en la industria fue necesario contar con una referencia. En nuestro análisis usamos la distribución mundial de sobreprecios estimada por De Loecker y Eeckhout (2018)⁸, que cubre más de 70.000 empresas operando en 134 países, incluyendo a las principales economías del mundo. En nuestra propia muestra de mercados, las personas en promedio pagaron más de 1,77 veces el costo marginal; en la mayoría de los mercados pagaron 2 o más veces el costo marginal; y, en un mercado, en promedio, 3 veces el costo marginal. Al comparar con la distribución mundial de *markups* estimados por Loecker y Eeckhout (2018), las empresas funerarias se encontrarían dentro del 25% de empresas que ejerce mayor poder de mercado. Aún más, si la media de los sobreprecios que la FNE estimó en su periodo de estudio hubiese sido igual a la estimada por De Loecker y Eeckhout (2018), sería un 10% inferior, hecho consistente con que las personas hayan pagado un 10% menos por funeral. Y, si consideramos la mediana que muestran los autores antes señalados, la reducción en *markup* sería consistente con precios un 30% menores a los que observamos en nuestra propia muestra de mercados de servicios funerarios.

Es importante remarcar que la referencia que utilizamos es conservadora. Aunque la muestra de Loecker y Eeckhout (2018) es amplia, no es representativa, ya que se constituye por empresas que son transadas públicamente. Tales empresas en su mayoría corresponden a organizaciones que operan en sectores maduros, donde los costos fijos y de capital son muy relevantes en relación con los variables. Así, la distribución de sobreprecios que usamos como referencia probablemente sobrestima el

⁸ De Loecker, J. y Eeckhout, J. «Global market power. (Working paper No. w24768). » *National Bureau of Economic Research*, (2018). Este estudio considera un universo de 70.000 empresas operando en 134 países. Los investigadores detectaron que el sobreprecio del percentil 75 era igual a 1,6. Dicho de otra forma, detectaron que un 75% de las organizaciones en su muestra cobraron un precio inferior o igual a 1,6 veces el costo de proveer su producto o servicio.

poder de mercado que reflejaría una muestra representativa. Esto, a su vez, se traduciría en que las funerarias en nuestra muestra subirían en el ranking de empresas que ejercen mayor poder de mercado.

En síntesis, nuestra revisión del funcionamiento del mercado y análisis de competencia indican, primero, que los consumidores personalizan con frecuencia los servicios funerarios elegidos, sin perjuicio de la relevancia que tienen los planes; segundo, que estos servicios son adquiridos con beneficios mortuorios, cuya recepción no es entendida por la mayoría de los deudos y que podrían estar generando distorsiones respecto de los precios mínimos que cobran las funerarias, sin que ellas tengan incentivo alguno a ofrecer servicios funerarios por un precio inferior al valor de los beneficios mortuorios; tercero, que el precio de estos servicios presenta un alto grado de dispersión, lo que es indicativo de una baja intensidad competitiva; y cuarto, crucialmente, que las funerarias tienen *markups* muy elevados, una indicación directa de que existen limitaciones importantes a la competencia en el mercado. Esto ocurre pese a que, en algunos mercados geográficos, especialmente en los más grandes, existe un número considerable de competidores y la concentración es relativamente baja.

ii. Mercado de los cementerios y crematorios

Los cementerios y crematorios proveen servicios para la inhumación de los cuerpos. Si bien estos establecimientos no compiten directamente, los analizamos de manera conjunta en esta sección.

En Chile existen más de 400 cementerios y 17 crematorios. Respecto del tamaño de cada mercado, las sepulturas habrían generado ingresos a nivel país equivalentes a \$563,9 millones de dólares⁹. Respecto de los crematorios, el mercado estaría en torno a los \$15,8 millones de dólares.

Por otra parte, en nuestra muestra el precio promedio pagado por una sepultura ascendió a 130 UF o \$4.185.480 pesos, con una mediana de 108 UF o \$3.477.168 pesos. A diferencia de las funerarias, las sepulturas pueden tener espacio para más de un fallecido, razón por la que, al ajustar al precio por persona, el promedio es de 39 UF o \$1.255.644 pesos, con una mediana de 30 UF o \$965.880 pesos. En cuanto a las cremaciones, el monto por persona asciende a \$1.056.324 pesos en promedio, con una mediana de \$1.014.535.

Así, calculados con los datos de nuestra muestra, el gasto promedio por un funeral completo, que incluye servicios funerarios y servicios de inhumación, sería de \$2.345.745 si el destino final fue una sepultura y de \$2.146.425 si el destino final fue una cremación.

⁹ Esta estimación podría estar sobredimensionando el tamaño del mercado, ya que nuestra muestra se compone principalmente de cementerios parque, los cuales no son necesariamente los más usados en el país.

Como es evidente, se trata de gastos relevantes para las familias.

Con la finalidad de caracterizar la competencia en el mercado de los cementerios, solicitamos datos a los cinco principales cementerios de la Región Metropolitana, correspondientes a tres cementerios parque y dos cementerios tradicionales. Los cementerios que tenían parques en más de una ciudad también reportaron información, de manera que obtuvimos información relativa a cementerios ubicados en 18 comunas a lo largo de Chile. Durante el año 2021, los cementerios de la muestra de la FNE registraron 42.138 sepultaciones, representando el 29,15% de las defunciones totales de ese año en nuestro país.

Al igual que en el caso de las funerarias, la venta de sepulturas se origina a través de múltiples canales. La vía principal es a través de ventas originadas en el mismo cementerio (40,4%), seguida de cerca por ventas a través de un ejecutivo (36,5%). Es importante considerar que, al decidirse por uno u otro cementerio, las decisiones de compra que los deudos han tomado en el pasado tienen un impacto relevante hacia el futuro. En efecto, en la encuesta a consumidores de la FNE un 19% señaló haber encontrado el cementerio porque allí ya existía una sepultura familiar o porque la sepultura había sido adquirida previamente. Por otra parte, en un 17% de los casos el fallecido tenía una preferencia respecto del cementerio¹⁰.

Una diferencia relevante con el mercado de las funerarias es que, en el caso de las sepulturas, las ventas por necesidad futura son muy relevantes, especialmente en los cementerios parque. En los cementerios parque, las ventas por anticipado ascienden a 76%. Eso sí, en los cementerios tradicionales las ventas por anticipado tan solo llegan a 17%. Esta diferencia en la temporalidad de la toma de decisión se refleja, como era esperable, en el precio pagado. Las sepulturas vendidas por necesidad futura tienden a ser un 20% más baratas, en promedio, que aquellas vendidas por necesidad inmediata.

En cuanto a la forma de pago de las sepulturas, en los cementerios parque el 85% de las ventas son mediante un crédito otorgado por el propio cementerio, mientras que en los tradicionales solo el 17%. En promedio, el crédito solicitado en los cementerios parque es del 80% del valor de la sepultura y, en los cementerios tradicionales, del 20%. En esta materia, existe una dispersión relevante con respecto a la tasa de interés de los créditos entregados por los cementerios. La tasa más alta de los créditos cobrado por un cementerio correspondió a un 25,6% anual, mientras que la más baja fue de solo un 5,4% anual.

Para evaluar el nivel de competencia en el mercado, analizamos la concentración y la dispersión de precios. Respecto de los niveles de concentración, solo podemos referirnos a la Región Metropolitana, respecto de la cual se cuenta con datos de todos los servicios realizados. Desde el año 2016, los niveles de concentración se han

¹⁰ Pregunta N° 9 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

mantenido estables a un nivel competitivo que está levemente por debajo de los 1.500 puntos del IHH¹¹.

Por otra parte, también calculamos la dispersión de precios para este mercado. Respecto de las sepulturas, hay una dispersión promedio de UF 41, correspondiendo al 29% del precio de venta. Por otra parte, si consideramos la tasa de interés de los créditos como un precio, tenemos que la dispersión llega a 6,64%, correspondiendo al 78% del interés promedio. En ambos casos, la dispersión es relevante, lo que refleja que existirían factores que reducen la intensidad competitiva entre los oferentes, esto es, los cementerios.

De lo anterior, podemos concluir que las personas anticipan en buena medida la compra de las sepulturas –aunque, fundamentalmente, en los cementerios parque– y que ello se traduce en menores precios. El pago de las sepulturas se realiza usualmente a través de créditos entregados por los propios cementerios, especialmente en los cementerios parque, existiendo un alto grado de dispersión respecto de su tasa de interés. Por último, el precio de las sepulturas también presenta un alto grado de dispersión. Todo ello es indicativo de que este segmento presenta fricciones competitivas que podrían estar afectando su evolución.

Por último, el mercado de los crematorios se caracteriza por contar con muy pocos oferentes. En la mayoría de las regiones hay uno solo e, incluso, en las regiones de Aysén y de Ñuble no existen proveedores de este servicio. Aproximadamente el 10% del total de fallecidos en Chile son cremados, lo que indica una baja penetración de este tipo de servicio. Por ello, nuestro estudio se enfocó principalmente en los cementerios, sin perjuicio de analizar posibles barreras a la entrada regulatorias que podrían afectar al mercado de los crematorios.

B. Factores económicos y conductuales que impactan la competencia

En esta sección analizamos dos hipótesis de factores económicos y conductuales que podrían estar impactando la competencia del mercado fúnebre. En primer lugar, evaluamos posibles sesgos cognitivos que afectan a los consumidores, lo que los llevaría a estar impedidos o limitados de elegir el precio más bajo entre las distintas alternativas sustituibles. Luego, en segundo lugar, analizamos el efecto que produce en el bienestar de los consumidores la venta atada o empaquetada mediante planes funerarios.

¹¹ Esto se encuentra por debajo del nivel de 2.500 sugerido como un nivel preocupante. Véase FNE «Guía para el análisis de Operaciones de Concentración Horizontales.» mayo de 2021. <https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2021/05/Guia-para-el-Analisis-de-Operaciones-de-Concentracion-Horizontales-mayo-VF.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

i. Sesgos cognitivos que limitan la respuesta de la demanda

Los mercados perfectamente competitivos asumen que los consumidores son racionales y que, entre bienes homogéneos, eligen el de mejor precio. En la práctica, las personas fallan en elegir el mejor precio por distintos motivos, ya sea por su propio comportamiento, por la estructura de los mercados o por estrategias adoptadas por los proveedores.

En el mercado fúnebre, los consumidores deben tomar decisiones en un corto plazo que no excede de 48 horas, bajo circunstancias de vulnerabilidad emocional y respecto de bienes que no se adquieren con frecuencia. Por lo anterior, exploramos distintas hipótesis de sesgos cognitivos que afectan a los consumidores en este mercado, impactando el proceso de compra de los consumidores y, en definitiva, la competencia.

En el estudio exploramos, principalmente, dos hipótesis que explicarían por qué los consumidores no eligen el precio más bajo entre las distintas alternativas equivalentes que están disponibles. Por un lado, que los deudos realizan una búsqueda insuficiente entre las alternativas en el mercado. Por otro lado, que existen ciertos factores que llevan a la confusión o a la falta de atención de los deudos, como, por ejemplo, la vulnerabilidad emocional en que se encuentran o una dificultad en entender los precios de lista de los servicios funerarios. Ambas hipótesis fueron evaluadas en el mercado de las funerarias.

Respecto de la primera hipótesis, estimamos la cantidad de búsquedas u ofertas que analiza un comprador al momento de seleccionar un servicio fúnebre. Nos aproximamos a ello mediante dos métodos.

Por una parte, la encuesta a consumidores permitió concluir que el 70% de los consumidores buscó tan solo una vez entre las distintas alternativas del mercado disponibles¹². Por otro lado, desde una perspectiva econométrica, aplicamos la metodología sugerida por Hong y Shum¹³ para estimar la búsqueda realizada por los consumidores, utilizando toda la información de precios que la FNE solicitó a las funerarias. De acuerdo con nuestra estimación, en promedio el 52% de los consumidores buscó tan solo una vez entre distintas alternativas del mercado y el 33% de los consumidores buscó solo dos veces, esto es, comparó tan solo dos de las alternativas disponibles en el mercado.

De ambas fuentes de evidencia, que en lo fundamental son consistentes, se concluye que la examinación del mercado de las funerarias por parte de los consumidores es muy baja, sobre todo si se considera el gran número de oferentes que hay en la mayoría de los mercados estudiados. Esto es problemático puesto que un bajo nivel de cotización

¹² Pregunta N° 3 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

¹³ Hong, H., y M. Shum, «Using price distributions to estimate search costs». *The RAND Journal of Economics* 37, n° 2 (2006): 257-275.

podría explicar la alta dispersión de precios cobrados a los consumidores¹⁴, esto es, que los precios de los servicios funerarios presenten tantas diferencias entre sí. En consecuencia, generar mecanismos que incentiven una mayor búsqueda o cotización de servicios funerarios por parte de los consumidores, entonces, es una meta principal de nuestras recomendaciones de política pública producto del estudio.

Respecto de la segunda hipótesis, resultó relevante evaluar si las personas experimentaban confusión o inatención por dos motivos. Primero, porque este sesgo podría incidir en la intensidad de búsqueda observada en el mercado. Cuando las personas experimentan confusión, les resulta más costoso entender nuevas alternativas y, por lo tanto, el beneficio marginal de buscar es menor al que se observaría en ausencia de este sesgo. Segundo, incluso una vez que el proceso de búsqueda haya finalizado, y se tenga un conjunto de alternativas a la vista, la confusión podría contribuir a distorsionar decisiones, en la medida que se perciban de manera incorrecta precios o calidades. En ambos casos se afecta la competencia. Por un lado, una menor búsqueda disminuye las presiones competitivas entre rivales, pues, a nivel agregado, la demanda sustituye con menor fuerza. Por otro, una percepción deficiente de calidades o precios podría producir una diferenciación espuria, otorgando poder de mercado a rivales que de otra forma competirían intensamente.

Para evaluar esta hipótesis, buscamos identificar la presencia del sesgo combinando análisis econométricos, que incluyeron estimar la demanda por servicios fúnebres y los resultados de la encuesta a personas.

Los análisis que realizamos produjeron dos hallazgos relevantes y una observación.

El primer hallazgo es que las personas no siempre ponen atención respecto del precio final que pagan para un plan funerario, es decir, están inatentos. Tres hechos apoyan esta aseveración: (i) según los resultados de la encuesta, los beneficios mortuorios no son conocidos por la población¹⁵, lo que sugiere que las personas no los contabilizan como parte del precio pagado; (ii) un 10% de los individuos en nuestra muestra pagó un precio superior al precio de lista por un servicio de las mismas características al predefinido en el plan funerario, por lo que seguramente no tenían claridad de los precios o de si existían listas de los mismos; y (iii) los clientes institucionales muestran una sensibilidad al precio significativamente mayor que las personas naturales, ya que tienden a privilegiar alternativas más económicas y, en razón de ello, obtienen mejores descuentos¹⁶.

¹⁴ Grubb, M. D. "Failing to choose the best price: Theory, evidence, and policy." *Review of Industrial Organization* 47, n° 3 (2015): 303–340.

¹⁵ Un 49% de los encuestados declaró no haber recibido ningún beneficio y, de los que declararon haberlo hecho, sólo un 26% recordó el rango en el cual se encuentran los montos de los beneficios, cuando había transcurrido alrededor de un año desde el deceso. En otras palabras, sólo un 13% tenía una idea precisa del beneficio mortuorio y de su magnitud. Preguntas N° 17 y 18 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

¹⁶ El descuento mediano es un 10% mayor al similar para los individuos comunes.

Un segundo hallazgo es que existen factores en el ambiente de decisión de los deudos que se correlacionan significativamente con los descuentos que les aplican las funerarias, lo que sugiere que probablemente tengan un impacto en la atención que las personas prestan al precio. Uno de los factores ambientales evaluados fue la premura o condición de accidental de la muerte, la que tiene un impacto en las decisiones de los individuos. Si un deceso es accidental o inesperado, las personas pagan—manteniendo el precio de lista constante—un precio que es un 4% mayor o \$43.778 en términos absolutos¹⁷. Por otra parte, mientras menor es el fallecido, más es el monto pagado por planes cuyos precios de lista eran similares. A modo de ejemplo, cuando el fallecido tenía 10 años, los deudos pagaron un 13% más o \$153.332¹⁸. Además, encontramos que la interacción con vendedores de la funeraria también tiene un impacto significativo: por cada \$10.000 pesos adicionales de comisión que se le pagaba al vendedor, las personas pagaron un 1,36% más o \$16.072 adicionales por planes que nominalmente tenían el mismo precio. En contraste, ninguno de estos factores afecta los gustos de los individuos, lo que sugiere que una muerte inesperada o la interacción con un vendedor afectan la atención que las personas ponen en el precio que finalmente pagan, no sus preferencias por las alternativas de servicios.

En cuanto a la observación, hacemos presente que las funerarias probablemente conocen o al menos intuyen la presencia de los sesgos de comportamiento mencionados por parte de los consumidores. No puede sino ser así si consideramos que la excepción es que una persona pague el precio de lista de los servicios funerarios. En nuestra muestra, el descuento promedio aplicado respecto del precio de lista es igual a 20% y sobre un 75% de las personas pagaron un precio menor o igual al del plan. Contrariamente a lo dicho anteriormente, esta estrategia de precios —en que los consumidores aparecen mayoritariamente pagando precios iguales o inferiores a los de la lista— podría primigeniamente interpretarse como que las funerarias hacen esfuerzos por brindar mejores precios a las personas, como si ellas estuviesen comparando precios o cotizando. Sin embargo, estimamos que estos esfuerzos son meramente aparentes o formales —esto es, que implican descuentos sobre precios de lista que ya contienen un sobreprecio— si consideramos los sobreprecios que cobran las funerarias conforme a lo que describimos en nuestro análisis de competencia posterior, en el que se destaca el elevado el poder de mercado que tienen las funerarias.

Por lo anterior, concluimos que existen factores conductuales que afectan la toma de decisión de los deudos, que los limitan o impiden de elegir el precio más bajo para un servicio determinado. Estos factores se vinculan a una falta de búsqueda o cotización entre alternativas, confusión respecto de los precios y factores ambientales del proceso de compra. Considerando estos hallazgos del estudio, realizamos recomendaciones de política pública para facilitar el proceso de compra de servicios funerarios por parte de los deudos.

¹⁷ Arribamos a este número notando que la base es el precio de lista del funeral, y usando como valor referencial la mediana de esta variable, que en la muestra de personas naturales es igual a \$1.171.155.

¹⁸ Seguimos el mismo procedimiento que el descrito en la nota al pie anterior.

ii. Efectos del empaquetamiento de planes funerarios

Las funerarias suelen vender sus bienes mediante planes predefinidos, que integran tanto bienes esenciales para realizar el funeral, como el ataúd y la carroza fúnebre, con otros bienes como arreglos florales, servicios de cafetería, entre otros. Dicha práctica corresponde a lo que se denomina venta atada (cuando los productos solo se venden conjuntamente) o empaquetamiento (cuando se permite su venta por separado, pero la venta conjunta tiene un descuento sobre uno o más de los productos).

La venta atada o empaquetamiento puede, bajo ciertas condiciones, ser eficiente, y, por ende, reducir el costo para los consumidores. Esto ocurre, por ejemplo, cuando es más eficiente la producción conjunta de los productos atados o cuando existen economías de ámbito respecto de su adquisición. Sin embargo, esta práctica también puede tener efectos en perjuicio del bienestar del consumidor.

La venta atada o empaquetamiento podría permitir a las funerarias discriminar entre los clientes según su disposición a pagar, lo que tiene efectos ambiguos sobre la eficiencia de un mercado¹⁹. Por otra parte, la venta atada también puede implicar obligar al cliente a pagar por productos que no necesariamente valora, elevando el costo total de la compra del servicio, lo que reduce finalmente el bienestar generado por este mercado.

Para evaluar las preferencias de los consumidores respecto de los planes funerarios, un análisis realizado con modelos de elección discreta nos permitió encontrar la valoración marginal que tienen los consumidores por los distintos componentes que conforman un servicio funerario. Si comparamos la valoración por la calidad de la urna con la valoración marginal por el resto de los componentes de un servicio funerario, vemos que hay una correlación negativa. En otras palabras, los consumidores valoran más la calidad de la urna que la calidad del resto de los atributos que compongan un servicio funerario. En consecuencia, si las funerarias venden de manera atada las urnas de mayor calidad con otros atributos también de mayor calidad, se obligaría a los clientes a pagar más por componentes que no son tan relevantes para ellos, aumentando el precio final del servicio.

No obstante, para complementar lo anterior, conforme al resultado de la encuesta solo el 13% de los consumidores hubiese preferido poder comprar el ataúd por separado de los demás productos que componían el servicio funerario²⁰. Lo anterior revela que la mayoría de los consumidores prefieren el empaquetamiento de al menos parte de los bienes que componen el plan, sin perjuicio de que algunos de ellos valorarían poder comprar los bienes por separado.

El análisis anterior nos permite concluir que ciertos consumidores podrían verse beneficiados por una recomendación que permita la compra de bienes y servicios por separado, sin perjuicio de que los planes predefinidos también son valorados por los

¹⁹ Motta, M. *Competition Policy: Theory and Practice*. Capítulo 7: Non-price Monopolisation Practices: Tying and Bundling. Cambridge University Press (2009): 636-669.

²⁰ Pregunta N° 6 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

consumidores, por lo que realizamos recomendaciones de política pública en este sentido.

C. Factores regulatorios que impactan la competencia

De manera adicional a los análisis económicos ya mostrados, estudiamos aspectos regulatorios que podrían estar afectando el desarrollo evolutivo del mercado fúnebre. En particular, existen ciertos aspectos de la regulación, tanto de las funerarias como de los cementerios y crematorios, que generan barreras a la entrada o dificultan el proceso de toma de decisión de las personas.

A continuación, analizamos dichos factores regulatorios, distinguiendo entre el mercado de las funerarias, por un lado, y el de cementerios y crematorios, por otro.

i. Regulación de las funerarias

Respecto de las funerarias, analizamos tres aspectos regulatorios: (a) limitaciones al uso de los beneficios mortuorios que posiblemente generan distorsiones en el mercado; (b) una deficiente regulación de los planes de servicios funerarios por necesidad futura; y (c) la falta de una regulación técnica de los ataúdes.

a. Limitaciones al uso de los beneficios mortuorios

Al analizar la regulación de los beneficios mortuorios constatamos que estos se encuentran regulados de forma tal que presentan al menos limitaciones relevantes en su uso. Primero, los beneficios mortuorios no son entregados en caso de que se hayan adquirido los bienes funerarios de forma previa a la muerte, es decir, por necesidad futura Y, segundo, los beneficios mortuorios solo pueden ser cobrados directamente por una empresa funeraria con un poder notarial, no así por un cementerio o crematorio²¹.

Como analizamos en el estudio, estas regulaciones corresponden a interpretaciones administrativas que no presentan una justificación suficiente y que generan distorsiones en el mercado. Los efectos de estas limitaciones son desincentivar la compra anticipada de servicios funerarios e inhibir la competencia entre los diversos establecimientos – tanto funerarias como cementerios y crematorios, siendo estos dos últimos totalmente excluidos incluso de la posibilidad de ser destinatarios de ellos– por obtener parte de los beneficios mortuorios, por lo que estarían afectando la evolución competitiva del mercado fúnebre.

Considerando lo anterior, proponemos recomendaciones de política pública para su modificación.

²¹ Dichas limitaciones se encuentran en el Compendio de Normas del Sistema de Pensiones, en particular, en el Capítulo XI. Asignación por muerte de la letra b. solicitud de los beneficios del Título V del Compendio de Normas del Sistema de Pensiones de la Superintendencia de Pensiones; así como en el Capítulo II. Cuota mortuoria de la letra g. otros beneficios del Título I del Compendio de Normas del Sistema de Pensiones de la Superintendencia de Pensiones.

b. Regulación deficiente de la venta por necesidad futura

En otras jurisdicciones existe un mayor desarrollo de los planes por necesidad futura adquiridos a funerarias que en Chile. A modo de ejemplo, en el Reino Unido el porcentaje de muertes en las cuales se había adquirido previamente un plan de servicios funerarios por necesidad futura fue del 18% para el año 2019²², mientras que en España un 47% de la población cuenta con un seguro de deceso al año 2020²³. En Chile, la compra por necesidad futura de servicios funerarios es prácticamente inexistente.

El aumento de la venta de servicios funerarios por necesidad futura podría implicar una disminución de los precios. A modo de ejemplo, las sepulturas que son vendidas bajo esta modalidad son un 20% más baratas, en promedio, que aquellas que se venden por necesidad inmediata. A su vez, promover la compra de servicios funerarios por necesidad futura podría facilitar que los consumidores realicen un mayor número de cotizaciones, ya que se eliminaría la limitación temporal de realizar la cotización en menos de 48 horas, además de no tener que hacerlo en manifiestas condiciones de vulnerabilidad emocional.

Sobre este punto, estimamos que la compra de planes de servicios funerarios por necesidad futura podría verse limitada por una deficiencia en su regulación, lo que la hacen menos atractiva que otras modalidades de compra.

En efecto, los factores que podrían hacer menos atractiva la compra por venta futura de servicios funerarios son los siguientes: (i) los beneficios mortuorios solo son pagados por las instituciones pertinentes si la compra del plan de servicios funerarios se realizó de manera posterior al fallecimiento del beneficiario, tal como se señaló precedentemente; (ii) los consumidores no tienen cómo saber si la funeraria contratada permanecerá en el tiempo, y por lo tanto si podrá entregar el servicio producida la muerte; y (iii) los consumidores, especialmente si se trata de la persona que será objeto del beneficio a su propio fallecimiento, no tienen certezas producto de una falta de regulación de los contratos para este tipo de prestaciones.

De esta forma, resulta claro que existen distintos aspectos de la regulación de los planes de servicios funerarios por necesidad futura que podrían afectar su expansión en el mercado. Ya que la compra anticipada de servicios funerarios podría permitir un mayor grado de comparación entre distintas alternativas y, así, bajar sus precios, realizamos recomendaciones de política pública para su mejor regulación.

²² Competition & Markets Authority (Reino Unido). «Funeral Market Investigation: Appendix F: Evidence on pre-paid and at-need funeral pricing.» Gov.uk. 2020. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb235ee90e071be88db5c0/Appendix_F_-_Evidence_on_pre-paid_and_at-need_funeral_pricing_18.12.20.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

²³ UNESPA (Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras). «El seguro de decesos en 2020.» 2020. <https://www.unespa.es/main-files/uploads/2021/10/El-seguro-de-decesos-en-2020-FINAL.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

c. Falta de regulación técnica de los ataúdes, lo que representa una barrera regulatoria a la entrada de ataúdes alternativos

En lo que respecta a la regulación de los ataúdes, el Reglamento General de Cementerios exige que sean “herméticos” e “impermeables”, sin definir dichos conceptos. En la práctica, se ha interpretado que dichos requisitos excluyen los ataúdes fabricados con otros materiales distintos a la madera, limitándose la oferta de ataúdes a aquellos de madera con una cubierta metálica de latón²⁴.

A diferencia de lo que ocurre en Chile, en países como el Reino Unido, Estados Unidos, España y Argentina se permite el uso de ataúdes fabricados con materiales alternativos a la madera, ya sea para la sepultación directa o para la cremación. Es más, en Estados Unidos, la Regla de Servicios Funerarios de la FTC obliga a las funerarias a informar a los consumidores que estos pueden comprar contenedores alternativos (*alternative containers*) para trasladar el cuerpo en caso de que vayan a realizar una cremación, sin que sea una obligación comprar un ataúd (*casket*)²⁵.

Un análisis de los datos de venta de las funerarias nos permitió concluir que existe una valoración horizontal por los distintos tipos de ataúdes, es decir, no existe una correlación entre el precio del ataúd y su demanda. Es más, las personas prefieren ataúdes de madera que podrían considerarse de calidad inferior, como el pino terciado, frente a maderas que, al ser vendidas previo al proceso de fabricación, son más caras. Esto sugiere que una variedad de ataúdes podría beneficiar a parte de los consumidores.

Considerando estos antecedentes, decidimos realizar un estudio para evaluar si existen aspectos técnicos relativos a la hermeticidad o impermeabilidad para que, tal como se exige en la actualidad en Chile, los ataúdes solo puedan ser de madera. Para estos efectos sostuvimos reuniones con médicos especialistas en medicina legal, fabricantes de ataúdes de fibras naturales de España y Latinoamérica, fabricantes de ataúdes en Chile y profesores de diseño industrial.

Las conclusiones a las que llegamos tras dichas reuniones son: (i) que la exigencia de que los ataúdes sean herméticos e impermeables no está regulada de manera técnica, sin que existan procedimientos claros para medir si se cumplen o no tales condiciones; (ii) que la fiscalización de las Seremis de Salud respecto de los ataúdes es discrecional y, además, no es usual; (iii) que no es posible señalar que los ataúdes de otros materiales generen mayores riesgos en términos de salubridad e higiene que los

²⁴ El 16 de junio de 2020, La entonces Seremi de Salud de la Región Metropolitana, Paula Labra, emitió un comunicado oficial a través de la prensa señalando tales características. Disponible en: shorturl.at/gnL49 (última visita el 24 de noviembre de 2022). El criterio adoptado por la Seremi de Salud fue confirmado en una reunión con el ex gerente general de una fábrica de ataúdes tradicionales, realizada el día 16 de mayo de 2022.

²⁵ Federal Trade Commission (Estados Unidos), Complying with the Funeral Rule. s.f. <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/complying-funeral-rule> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

ataúdes de madera; (iv) que es el diseño, y no el material, lo que asegura la hermeticidad e impermeabilidad de un producto, incluyendo los ataúdes; y (v) que existen modelos de certificación y normativa básica de seguridad en el diseño de otros productos que podrían aplicarse para acreditar que los ataúdes cumplan las condiciones de hermeticidad e impermeabilidad exigidos por la ley.

Considerando lo anterior, exploramos alternativas para regular las características técnicas que deben cumplir los ataúdes, sin restringir la entrada de manera injustificada a fabricantes de ataúdes de otros materiales, distintos de la madera.

ii. Regulación de cementerios y crematorios

En cuanto a los cementerios y crematorios, analizamos dos aspectos regulatorios que podrían estar afectando el desenvolvimiento competitivo del mercado: (a) barreras regulatorias para instalar y expandir cementerios y crematorios; (b) aspectos contractuales que podrían afectar el desenvolvimiento competitivo o explicarse por una ya existente falta de competencia.

a. Barreras regulatorias para instalar y expandir cementerios y crematorios

Existen diversos aspectos que podrían estar dificultando la entrada y/o expansión de los cementerios y crematorios, principalmente vinculados a su regulación y los procedimientos administrativos involucrados.

En primer lugar, existe una falta de claridad respecto de los lugares en los cuales se pueden instalar cementerios y crematorios, ya que los planes reguladores de las comunas son interpretados de manera discrecional y sin considerar la necesidad de instalar estos establecimientos. Esta falta de planificación urbana tiene el efecto de inhibir o dilatar la entrada a este mercado, haciéndolo menos competitivo.

Por otra parte, no existe una planificación o proyección básica sobre los lugares o localidades en que podría existir una eventual escasez de sepulturas. Esta falta de planificación es relevante, ya que en ciertas comunas hay indicios de que podrían enfrentar prontamente una escasez de sepulturas disponibles.

En base a una encuesta de capacidades realizada a los cementerios de la Región Metropolitana²⁶, concluimos que, considerando la tasa de capacidad de los cementerios y realizando una proyección con las muertes esperadas, su capacidad podría llegar a un límite entre los años 2035 a 2050, aproximadamente. En otras palabras, si el ritmo de apertura de nuevos cementerios y su expansión continúa estable, así como el número de muertos, los cementerios tendrían una capacidad proyectada máxima de 30 años, aproximadamente. Lo anterior corresponde a una estimación conservadora, ya

²⁶ Ver Anexo F y G.

que no incorpora factores como la posible escasez de suelo que haría más dificultosa la expansión de los cementerios ya existentes.

Adicionalmente, existe una dificultad o falta de predictibilidad en la evaluación de los proyectos de cementerios por parte de las autoridades administrativas. En el caso de las Seremis de Salud, constatamos que, en algunos casos, solicitan requisitos adicionales a los señalados en el Reglamento General de Cementerios. Por otra parte, el procedimiento entre la solicitud de autorización, la instalación y funcionamiento de los cementerios puede tardar más de 3 años.

Por último, existen ciertos requisitos que son excesivos o injustificados para instalar crematorios que están contemplados en el Reglamento General de Cementerios. En particular, se exige que la chimenea de los crematorios sea de 30 metros de alto o que el terreno en el cual se instala el crematorio tenga 10.000 metros cuadrados. Adicionalmente, se exige que los crematorios cuenten con 2 hornos. Al analizar esta regulación y compararla con aquella de otros países, es claro que no responde a criterios razonables, objetivos y fundados. Estos requisitos aumentan injustificadamente los costos hundidos de estos proyectos, dificultando la entrada de más competidores que, además, podrían promover esta práctica mortuoria que, como vimos, en Chile tiene mucho menor penetración que en otros países.

Por todo lo anterior, estimamos que es necesario realizar recomendaciones para promover una mayor planificación urbana respecto de la instalación de cementerios, así como modificar los requisitos aplicables para la instalación de cementerios y crematorios junto con regular el procedimiento de aprobación ante las Secretarías Regionales Ministeriales de Salud, para facilitar la entrada y/o expansión de estos establecimientos.

b. Aspectos contractuales de la venta de sepulturas

Al revisar los contratos celebrados entre los adquirentes de sepulturas y los cementerios, constatamos que existe una indeterminación respecto de la naturaleza jurídica de los derechos que los adquirentes tienen sobre las sepulturas. En particular, no es claro si lo adquirido es un derecho real (ej. propiedad sobre la sepultura) o uno personal (ej. una obligación del cementerio a sepultar y proveer otros servicios).

Esta discusión afecta la libre competencia por distintos motivos. Primero, las personas podrían valorar de manera diferenciada ciertas sepulturas o incluso cementerios por el mero hecho de creer que en ciertos casos adquieren un derecho real. Segundo, su determinación afecta la manera de hacer la transferencia y los costos de transacción asociados. Tercero, si se tiene un derecho real respecto de las sepulturas, los consumidores debiesen tener derechos adicionales que hoy no ejercen y que podrían impactar el proceso de adquisición (ej. constituir garantías sobre las mismas para obtener un crédito para su pago, subarrendar, entre otros).

De la revisión de los contratos entre los adquirentes y los cementerios, constatamos que dos de los cinco cementerios de nuestra muestra señalaron expresamente que estimaban que la naturaleza jurídica de los derechos adquiridos eran derechos de uso o un derecho de sepultura, que corresponde a un derecho personal. Los contratos de

los otros tres cementerios no permitían definir si los derechos adquiridos son derechos reales o personales.

Ello contrasta notablemente con la opinión e idea que tienen los adquirentes de las sepulturas, ya que en la encuesta realizada a consumidores un 71% señaló que es dueño/a de la sepultura adquirida²⁷.

Por lo anterior, estimamos que es necesario aclarar la naturaleza de los derechos que se tiene respecto de las sepulturas, ya sea definiéndolos como un derecho real o como un derecho personal, y aclarando en los contratos la forma en la cual se pueden transferir.

Por otra parte, analizando los contratos celebrados entre los adquirentes de sepultura y los cementerios, notamos que estos contienen términos y condiciones que pueden ser potencialmente abusivos para los consumidores.

En particular, detectamos: (i) posibles cláusulas abusivas en relación con la evaluación anticipada de perjuicios en caso de incumplimiento por parte de los consumidores; (ii) falta de información sobre las condiciones para ceder o transferir el contrato de compraventa y la sepultura; y (iii) posibles discriminaciones arbitrarias en las tasas cobradas por servicios secundarios (ej. exhumaciones y reducciones).

Lo anterior es relevante, ya que los cementerios tienen poder de mercado respecto de los consumidores. Por lo anterior, proponemos recomendaciones de política para evitar ambas situaciones, promoviendo una mayor fiscalización de estos contratos.

D. Resumen de recomendaciones

En base a los análisis y a las conclusiones antes expuestas, realizamos una serie de recomendaciones que apuntan a promover la competencia tanto en el segmento de las casas funerarias, como en el de cementerios y crematorios.

i. Promover una mayor cotización de los consumidores

Los consumidores se beneficiarían de una mayor cotización o búsqueda de alternativas al adquirir bienes fúnebres. Nuestros cálculos indican que si el 75% de los consumidores que cotizan solo una vez lo hicieran al menos dos veces, los precios en promedio podrían caer hasta en un 17%, mientras que si lo hiciera el 90% de los consumidores los precios podrían caer hasta en un 29%. Se trata de cálculos conservadores, ya que no consideran el impacto general en el mercado que podría tener tal conducta, por ejemplo, el de bajar los precios de lista, beneficiando así a todos los consumidores y no solo a los que realizan un mayor número de cotizaciones. Si consideramos el primer caso, esta caída del 17% se traduciría en un ahorro por servicio funerario de \$132.940. A su vez, este menor precio implicaría a nivel nacional un ahorro anual de 18.232 millones de pesos, esto es, de aproximadamente USD \$21 millones.

²⁷ Pregunta N° 14 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

Por otro lado, si consideramos el caso menos conservador, con un ahorro del 29% en el precio, tendríamos que por servicio se pagaría \$226.780 menos y, a nivel nacional, tendríamos un ahorro de 31.101 millones de pesos anualmente, esto es, de aproximadamente USD \$36 millones).

Para promover una mayor búsqueda de los consumidores, proponemos recomendaciones que apuntan a tres objetivos: (i) simplificar el ambiente de elección; (ii) regular aspectos de la provisión de servicio experto, aumentando su transparencia; y (iii) considerar proveer una opción por defecto o *default* para los consumidores.

En cuanto a simplificar el ambiente de elección, proponemos en primer lugar que todos los establecimientos fúnebres deban informar los precios de todos los servicios o productos que ofrecen, desagregando los componentes incluidos en los planes y otros elementos relevantes en la toma de decisión²⁸. Dicha obligación será aplicable a todos los canales de venta, ya sea presencial, telefónico o a través de internet, sin perjuicio de que en cada canal varíe la forma de cumplir la dicha obligación. Para estos efectos, proponemos realizar una recomendación a todos los establecimientos fúnebres, señalando una mejor práctica en este sentido. Adicionalmente, recomendamos que el Ministerio de Salud modifique el Reglamento General de Cementerios incorporando expresamente esta obligación.

En segundo lugar, proponemos la creación de un “Plan Preferente”, tanto para los planes funerarios, de sepultación y de cremación (“Plan Preferente Funerario”, “Plan Preferente de Sepultación” y “Plan Preferente de Cremación”, respectivamente). Estos planes deben tener un contenido mínimo, que permita la entrega a lo menos de un servicio básico determinado por la ley en cada uno de esos mercados²⁹. Estos planes deberán ser la primera opción exhibida u ofertada por los establecimientos fúnebre, y tendrán el mismo nombre para todos los oferentes, permitiendo así una cotización rápida y eficaz, ya sea en el marco de una compra anticipada o no. De esta forma, los establecimientos fúnebres podrán fijar libremente el precio y el contenido por sobre el mínimo de los planes preferentes, sin perjuicio de que estos planes deberán ser los primeros ofertados en todos los casos.

²⁸ A modo de ejemplo, si una funeraria ofrece un plan denominado “Plan Premium”, este deberá detallar todos los componentes del plan, por ejemplo, qué tipo de ataúd incluye, número de flores, servicio de cafetería, etc. Esto no implica que se debe detallar el precio para cada bien dentro del plan, sin perjuicio de que la funeraria se encuentre obligada a permitir la adquisición por separado de cada uno de sus componentes. Por otra parte, en el caso de los cementerios, se deberá informar la tasa anual de los créditos otorgados, así como el lugar de la sepultura, mediante un mapa de simple comprensión por parte de los consumidores.

²⁹ Por ejemplo, en el caso de las casas funerarios, el Plan Preferente debiese incluir, a lo menos, un ataúd y una carroza fúnebre para trasladar al fallecido, ya que ambos son esenciales. En el caso de los cementerios, el Plan Preferente de Sepultación debiese incluir, a lo menos, una sepultura con una capacidad, y, en el caso de los crematorios, el Plan Preferente de Cremación, debiese permitir, a lo menos, la cremación de un cuerpo. Estos planes pueden incluir bienes y servicios por sobre los mencionados, siendo una decisión de cada establecimiento fúnebre elegir los elementos adicionales a incluir.

Respecto del precio de los “Planes Preferentes”, el precio exhibido u ofertado debe ser el precio final e idéntico para todos los clientes, sin que los establecimientos fúnebres puedan aplicar descuentos o promociones respecto de estos. Esto es relevante porque si el precio de lista en la práctica nunca es igual al precio pagado, se termina eliminando por esa vía la transparencia del mercado necesaria para poder cotizar adecuadamente. A estos planes tampoco se les podrán añadir valores adicionales, como cobros por comisiones de vendedores. Esto es relevante, ya que nuestro análisis indicó que las funerarias aplican descuentos diferenciados entre clientes dependiendo de factores de su ambiente de decisión que pueden afectar su evaluación de los precios.

De esta manera, la creación de los “Planes Preferentes” busca facilitar al máximo posible la comparación entre diversas opciones por parte de la mayor cantidad posible de consumidores y que los efectos de una mayor cotización beneficien, idealmente, a todos los clientes. Para hacer su fiscalización efectiva, recomendamos que el Reglamento General de Cementerios indique claramente que SERNAC será el órgano competente para fiscalizar que los establecimientos fúnebres cumplan con la obligación de exhibir el Plan Preferente. Para estos efectos, recomendamos que todos los agentes económicos mencionados creen y exhiban sus respectivos Planes Preferentes, así como que el Ministerio de Salud modifique el Reglamento General de Cementerios incorporando esta obligación y la competencia del SERNAC para fiscalizar la misma.

Para efectos de aumentar la cotización de alternativas para servicios funerarios, también proponemos informar a los consumidores de manera efectiva y masiva, en lugares y a través de instituciones estratégicos, de los beneficios de la cotización y los establecimientos fúnebres cercanos a su domicilio. Sugerimos que dicha información sea entregada, como mínimo, en las Municipalidades, en las Oficinas de Informaciones, Reclamos y Sugerencias de los Centros de Atención de Salud, en el portal de Bonos Pendientes de Cobro del Instituto de Previsión Social, en ChileAtiende y en las entidades que administren fondos previsionales. Para estos efectos, recomendamos que el Ministerio de Salud coordine con los distintos organismos para elaborar la información y luego distribuirla a los consumidores.

Además, sugerimos que el SERNAC, por un lado, y las asociaciones de consumidores, por otro, continúen realizando campañas de difusión e informativas respecto de los derechos de los consumidores en estos mercados, así como de los beneficios de cotizar entre diversas alternativas.

En cuanto a la provisión de servicio experto, estimamos que una mayor transparencia del mercado debiese facilitar que surjan de manera espontánea plataformas de comparación de precios. Estas plataformas debiesen tener obligaciones de transparencia, por ejemplo, señalar en un lugar claro y visible, previo a la compra, si éstas reciben comisión por la promoción o venta de servicios y, en la afirmativa, de qué entidades. Estas obligaciones también debiesen ser incorporadas en el Reglamento General de Cementerios por el Ministerio de Salud y formar parte de los deberes de información que van en beneficio de los consumidores.

Por último, respecto de la provisión de opciones por default a los consumidores, creemos que, a futuro, una vez que se pueda apreciar los efectos de una mayor transparencia en precios, se podría considerar facultar a las administradoras de fondos de pensiones o el Instituto de Previsión Social para ofrecer alternativas de planes funerarios, de sepultura o de cremación. Dichos planes debiesen adquirirse mediante procesos competitivos y ser ofertados a los afiliados, los que podrán adquirir los mismos de manera anticipada en dichos establecimientos.

ii. Permitir la compra de bienes y servicios fúnebres por separado

Conforme a nuestro análisis, existen consumidores que son perjudicados por la venta atada de bienes y servicios fúnebres, al verse forzados a adquirirlos cuando no los necesitan. Esto se debe a que algunos establecimientos solo permiten la adquisición de los bienes y servicios funerarios mediante planes. Lo anterior, sin embargo, no significa de manera alguna que los consumidores no valoren los planes.

En este sentido, recomendamos que los consumidores puedan comprar los bienes y servicios que componen los planes por separado, a un precio de lista. Esta alternativa permitiría que los proveedores puedan realizar descuentos por vender sus servicios de manera empaquetada, pero permitiría una libertad de elección a los consumidores. En este sentido, los consumidores podrán adquirir los planes diseñados por los establecimientos fúnebres o elegir solo algunos de sus componentes, sin verse forzados a adquirir bienes adicionales.

La forma concreta de implementar esta recomendación es que el Ministerio de Salud modifique el Reglamento General de Cementerios, señalando que a los establecimientos fúnebres les estará prohibido exigir a los consumidores que compren ciertos bienes o servicios funerarios como condición para vender otros bienes o servicios funerarios³⁰. En otras palabras, se prohibirá la venta atada de los bienes, sin perjuicio de que se pueda realizar la venta a través de planes empaquetados.

Esta obligación sería un derecho para los consumidores y, por lo tanto, podrá ser fiscalizada por el SERNAC mediante los procedimientos y sujeto a las multas señalados en la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores, sin perjuicio de las investigaciones que pueda realizar la FNE cuando fuese pertinente.

iii. Modificar la regulación de los beneficios mortuorios

Nuestra recomendación para atender los problemas señalados respecto de las limitaciones al uso de los beneficios mortuorios es que se modifique la interpretación administrativa realizada por la Superintendencia de Pensiones, señalando que se permite la adquisición de planes por necesidad futura con beneficios mortuorios, entregándose el beneficio independientemente de si el servicio se adquirió antes o

³⁰ Lo anterior es sin perjuicio de que, en caso de que el legislador lo estime conveniente, dicha obligación pueda ser incluida en la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores.

después de la muerte. Este, de todas formas, sería pagado solo tras la muerte de tal manera de asegurarse que los beneficios mortuorios sean utilizados para los fines que les son propios y no otros.

Por otra parte, recomendamos que dicha interpretación administrativa también permita el uso de los beneficios mortuorios para la adquisición de todos los servicios fúnebres, tanto de las funerarias como de los cementerios y crematorios, permitiendo su cobro directo por todos los establecimientos fúnebres bajo las mismas condiciones a las que deben someterse las funerarias actualmente (presentada la boleta, previa autorización notarial, etc.).

En el caso de que se usen los beneficios mortuorios para la compra de servicios fúnebres por necesidad futura, recomendamos que estos puedan cobrarse con un certificado emitido por el prestador del servicio funerario, y no solamente con una boleta o factura. Lo anterior, ya que puede ocurrir que los beneficiarios no se encuentren en posesión de la boleta o factura, por haber transcurrido muchos años desde la adquisición.

Para estos efectos, recomendamos que la Superintendencia de Pensiones modifique las interpretaciones administrativas contenidas en el Compendio de Normas del Sistema de Pensiones.

Además, recomendamos que el Portal Bonos Pendiente de Cobro, administrado por el Instituto de Previsión Social, informe de manera masiva y efectiva a las personas sobre los beneficios mortuorios, por ejemplo, a partir de los 65 años, indicando que el monto del beneficio, que está destinado a pagar los gastos fúnebres y que se cobra tras el fallecimiento de la persona. Para tal efecto, el Ministerio del Trabajo deberá instruir tal política informativa al Instituto de Previsión Social.

iv. Regular aspectos básicos de la venta por necesidad futura

Respecto de la compra por necesidad futura, estimamos que su desarrollo es insuficiente, en especial en el mercado de las funerarias, lo que podría deberse a su falta de regulación. En este sentido, recomendamos normar aspectos contractuales básicos para este tipo de prestaciones, señalando expresamente en el Reglamento General de Cementerios el contenido mínimo que debe tener este tipo de ventas. Esta modificación debe realizarla el Ministerio de Salud³¹.

La regulación debe contemplar cuestiones básicas tales como (i) que los términos y condiciones de la contratación se encuentren por escrito, que se detallen los bienes y servicios adquiridos; (ii) que se establezcan mecanismos para asegurar la prestación del servicio en caso de reorganización y/o liquidación o cierre del establecimiento; (iii) que se contemplen condiciones para el reembolso en caso de que no se realice el

³¹ Lo anterior es sin perjuicio de que, en caso de que el legislador lo estime conveniente, dicha obligación pueda ser incluida en la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores.

servicio. Estos contenidos básicos luego deberían pasar a formar parte del Reglamento General de Cementerios.

v. Regular técnicamente las características de los ataúdes

Para permitir una mayor competencia por calidad y diversidad en el segmento de los ataúdes, recomendamos regular técnica, objetiva y fundadamente las características que deben cumplir los ataúdes, definiendo con claridad cuándo estos cumplen los requisitos de hermeticidad e impermeabilidad. Esto permitiría la entrada al mercado de ataúdes fabricados con materiales distintos a la madera, lo que podría dinamizar el mercado de uno de los principales insumos de los servicios funerarios, decisión de consumo que, en todo caso y como es evidente, siempre les corresponderá finalmente a los consumidores conforme a sus preferencias personales.

Para estos efectos, recomendamos que el Ministerio de Salud introduzca un artículo en el Reglamento General de Cementerios que señale de manera detallada las condiciones que deben cumplir todos los ataúdes, así como sus dimensiones. Adicionalmente, el Reglamento debiese contemplar un proceso de fiscalización simple, que pueda ser realizado por las Secretarías Regionales Ministeriales de Salud en los distintos establecimientos³².

Adicionalmente, proponemos que el Reglamento General de Cementerios señale expresamente que los fabricantes de ataúdes podrán certificar sus productos voluntariamente, siguiendo una norma dictada por el Instituto Nacional de Normalización. Esta normativa podría basarse en normativa extranjera, como, por ejemplo, la norma técnica UNE 1901001 de España que regula las características técnicas que deben cumplir los ataúdes. La certificación generará una presunción de que una determinada línea de ataúdes cumple con las condiciones del Reglamento. La modificación del Reglamento General de Cementerios deberá realizarla el Ministerio de Salud, mientras que la normativa técnica debiese ser dictada por el Instituto Nacional de Normalización, en conjunto con fabricantes de ataúdes y el Ministerio de Salud.

Para esta recomendación podemos estimar un potencial impacto monetario. Esto pues, en los mercados donde pudimos calcular costos marginales, también tenemos los costos de los ataúdes y, por lo tanto, el costo de producir un servicio funerario menos el del ataúd. Esta diferencia en promedio fue igual a \$235 mil en el año 2021. De acuerdo con el testimonio de un fabricante, y considerando la oferta online, el costo de producir un ataúd alternativo que cumpliera con los requerimientos técnicos pertinentes oscilaría entre \$20.000 y \$60.000 pesos. Quedándonos con la magnitud más grande, el costo promedio de producir un funeral sería igual a \$295 mil para aquellas personas que prefiriesen un ataúd alternativo. Para llegar a un precio, podemos usar el sobreprecio promedio que estimamos para nuestra muestra de mercados, que es igual a 1,77. Así, si la referencia que consideramos es la mediana de los precios de funerales en nuestra

³² Por ejemplo, se podría señalar que los ataúdes deben soportar cierto peso o no filtrar ciertos litros de agua, lo que podría ser fiscalizado fácilmente mediante pruebas simples.

muestra, que asciende a \$782 mil, una persona que tuviese la opción de acceder a un ataúd alternativo podría ahorrar \$260.000 pesos, equivalente a un tercio del precio actual del servicio funerario. En un escenario donde un 15% de consumidores adquiriera este tipo de urnas, el ahorro anual, considerando los decesos ocurridos en 2021, sería igual a \$5.354 millones de pesos, equivalentes a \$USD 6,3 millones.

vi. Mejorar la planificación para la instalación y expansión de cementerios y crematorios

Recomendamos que se realice un estudio de capacidades de los cementerios a nivel nacional, para estimar qué comunas requieren la construcción de nuevos cementerios o la expansión de los cementerios ya existentes. Este estudio podría ser realizado directamente por un organismo de la administración el Estado o adjudicado a un tercero mediante un proceso competitivo. Este estudio es relevante para efectos de estimar en qué lugares podría existir una falta de disponibilidad de este servicio, que puede ser considerado como esencial. Recomendamos que el Ministerio de Salud, en coordinación con el Ministerio de Vivienda y Urbanismo, realicen o encarguen este estudio de capacidades.

A su vez, recomendamos que exista una mayor coordinación entre los municipios de una misma región, en particular entre sus Secretarías de Planificación y Direcciones de Obras Municipales, para la instalación de cementerios. En este sentido, recomendamos que, en aquellos lugares donde se evidencie una escasez de cementerios en conformidad al estudio de capacidades ya señalado, los municipios realicen una mesa de planificación en conjunto con los otros municipios de la región. Dichas mesas de planificación debiesen tener el objetivo de definir los lugares en los cuales es posible construir o expandir cementerios y/o crematorios, e incluirlos en el Plan Regulador Comunal o Intercomunal. Recomendamos que lo anterior sea coordinado por el Ministerio de Vivienda y Urbanismo a través de sus Seremis.

En el caso de los cementerios y crematorios municipales, recomendamos que se autorice expresamente en el Reglamento General de Cementerios la construcción conjunta de estos establecimientos por parte de las municipalidades, así como permitir la concesión y/o licitación de obra para su construcción y administración. Dicha modificación deberá ser realizada por el Ministerio de Salud.

vii. Mejorar los requisitos y el proceso de evaluación de los proyectos de cementerios y crematorios por parte de las autoridades administrativas

Para mejorar la predictibilidad en la evaluación de los proyectos de cementerios y crematorios por parte de las autoridades administrativas, y de esta forma reducir las barreras regulatorias a la entrada, recomendamos revisar y uniformar los requisitos exigidos por todas las Seremis de Salud respecto de la instalación de cementerios y crematorios, haciendo más claro de antemano los criterios para la evaluación y los antecedentes necesarios para acreditar cada requisito. Para estos efectos, recomendamos que el Ministerio de Salud, en conjunto con las Seremis de Salud, defina

un listado único y taxativo de requisitos exigibles y modifique el Reglamento General de Cementerios en ese sentido.

Adicionalmente, recomendamos que el Reglamento General de Cementerios señale un plazo de duración para los procedimientos de la autorización de instalación de cementerios y crematorios llevados a cabo por la Seremi de Salud, debiendo estos ser de máximo de 6 meses. El procedimiento debiese ser normado de manera más detallada, contemplando plazos para que la autoridad haga comentarios u observaciones a los proyectos presentados y para que los solicitantes los corrijan en caso de ser necesario.

A su vez, estimamos que solo se debiese contemplar la autorización administrativa de aprobación de instalación por parte de la Seremi de Salud. Esta última debiese ser reemplazada por fiscalizaciones posteriores y sanciones relevantes en caso de ejecutar el proyecto de una forma distinta al aprobado.

Por otra parte, respecto de los crematorios, recomendamos modificar, en el sentido de simplificar, los requisitos para su instalación. En particular, recomendamos eliminar el requisito de que su chimenea deba tener 30 metros de alto o deba encontrarse emplazada en un terreno de 10.000 metros cuadrados. En su lugar, proponemos que las características técnicas que deba tener la chimenea y la distancia que debe tener el foco de emisión respecto de asentamientos humanos sean definidos por una autoridad en materia ambiental (ej. Ministerio del Medioambiente o Servicio de Evaluación Ambiental) en conjunto con el Ministerio de Salud. Ello se debe a que, actualmente, estos requisitos no se encuentran fundados técnicamente y actuarían como barreras a la entrada regulatorias.

Además, recomendamos eliminar la exigencia de que los crematorios cuenten con dos hornos, ya que esto aumenta considerablemente los costos hundidos para instalar este tipo de establecimientos y, además, es un requisito innecesario desde una perspectiva de seguridad y salubridad.

De manera general, recomendamos que el Ministerio de Salud realice una revisión de los procedimientos que se desarrollan ante la Seremi de Salud, para determinar si los requisitos exigidos en el Reglamento General de Cementerio son necesarios, y en caso contrario, modificarlos o eliminarlos. Todos los procedimientos ante la Seremi de Salud debiesen contemplar plazos, y se debiese indicar las vías de comunicación con las autoridades respectivas a través de los medios informativos como páginas web, para efectos de agilizar los procedimientos de aprobación.

En este sentido, recomendamos que el Ministerio de Salud, previa coordinación con autoridades ambientales y las Seremis, realice las modificaciones señaladas al Reglamento General de Cementerios.

viii. Aclarar la naturaleza jurídica del derecho que tienen los adquirentes respecto de la sepultura

Como se señaló anteriormente, la naturaleza jurídica de los derechos que tienen los adquirentes respecto de la sepultura no es clara. Ello podría tener efectos respecto del valor asignado a las mismas, de la transferencia de sus derechos y del rol que cumplen los cementerios como garantes de la seguridad y calidad de la prestación. Por lo anterior, recomendamos aclarar si se trata de un derecho real o uno personal.

En el caso de que se defina como un derecho real, este se debiese incluir expresamente en el Código Civil, así como establecer sus límites de forma clara. Esta opción tendría el beneficio de que podría facilitar que se constituyan garantías sobre las sepulturas para otorgar créditos para su pago por entidades externas a los cementerios. Esta opción exigiría que la venta se realice mediante una escritura pública y una posterior inscripción en el Conservador de Bienes Raíces, lo que supone un mayor costo de transacción que su mera cesión. Por otra parte, esta alternativa entraría en conflicto con ciertas disposiciones del Reglamento General de Cementerios que habilitan la exhumación del cuerpo en caso de incumplimiento de ciertas obligaciones con el cementerio, por lo que exigiría una revisión de este por parte del Ministerio de Salud.

Por otra parte, si se define como un derecho personal, se debiese señalar expresamente en el Reglamento General de Cementerios que los adquirentes no son dueños de las sepulturas, sin perjuicio de tener un derecho de sepultación respecto de una sepultura en particular. En este caso se debiesen aclarar las obligaciones que tienen los cementerios en cuanto prestadores de servicios, así como la forma de transferir los créditos u obligaciones asociados a la sepultura. Esta alternativa también requeriría una revisión sistemática del Reglamento General de Cementerios por parte del Ministerio de Salud, pero no generaría tantos conflictos con las actuales limitaciones que tiene el uso de las sepulturas.

Desde nuestra perspectiva de libre competencia, la mejor alternativa sería consagrar expresamente que dicho derecho corresponde a un derecho personal que se exige contra el cementerio. Esta opción es la más consistente con las actuales disposiciones del Reglamento General de Cementerios y facilitaría su transferencia con menores costos de transacción.

Para lo anterior, bastaría que el Ministerio de Salud incluyera un artículo en el Reglamento General de Cementerios que señalara que el derecho que tienen los adquirentes respecto de las sepulturas es un derecho personal, que genera la obligación para el cementerio de resguardar el lugar de la sepultura en las condiciones en que fue adquirido, así como de asegurar el resto de los servicios vinculados a la misma. Por su parte, recomendamos que los cementerios señalen expresamente en sus contratos que sus clientes adquieren un derecho personal, sin perjuicio de poder ceder el mismo.

ix. Fiscalizar y regular aspectos de los contratos entre los consumidores y los cementerios

Tras la revisión de todos los contratos de compraventa de derechos sobre las sepulturas entre los adquirentes y los cementerios, constatamos que podrían existir ciertos problemas asociados a los mismos, los que podrían derivarse del poder de mercado que ejercen estos establecimientos respecto de sus clientes.

El SERNAC actualmente se encuentra desarrollando una fiscalización a los cementerios, por lo que los contratos tipo celebrados entre los adquirentes de sepulturas y los cementerios ya se encontrarían en revisión.

Respecto de las cláusulas que contemplan la evaluación anticipada de perjuicios en caso de incumplimiento, estimamos que el Reglamento General de Cementerios debiese indicar claramente que los contratos de adhesión no podrán considerar el total pagado por los clientes como una evaluación anticipada de perjuicios, sino que dicha evaluación debe responder a una estimación realista de los daños causados a los cementerios.

Por otra parte, estimamos que el Reglamento General de Cementerios debe señalar un procedimiento y condiciones para transferir o ceder derechos respecto de las sepulturas o los contratos, así como para realizar exhumaciones para el traslado a otro cementerio. Este procedimiento debiese evitar que existan barreras a la salida o costos de cambio injustificados para los clientes y debiese ser uniforme entre todos los cementerios, para que pueda existir una difusión común de la manera de ejercer este derecho.

Por último, estimamos que se necesario consagrar que las prestaciones de los cementerios y crematorios —en especial los servicios secundarios— deben regirse por el principio de objetividad, transparencia y no discriminación. Esto es relevante ya que los adquirentes de las sepulturas no pueden contratar tales servicios a terceros, sin que exista competencia en este segmento.

Adicionalmente, el Reglamento debiese señalar que el SERNAC tendrá la facultad de fiscalizar que los precios cobrados por los servicios secundarios no sean arbitrarios, poco transparentes o discriminatorios para los clientes.

Recomendamos que las modificaciones al Reglamento General de Cementerios señaladas sean realizadas por el Ministerio de Salud, previa coordinación con el SERNAC o el Ministerio de Economía.

E. Impacto de las recomendaciones

En lo que sigue, presentamos estimaciones que ilustran el potencial impacto que tiene incrementar la competencia en el mercado fúnebre. Es importante notar que corresponden a cálculos conservadores, ya que no consideramos todos los efectos conductuales y estructurales que podrían tener nuestras medidas. Adicionalmente, nos limitamos a realizar los cálculos respecto del mercado de las funerarias, ya que los

análisis econométricos realizados se refieren principalmente a estos mercados. Sin perjuicio de lo anterior, estimamos que todas las medidas están debidamente fundadas y consideran las recomendaciones regulatorias realizadas por autoridades de competencia de otros países. Por último, notamos que, para obtener agregados anuales a nivel nacional, nuestras estimaciones consideran el número de decesos ocurridos en 2021 y como precio el de un funeral representativo actualmente, a la mediana de los precios de los funerales en nuestra muestra, que está más de 300 mil pesos por debajo de la media.

Las recomendaciones que sugerimos deberían incrementar la competencia de dos maneras. Primero, por la vía de limitar el impacto de los sesgos de comportamiento que afectan a la demanda, deberían impulsar una búsqueda más activa de alternativas, lo que, sin alterar la estructura de los mercados, es decir, el número de competidores y servicios ofrecidos, se traducirían en menores precios. Pero, además, nuestras medidas buscan facilitar la entrada de nuevos actores, incrementando la diversidad de alternativas ofrecidas en los mercados. Estimamos los efectos de ambos grupos de medidas por separado.

El impacto del primero lo calculamos usando dos enfoques: (i) calculando el impacto que tendría un aumento de la cotización de los consumidores; y (ii) asumiendo que el conjunto de recomendaciones logra aumentar la competencia y, por lo tanto, baja los *markups* de las funerarias a niveles competitivos.

Respecto del primer enfoque, si las medidas logran que el 75% de los consumidores cotice servicios funerarios al menos dos veces, la caída de los precios se traduciría en un ahorro promedio por servicio funerario de \$132.470. A su vez, este menor precio implicaría un ahorro anual de 18.232 millones de pesos, equivalente a aproximadamente USD \$21 millones a nivel nacional. Por otro lado, en un escenario menos conservador, si consideramos que las recomendaciones logran que el 90% de los consumidores cotice al menos dos veces, se produciría un ahorro del 29% en el precio, lo que se traduciría en una reducción de \$226.780 pesos por servicio y, a nivel nacional, en un ahorro de \$31.101 millones de pesos anualmente, lo que equivale a aproximadamente USD \$36 millones.

Segundo, un mayor nivel de competencia entre funerarias necesariamente implicará una disminución en los sobrepuestos, razón por la cual las medidas que proponemos deberían hacer que los *markups* se aproximasen a niveles competitivos. En nuestra muestra de funerarias, las personas en promedio pagaron 1,77 veces el costo marginal. Considerando como nivel competitivo un sobrepuesto igual a 1,61, que corresponde a la media y percentil 75% de la distribución mundial de *markups* estimada por De Loecker y Eckhout (2018), *ceteris paribus*, los precios deberían descender en un 9% o en \$70 mil en términos absolutos por servicio. Y, si considerásemos como nivel competitivo la mediana de la distribución de sobrepuestos, entonces la disminución sería igual a un 29%, lo mismo que estimamos con el método anterior. Esto implicaría que, a nivel nacional, tendríamos un ahorro de \$9.700 millones de pesos anualmente, que equivale a aproximadamente USD \$11,4 millones, bajo el primer supuesto, y de \$31.101 millones de pesos anualmente, lo que equivale a aproximadamente USD \$36 millones, bajo el segundo supuesto.

Adicionalmente nuestras recomendaciones deberían aumentar la oferta de alternativas disponibles a los consumidores. Dentro de este grupo de medidas, al menos podemos mostrar el potencial efecto de la regulación técnica de las características que deben tener los ataúdes que, como adelantamos, podría traducirse en un ahorro igual a \$260 mil pesos para aquellas personas que se decidiesen por una urna alternativa. En términos agregados, asumiendo que existe una penetración de un 15%, este ahorro sería equivalente a 5.354 millones de pesos o USD 6,3 millones anuales. Todo esto, dados los niveles actuales de competencia, es decir, con sobrepuestos que en promedio son iguales a 1,77 veces el costo marginal. Ahora, si la competencia se intensificase, haciendo que el sobrepuesto medio se aproximase al percentil 50 de la distribución mundial de *markups*, el ahorro podría ser igual a \$415 mil pesos por funeral, lo que en términos agregados equivaldría a 8.510 millones de pesos o aproximadamente USD 10 millones, asumiendo, nuevamente, una penetración igual a un 15%.

Al sumar los dos ahorros anuales agregados, bajo el supuesto de que un 15% de las personas adopta urnas alternativas y que el nivel de competencia es el de la mediana de la distribución mundial de *markups*, tenemos que, en total, las recomendaciones podrían generar ahorros del orden de \$39 mil millones de pesos anualmente, lo que equivale aproximadamente a USD \$45 millones.

Como señalamos al inicio de esta sección, estos cálculos son conservadores, ya que consideran exclusivamente los ahorros generados en el mercado de las funerarias, así como el impacto de solo algunas de las medidas recomendadas en el estudio. Por lo anterior, no se puede descartar que las recomendaciones realizadas puedan tener un impacto mucho mayor en el largo plazo, no solo en el mercado de las funerarias, sino que también el mercado de los cementerios y crematorios.

F. Cuadro resumen

Para efectos de facilitar el seguimiento de la implementación de las recomendaciones señaladas, abajo dejamos una tabla que contiene un resumen señalando las entidades involucradas, así como las recomendaciones que deberán implementar para efectos de aumentar la competencia en el mercado fúnebre.

Entidad	Recomendación	N°
Establecimientos fúnebres	Adoptar una mejor práctica de informar todos sus precios, en todos sus canales de venta, así como de detallar los contenidos de los planes vendidos.	1
	Adoptar una mejor práctica creando “Planes Preferentes” para cada uno de los servicios asociados, los que deben ser exhibidos antes de cualquier otra alternativa ofertada, a través de todos los canales de venta, y debiendo vender estos a un precio de lista igual para todos los consumidores.	2
Ministerio de Salud	Modificar el Reglamento General de Cementerios, incorporando la obligación para los establecimientos fúnebres de informar todos sus precios, en todos sus	3

	canales de venta, así como de detallar los contenidos de los planes vendidos.	
	Modificar el Reglamento General de Cementerios, incorporando una obligación para los establecimientos fúnebres de crear “Planes Preferentes” para cada uno de los servicios asociados, los que deben ser exhibidos antes de cualquier otra alternativa ofertada, a través de todos los canales de venta, y debiendo vender estos a un precio de lista igual para todos los consumidores. Dicha modificación debe señalar que el SERNAC será el órgano competente para fiscalizar que los establecimientos fúnebres cumplan con la obligación de exhibir el Plan Preferente.	4
	Entregar información sobre los beneficios de cotizar, las obligaciones de informar precios de las funerarias y de los planes preferentes en lugares estratégicos como en las Municipalidades, en las Oficinas de Informaciones, Reclamos y Sugerencias de los Centros de Atención de Salud, en el portal de Bonos Pendientes de Cobro del Instituto de Previsión Social, en ChileAtiende y en las entidades que administren fondos previsionales.	5
	Modificar el Reglamento General de Cementerios, incorporando una obligación respecto de las entidades o personas que provean servicio de recomendación de establecimientos fúnebres, señalando que estos deberán indicar en un lugar claro y visible si reciben comisiones por realizar dichos servicios, y de qué entidades.	6
	Modificar el Reglamento General de Cementerios, señalando que a las funerarias les estará prohibido exigir a los consumidores que compren ciertos bienes o servicios funerarios como condición para vender otros bienes o servicios funerarios.	7
	Especificar en el Reglamento General de Cementerios de manera más detallada las condiciones que deben cumplir todos los ataúdes, así como sus dimensiones, contemplando un proceso de fiscalización simple, que pueda ser realizado por las Seremi de Salud en los establecimientos.	8
	Coordinar una mesa de trabajo junto con el Instituto Nacional de Normalización y representantes de fabricantes de ataúdes para dictar una norma técnica que señale las características y el procedimiento de certificación de los ataúdes. Esta norma podrá basarse en normativa extranjera, por ejemplo, la UNE 1901001 de España.	9
	Modificar el Reglamento General de Cementerios, señalando que los fabricantes de ataúdes podrán certificar	10

	<p>sus productos voluntariamente, siguiendo la norma dictada por el Instituto Nacional de Normalización. Esta certificación generará una presunción de que una determinada línea de ataúdes cumple con las condiciones del Reglamento.</p>	
	<p>Modificar el Reglamento General de Cementerios señalando el contenido mínimo que deben tener los contratos de venta por necesidad futura.</p>	11
	<p>Coordinarse con el Ministerio de Vivienda y Urbanismo para realizar o encargar realizar un estudio de capacidades de los cementerios a nivel nacional, para estimar qué comunas requieren la construcción de nuevos cementerios o la expansión de los cementerios ya existentes.</p>	12
	<p>Modificar el Reglamento General de Cementerios permitiendo expresamente la construcción conjunta de cementerios y crematorios por parte de un conjunto de municipalidades, así como permitir la concesión y/o licitación de obra para su construcción y administración.</p>	13
	<p>Revisar y uniformar los requisitos exigidos por todas las Seremis de Salud respecto de la instalación de cementerios y crematorios, definiendo un listado único y taxativo de requisitos exigibles. Dichos requisitos deben incorporarse al Reglamento General de Cementerios mediante una modificación.</p>	14
	<p>Modificar el Reglamento General de Cementerios para que este señale un plazo de duración de los procedimientos ante la Seremi de Salud, en particular, el de la autorización de instalación de cementerios y crematorios, debiendo estos ser máximo de 6 meses. Normar dicho procedimiento, contemplando plazos para que la autoridad haga comentarios u observaciones a los proyectos presentados y para que los solicitantes lo corrijan.</p>	15
	<p>Modificar el Reglamento General de Cementerios para eliminar la autorización administrativa de aprobación de funcionamiento por parte de la Seremi de Salud y reemplazarla por una mayor fiscalización de los cementerios.</p>	16
	<p>Modificar el Reglamento General de Cementerios para eliminar el requisito de que su chimenea deba tener 30 metros de alto o deba encontrarse emplazada en un terreno de 10.000 metros cuadrados. Coordinarse con el Ministerio del Medioambiente o Servicio de Evaluación Ambiental para definir criterios técnicos que reemplacen dichos criterios.</p>	17
	<p>Eliminar la exigencia de que los crematorios cuenten con dos hornos contenida en el Reglamento General de</p>	18

	Cementerios, señalando que bastará que cuenten con un solo horno.	
	Modificar el Reglamento General de Cementerios, señalando que el derecho que tienen los adquirentes respecto de las sepulturas es un derecho personal, que genera la obligación para el cementerio de resguardar el lugar de la sepultura en las condiciones en que fue adquirido, así como de asegurar el resto de los servicios vinculados a la sepultura.	19
	Modificar el Reglamento General de Cementerios para que este señale que los contratos de adhesión celebrados entre los cementerios y sus clientes no podrán considerar el total pagado por los clientes como una evaluación anticipada de perjuicios, sino que dicha evaluación debe responder a una estimación realista de los daños causados por el incumplimiento.	20
	Modificar el Reglamento General de Cementerios señalando un procedimiento y condiciones para transferir o ceder derechos respecto de las sepulturas o los contratos, así como para realizar exhumaciones para el traslado a otro cementerio.	21
	Modificar el Reglamento General de Cementerios para señalar que los servicios de los cementerios y crematorios —en especial los servicios secundarios como las exhumaciones, reducciones y traslados— deben regirse por el principio de objetividad, transparencia y no discriminación.	22
	Modificar el Reglamento para que este señale que el SERNAC tendrá la facultad para fiscalizar que los precios cobrados por los servicios secundarios no son arbitrarios, poco transparentes o discriminatorios para los clientes.	23
	Coordinarse con las Seremi de Salud para que estas, en sus páginas web, sucursales u otros canales de difusión, señalen los canales o vías de comunicación para efectos de resolver dudas sobre la interpretación de la normativa aplicable a los establecimientos fúnebres o el estado de los procedimientos ante estas.	24
Ministerio de Vivienda y Urbanismo	En aquellos lugares donde se evidencie una escasez de cementerios en conformidad al estudio de capacidades mencionado, coordinar, a través de sus Seremi, a los municipios de una misma región, en particular a sus Secretarías de Planificación y Direcciones de Obras Municipales, para que estas definan los lugares en los cuales es posible construir o expandir cementerios y/o	25

	crematorios, e incluirlos en el Plan Regulador Comunal o Intercomunal.	
Superintendencia de Pensiones	Modificar las interpretaciones administrativas contenidas en el Compendio de Normas del Sistema de Pensiones, para permitir el cobro de los beneficios mortuorios cuando los servicios fúnebres hayan sido adquiridos de manera anticipada, así como permitir el cobro directo de dichos beneficios por parte de todos los establecimientos fúnebre (funerarias, cementerios y crematorios). En el caso de la compra por necesidad futura, recomendamos que los beneficios puedan cobrarse con un certificado emitido por el prestador del servicio funerario, y no solamente con una boleta o factura.	26

II. ASPECTOS GENERALES

A. Alcance del estudio

i. Extensión

1. En este estudio analizamos los mercados de servicios funerarios y de cementerios, explorando algunos aspectos de los servicios de cremación. A nivel regulatorio, realizamos una revisión exhaustiva de estos sectores, investigando, además, la regulación en otras jurisdicciones relevantes. Los análisis económicos, por otra parte, debieron circunscribirse a un subconjunto de los mercados existentes a nivel nacional. La razón principal fue la atomización de ambos segmentos. De acuerdo con los datos aportados por el Ministerio de Salud, en Chile existían 851 funerarias y 451 cementerios operando en marzo de 2022. Esto hizo impracticable contar con la información necesaria para nuestros análisis de todos los agentes que operan en el país.
2. Por un motivo similar, el periodo de tiempo analizado cuantitativamente correspondió al año 2021. Un porcentaje importante de los agentes en nuestra muestra no contaba con los niveles de sistematización necesarios para responder a una solicitud de datos que comprendiera un mayor número de años, puesto que muchos de ellos son empresas pequeñas sin sistemas de almacenamiento de datos sofisticados.
3. Sin perjuicio de lo anterior, para algunos análisis específicos contemplamos un conjunto más amplio de agentes y por un periodo de tiempo más extenso. Pudimos hacer esto, dado que estos análisis tenían requerimientos de información bastante menores en relación con la información solicitada a los agentes en la muestra principal.

ii. Fuentes de información

4. En este estudio las fuentes de información que utilizamos incluyen documentación pública (disponible online), artículos académicos, entrevistas a agentes participantes en los mercados, y a expertos en materias relevantes para los propósitos del Estudio. Además, una fracción importante de la información que procesamos corresponde a datos que solicitamos a agentes participantes en el mercado u organismos públicos, o a datos que adquirimos mediante la realización de encuestas.

a. Datos solicitados a agentes participantes en los mercados

5. Respecto de los datos que solicitamos a agentes participantes del mercado, estos corresponden a una muestra de funerarias, cementerios y crematorios, que operaron en 2021 en el territorio nacional. Específicamente, la muestra de funerarias la construimos considerando a empresas que operaran en un conjunto de comunas diversas en cuanto a al número de habitantes. Como adelantamos, tuvimos que adoptar este enfoque debido a lo impracticable que resulta solicitar datos a la totalidad de las funerarias registradas en el país. Además, para poder hacer análisis de competencia, era necesario contar con mercado-productos completos (o, en otras palabras, con la totalidad de las ventas de todos los oferentes en un mercado). Esto pues este tipo de análisis requiere, por ejemplo, construir índices de concentración, los que se calculan

con las participaciones (en ventas) de todos los oferentes en un mercado. Considerando lo anterior, no fue posible realizar un muestreo donde se seleccionase, por ejemplo, una funeraria por comuna, provincia o región, dado que esto implicaría tener información parcial de los mercados. Si bien esta aproximación hubiese sido deseable para efectos de mejorar estimaciones de estadísticas agregadas a nivel nacional, hubiese resultado fútil para los efectos de un estudio que tiene entre sus focos principales diagnosticar la intensidad competitiva de un sector.

6. En concreto, solicitamos datos a todas las funerarias que en 2021 operaron en las comunas de Iquique, Vicuña, Independencia, Las Condes, Villarrica y Valdivia; en total, 30 empresas. Debido a la deficiente calidad de los datos enviados por algunos agentes que operaban en Valdivia, tuvimos que remover esta comuna de la muestra, quedándonos con las primeras 5 mencionadas. Algunas de las funerarias que participaban en tales comunas tenían, además, sucursales en Maipú, Puente Alto y Recoleta. En los casos de Maipú y Puente Alto, las funerarias en nuestra muestra sólo representaban una fracción del total de funerarias presentes en estas comunas. En cambio, en Recoleta, todas las funerarias que ahí operaban correspondían a alguna de las presentes en la muestra. Considerando que las funerarias en Independencia y Recoleta son relativamente próximas, y que se concentran alrededor del Cementerio General, decidimos incluirlas dentro de un mismo mercado geográfico, al que nos referiremos en lo que sigue como el mercado *Independencia-Recoleta* o *Indep.-Reco.* Por último, notamos que si bien realizamos algunas estimaciones que incluyen a Maipú y Puente Alto, estas podrían sub o sobre estimar los valores reales, dado que no contamos con la totalidad de funerarias presentes en tales comunas, lo que observaremos cuando sea pertinente.
7. En términos gruesos, los datos que solicitamos a las funerarias incluyeron aquellos que permitieron caracterizar su oferta de planes, como las principales características de las urnas (tipo de madera principalmente) y de los servicios ofrecidos. Además, otro conjunto de datos nos permitió caracterizar la transacción misma, incluyendo quién contrató, el canal mediante el cual se originó el servicio y el precio que finalmente se pagó. Por último, otro conjunto contenía información describiendo el esfuerzo comercial que realizaron las funerarias en nuestra muestra en 2021. Los detalles de la solicitud de datos que realizamos a este grupo de empresas los adjuntamos en el Anexo E.
8. En cuanto a los cementerios, solicitamos información a 5 cementerios operando en la Región Metropolitana, correspondiendo a 3 cementerios del tipo parque y 2 del tipo tradicional. Vale destacar que los cementerios del primer grupo también tenían cementerios fuera de la Región Metropolitana, reportando información correspondiente a sus operaciones.
9. La información solicitada a los cementerios se refirió, por una parte, a las sepultaciones y ventas de sepulturas realizadas durante el año 2021 y, por otra parte, a las cremaciones y ventas de cremaciones realizadas en ese mismo año. Consideramos también las sepultaciones y cremaciones realizadas en virtud de contratos firmados antes de 2021, ya que la sepultura o cremación se adquirió de manera anticipada. Adicionalmente, se solicitó información respectiva a la sepultura misma, como su capacidad o el sector y parque, cuando corresponde, en que esta se encontraba.

También se solicitó el RUT tanto de la persona fallecida como del adquirente de la sepultura o quien pagó por la cremación, con el objetivo de cruzar esta información con otras fuentes de datos.

10. Finalmente, debemos destacar que una parte importante de los datos recibidos por el Cementerio General no fue recibida en completa conformidad con lo solicitado, no siendo posible relacionar las sepultaciones con su respectiva venta. En consecuencia, en los análisis subsiguientes no se utilizará esta información, a menos que se explicité lo contrario.

b. Datos solicitados a organismos públicos

11. A los organismos públicos, por el lado de la oferta, solicitamos datos para tener un catastro de las funerarias y cementerios operando en el país, y, por el lado de la demanda, para caracterizar socio-demográficamente a los individuos que realizaron compras en nuestra muestra. También nos interesó caracterizar el contexto en el cual las personas que realizaron gastos mortuorios tomaron sus decisiones.
12. En concreto, solicitamos datos al Ministerio de Salud, al Registro Civil, al Instituto de Previsión Social, a la Superintendencia de Pensiones, y a la Comisión para el Mercado Financiero. Específicamente, al Ministerio de Salud le solicitamos el catastro nacional de funerarias y cementerios. Al Registro Civil datos del registro de defunciones, que incluía información demográfica del fallecido, así como la causa de su deceso, dato que resultaba relevante para analizar una de las hipótesis relacionadas a sesgos de comportamiento³³. Del Instituto de Previsión Social requerimos información referente a los beneficios mortuorios: cuota mortuoria y asignación por causa de muerte, además, de solicitar los montos de las pensiones de los cotizantes del sistema antiguo³⁴. A la Superintendencia de Pensiones solicitamos los ingresos imposables, y los aportes y retiros de cuentas de ahorros de los cotizantes o afiliados que contrataron servicios funerarios, que compraron una sepultura o una cremación en nuestra muestra. Por último, de la Comisión para el Mercado Financiero requerimos datos del SCOMP y de las compañías aseguradoras que ofrecen seguros mortuorios. Este último conjunto de datos no lo utilizamos, dado que el mercado de seguros mortuorios en Chile es prácticamente inexistente.

c. Datos levantados mediante encuestas

13. Un tercer conjunto de datos con los que trabajamos fue adquirido a través de encuestas. Realizamos dos: una a personas que contrataron servicios funerarios durante el año 2021; otra a cementerios y crematorios.

³³ Véase la sección IV.E.iv.

³⁴ Por sistema antiguo nos referimos a aquellos sistemas previsionales que se encontraban vigentes previo a la promulgación del Decreto Ley N° 3.500, del 13 de noviembre de 1980.

14. El objetivo de la primera encuesta fue entender de manera más fidedigna el proceso de toma de decisiones de las personas tanto en la adquisición de un servicio funerario como el de una sepultura. Para mantener la encuesta sucinta (lo que se correlaciona con una mejor tasa de respuesta), omitimos preguntas referentes a crematorios. Así, un grupo de preguntas se refirió al comportamiento de búsqueda de las personas en el segmento de funerarias, y otro respecto del segmento de cementerios. Además, indagamos el conocimiento de los individuos respecto de sus beneficios mortuorios. Se encuestó en total a 400 personas, las que estratificamos según el cementerio en el cuál realizaron la sepultación del fallecido y según si la compra de la sepultura la realizaron en el evento del deceso o antes. La encuesta fue realizada por la empresa Ipsos Chile. Los detalles metodológicos, así como las preguntas específicas que incluimos se encuentran en el Anexo J que contiene el reporte realizado por la empresa.
15. Respecto de la encuesta realizada a cementerios y crematorios, ésta tuvo como objetivo dilucidar la plausibilidad de que en un futuro mediato existiesen problemas de capacidad en alguno de estos mercados. Esto resultó relevante indagar puesto que algunos cementerios oficiados señalaron que existían dificultades para expandir su capacidad, ya sea instalando o expandiendo su actual cementerio; y, además, en el curso de este Estudio habíamos constatado la presencia de barreras de entrada, que podrían ser causantes, al menos en parte, de la supuesta falta de capacidad. Nuevamente por motivos de practicabilidad, encuestamos a todos los cementerios de la Región Metropolitana, en total 34. Por otra parte, dado que el número de crematorios a nivel nacional es reducido, en este caso sí pudimos encuestar a todos los que operaron en 2021 registrados en la base de datos del Ministerio de Salud, en total 16. La encuesta la administramos en línea, y fue requerida por la Fiscalía como una solicitud de datos ordinaria en el marco del presente Estudio, por lo que fue respondida por la totalidad de los encuestados. En los Anexos F y H se detallan las preguntas que realizamos.

iii. Precisiones metodológicas

a. Magnitudes monetarias

16. Salvo que indiquemos lo contrario, las estadísticas que presentamos en el Estudio corrigen por inflación. Esto es, antes de realizar cualquier análisis que involucre magnitudes monetarias observadas en distintas fechas, éstas las hemos expresado en una moneda común. Consistentemente, salvo que indiquemos lo contrario, las estadísticas que presentamos se expresan en pesos del primero de mayo del presente año (2022). Y, cuando mostremos cifras expresadas en dólares, usaremos como factor de conversión el tipo de cambio vigente en la misma fecha, igual a \$850.

b. Estimación de demanda

17. Varios análisis económicos realizados en el Estudio son autocontenidos, es decir, la metodología utilizada en éstos se detalla en la sección que los contiene. Sin embargo, en los análisis contenidos en las subsecciones III.B.i y IV.A.iii, y en la sección IV.A.iv,

utilizamos una metodología común, que describimos brevemente a continuación y detallamos en el Anexo B.

18. En concreto para producir nuestros resultados en tales subsecciones y secciones, estimamos las primitivas (o características básicas³⁵) de la demanda por servicios funerarios. Este ejercicio nos permitió calcular magnitudes relevantes para nuestros análisis, pero que no son observables directamente, como costos marginales, valoraciones marginales o los efectos que puede tener el ambiente de decisión en las elecciones de las personas.
19. En nuestra estimación utilizamos modelos de elección discreta. Bajo este paradigma, la demanda en un mercado corresponde a una agregación de individuos enfrentando un conjunto finito de alternativas, en una o más ocasiones, definiéndose por una de ellas. Ejemplos de contextos donde las elecciones de los individuos pueden ser modeladas usando este enfoque incluyen: la decisión de qué auto comprar³⁶, qué medio de transporte usar para viajar entre un par origen-destino³⁷, o la elección de una administradora de fondos de pensión³⁸. Esto contrasta con escenarios donde existe un continuo de alternativas, por lo que un enfoque de elección discreta no es aplicable de manera directa. En el caso de las decisiones sobre servicios fúnebres, el enfoque resulta razonable, pues en este contexto existe una persona (o un grupo de personas) que enfrenta un conjunto finito de alternativas y debe (o deben) decantarse por una de ellas. Tales decisiones revelan preferencias y, por lo tanto, importantes primitivas de la demanda, como sus patrones de sustitución, ante variaciones en los precios u otros atributos de los bienes o servicios que se intercambian en el mercado³⁹.
20. En las subsecciones que siguen, discutimos las principales medidas que debemos adoptar para poder llevar a cabo la estimación de demanda, dadas las limitaciones existentes en el conjunto de datos que dispusimos y la naturaleza del sector.

c. Mercados considerados

21. En nuestras estimaciones, los mercados los definimos, en términos geográficos, como las comunas en nuestra muestra y, en términos temporales, consideramos los servicios que fueron vendidos en 2021. De las 7 comunas para las cuáles teníamos datos de funerarias, sólo realizamos nuestras estimaciones en 3. Descartamos Maipú y Puente

³⁵ Por ejemplo, la (des)utilidad marginal del precio.

³⁶ Berry, S., Levinsohn, J., y Pakes, A. «Automobile Prices in Market Equilibrium.» *Econometrica* 63, nº 4 (1995): 841–890.

³⁷ Ben-Akiva, The Structure of Passenger Travel Demand Models [PhD Thesis, Massachusetts Institute of Technology]: (1973).

³⁸ Luco, F. «Switching Costs and Competition in Retirement Investment.» *American Economic Journal: Microeconomics* 11, nº 2 (2019): 26–54.

³⁹ Train, K. E. «Discrete Choice Methods with Simulation.» Cap. II. 2009.

Alto, pues sólo teníamos datos para una fracción de las funerarias que operan en tales comunas. Haberlas considerado hubiese implicado estimar incorrectamente magnitudes relevantes como, por ejemplo, los costos marginales. Estos, posiblemente, los hubiésemos subestimado dado que su cálculo no hubiese contemplado la presión competitiva que ejercieron los demás competidores presentes en el mercado a las funerarias para las que sí contábamos con datos. Además, no estimamos las demandas de Vicuña y Villarrica dado que los tamaños muestrales eran demasiado pequeños—191 y 431 observaciones respectivamente, lo que, en ejercicios preliminares, producía estimaciones muy imprecisas.

22. Adicionalmente, el mercado en Independencia-Recoleta lo dividimos en clientes institucionales y no institucionales. Esta separación resultó razonable dado que son consumidores que tienen una naturaleza distinta. Mientras que las personas naturales pueden ser caracterizadas con atributos sociodemográficos (como ingreso, sexo o edad), esta caracterización no resulta posible en el caso de instituciones. Esto, además, requiere que deban estimarse modelos distintos (en cuanto a las variables consideradas) en cada caso. Notamos, por último, que esta separación no la llevamos a cabo en los demás mercados, dado que la participación de clientes institucionales fue prácticamente nula, o muy baja en cuanto al número de observaciones.

d. Tratamiento de las alternativas

23. Además de estimar demandas en un subconjunto de los mercados, las alternativas que consideramos correspondieron a una simplificación de las plausibles. En principio podríamos haber considerado todos los planes que fueron vendidos en un mercado como el conjunto de alternativas que enfrentaron los individuos que participaron en éste. Tal enfoque implícitamente asumía que las personas hubiesen contemplado en sus conjuntos de elección un número muy elevado de alternativas. Como vemos en la Tabla 1, en el caso de Independencia y Recoleta, si hubiésemos considerado todos los planes, incluyendo aquellos personalizados—o planes que no se encuentran predefinidos en la lista de precios, esto hubiese sido equivalente a asumir que cada individuo consideró 415 planes a la hora de tomar su decisión.

Tabla 1: Alternativas por mercado

Mercado Geo.	Número de Planes		Total
	Predefinidos	Personalizados	
Indep.			
Reco.	88	327	415
Iquique	13	20	33
Las Condes	57	100	157

Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por funerarias.

24. Una primera medida que tomamos para abordar esta complicación fue concentrarnos en los individuos que seleccionaron planes predefinidos, y asumir que sus conjuntos de consideración incluyeron sólo este tipo de planes. Esto redujo de manera importante el

número de alternativas, sin eliminar de la muestra tantas observaciones; esto pues, los planes personalizados respecto de los predefinidos, si bien son más importantes en cuanto a variedad, son comprados con menor frecuencia. En el caso de Independencia y Recoleta, el número de observaciones en la muestra sin planes personalizados correspondió a un 71% del número original, y a un 79% y 64% en el caso de Iquique y Las Condes, respectivamente.

25. Una segunda medida que adoptamos fue simplificar las dimensiones que describen un plan. En principio, una alternativa puede ser definida por un conjunto de atributos que incluye características de la urna—como el tipo de madera o el uso (por ejemplo, adulto, extragrande o párvulo), y características del servicio—como el número de flores, número de vehículos, si incluye cafetería y cuántos comensales considera, entre otros. De acuerdo con los datos que aportaron las funerarias en nuestra muestra, además del precio, el número de dimensiones en las cuales un plan podía variar era igual a 16. Estimar los modelos usando estos atributos directamente hubiese implicado asumir un comportamiento poco realista: que las personas fueron capaces de comparar planes considerando los 16 atributos más el precio. En lugar de esto, decidimos reducir las dimensiones, considerando tres: la calidad de la madera de la urna, el número de atributos de la alternativa y el tamaño probable del funeral⁴⁰. Además de traducirse en modelos que resultaban más razonables en términos de lo que una persona puede evaluar, la simplificación de dimensiones nos permitió reducir aún más el número de alternativas, por la vía de agrupar aquellas que fuesen iguales en tales atributos. En Independencia y Recoleta, el número de alternativas con las que finalmente estimamos los modelos fue igual a 36, en Iquique igual a 3 y en Las Condes igual a 25. En la sección III.B.i.a describimos la construcción de estas variables a partir de los datos que aportaron las empresas funerarias.
26. Por último, una tercera medida que tomamos para lidiar con el número de alternativas fue seguir el enfoque que sugieren Ben-Akiva y Gershensfeld (1998)⁴¹. En este trabajo, los investigadores operacionalizan la noción de conjunto de consideración—el subconjunto de las alternativas en el mercado que son efectivamente evaluadas por un consumidor, incorporando en la utilidad de un individuo la probabilidad de que un determinado plan haya sido considerado. Tal probabilidad depende de elementos que el investigador, *ex ante*, determina podrían afectarla. En el contexto en el cual Ben-Akiva y Gershensfeld realizan su análisis, los investigadores indican que resulta razonable considerar el número de atributos de la alternativa, así como si ésta es o no una personalización de la alternativa (*customization*). En nuestro contexto, consideramos como razonable incluir el esfuerzo comercial que realiza una funeraria—el que medimos a través de dos variables—: gasto anual en venta por sucursal y número de sucursales; y, además, incluir un índice de transparencia que dependiese de la información

⁴⁰ No fue necesario incluir una característica adicional para caracterizar la urna pues nos concentramos en las ventas de urnas de adultos, que representan más del 94% de las ventas en el caso de Las Condes e Independencia y Recoleta, y más del 88% en el caso de Iquique.

⁴¹ Ben-Akiva, M., y Gershensfeld, S. «Multi-featured Products and Services: Analyzing Pricing and Bundling Strategies.» *Journal of Forecasting* 17, nº 3-4 (1998): 175–196.

disponible online⁴². Nuestros modelos econométricos fueron estimados contemplando estas modificaciones.

d. Modelos estimados

27. Nuestras estimaciones las realizamos usando dos variantes de modelos de elección discreta: un modelo *logit multinomial* y un *logit mixto*. Mientras que las estimaciones realizadas con la primera variante son más sencillas de llevar a cabo, los resultados que se obtienen adolecen de limitantes que no están presentes en la segunda. Específicamente, el modelo logit multinomial puede capturar variaciones sistemáticas en los gustos de los individuos, pero no aquellas que no están explicadas por las variables que observa el investigador. Además, este tipo de modelos produce patrones de sustitución que son proporcionales para todas las alternativas, independiente de la cercanía competitiva. Esto en el caso que estudiamos resulta poco plausible, pues probablemente las personas sustituyan más entre alternativas de una misma funeraria, que, entre alternativas de funerarias distintas, y entre funerarias similares, que entre funerarias disímiles. Por último, en contextos de decisiones repetidas, el modelo logit multinomial no puede acomodar situaciones en las que factores no observados se correlacionan en el tiempo. Si bien esta última limitación no es relevante en nuestro contexto, la otras dos sí. Por lo anterior decidimos realizar los análisis usando las dos variantes⁴³.

B. Historia del mercado fúnebre en Chile

28. Los ritos funerarios son tan antiguos como la historia de la humanidad y difieren entre las distintas culturas. En esta sección abordamos la evolución de la regulación de los ritos fúnebres en nuestro país, así como los principales cambios en este mercado. Esta historia se centra en el rito fúnebre derivado de la cultura cristiana y occidental, considerando que es el que ha tenido una mayor incidencia en la regulación y es el de mayor masividad a lo largo de los años⁴⁴. Lo anterior, sin perjuicio de la relevancia que tienen los ritos fúnebres de otras religiones y culturas que conviven dentro de Chile.
29. Durante el periodo colonial, las costumbres españolas relativas a las inhumaciones se introdujeron al territorio chileno, a través del derecho indiano. Conforme a este derecho, la Iglesia Católica era la institución encargada de realizar y dirigir los funerales y

⁴² En concreto, el índice que construimos corresponde a una variable que vale 0 si la funeraria no tiene sitio web, 1 si tiene página web, pero no publica información respecto de las alternativas, 2 si hay información de las alternativas, pero no se publica el precio, y 3 si informa el precio, además de informar los atributos de los planes.

⁴³ Para una discusión más detallada respecto de las ventajas y desventajas de usar modelos logit multinomiales, véase Train, K. E. «Discrete Choice Methods with Simulation.» *Cambridge University Press*. (2009): 42-52.

⁴⁴ García, Mariano y María del Carmen Fernández. «Los cementerios. Competencias municipales y producción documental», *Boletín de la Confederación de Asociaciones de Archiveros, Bibliotecarios, Museólogos y Documentalistas* 44, nº 3 (1994): 55 – 62.

entierros⁴⁵. De esta forma, los ritos funerarios se encontraban estrechamente vinculados a la religión católica y a su institucionalidad.

30. En cuanto a las tradiciones relevantes de aquella época, los fallecidos de fe católica eran enterrados en las mismas iglesias de los poblados. Los ataúdes o cajones se llevaban desde las iglesias hacia las viviendas de los respectivos fallecidos para velarlo, y luego de dos días se trasladaba el cuerpo de vuelta a la iglesia para realizar una misa y posteriormente el entierro⁴⁶. Esta práctica tuvo como consecuencia la usual propagación de epidemias a raíz de las infecciones causadas por la gran cantidad de cadáveres en el suelo de los templos⁴⁷.
31. Durante el siglo XVIII, adquirió gran relevancia la discusión acerca de la precaria salubridad de la práctica de realizar las inhumaciones en templos en medio de las ciudades⁴⁸. En ese sentido, y bajo la influencia de las ideas de la Ilustración, diversas autoridades y expertos buscaron promover la creación de cementerios en zonas alejadas de los centros urbanos. Estas medidas fueron objeto de gran resistencia por parte de la población, generalmente escéptica a modificar una tradición fuertemente asentada en la sociedad y de un potente carácter religioso⁴⁹.
32. A inicios del siglo XIX, se retomó el debate en torno a la implementación de reformas en materia de cementerios, por lo que el gobierno comenzó a realizar las gestiones para la inauguración de un cementerio en Santiago⁵⁰. Así, en 1821, durante el gobierno de Bernardo O'Higgins, se inauguró el Panteón General en la zona norte de Santiago, hoy llamado Cementerio General⁵¹⁻⁵².
33. A pesar de estas medidas, una parte importante de la población no podía pagar el precio de las sepulturas en el cementerio, por lo que recurrían a prácticas como dejar al

⁴⁵ Irrázaval, Andrés. «Hacia un nuevo consenso en la regulación de los cementerios: la evolución de las normas civiles y canónicas a lo largo del S. XX.» *Revista chilena de derecho* 45, n° 1 (2018): 35-36.

⁴⁶ Piwonka, Gonzalo. «John Miers (1789-1879), viajero crítico de los chilenos en los comienzos de la república.» *Cuadernos de Historia* 30 (2009): 183.

⁴⁷ Barros, Diego. «El entierro de los muertos en la época colonial.» *Estudios Histórico-Bibliográficos. Obras Completas* 10 (1911): 235.

⁴⁸ Barros, Diego. «El entierro de los muertos en la época colonial.» *Estudios Histórico-Bibliográficos. Obras Completas* 10 (1911): 242.

⁴⁹ Irrázaval, Andrés. «Hacia un nuevo consenso en la regulación de los cementerios: la evolución de las normas civiles y canónicas a lo largo del S. XX.» *Revista chilena de derecho* 45, n° 1 (2018): 37.

⁵⁰ Barros, Diego. «El entierro de los muertos en la época colonial.» *Estudios Histórico-Bibliográficos. Obras Completas* 10 (1911): 247-249.

⁵¹ Irrázaval, Andrés. «Hacia un nuevo consenso en la regulación de los cementerios: la evolución de las normas civiles y canónicas a lo largo del S. XX.» *Revista chilena de derecho* 45, n° 1 (2018): 37.

⁵² En los mismos años se inauguró el Cementerio de Disidentes de Valparaíso, establecimiento construido por un grupo de colonos ingleses de religión anglicana, con el objeto de contar con un lugar de sepultura formal para difuntos no católicos. Véase Barros, Diego. «El entierro de los muertos en la época colonial.» *Estudios Histórico-Bibliográficos. Obras Completas* 10 (1911): 249-250.

fallecido en las plazas hasta que, mediante las donaciones de quienes pasaban por el lugar, se recaudara el dinero necesario para proceder al entierro⁵³.

34. Luego, a fines del gobierno de Bernardo O'Higgins, se ordena mediante un decreto la construcción de cementerios en todos los centros urbanos, para erradicar la costumbre de enterrar cadáveres dentro de las iglesias o en otros lugares de las ciudades⁵⁴. Posteriormente, y derivado de la eficacia de dicha regulación para evitar la propagación de enfermedades, en 1823 se dicta una ley que prohíbe realizar inhumaciones en las iglesias o dentro de los centros urbanos⁵⁵.
35. A pesar de los avances señalados, a esa fecha aún debía darse cumplimiento a la normativa canónica con el fin de constituir un espacio de entierro sagrado. Esto implicaba la exclusión de la sepultación de no católicos en los terrenos destinados a cementerios. Estos últimos, cuando era posible, eran enterrados en el Cementerio de Disidentes de la ciudad o en terrenos descampados como las laderas del cerro Santa Lucía⁵⁶. La falta de lugares para inhumar cadáveres se transformó en un problema para las autoridades civiles, situación que, sumada a la progresiva secularización de la sociedad, generó una fuerte tensión entre la Iglesia y el Estado.
36. Tras una seguidilla de conflictos e incidentes en torno a la laicización del Estado⁵⁷, en el gobierno de Domingo Santa María se promulgaron tres importantes leyes laicas de matrimonio civil, registro civil y cementerios laicos. Esta última, promulgada en 1883, obligó a quitar los muros, rejas o cualquier tipo de separación entre católicos y disidentes en los cementerios, además de permitir oficialmente la existencia de cementerios particulares, y la prohibición de realizar entierros en las iglesias y parroquias.
37. Por otra parte, la ley de registro civil entregó al Estado la potestad de llevar un registro de nacimientos, matrimonios y defunciones, entre otros trámites civiles que antes se encontraban en manos de la Iglesia. De esta forma, se eliminó la facultad exclusiva de la Iglesia católica de celebrar matrimonios, así como la de registrar los bautismos y entierros en los registros parroquiales, conocido como sistema de partidas eclesiásticas⁵⁸. Si bien la ley que creó el registro civil ha tenido modificaciones, en lo

⁵³Piwonka, Gonzalo. «John Miers (1789-1879), viajero crítico de los chilenos en los comienzos de la república.» *Cuadernos de Historia* 30 (2009): 183.

⁵⁴ Barros, Diego. «El entierro de los muertos en la época colonial.» *Estudios Histórico-Bibliográficos. Obras Completas* 10 (1911): 250.

⁵⁵ Barros, Diego. «El entierro de los muertos en la época colonial.» *Estudios Histórico-Bibliográficos. Obras Completas* 10 (1911): 252-253.

⁵⁶ Irrázaval, Andrés. «Hacia un nuevo consenso en la regulación de los cementerios: la evolución de las normas civiles y canónicas a lo largo del S. XX.» *Revista chilena de derecho* 45, n° 1 (2018): 40.

⁵⁷ Eyzaguirre, Jaime. *Historia de las instituciones políticas y sociales*. Editorial Universitaria, 2004: 148-157.

⁵⁸ Irrázaval, Andrés. «Los inicios del registro civil de Chile: ¿Ruptura o continuidad con las antiguas partidas eclesiásticas?» *Revista de estudios histórico-jurídicos* 36 (2014): 315-341.

que respecta a la inscripción del nacimiento, el matrimonio y las defunciones, este se asemeja a su formato original.

38. La regulación mencionada, inspirada en el liberalismo, permitió formar una concepción laica de la muerte. Esta ya no estaría normada y supervigilada exclusivamente por la Iglesia católica, sino que también como una institución civil que debe estar al alcance de toda la población, independiente del credo.
39. Paralelamente, a mediados del siglo XVIII e inicios del siglo XX, nacía y se expandía el mercado en el cual operaban las casas funerarias, en torno a llamadas pompas fúnebres. Entre los productos comercializados por las casas funerarias, se incluían ataúdes, trajes para los fallecidos y arreglos florales. El crecimiento de este mercado estaba marcado por la falta de regulación sanitaria, lo que se reflejaba en la diversidad del material (maderas y metales) y la estructura de las urnas, además de la falta de información sobre el manejo de cadáveres⁵⁹.
40. El naciente mercado de las pompas fúnebres se caracterizaba por estar dirigido, esencialmente, a los grupos con mayor poder adquisitivo. Algunas empresas ofrecían servicios de menor valor, para quienes no podían costear grandes arreglos. El lujo de los cajones, los arreglos florales, y, en general, el rito mortuorio, comenzó a hacerse visible, y con ello también empezó a gestarse una oposición a la idea de lujo y ostentación durante el rito funerario.
41. El año 1862, el mercado de las casas funerarias fue objeto de su primera regulación: un decreto de la Intendencia de Santiago que prohibía la exhibición de cajones en las vitrinas y exigía que estos no estuviesen a la vista tanto dentro como fuera del lugar, provocando descontento en los comerciantes del rubro⁶⁰. Esta regulación perdura hasta el día de hoy, ya que el artículo 64 N° 1 del Reglamento General de Cementerios señala que los establecimientos de las casas funerarias dispondrán de un recinto interior, privado, sin vista a la calle, para la exhibición de los artículos y elementos muebles de su especialidad.
42. A pesar de la escasa regulación de los ritos funerarios desde una perspectiva comercial, a fines del siglo XIX surgió un interesante conflicto de libre competencia entre la Junta de Beneficencia y las casas funerarias. La Junta de Beneficencia, organismo encargado de dirigir los establecimientos públicos de beneficencia⁶¹ estaba a cargo del Cementerio General, por lo tanto, dependía de esta institución la gestión de los diversos servicios que debía prestar el Cementerio. En 1896 dictó un reglamento⁶² que, entre otras cosas,

⁵⁹ Chávez, Pablo, y José Julián Soto. «Publicidad mortuoria y regulación de funerales: una aproximación desde la prensa santiaguina (1862-1917).» *Revista de Humanidades* 38 (2018): 171.

⁶⁰ Chávez, Pablo, y José Julián Soto. «Publicidad mortuoria y regulación de funerales: una aproximación desde la prensa santiaguina (1862-1917).» *Revista de Humanidades* 38 (2018): 176-177.

⁶¹ Decreto S/N del 27 de enero de 1886 que establece Reglamento para las Juntas de Beneficencia.

⁶² La Junta de Beneficencia contaba, entre otras, con facultades normativas, en conformidad al artículo 7 N°1 del Decreto S/N que establece Reglamento para las Juntas de Beneficencia.

establecía que el Cementerio General gozaría de la exclusividad del uso de los carros mortuorios y contaría con la obligación de trasladar los cadáveres de los pobres a la fosa común⁶³. Este reglamento implicó una fuerte oposición de las casas funerarias ya que, a su juicio, esta situación configuraría un monopolio sobre el servicio de transporte, afectándose su derecho fundamental a ejercer libremente una actividad económica⁶⁴. Finalmente se derogó la normativa que establecía la exclusividad, liberalizando el mercado del traslado en los carros mortuorios⁶⁵.

43. Si bien la tensión entre la Iglesia y el Estado en torno a la regulación mortuoria permaneció durante el siglo XX, se produjo una evolución normativa que permitía una mayor convergencia de las legislaciones canónicas y civiles. En este contexto, el año 1917 la Iglesia codificó su normativa y se promulgó el Código de Derecho Canónico que regiría hasta 1983. Este regulaba la sepultura eclesiástica, logrando sortear las dificultades que la regulación de los cementerios generaba en su carácter sacrosanto.
44. Paralelamente la regulación civil se desarrollaba y expandía en torno a la dimensión sanitaria de la muerte. El año 1918 se publicó el Código Sanitario⁶⁶, el cual disponía “normas para el establecimiento de nuevos cementerios, las inhumaciones y exhumaciones”, disponiendo la creación de un Reglamento para su ejecución⁶⁷. Entre la normativa relevante, el Código Sanitario establecía que debía haber al menos un cementerio por comuna, masificando este servicio. Simultáneamente, el gobierno postulaba la aplicación de impuestos a las casas funerarias, lo cual tenía como fin desincentivar el lujo y los costos elevados que caracterizaban a los funerales de la época, sin embargo, estos no llegaron a concretarse debido a la oposición del rubro⁶⁸.
45. La definitiva separación de la Iglesia y el Estado consagrada en la Constitución de 1925 marcó una evolución hacia una mirada laica en torno a la muerte. Esta concepción laica, enfocada en sus aspectos sanitarios y civiles, se plasmaría en el Código Sanitario de 1931⁶⁹. En su Libro IV, referido a la policía mortuoria, se reguló el funcionamiento de los cementerios, las exhumaciones y los transportes de cadáveres humanos, además de dar, por primera vez, un reconocimiento formal a la cremación.

⁶³ Chávez, Pablo, y José Julián Soto. «Publicidad mortuoria y regulación de funerales: una aproximación desde la prensa santiaguina (1862-1917).» *Revista de Humanidades* 38 (2018): 179.

⁶⁴ Chávez, Pablo, y José Julián Soto. «Publicidad mortuoria y regulación de funerales: una aproximación desde la prensa santiaguina (1862-1917).» *Revista de Humanidades* 38 (2018): 179.

⁶⁵ Chávez, Pablo, y José Julián Soto. «Publicidad mortuoria y regulación de funerales: una aproximación desde la prensa santiaguina (1862-1917).» *Revista de Humanidades* 38 (2018): 181.

⁶⁶ Ley N° 3.385 de 1918 del Ministerio del Interior, que aprueba Código Sanitario.

⁶⁷ Irrázaval, Andrés. «Hacia un nuevo consenso en la regulación de los cementerios: la evolución de las normas civiles y canónicas a lo largo del S. XX.» *Revista chilena de derecho* 45, n° 1 (2018): 46.

⁶⁸ Chávez, Pablo, y José Julián Soto. «Publicidad mortuoria y regulación de funerales: una aproximación desde la prensa santiaguina (1862-1917).» *Revista de Humanidades* 38 (2018): 185.

⁶⁹ Decreto con Fuerza de Ley 226 del Ministerio de Bienestar Social de 1931, que aprueba un nuevo Código Sanitario.

46. En 1932 se promulgó el primer Reglamento General de Cementerios⁷⁰. Dicho reglamento detallaba las condiciones que debían cumplir los cementerios, los registros que estos debían llevar, el traslado de cadáveres, entre otros aspectos. Además, dicho reglamento reconocía la existencia de cementerios generales y cementerios particulares⁷¹, y generaba un marco regulatorio común mínimo aplicable a ambos, prohibiendo expresamente la inhumación de cadáveres en lugares que no estuvieran legalmente autorizados⁷².
47. El Código Sanitario de 1931 autorizaba a las municipalidades a adquirir o expropiar terrenos a fin de destinarlos a cementerios⁷³, y consagraba la obligación de inhumar los cadáveres en aquellas localidades donde hubiere un solo cementerio, sin poder impedirse debido a su raza, nacionalidad o religión⁷⁴. De esta forma, había una clara intención de masificar el uso de cementerios como lugares autorizados por la autoridad sanitaria para la inhumación.
48. Por otra parte, el Código Sanitario de 1931 también reconoció formalmente la cremación, una forma de rito funerario que no era permitido por la Iglesia Católica. Fue recién en el año 1964 que la Iglesia se pronunció sobre la cremación al señalar que ya no atentaría contra el carácter sagrado del rito mortuario. Esta posición luego fue incorporada en el nuevo Código de Derecho Canónico de 1983, el que expresaba una preferencia por la sagrada sepultura, sin prohibir la cremación⁷⁵.
49. Cabe destacar que las casas funerarias u otros servicios análogos no eran mencionados por el Código Sanitario o el Reglamento General de Cementerios, por lo que dichos servicios permanecían organizados meramente por las fuerzas del mercado y las costumbres locales.
50. Durante la primera mitad del siglo XX, los avances científicos y médicos en el país comenzaron a impactar con mayor fuerza la toma de decisiones públicas. En 1948 el Senado aprobó el informe de su Comisión de Higiene, Salubridad y Asistencia Pública que aprobó la creación del Colegio Médico de Chile. Luego, el año 1950 se da inicio a las Primeras Jornadas Chilenas de Salubridad, discutiéndose en ellas diversos temas

⁷⁰ Decreto 421 de 1932 del Ministerio de Bienestar Social, que aprueba Reglamento General de Cementerios.

⁷¹ El artículo 3 del Decreto 421 del Ministerio de Bienestar de 1932 señalaba: “Habrá cementerios generales y particulares: Son Cementerios generales: los del Fisco, los dependientes de 1a Dirección General de Beneficencia y Asistencia Social y los Municipales. Son cementerios particulares; los católicos, los de disidentes, los de comunidades religiosas con privilegios, los construidos fuera de las poblaciones con licencia de las Municipalidades, los construidos dentro de las poblaciones con licencia gubernativa y los de indígenas.”

⁷² Artículo 2 del Reglamento General de Cementerios de 1932.

⁷³ Artículo 228 del Código Sanitario de 1931.

⁷⁴ Artículo 229 inciso 2 del Código Sanitario de 1931.

⁷⁵ Irrazábal, Andrés. «Hacia un nuevo consenso en la regulación de los cementerios: la evolución de las normas civiles y canónicas a lo largo del S. XX.» *Revista chilena de derecho* 45, nº 1 (2018): 50.

relevantes para la sociedad, tales como la disponibilidad de leche para los infantes, condiciones sanitarias para los sectores más desfavorecidos, atención médica, entre otros. Finalmente, el año 1952 se crea el Servicio Nacional de Salud, consolidándose con ello el inicio de la medicina organizada en el país⁷⁶. Estos elementos indudablemente influyeron en las consideraciones científicas detrás del Código Sanitario de 1968.

51. La regulación mortuoria contenida en el Código Sanitario de 1968 consolidó la perspectiva eminentemente sanitaria y civil de la regulación fúnebre. El Código Sanitario dejaba en manos del Servicio Nacional de Salud la autorización de los cementerios, casas funerarias y demás establecimientos semejantes. A diferencia de su versión anterior y su reglamento, este código contemplaba una obligación de las municipalidades de instalar cementerios en los lugares en que no los hubiere o fueren insuficientes⁷⁷, obligación que perdura hasta hoy.
52. Un par de años tras la publicación del Código Sanitario, se dictó el Reglamento General de Cementerios de 1970. Este reglamento es aplicable hasta el día de hoy con modificaciones menores en determinadas materias como, por ejemplo, tratamiento de la temporalidad de las sepulturas. Sus aspectos centrales se refieren a las autorizaciones de funcionamiento de los cementerios y sus sepulturas, señalando que estos debían contar con un reglamento interno que contemplara sus aranceles, además de las condiciones en las cuales se debía practicar y registrar las sepulturas. Por otra parte, y de forma innovadora, introdujo regulación relativa a los velatorios y las casas funerarias, consolidándose estas como una parte indispensable del rito mortuario que debía ser regulado en sus aspectos sanitarios. Por último, se reguló en mayor detalle las exhumaciones y transporte de cadáveres, la distribución de cadáveres para fines de investigación científica, las morgues y el depósito de cadáveres, entre otros aspectos relevantes.
53. Si bien la regulación fúnebre no tuvo una mayor evolución durante la década de 1970 y 1980, se empezaron a producir cambios en el mercado fúnebre con la llegada de un nuevo actor: los cementerios parque. En 1980 se inaugura el Parque del Recuerdo Américo Vespucio, primer cementerio parque en Chile⁷⁸. Estos cementerios, que corresponden a un relevante actor hasta el día de hoy, se caracterizan por ser cementerios privados, de carácter laico (sin excluir o diferenciar por religiones) y centrados en el desarrollo del paisaje que suele caracterizarse por contar con extensas áreas verdes. Durante esta década se incorporarían otras empresas a este rubro como el Grupo Sendero, y más adelante, a fines de la década de los noventa, el Grupo Nuestros Parques, entre otros.

⁷⁶ Laborde, Miguel. *Medicina chilena en el siglo XX:(reseña histórica)*. Editorial de la Corporación Farmacéutica Recalcine, 2002: 109.

⁷⁷ Artículo 138 del Código Sanitario de 1968.

⁷⁸ Parque del Recuerdo. Recorre nuestra historia. s.f. <<https://nuestrahistoria.parquedelrecuerdo.cl/historia/>> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

54. Por su parte, las casas funerarias continuaron su desarrollo inorgánico y local, tratándose de un mercado atomizado y usualmente desarrollado como negocios familiares. Solo en el transcurso de este siglo se consolidarían cadenas de casas funerarias, con diversas sedes o locales, algunas de ellas a lo largo de todo Chile.
55. Durante el transcurso de las últimas décadas los cuerpos normativos que regulan el mercado fúnebre, es decir el Código Sanitario de 1968 y el Reglamento General de Cementerios de 1970, sufrieron modificaciones relevantes. Estas modificaciones se refirieron a la manera de publicitar los servicios de las casas funerarias⁷⁹, aspectos de la donación de órganos, traslado de cadáveres dentro del territorio nacional y condiciones para los establecimientos de cremación⁸⁰, procedimientos de autorización⁸¹, entre otras. Todas estas modificaciones permitieron la configuración del mercado fúnebre tal como lo conocemos hoy.
56. Producto de los cambios sociales, la regulación y las interacciones en el mercado, podemos señalar que en el mercado fúnebre hoy conviven distintos actores, tanto públicos como privados, siendo sus actividades reguladas principalmente desde una perspectiva sanitaria.
57. En cuanto a las nuevas tendencias en el mercado fúnebre, podemos destacar el crecimiento de los cementerios parque, el crecimiento de las tasas de cremación y la tendencia a personalizar los ritos funerarios, los que ya no se limitan a un funeral tradicional con un ataúd y velorio religioso, sino que se han diversificado dependiendo de las preferencias de cada individuo⁸².
58. Una tendencia mundial relevante es una creciente preocupación por el impacto medioambiental de los ritos fúnebres, lo que ha traído consigo la proliferación de alternativas sustentables. Al respecto, una de las asociaciones gremiales más relevantes de Estados Unidos, la *National Funeral Directors Association* (NFDA) señala que el 60,5% de los consumidores están interesados en alternativas verdes para sus

⁷⁹ El Decreto N°4 de 1980 del Ministerio de Salud que introduce modificaciones al Decreto N° 357, de 1970, que aprueba el Reglamento General de Cementerios, al prohibir que las casas funerarias "(...) estén ubicadas en la misma cuadra, sea en la misma acera o en la de enfrente, respecto de la o las puertas de acceso al público, de los establecimientos de atención médica que cuenten con servicio de hospitalización, sean estos públicos o privados (...)".

⁸⁰ El Decreto N° 69 de 2013 del Ministerio de Salud que introduce modificaciones al Decreto N° 357, de 1970, que aprueba el Reglamento General de Cementerios, modifica los requisitos que se exigen para solicitar la autorización de instalación y funcionamiento de hornos crematorios, haciéndolo menos exigente.

⁸¹ Ley N°18.173 de 1982 del Ministerio de Salud Pública que modifica el Código Sanitario y Decreto con Fuerza de Ley N° 1 de 1990 del Ministerio de Salud que determina materias que requieren autorización sanitaria expresa.

⁸² Esta tendencia es descrita en el informe de la autoridad de libre competencia del Reino Unido, véase Competition & Markets Authority (Reino Unido). «Funerals Market Investigation: Final Report.» *Gov.UK*. 18 de diciembre de 2020. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb557e8fa8f54d5733f5a1/Funerals_-_Final_report.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

funerarias⁸³. En el mismo sentido, en España, las normativas de Responsabilidad Social Empresarial exigen que las casas funerarias realicen acciones que generen un aporte al medioambiente. Esto último ha generado que un 74% de las empresas funerarias utilice materiales biodegradables en sus productos⁸⁴.

59. Por último, en cuanto a la historia reciente de este mercado, es relevante destacar que la pandemia por el virus COVID-19 afectó considerablemente a las casas funerarias y cementerios. La pandemia no solo implicó el lamentable aumento de las muertes, sino que, además, trajo consigo la dictación de distintos protocolos para el manejo de los cadáveres de los fallecidos infectados por dicho virus y limitaciones de aforo para realizar los ritos⁸⁵. Por otra parte, las limitaciones en el desplazamiento de las personas aceleraron una tendencia hacia la digitalización, por ejemplo, a través de la realización de ceremonias online, así como la incorporación de sus distintos actores a la internet mediante páginas web y promoción de sus servicios a través de redes sociales.

C. Relevancia del mercado

60. En nuestra minuta de lanzamiento observamos dos características de los sectores de funerarias, cementerios y crematorios que hicieron pertinente su examinación. Primero, notamos que el sector fúnebre, en su conjunto, es universal: eventualmente, toda persona deberá hacer uso de los bienes y servicios que provee. Segundo, observamos que las decisiones de los individuos podrían verse afectadas, dado el contexto excepcional en el cuál éstas son realizadas. Éste combina el deceso de un pariente con un plazo reducido (de 48 horas) para definir un funeral y, en un número importante de casos⁸⁶, una sepultura o un crematorio. Esta última característica había sido señalada como problemática por otras autoridades competencia que habían estudiado el mercado fúnebre antes de que la FNE iniciase el presente estudio⁸⁷.
61. En cuanto al volumen de bienes y servicios provistos por el sector, de acuerdo con los datos en el Registro de Defunciones—aportado por el Registro Civil, en 2019, 2020 y 2021 hubo 109.743, 126.196 y 137.146 decesos, respectivamente. En prácticamente la totalidad de los casos, tales defunciones estuvieron aparejadas con un servicio funerario. Y, en cuanto al destino último de las personas fallecidas, de acuerdo con los

⁸³ National Funeral Directors Association (NFDA). «Statistics.» s.f. <<https://nfda.org/news/statistics>> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

⁸⁴ Panasef (Asociación Nacional de Servicios Funerarios de España). «Estudio Responsabilidad Social Empresarial.» septiembre de 2020. https://www.panasef.com/wp-content/uploads/dlm_uploads/2020/09/Estudio-RSE_FINAL-150720-EDITADO5.pdf (último acceso 24 de noviembre de 2022).

⁸⁵ Subsecretaría de Salud Pública. «Protocolo de Funerales en Contexto de pandemia por COVID-19.» 2020. <https://www.colegiomedico.cl/wp-content/uploads/2020/04/Protocolo-de-Funerales-en-Contexto-de-Pandemia-por-COVID-19-1.pdf.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

⁸⁶ En nuestra muestra, cerca de un 36% de las ventas de sepulturas correspondieron a ventas por necesidad inmediata, y un 60% de las cremaciones fueron compradas sin antelación.

⁸⁷ Competition and Markets Authority (Reino Unido), «Funeral Market Investigation, Final Report.» (2020) y Ministerio de Hacienda de España, «Estudio sobre los servicios funerarios en España» (2010).

datos reportados por los crematorios, en la encuesta a crematorios⁸⁸, un 8, 9 y 10% de los decesos resultaron en cremaciones, en los mismos periodos; el complemento corresponde a las sepultaciones que se llevaron a cabo en los mismos intervalos de tiempo.

62. Si bien no contamos con los datos de todas las funerarias, cementerios y crematorios, en base a los presentes en nuestra muestra, podemos tener una idea de cuánto significó en términos monetarios el nivel de actividad que acabamos de describir. En el caso de las funerarias, el precio promedio de un funeral fue, en 2021, \$1.090.101 y la mediana \$782.428. Usando el promedio para extrapolar a nivel nacional, los servicios funerarios habrían generado ingresos equivalentes a \$149.640 millones de pesos o 176 millones de dólares. Usando la mediana, el tamaño de este segmento del mercado fúnebre sería igual a \$107.307 millones de pesos o 126 millones de dólares. Teniendo presente que nuestra muestra incluye mercados de todos los tamaños, tales cifras no debiesen alejarse en demasía de los valores reales.
63. En el caso de los cementerios, durante el 2021 el precio promedio en nuestra muestra pagado por una sepultura ascendió a 130 UF o \$ 4.185.480, con una mediana de 108 UF o \$ 3.477.168. Vale la pena notar que, a diferencia del caso de las funerarias, las sepulturas adquiridas pueden tener espacio para más de un fallecido, en consecuencia, es relevante reportar el monto pagado por espacio disponible, llegando este en promedio a 39 UF o \$ 1.255.644 en promedio, con una mediana de 30 UF o \$ 965.880.
64. Usando el promedio para extrapolar a nivel nacional, las sepulturas habrían generado ingresos a nivel país equivalentes a \$ 563,9 millones de dólares. Usando la mediana, el tamaño sería igual a \$468,5 millones de dólares. Debemos señalar que en el caso de los cementerios esta extrapolación debe hacerse con cuidado, ya que nuestra muestra se compone principalmente de cementerios del tipo parque, los cuales no son necesariamente frecuentes en el resto del país.
65. En cuanto a las cremaciones, siempre de acuerdo con nuestra muestra, el monto de una en promedio por persona asciende a \$ 1.056.324 con una mediana de \$ 1.014.535. Esto nos permite extrapolar a un mercado que asciende a nivel nacional a \$ 15,8 millones de dólares si se usa la media y a \$ 15,1 millones de dólares si se usa la mediana.
66. Por último, como observamos en la minuta de lanzamiento, y corroboramos con los datos a los que tuvimos acceso, los fallecimientos, cuándo ocurren, se traducen en gastos significativos para los hogares. El precio promedio pagado por un funeral en nuestra muestra fue \$1.090.101, el de una sepultura igual a \$1.255.644 y \$1.056.324, en el caso de las cremaciones. Así, el grupo familiar del fallecido podría haber gastado en promedio \$2.345.745, si el destino final fue una sepultura, y \$2.146.425 si fue una cremación. Por otra parte, en nuestra muestra, el ingreso promedio de quien pagó por un servicio funerario fue \$1.247.421 y el monto medio del beneficio mortuario recibido fue \$550.055. Así, los gastos mortuarios podrían haber representado un 143% del ingreso

⁸⁸ Anexo H y Anexo I.

(incluyendo el beneficio mortuario) de un individuo, si el destino final del fallecido fue una sepultura, y un 127% en el caso de una cremación.

67. Este cálculo debe considerarse como una aproximación gruesa, dado que son distintos grupos de individuos quienes fueron provistos por las funerarias, cementerios y crematorios en nuestra muestra. Sin embargo, para un subconjunto, la aproximación la podemos refinar. 1.521 deudos contrataron sus servicios funerarios con algunas de las funerarias en nuestra muestra, y el fallecido fue sepultado o cremado en algunos de los cementerios o crematorios a los cuales solicitamos información. Para los fallecidos en este grupo que fueron sepultados, en promedio, los gastos mortuarios representaron un 229% del ingreso de quien contrató el funeral. Ahora bien, esta submuestra de 1.521 no es necesariamente representativa del universo de deudos. En esta submuestra, el monto pagado por sepultura asciende a 48 UF y por funeral \$1.140.000, lo cual es mayor a los montos pagados promedios calculados con toda la muestra.

III. FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO

A. Regulación

68. El mercado fúnebre se compone de distintas etapas, antes y después de la defunción. Esta sección se refiere a la regulación aplicable a todas las etapas del mercado fúnebre, comenzando por la contratación y compra de bienes y servicios en vida (contratación de seguros y de servicios por necesidad futura), las adquisiciones por necesidad inmediata ante las funerarias, cementerios y crematorios, hasta posibles servicios posteriores al rito funerario, como exhumaciones y nuevas inhumaciones.
69. En la primera parte de esta sección se describe a los actores que intervienen en el mercado fúnebre y se resumen los principales cuerpos normativos que contienen la regulación aplicable. Luego, se describen las distintas etapas de este mercado. Por último, se profundiza en la normativa aplicable a los principales oferentes de este mercado: las casas funerarias y velatorios, así como los cementerios y crematorios.

i. Actores del mercado fúnebre y regulación aplicable

a. Actores del mercado fúnebre

70. En el mercado fúnebre intervienen distintos actores: las personas que fallecen, ya que pueden adquirir bienes y servicios fúnebres de manera previa a su muerte; los deudos en tanto adquirentes y organizadores de los ritos fúnebres; los agentes económicos que participan en dicho mercado como oferentes; y, los órganos de la administración del Estado que los supervigilan e intervienen en las diligencias exigidas por la ley.
71. *La persona natural que fallece y los deudos.* En un lugar central se encuentra la persona que fallece y los deudos. Los últimos tienen una serie de obligaciones tras la muerte de una persona, y serán quienes usualmente se encargarán de cotizar entre diversas alternativas, así como de solventar los gastos derivados de los ritos funerarios.
72. *Agentes económicos que intervienen en el mercado fúnebre.* Los bienes y servicios necesarios para realizar los ritos funerarios son provistos por distintos actores en el mercado, siendo los principales las funerarias, por un lado, y, los cementerios y crematorios, por otro; sin perjuicio de que existan actores que participen en todos estos mercados de manera simultánea. También pueden intervenir otros agentes, por ejemplo, y de manera previa a la muerte, las compañías de seguros que cubren los servicios funerarios en sus pólizas, y de manera posterior, las aseguradoras de fondos de pensiones (“AFP”) que pagan el beneficio mortuario correspondiente a la cuota mortuoria de los fondos de los fallecidos, con el fin de que los deudos puedan contar con liquidez para solventar los gastos.
73. *Órganos de la Administración del Estado.* El principal organismo encargado de supervigilar el cumplimiento del marco normativo aplicable al mercado fúnebre es el Ministerio de Salud, el que mediante las Secretarías Regionales Ministeriales de Salud (“Seremi de Salud”) fiscaliza y sanciona a las entidades que infrinjan la normativa sanitaria. En cuanto al procedimiento sancionatorio y las sanciones aplicables, estas se

rigen por el Título III del Libro IX del Código Sanitario. Las multas contempladas por las infracciones pueden ser de 0.1 hasta 10.000 unidades tributarias mensuales.

74. Intervienen en el mercado otros organismos públicos, como el Servicio de Registro Civil e Identificación (“Registro Civil”), ante el cual se realiza la inscripción de la defunción y otorga el pase de sepultación. Otras entidades públicas relevantes son las municipalidades, las que autorizan el funcionamiento de los cementerios y los crematorios, y a su vez administran los cementerios generales (o municipales). Otros organismos que pueden intervenir en el mercado con un rol secundario son, por ejemplo, el Instituto de Previsión Social (“IPS”) que paga el beneficio mortuario de la asignación por muerte, y el Servicio Nacional de Consumidores (“SERNAC”), que protege los derechos de los adquirentes de bienes y servicios funerarios en su calidad de consumidores.

b. Normativa aplicable

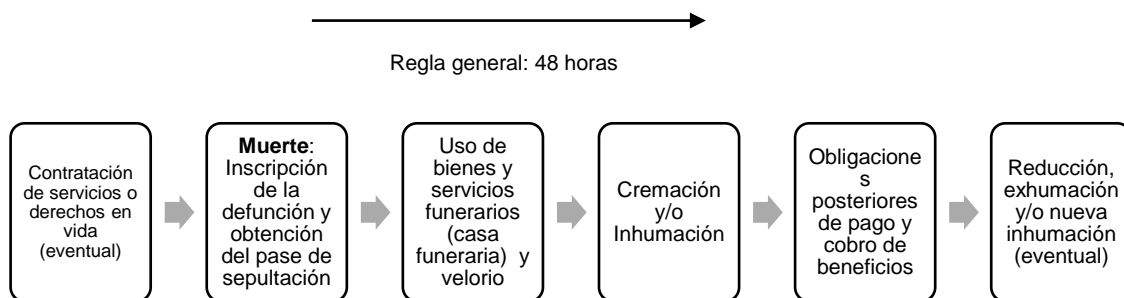
75. Los principales cuerpos normativos aplicables al mercado fúnebre son: (i) el Decreto con Fuerza de Ley N° 725 del Ministerio de Salud, que establece el Código Sanitario (“Código Sanitario”); (ii) el Decreto N° 357 del Ministerio de Salud, que contiene el Reglamento General de Cementerios (“Reglamento General de Cementerios”); (iii) el Decreto Ley N° 460 del Ministerio de Salud, que contiene el Reglamento sobre Extensión de Certificado Médico de Defunción; (iv) la Ley N° 19.052 del Ministerio de Justicia, que modifica Decreto con Fuerza de Ley N° 2.128, de 1930, del Ministerio de Justicia, que aprueba el Reglamento Orgánico del Servicio de Registro Civil e Identificación (“Reglamento Orgánico del Servicio de Registro Civil e Identificación”); (v) el Decreto Ley N° 3.500 del Ministerio del Trabajo y Previsión Social que establece nuevo sistema de pensiones (“DL N° 3.500”); (vi) el Decreto con Fuerza de Ley N° 90 del Ministerio del trabajo y Previsión Social que Establece Régimen Previsional de Asignación por Muerte (“DFL N° 90”); (vii) el Decreto N° 2.385 del Ministerio del Interior que fija el texto refundido y sistematizado del Decreto Ley N° 3.063, de 1979, sobre rentas municipales (“DL N° 3.063”); (viii) el Decreto con Fuerza de Ley N° 3 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores (“Ley N° 19.496” o “Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores”).

ii. Etapas del mercado fúnebre.

76. El mercado fúnebre se puede dividir en distintas etapas: (i) cuando las personas se encuentran en vida, estas pueden realizar la compra de un servicio funerario o sepultura por necesidad futura, o contratar seguros de vida o de deceso cuyas pólizas cubran tales servicios. Adicionalmente, las personas pueden tener ciertos derechos respecto de una sepultura específica. (ii) Tras la muerte de una persona nace la obligación para los deudos de realizar la inscripción de la defunción y obtener el pase de sepultación ante el Servicio de Registro Civil e Identificación. (iii) Para realizar los ritos funerarios, las personas contratan servicios funerarios y organizan el velorio. (iv) Luego, se realiza

la cremación y/o inhumación del cuerpo, en donde se procede al pago del servicio o sepultura. La cremación puede incluir o no la adquisición de una sepultura. (v) Por último, posiblemente también pueden subsistir obligaciones posteriores, como el pago de los servicios adquiridos o de cuotas de mantención de las sepulturas. En esta etapa posterior, las personas o las funerarias pueden cobrar beneficios mortuorios, como la cuota mortuoria o asignación por muerte. (vi) Eventualmente, se puede realizar la reducción, exhumación o nueva inhumación del cadáver. Las etapas señaladas se ilustran en la Figura 1.

Figura 1: Etapas del proceso de adquisición de bienes y servicios en el mercado fúnebre



Fuente: elaboración propia.

77. En las secciones siguientes analizamos cada una de las etapas mencionadas, detallando cómo incide cada una en el proceso de adquisición de bienes y servicios fúnebres.

a. Contratación de servicios o derechos en vida

78. En vida, las personas (o terceros en su nombre) pueden contratar bienes y servicios funerarios. En particular, se pueden contratar seguros, así como la compra de planes por necesidad futura, que corresponde a la compra de un plan funerario o de una sepultura de forma anticipada a la muerte. En esta etapa las personas también pueden tener ciertos derechos sobre sepulturas específicas.

79. Los seguros que cubren gastos funerarios o proveen asistencia funeraria pueden clasificarse entre aquellos seguros específicos para cubrir gastos fúnebres, y aquellos seguros de viaje o de vida que contemplan el pago de gastos fúnebres. Los seguros, por lo general, son contratados a nombre propio, sin embargo, pueden contratarse por cuenta ajena, es decir, una persona puede contratar un seguro en favor de un tercero. Los seguros en general se encuentran regulados en el Título VIII del Libro II del Código

de Comercio, la Ley N° 20.667⁸⁹ que regula el contrato de seguro, así como la normativa de carácter general, circulares y oficios circulares que emita la Comisión para el Mercado Financiero (“CMF”) sobre los mismos.

80. En cuanto a los seguros, estos pueden contratarse con una aseguradora o directamente con un cementerio. Los seguros suelen cubrir desde el servicio del traslado de los restos del fallecido, el transporte de los parientes de este, el servicio funerario y los gastos de sepultación o incineración, con un tope máximo de gasto y usualmente a través de proveedores asignados. Adicionalmente, estos seguros pueden incluir asistencia legal para realizar trámites como la cobranza de seguros de vida y aquellos vinculados a la posesión efectiva. El inicio y fin de la cobertura de los seguros debe estar claramente especificado en la póliza. Los seguros de vida y específicos para gastos funerarios suelen contemplar una edad máxima de ingreso para sus beneficiarios, por ejemplo, hasta los 64 años y 364 días.
81. Es importante notar que los seguros de deceso en Chile tienen un escaso desarrollo. En la encuesta a consumidores realizada, menos del 1% de los encuestados señaló que la funeraria que le prestó servicios fue elegida por una compañía de seguros⁹⁰. Esto muestra que en este mercado son los fallecidos o los dedos los que eligen los servicios, no compradores institucionales que actúan como intermediarios.
82. En vida, las personas también pueden contratar planes por necesidad futura, que corresponde a la compra anticipada, previo a la muerte, de una serie de bienes y servicios funerarios. Usualmente la venta por necesidad futura contempla un periodo de carencia (por ejemplo, 2 años), que corresponde al periodo entre la firma del contrato y el día en que se puede hacer uso del bien o servicio adquirido. En caso de incumplirse el periodo de carencia, suele haber un cobro adicional. Como detallaremos más adelante, en el caso de las sepulturas, esta modalidad de venta implica un descuento o reducción del precio final de aproximadamente un 20% en promedio, en comparación a la venta por necesidad inmediata.
83. Adicionalmente, durante esta etapa en vida, las personas pueden tener un derecho a ser inhumados en una sepultura específica, ya sea porque se adquirió a título personal o por un tercero, por la existencia de sepulturas de familia, o por pertenecer a una determinada sociedad, comunidad o congregación que da derecho de sepultación en una bóveda o mausoleo determinado⁹¹.
84. En vida, las personas también pueden realizar la manifestación de última voluntad, que corresponde al derecho de toda persona mayor de edad a disponer por anticipado acerca del lugar y forma en que habrá de procederse para la inhumación de sus restos al producirse su fallecimiento. En cuanto a sus formalidades, basta que el interesado entregue una copia del documento donde conste dicha voluntad al director o administrador del cementerio que corresponda, quien tiene la obligación de guardar un

⁸⁹ Ley N° 20.667 del Ministerio de Hacienda que Regula el Contrato de Seguro.

⁹⁰ Pregunta N° 2 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

⁹¹ Artículo 29 del Reglamento General de Cementerios.

registro de este, entregando una copia a la persona encargada de cumplir la voluntad del fallecido⁹².

85. Si bien no contamos con datos sobre la relevancia que tiene la manifestación de última voluntad, sí podemos señalar que los fallecidos, ya sea formal o informalmente, manifiestan sus preferencias a los deudos en ciertos casos. Respecto del servicio provisto por las funerarias, un 4% de los encuestados señaló haber elegido al proveedor porque el fallecido ya tenía una preferencia⁹³, mientras que ese número aumentó a 17% en el caso del cementerio elegido⁹⁴.
86. Adicionalmente, las personas pueden ser beneficiarias de distintos convenios celebrados entre diversos organismos (ya sea públicos o privados) y distintas casas funerarias o cementerios y crematorios. Dichos convenios corresponden a contratos mediante el cual una entidad se obliga a otorgar una condición preferente, como por ejemplo un descuento, a personas que integren o se encuentren afiliados a la institución o empresa que accede al convenio. Un ejemplo de estos convenios son los descuentos para la adquisición de planes funerarios a los vecinos de una municipalidad o los trabajadores de una empresa. Los datos de nuestra encuesta apuntan a que, si bien los convenios pueden determinar la elección de un establecimiento fúnebre, estos no inciden de manera significativa: casi un 2% de los consumidores encuestados señaló haber encontrado la funeraria que contrató por un convenio⁹⁵, bajando este número a menos del 1% en el caso de los cementerios⁹⁶.
87. De esta manera, existen diversos bienes y servicios que se pueden contratar o a los cuales se tiene un derecho en vida. Los mecanismos para la adquisición anticipada son muy relevantes, considerando el corto plazo que tienen los adquirentes para realizar la compra de dichos servicios una vez que se produce la muerte.

b. Muerte, inscripción de la defunción, y obtención del pase de sepultación

88. La muerte, además de ser un hito social y cultural de extrema relevancia, da lugar a una serie de consecuencias patrimoniales y genera obligaciones para los deudos. El plazo para realizar la inhumación o cremación es extremadamente acotado, siendo de 48 horas tras la muerte, salvo excepciones⁹⁷. Esto implica que los deudos deban realizar

⁹² Artículo 61 del Reglamento General de Cementerios.

⁹³ Pregunta N° 2 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

⁹⁴ Pregunta N° 9 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

⁹⁵ Pregunta N° 2 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

⁹⁶ Pregunta N° 10 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

⁹⁷ Las excepciones se encuentran detalladas en el artículo 48 del Reglamento General de Cementerios, y se refiere a situaciones tales como una orden de una autoridad judicial o del Ministerio de Salud con el objeto de practicar investigaciones, o en el caso de cadáveres donados por voluntad del fallecido para fines científicos.

una serie de diligencias y adquirir bienes y servicios en un periodo muy acotado, en estado emocional de duelo y vulnerabilidad.

89. A pesar de la relevancia que tiene la muerte, es interesante mencionar que la normativa chilena no contempla una definición clara de esta. Conforme lo señala el Código Civil “*la persona termina en la muerte natural*”⁹⁸, sin definir qué se entenderá por esta última. El artículo 11 de la Ley N° 19.451⁹⁹ sobre trasplante y donación de órganos entrega ciertos criterios para confirmar la muerte, sin perjuicio de que su definición se entrega a la *lex artis* médica¹⁰⁰.
90. Tras la muerte natural, todo médico que asiste a una persona que fallece, está obligado a extender el certificado de defunción, señalando la causa de la muerte¹⁰¹. La normativa aborda distintas situaciones, por ejemplo, si la persona falleció en su domicilio o no fue atendida por un médico. Una vez extendido el certificado médico de defunción, los deudos deben realizar la inscripción de defunción en la oficina del Registro Civil que corresponda a la circunscripción en que se produjo el deceso. El Reglamento Orgánico del Servicio del Registro Civil¹⁰² señala que, pasados tres días desde la fecha de defunción, no se podrá inscribir sin decreto de la justicia ordinaria.
91. La obligación de inhumar el cadáver dentro de las 48 horas señaladas recae sobre el cónyuge sobreviviente o sobre el pariente más próximo que esté en condiciones de sufragar los gastos. En el caso de las personas indigentes, estas son sepultadas en los cementerios de la localidad en la que haya ocurrido el deceso, gratuitamente¹⁰³.
92. En el caso de los cadáveres no reclamados, los fallecidos ingresan al servicio médico legal (“SML”) tras el envío de un oficio de un Fiscal del Ministerio Público, el que ordena la realización de ciertas diligencias, para aclarar la causa de muerte y la identificación del cadáver¹⁰⁴. De forma posterior, el cadáver se conserva en cámaras de frío a la espera de que sean retirados por sus deudos, en conformidad a la Resolución Exenta N° 3012 de 2017 del SML. Si bien existe la obligación de inhumar el cadáver por parte

⁹⁸ Artículo 78 del Código Civil.

⁹⁹ Ley N° 19.451 del Ministerio de Salud que establece normas para trasplante y donación de órganos.

¹⁰⁰ La *lex artis* corresponde al conjunto de reglas técnicas a que ha de ajustarse la actuación de un profesional en ejercicio de su arte u oficio.

¹⁰¹ La extensión de este certificado se encuentra contemplada en el Decreto N° 460 que contiene el Reglamento sobre extensión de certificado médico de defunción.

¹⁰² DFL N° 2.128 y Decreto N° 2.128 que aprueba el reglamento orgánico del Servicio de Registro Civil del Ministerio de Justicia.

¹⁰³ Artículo 53 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁰⁴ Conforme el artículo 201 del Código Procesal Penal, corresponde al Ministerio Público encargarse de la investigación penal por el fallecimiento de una persona no identificada y ordenar la inhumación o entrega para efectos de su inhumación. Asimismo, el Ministerio Público debe practicar el reconocimiento e identificación del difunto y ordenar la respectiva autopsia en el Servicio Médico Legal. La misma norma citada prescribe que el cadáver podrá ser entregado a los parientes del difunto o a quienes invocaren título o motivo suficiente, previa autorización del Fiscal, tan pronto la autopsia se hubiere practicado.

de los deudos, en la práctica esta obligación no es fiscalizada ni sancionada en caso de incumplimiento. Si el cuerpo no es reclamado, el Departamento de Tanatología o la Dirección Regional respectiva del Ministerio Público debe coordinar con el Registro Civil y el Cementerio correspondiente la inhumación efectiva de los fallecidos.

93. El Reglamento General de Cementerios señala que para dar sepultura a un cadáver se requiere la licencia o pase del Oficial del Registro Civil de la circunscripción en que haya ocurrido el fallecimiento, salvo que la autoridad sanitaria disponga lo contrario en casos de emergencia¹⁰⁵. Si la inhumación se practicará en un cementerio ubicado fuera de la circunscripción del Registro Civil que otorgó la inscripción, se deben cumplir con requisitos adicionales para obtener el pase de sepultación, incluyendo la autorización de la Seremi de Salud, así como que el pase sea visado por el Oficial del Registro Civil de la circunscripción dentro del cual se encuentra el cementerio en que será inhumado el fallecido¹⁰⁶.
94. Es importante considerar que las funerarias muchas veces asesoran a las personas en los trámites que estas deben realizar para inscribir la defunción y obtener el pase de sepultación, cumpliendo un rol informativo relevante. Conforme a la encuesta a consumidores, un 48% aproximadamente de las personas tuvo conocimiento de los trámites legales que debía realizar por una funeraria, lo que fue seguido por el conocimiento previo del encuestado (17%) y la información provista tras preguntar a un familiar o conocido (13%)¹⁰⁷.

e. Uso de bienes y servicios funerarios y velorio

95. Una vez producida la muerte y realizada su inscripción, corresponde trasladar el cadáver para realizar los ritos funerarios correspondientes. La contratación de los bienes y servicios de una funeraria puede ser hecha por los deudos o por alguna institución en beneficio del fallecido, como, por ejemplo, las aseguradoras. Usualmente, quienes contratan estos bienes y servicios lo hacen de forma anterior a la inscripción ante el Servicio de Registro Civil e Identificación, pero nada obsta a que pueda realizarse de forma posterior a dicha inscripción. De todas formas, servicios funerarios a las funerarias debe tener lugar de manera previa a realizar el velorio, debido a que el traslado del cadáver debe hacerse en vehículos autorizados (carrozas fúnebres).
96. El traslado dentro del territorio nacional y el transporte internacional de un cadáver (en los casos de repatriación o expatriación) requieren de la autorización del Seremi de Salud competente, a petición de los parientes más cercanos o de terceros, en el orden definido en el artículo 73 del Reglamento General de Cementerios¹⁰⁸. El Seremi de Salud puede autorizar mensualmente a las funerarias a realizar el traslado de cadáveres

¹⁰⁵ Artículo 50 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁰⁶ Artículo 52 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁰⁷ Pregunta N° 1 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

¹⁰⁸ Artículo 75 del Reglamento General de Cementerios.

dentro del territorio nacional a un lugar distinto de aquel en que ocurrió la muerte, siempre que se efectúe en los vehículos especialmente acondicionados para estos efectos y cumpliendo los requisitos de calidad de los ataúdes¹⁰⁹. Las funerarias tienen la obligación de llevar un registro en donde se deje constancia de la fecha de traslado, lugares de salida y de destino, identificación del fallecido, vehículo que realizó el transporte y características del ataúd¹¹⁰.

97. Los cadáveres transportados desde el extranjero al territorio nacional, por cualquier vía, requieren para su internación de los documentos extendidos por las autoridades sanitarias del punto de origen. Estos deben ser visados por el Cónsul de Chile, quien debe señalar que el transporte no implica peligros para la salud pública, los que deben ser presentados al Seremi de Salud correspondiente para su autorización¹¹¹.
98. De forma previa a la inhumación o cremación del cuerpo, es optativo realizar un velorio, los que se encuentran regulados en el Título V del Reglamento General de Cementerios¹¹². Los velorios corresponden a un rito funerario en el cual se reúnen los deudos y otros conocidos del difunto, de manera previa al acto de inhumación o cremación, y donde usualmente se realiza una ceremonia religiosa o de otro tipo en conmemoración del fallecido. El velorio puede llevarse a cabo en Iglesias u otras instituciones religiosas, o en las mismas casas funerarias y/o cementerios, cuando dispongan de salas velatorias.

f. Cremación y/o inhumación del cuerpo

99. Como mencionamos anteriormente, ningún cadáver puede permanecer insepulto por más de 48 horas, salvo excepciones¹¹³. Tras el velorio, se debe trasladar el cuerpo del difunto a un cementerio o crematorio, para realizar la inhumación o cremación. La cremación corresponde al acto de incinerar el cuerpo en un horno crematorio, para posteriormente recolectar las cenizas y guardarlas en un ánfora u otro recipiente similar y eventualmente enterrar los mismos o depositarlos en un columbario o cinerario. Por otra parte, la inhumación o sepultación corresponderá al acto de enterrar el cadáver o de guardarlo en un espacio especialmente diseñado para tales efectos. Las sepulturas pueden ser de distintos tipos, conforme se detalla más adelante en la regulación aplicable a los cementerios.

¹⁰⁹ Artículo 51, 67 y 75 del Reglamento General de Cementerios.

¹¹⁰ Artículo 75 del Reglamento General de Cementerios.

¹¹¹ Artículo 78 del Reglamento General de Cementerios.

¹¹² Artículo 62 y siguientes del Reglamento General de Cementerios.

¹¹³ Excepcionalmente, puede ocurrir que tras el fallecimiento de una persona no se realice la inhumación o cremación del cuerpo de forma inmediata, lo que ocurre en caso de un orden judicial o del Ministerio de Salud con el objeto de practicar investigaciones, en el caso de la distribución de cadáveres no reclamados por sus familiares y en los casos en que se dona el cuerpo para fines de investigación científica. Véase el artículo 48 y artículo 79 del Reglamento General de Cementerios.

100. Sobre el punto anterior, los cementerios no se encuentran obligados a contar con hornos crematorios, por lo que estos servicios podrán o no ser prestados al interior de estos. Por otra parte, las cenizas tras la cremación no requieren ser sepultadas, por lo que los deudos podrán dejar las ánforas en el cementerio, ya sea en tierra, columbarios o cinerarios; o, guardar las ánforas en el hogar, esparcir las cenizas, enterrar o esparcir las cenizas en propiedades de familiares, repatriarlas al país de origen de la persona fallecida, entre otras alternativas distintas a la inhumación.
101. En cuanto a el rito fúnebre desarrollado en el cementerio, algunos de estos establecimientos cuentan con salas velatorias, además de ofrecer servicios como misas o ceremonias de sepultación, acompañamiento musical, servicios de cafetería, entre otros.
102. Tanto la cremación como la sepultación deben realizarse en un crematorio o cementerio autorizado. No existen requisitos sobre la ubicación del cementerio o crematorio en el cual se deben realizar estos servicios, respetándose para tales efectos la última voluntad del fallecido o la de sus deudos, quienes podrán trasladar al fallecido para realizar dichos ritos a cualquier comuna o región, cumpliendo con los requisitos ya señalados.

g. Obligaciones posteriores: obligaciones de pago y cobro de beneficios mortuorios

103. Considerando que los costos de los ritos fúnebres pueden ser bastante elevados en relación con el ingreso medio de las personas, es posible que subsistan obligaciones de pago de los servicios o bienes adquiridos tras la realización del rito funerario, especialmente aquellos relacionados a la sepultura. Por otra parte, la adquisición de una sepultura genera la obligación de los deudos de mantenerla en un buen estado de conservación de aseo¹¹⁴, lo que usualmente se cumple mediante la obligación de pagar una cuota de mantención al cementerio.
104. De forma adicional a las obligaciones de pago de los bienes y servicios adquiridos, pueden subsistir obligaciones derivadas de la compra de la sepultura. Algunos cementerios, especialmente los cementerios parque, cobran cuotas de mantención anuales para efectos de mantener la sepultura y su entorno en un estado adecuado. Las cuotas de mantención suelen cubrir costos como el riego, jardinería y aseo de las sepulturas. En algunos casos, los cementerios permiten pagar una cuota de mantención a perpetuidad, que exime a su adquirente de pagar cuotas de mantención de forma posterior.
105. También pueden subsistir obligaciones de pago respecto de los servicios prestados por las funerarias. Algunas funerarias admiten medios de pago como las tarjetas de débito y de crédito, cheques, así como el uso de beneficios mortuorios en el pago de los servicios adquiridos. Por otra parte, en cuanto a la adquisición de servicios de cremación y/o sepulturas, los cementerios usualmente admiten el pago en cuotas, el uso de tarjetas

¹¹⁴ Artículo 40 del Reglamento General de Cementerios.

de débito y de crédito, así como también sistemas de convenios de pago o créditos otorgados por los propios cementerios, conforme a los términos y condiciones que ofrezca cada cementerio.

106. Respecto de la capacidad de pago de los deudos, es importante considerar que para recibir las asignaciones por causa de muerte (o herencias) requieren realizar la posesión efectiva¹¹⁵, la que en el caso de ser intestadas pueden tardar aproximadamente 6 meses. De la masa de bienes que el difunto ha dejado se descuentan los gastos de última enfermedad adeudados y los de entierro del causante¹¹⁶. Por lo anterior, es usual que los deudos no cuenten con los bienes de la masa hereditaria para efectos de pagar los servicios funerarios, lo que implica un problema de liquidez en el corto plazo.
107. Para resolver el problema señalado en el párrafo anterior, existen dos beneficios monetarios que se otorgan para cubrir los gastos fúnebres. Estos beneficios monetarios son de dos tipos: (i) la cuota mortuoria, y (ii) la asignación por muerte. Ambos beneficios son un aporte en dinero para pagar los gastos funerarios.

1. La cuota mortuoria

108. La cuota mortuoria se encuentra regulada en el artículo 88 del DL N° 3.500. Se otorga en el caso de los fallecidos que se encontraban afiliados a una AFP, incluyendo a aquellos que recibían un Aporte Previsional Solidario (“APS”), los pensionados de una renta vitalicia, y, actualmente, a aquellos que reciben la Pensión Garantizada Universal (“PGU”). El monto entregado por la cuota mortuoria corresponde a 15 UF (\$474.900 pesos al 1 de marzo de 2021).
109. En cuanto a la forma de financiar el pago de la cuota mortuoria, este corresponde a un retiro de la cuenta individual de la AFP en la cual se encontraba afiliado el fallecido, siendo una entrega anticipada de fondos. Por lo anterior, más que un beneficio o bono entregado por el Estado, corresponde a una medida que apunta a garantizar la liquidez de los deudos.
110. Para aquellos causantes que eran beneficiarios del sistema de pensiones solidarias o actualmente de la Pensión Garantizada Universal, el Instituto de Previsión Social paga la diferencia entre el monto ahorrado en la cuenta individual y las 15 UF. En el caso de quienes tengan una renta vitalicia, lo paga la respectiva compañía de seguros de vida.

¹¹⁵ En el caso de las posesiones efectivas de herencias intestadas (sin testamento), la normativa aplicable corresponde a la Ley N° 19.903 del Ministerio de Bienes nacionales, sobre procedimiento para el otorgamiento de la posesión efectiva de la herencia y adecuaciones de la normativa procesal, civil y tributaria sobre la materia; y el Decreto N° 237 del Ministerio de Justicia, que aprueba el reglamento sobre tramitación de posesiones efectivas intestadas, registro nacional de posesiones efectivas y registro nacional de testamentos.

¹¹⁶ Artículo 4 del Decreto con Fuerza de Ley N° 1 del Ministerio de Justicia fija texto refundido, coordinado y sistematizado del Código Civil; de la ley n°4.808, sobre Registro Civil, de la ley n°17.344, que autoriza cambio de nombres y apellidos, de la Ley N° 16.618, ley de menores, de la Ley N° 14.908, sobre abandono de familia y pago de pensiones alimenticias, y de la Ley N° 16.271, de impuesto a las herencias, asignaciones y donaciones.

En cuanto al monto pagado, se pagan siempre las 15 UF, sin acreditar el gasto, salvo que los gastos los haya realizado alguien que no sea el cónyuge, conviviente civil, hijos o padres del fallecido, en cuyo caso solo se pagará el monto efectivo del gasto acreditado.

111. El pago del beneficio se produce dentro de los 5 días hábiles tras haber presentado los documentos que acrediten los gastos ante la AFP respectiva, la que dispone de 3 días hábiles contados desde la fecha de recepción del formulario para validar la autenticidad de los documentos, vencido el cual tiene el plazo máximo de 2 días hábiles para pagar. La Superintendencia de Pensiones ha señalado mediante la Norma de carácter General N° 293¹¹⁷ que no habrá derecho al pago de la cuota mortuoria cuando la AFP tome conocimiento de que el afiliado contrató y pagó de manera anticipada los servicios funerarios. Por lo anterior, no se hará entrega del beneficio de cuota mortuoria en caso de que los servicios se hayan comprado por necesidad futura o mediante un seguro.
112. El beneficio de la cuota mortuoria puede ser cobrado directamente por la funeraria en la cual el beneficiario haya adquirido los servicios. Para realizar el cobro directo del beneficio, la funeraria debe presentar distintos documentos ante la AFP respectiva¹¹⁸.

2. Asignación por muerte

113. La asignación por muerte se encuentra regulada en el DFL N° 90. Este beneficio se otorga a las personas que no están sujetas al sistema de capitalización individual, y que además se encuentren en alguna de las siguientes circunstancias: (i) estuvieron pensionados o pensionados con Pensión Básica Solidaria (“PBS”), obteniendo la pensión antes del 1 de febrero de 2022, fecha en que entró en vigencia la PGU; (ii) haya tenido, al menos, una cotización en alguna de las ex cajas de previsión dentro de los últimos seis meses anteriores a su fallecimiento; (iii) haya sido beneficiario de algún subsidio (incluidos los de la ley de accidentes del trabajo); (iv) haya sido pensionado de las ex cajas de previsión y leyes especiales. Se exceptúan los pensionados de orfandad y convivencia (madre de hijos de filiación no matrimonial) y al personal activo de Carabineros, PDI, Gendarmería y Dipreca, así como pensionados y pensionadas de retiro y montepíos de Dipreca, que acceden a un mes de remuneración o dos sueldos base grado 18 de EUS de Carabineros. El monto entregado corresponde a tres ingresos mínimos vigentes a la fecha del fallecimiento del causante (\$676.818 pesos al 1 de marzo de 2021).

¹¹⁷ Norma de Carácter General N° 293 de la Superintendencia de Pensiones, que modifica los Títulos I y V, sobre pensiones y beneficios previsionales, respectivamente, del Libro III del Compendio de Normas del Sistema de Pensiones.

¹¹⁸ La casa funeraria debe presentar: (i) la solicitud de cuota mortuoria; (ii) el certificado de fallecimiento del afiliado; (iii) la factura de los gastos funerarios emitida a nombre de la empresa funeraria y deberá identificar plenamente al usuario o beneficiario del servicio; (iv) el poder notarial (fotocopia), conferido por la empresa funeraria a un representante que autorice a suscribir solicitudes de cuota mortuoria y a retirar cheques de pago cuotas mortuorias en su nombre. Véase: Compendio de Normas del Sistema de Pensiones de la Superintendencia de Pensiones, Libro III, Título G, Letra G Otros Beneficios, Capítulo II. Cuota mortuoria.

114. El pago de la asignación por muerte lo realiza el Instituto de Previsión Social (“IPS”) a quienes acrediten los gastos funerarios. A diferencia de la cuota mortuoria, no siempre se paga el total del beneficio, sino que solamente el monto efectivo del gasto.
115. El pago del beneficio se produce dentro de los 5 días hábiles contado desde la fecha de recepción en el IPS del formulario de solicitud. Se puede pagar en efectivo, cheque o vale vista o mediante transferencias electrónicas a la cuenta y banco que indique el requirente. De manera similar a la cuota mortuoria, no hay derecho a la asignación por muerte cuando el IPS tome conocimiento que en vida el propio afiliado contrató y pagó de manera anticipada los servicios funerarios¹¹⁹.
116. De manera similar a la cuota mortuoria, las casas funerarias pueden cobrar directamente el beneficio de la asignación por muerte por los servicios adquiridos por los beneficiarios, presentando ciertos documentos ante el IPS¹²⁰.
117. Las diferencias entre la cuota mortuoria y la asignación por muerte se resumen en la tabla que describe sus características (Tabla 2).

Tabla 2: Características de los beneficios mortuorios (cuota mortuoria y asignación por muerte)

Atributo	Cuota mortuoria	Asignación por muerte
Regulación	Art. 88 DL N° 3.500.	DFL N° 90 del Ministerio del Trabajo.
Monto	15 UF.	3 ingresos mínimos para fines no remuneracionales
Monto (a marzo 2021)	\$474.900.	\$676.818.
Beneficiario	Afiliados al sistema de pensiones consagrado en el DL N° 3.500.	Personas no sujetas al sistema de pensiones del DL N° 3.500 y que se encuentren en alguna de las situaciones detalladas en el DFL N° 90.
Plazo para pagar el beneficio	5 días hábiles. La administradora de fondos de pensiones del afiliado (AFP) dispone de un plazo de 3 días hábiles, contado desde la fecha de recepción del formulario para validar la autenticidad de los documentos, vencido el cual tiene	5 días hábiles, contado desde la fecha de recepción en el Instituto de Previsión Social del formulario de solicitud. Se podrá pagar en efectivo, cheque o vale vista o mediante transferencias electrónicas a la cuenta y banco que indique el requirente.

¹¹⁹ Norma de Carácter General N° 293 de la Superintendencia de Pensiones, que modifica los Títulos I y V, sobre pensiones y beneficios previsionales, respectivamente, del Libro III del Compendio de Normas del Sistema de Pensiones.

¹²⁰ La casa funeraria debe presentar: (i) solicitud de asignación por muerte; (ii) factura de los gastos funerarios emitida a nombre de la empresa funeraria, la que deberá identificar plenamente al usuario o beneficiario del servicio; (iii) poder notarial (fotocopia), conferido por la empresa funeraria a un representante que autorice a suscribir solicitudes de asignación por muerte y a retirar cheques de pago de asignación por muerte en su nombre. El IPS deberá verificar el fallecimiento del causante con el Servicio de Registro Civil e Identificación.

	un plazo máximo de 2 días hábiles para pagar.	
¿Quién paga?	Se retira de cuenta individual. Si el causante era beneficiario del Sistema de Pensiones Solidarias, la diferencia de 15 UF la paga el Instituto de Previsión Social. En el caso de quienes tengan una renta vitalicia inmediata o diferida, se paga por la respectiva compañía de seguros de vida.	Paga el Instituto de Previsión Social.

Fuente: elaboración propia.

h. Eventual reducción, exhumación y/o nueva inhumación

118. Solo de manera eventual, los deudos pueden contratar ciertos servicios secundarios que sólo pueden ser realizados por funcionarios de los cementerios. Estos son: la exhumación, traslado interno, reducción de los restos humanos y la nueva inhumación¹²¹.
119. Las reducciones corresponden al acto de reducir el cadáver de un fallecido, de manera que sus restos pasen a ocupar sólo una parte del espacio de a la sepultura. Estos servicios suelen requerirse para aumentar la capacidad de las sepulturas en las que se puede inhumar múltiples cadáveres¹²². La reducción de cadáveres o de restos humanos sepultados, deben realizarse con la autorización expresa y por escrito del cónyuge o conviviente civil sobreviviente del difunto, y a falta de este, de la mayoría de los ascendientes y descendiente en primer grado, que sean mayores de edad¹²³.
120. La exhumación corresponde al proceso de desenterrar un cadáver o restos humanos previamente inhumados. Este proceso requiere la autorización de la Seremi de Salud competente¹²⁴, a petición de los parientes más cercanos del fallecido, en conformidad al orden de prelación definido en el artículo 73 del Reglamento General de Cementerios. Se exceptúan de contar con dicha petición a aquellos casos en que la exhumación es decretada por la justicia ordinaria¹²⁵. La exhumación puede solicitarse para realizar el traslado interno del cadáver, su traslado externo a otro cementerio, o para la cremación.
121. Cuando se solicita la autorización de traslado de un cadáver o de restos humanos fuera del cementerio en que se encuentren depositados (o exhumación para traslado externo), la Seremi de Salud respectiva deberá pronunciarse previamente sobre si se debe o no reemplazar el ataúd. La única excepción a esta autorización es el traslado de cenizas

¹²¹ Artículo 54 del Reglamento General de Cementerios.

¹²² Usualmente la proporción de capacidad de una sepultura implica que donde cabe un cuerpo completo caben dos reducciones.

¹²³ Artículo 56 del Reglamento General de Cementerios.

¹²⁴ Artículo 75 del Reglamento General de Cementerios.

¹²⁵ Artículo 75 del Reglamento General de Cementerios.

de restos humanos, debiendo éstas ser transportadas en cofres o ánforas, debidamente cerrados¹²⁶.

122. En cuanto a la nueva inhumación, esta ocurre cuando un cadáver es exhumado, trasladado internamente dentro del cementerio, y nuevamente inhumado en otra sepultura o en la fosa común.

iii. Regulación de las casas funerarias y velatorios

123. Las funerarias son los “*establecimientos destinados a proveer urnas, ataúdes, ánforas y cofres; y a prestar los servicios necesarios para la sepultación, incineración, transporte y traslado de cadáveres o de restos humanos*”¹²⁷. Estas se encuentran reguladas en el Título VI del Reglamento General de Cementerios.
124. Las funerarias deben cumplir una serie de requisitos en cuanto a su ubicación y funcionamiento, debiendo estas ser autorizadas de manera previa por la Seremi de Salud respectiva¹²⁸. Los establecimientos dedicados a proporcionar dichos servicios deben disponer de una sala exclusivamente destinada a la atención de público, y también de un recinto interior, privado (sin vista a la calle), para la mantención y exhibición de los artículos y elementos muebles de su especialidad, el que podrá estar anexado a un taller de provisión de materiales, también en el interior del recinto¹²⁹. Las funerarias también se encuentran sujetas a la prohibición de exhibir públicamente ataúdes, urnas u otros artículos elementos semejantes¹³⁰.
125. En cuanto a la ubicación de las funerarias, el Reglamento General de Cementerios contempla una prohibición en cuanto a los lugares en donde pueden emplazarse, señalando que no podrán estar ubicadas en la misma cuadra, sea en la misma acera o en la de enfrente, respecto de las puertas de acceso al público, de los establecimientos de atención médica que cuenten con servicios de hospitalización, sean estos públicos o privados. La única excepción a esta norma es respecto de las funerarias ubicadas en los alrededores del Servicio Médico Legal, las que sí pueden emplazarse en dichos lugares¹³¹.
126. En cuanto al funcionamiento de las funerarias, la normativa contempla una prohibición de mantener agentes, representantes, sucursales o agencias en los establecimientos de atención médica que cuenten con servicios de hospitalización o a menor distancia que la indicada respecto de la ubicación de las funerarias¹³².

¹²⁶ Artículo 76 del Reglamento General de Cementerios.

¹²⁷ Artículo 2 letra c) del Reglamento General de Cementerios.

¹²⁸ Artículo 3 del Reglamento General de Cementerios.

¹²⁹ Artículo 65 del Reglamento General de Cementerios.

¹³⁰ Artículo 65 N° 4 del Reglamento General de Cementerios.

¹³¹ Artículo 65 N° 2 del Reglamento General de Cementerios.

¹³² Artículo 65 N° 3 del Reglamento General de Cementerios.

127. En cuanto a los bienes y servicios ofertados por las funerarias, estos se pueden clasificar en primarios y secundarios. Dentro de los primarios se encuentra la urna o ataúd y el traslado del cadáver en la carroza fúnebre. Ambos son obligatorios para realizar los ritos funerarios. Por otra parte, los secundarios son aquellos que no se requieren legalmente para realizar el rito funerario, pero que suelen ser adquiridos como parte del servicio fúnebre, como los arreglos florales, cirios, capillas ardientes, la asistencia legal o en los trámites de inscripción de la defunción, la publicación de avisos de defunción, vehículos de traslado para familiares y conocidos, entre otros, que también son provistos por las funerarias.
128. Las funerarias tienen la obligación de disponer permanentemente de urnas y ataúdes para adultos y párvulos de diferentes calidades y precios¹³³. Sobre la calidad de las urnas y ataúdes destinados al transporte y sepultación de cadáveres o restos humanos, estos deben ser impermeables y permitir ser cerrados herméticamente, de manera que impidan el escape de gases de putrefacción¹³⁴. Si bien el Reglamento General de Cementerios alude a estas características, no existen lineamientos técnicos sobre los materiales permitidos o prohibidos para la confección de urnas.
129. En cuanto a los servicios de traslado, los vehículos mediante los cuales se realice el transporte de cadáveres o restos humanos deben estar especialmente destinados o acondicionados para tales efectos, no podrán ser descubiertos (lo que aplica también para el transporte de elementos para los funerales), y no deben ser estacionados injustificadamente en la vía pública¹³⁵.
130. El Reglamento General de Cementerios también regula de forma escueta los velatorios, que corresponden al *“recinto al que son trasladados, para sus exequias, los restos de personas fallecidas y donde permanecen hasta el momento de su sepultación”*¹³⁶. De manera similar a las funerarias, los velatorios requieren autorización de la Seremi de Salud correspondiente para funcionar, debiendo cumplir una serie de requisitos de seguridad, higiene, aislamiento visual y acústico con el exterior del recinto, así como con los inmuebles vecinos¹³⁷.
131. Los velatorios solo deben estar destinados a sus fines objetivos específicos, excluyéndose actividades como el expendio de comestibles y bebidas de cualquier clase¹³⁸ y tienen la obligación legal de llevar registros para individualizar a las personas

¹³³ Artículo 65 N° 6 del Reglamento General de Cementerios.

¹³⁴ Artículo 51 del Reglamento General de Cementerios y artículo 67 del Reglamento General de Cementerios.

¹³⁵ Artículo 68 del Reglamento General de Cementerios.

¹³⁶ Artículo 2 letra b) del Reglamento General de Cementerios.

¹³⁷ Artículo 62 y 63 del Reglamento General de Cementerios.

¹³⁸ Artículo 63 del Reglamento General de Cementerios.

cuyos restos ingresen al establecimiento, así como las personas que solicitaron los servicios¹³⁹.

132. En cuanto a la ubicación de los velatorios, al igual que las funerarias, estos no podrán estar ubicados en la misma cuadra, sea en la misma acera o en la de enfrente, respecto de las puertas de acceso público a los establecimientos de atención médica que cuenten con servicios de hospitalización¹⁴⁰. Excepcionalmente, los velatorios ubicados en los alrededores del Servicio Médico Legal, en el interior de establecimientos hospitalarios y destinados al culto religioso, y los locales que cumplan solo ocasionalmente esta función no quedarán sujetos a estas exigencias.
133. La regulación de las funerarias y velatorios se refiere principalmente a aspectos de seguridad e higiene, en donde se busca garantizar ciertas condiciones mínimas de operación. La regulación se traduce principalmente en la obligación de obtener autorización de la Seremi de Salud respectiva para operar, cumplir con ciertos requisitos en cuanto a los locales en donde se desarrollan las actividades, y llevar ciertos registros.

iv. Regulación de los cementerios y crematorios

134. Los cementerios y crematorios corresponden a el “*establecimiento destinado a la inhumación o la incineración de cadáveres o restos humanos y a la conservación de cenizas provenientes de incineraciones*”¹⁴¹. Los cementerios y crematorios requieren autorización de la Seremi de Salud respectiva para su instalación y funcionamiento¹⁴².
135. Cada cementerio o crematorio independiente debe contar con un director o administrador que es responsable ante la autoridad sanitaria¹⁴³, así como contar con un reglamento interno que detalla las obligaciones de los funcionarios que trabajan al interior del cementerio y/o crematorio¹⁴⁴, además de los aranceles de los bienes y servicios ofertados¹⁴⁵.
136. Los cementerios deben realizar una serie de servicios de manera obligatoria, siendo estos: las sepultaciones, los traslados internos, las exhumaciones y los depósitos de cadáveres en tránsito¹⁴⁶.
137. Por otra parte, existen ciertos servicios opcionales que pueden prestar los cementerios, por ejemplo, los traslados externos, reducciones, así como disponer de capillas o velatorios para realizar ritos funerarios. Los cementerios también pueden realizar

¹³⁹ Artículo 64 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁴⁰ Artículo 63 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁴¹ Artículo 2 letra a) del Reglamento General de Cementerios.

¹⁴² Artículo 3 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁴³ Artículo 14 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁴⁴ Artículo 14 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁴⁵ Artículo 14 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁴⁶ Artículo 27 del Reglamento General de Cementerios.

incineraciones (en caso de contar con un cinerario), así como disponer de columbarios y cinerarios comunes para las cenizas¹⁴⁷.

138. Algunos de los servicios mencionados solo pueden ser realizados por los funcionarios de los cementerios, como la inhumación, exhumación, traslado interno, reducción e incineración de cadáveres y restos humanos¹⁴⁸. Las funerarias pueden realizar reemplazos o cambios de urnas o ataúdes, reducciones, exhumaciones o traslados de cadáveres solo previa autorización del Seremi de Salud¹⁴⁹.
139. Para realizar la incineración y/o sepultación se debe contar con la licencia o pase del Oficial del Servicio de Registro Civil e Identificación de la circunscripción en que haya ocurrido el fallecimiento¹⁵⁰.
140. La autorización para la instalación o funcionamiento de un cementerio o de un crematorio debe ser solicitada a la Seremi de Salud correspondiente, además de cumplir con normativa adicional aplicable a la construcción en general¹⁵¹. Para instalar un crematorio o cementerio es necesario obtener al menos tres distintos tipos de autorizaciones: (i) la aprobación e instalación y de funcionamiento del Seremi de Salud respectivo; (ii) aprobación tras someterse al sistema de evaluación de impacto ambiental (SEIA) en caso de que el proyecto requiera del ingreso obligatorio; y, (iii) la aprobación ante la Dirección de Obras Municipales (“DOM”) respectiva.
141. Una vez aprobados los cementerios y/o crematorios, y durante su funcionamiento, estos deben respetar tanto el Reglamento General de Cementerios como sus reglamentos internos.

a. Regulación de los crematorios

142. Los crematorios se encuentran regulados en el Título VII del Reglamento General de Cementerios. Los crematorios pueden constituirse dentro de un cementerio o de manera autónoma.
143. Para solicitar la autorización de instalación y funcionamiento de un crematorio es necesario presentar una serie de antecedentes a la Seremi de Salud correspondiente, consistente en: (i) planos y demás especificaciones técnicas aprobados previamente por la Dirección de Obras Municipales de la respectiva comuna, que indiquen, además, que cuenta con estacionamiento de vehículos; (ii) emplazamiento en un terreno no inferior a diez mil metros cuadrados (10.000 m²) o que la altura mínima de la chimenea por donde salen los gases residuales de la cremación no sea inferior a 30 metros; (iii) el edificio debe tener una sala de incineración en donde habrá, por lo menos, dos hornos

¹⁴⁷ Artículo 27 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁴⁸ Artículo 53 inc. 2 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁴⁹ Artículo 66 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁵⁰ Artículo 50 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁵¹ Artículo 4 del Reglamento General de Cementerios.

de sistema adecuado, a juicio de la autoridad sanitaria correspondiente; (iv) la disposición de cámara frigorífica con capacidad mínima para seis cadáveres; y, (v) la existencia de una oficina de atención a público y de una sala de estar; servicios higiénicos separados para hombres y mujeres, de acuerdo con la capacidad de público que atienda¹⁵².

144. Conforme al Reglamento General de Cementerios, todo horno crematorio deberá contar con el personal idóneo necesario para su funcionamiento¹⁵³. A su vez, los cementerios que cuenten con hornos crematorios, así como los crematorios independientes, deben contar con nichos para columbarios y cinerarios, para el depósito de cenizas¹⁵⁴.
145. Una vez en funcionamiento, los crematorios tienen una obligación de llevar un registro con la siguiente información¹⁵⁵: (i) nombre, edad, sexo, estado civil, nacionalidad, fecha y causa de la muerte de la persona cuyos restos se incineren; (ii) identificación de los deudos o de las personas que solicitaron la incineración; (iii) último domicilio en Chile de la persona cuyos restos se incineran; (iv) archivos con los documentos que identifiquen los restos de la persona incinerada, que deberán incluir sus huellas dactilares; (v) constancia de si la incineración se llevó a efecto por voluntad del extinto o de los parientes u otras personas; (vi) libro en que se consignará el acta de la incineración, la cual llevará, por lo menos, la firma de uno de los deudos del incinerado o de terceros que la solicitaron y de la autoridad del cementerio; y, (vii) en caso de que el ataúd sea reutilizado, el destino de este, previa autorización de la autoridad sanitaria correspondiente y de los familiares del occiso¹⁵⁶.
146. Los crematorios solo pueden incinerar un cadáver con la autorización previa de la Seremi de Salud respectiva. Esta autorización se otorga cuando se cumplen dos requisitos: (i) que se haya dado cumplimiento a los requisitos exigidos para la sepultación de un cadáver; (ii) que exista petición escrita de la incineración del cadáver, contemplando un orden de prelación respecto de la voluntad en tal sentido, dando preeminencia a la manifestación de voluntad del difunto, para luego privilegiar la voluntad del cónyuge y los parientes en orden de proximidad¹⁵⁷, contemplando los casos en que la persona fallecida no tiene parientes o cuando los restos no han sido reclamados por familiares dentro de los plazos establecidos¹⁵⁸. Si la persona falleció a causa de un accidente o por causas que permitan suponer la existencia de un crimen o

¹⁵² Artículo 69 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁵³ Artículo 71 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁵⁴ Artículo 72 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁵⁵ Artículo 69 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁵⁶ Artículo 70 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁵⁷ Artículo 73 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁵⁸ Artículo 73 y 74 del Reglamento General de Cementerios.

simple delito, la autoridad sanitaria no podrá expedir la autorización para realizar la cremación si no es con una autorización judicial correspondiente¹⁵⁹.

b. Regulación de los cementerios

147. Los cementerios se encuentran regulados en el Título II del Reglamento General de Cementerios. Los cementerios se clasifican entre los generales o públicos, que son propiedad de las municipalidades; y los particulares, que corresponden a los de cultos religiosos determinados, como los católicos y otros, los de colonias extranjeras, los de comunidades religiosas, los indígenas, los de corporaciones o fundaciones de beneficencia, entre otros¹⁶⁰. Si bien la normativa no menciona expresamente a los cementerios parque, estos se encuentran dentro de la categoría de cementerios particulares.
148. Sobre los terrenos en los cuales se emplazan los cementerios, es importante destacar que los terrenos dedicados a cementerios deberán ser única, exclusiva e irrevocablemente destinados a ese objeto. El suelo debe ser permeable, parejo y su pendiente no menor a 20%¹⁶¹, sin perjuicio de que dichas exigencias puedan ser modificadas por la Seremi de Salud respectiva.
149. La construcción de mausoleos, capillas mortuorias, nichos y otras construcciones funerarias dentro del cementerio también quedan sometidas a la autorización previa de la Seremi de Salud respectiva¹⁶². Los cementerios deben contar con espacio suficiente para calles que faciliten el tránsito de personas y acceso a mausoleos, sin que las sepulturas estén a más de 100 metros de una calle o pasaje¹⁶³. Los planos y especificaciones de las construcciones destinadas a las oficinas administrativas quedan sometidas a las normas generales¹⁶⁴.
150. Los cementerios tienen la obligación de destinar al menos un 20% de la superficie de su terreno a patio común, destinándose 50% para sepultaciones gratuitas y el restante 50% a fosa común¹⁶⁵. Los cementerios que cuenten con un crematorio se encuentran obligados a la incineración de cadáveres destinados a la fosa común¹⁶⁶.

¹⁵⁹ Artículo 73 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁶⁰ Artículo 15 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁶¹ Artículo 16 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁶² Artículo 13 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁶³ Artículo 25 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁶⁴ Artículo 12 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁶⁵ Artículo 26 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁶⁶ Artículo 26 del Reglamento General de Cementerios.

151. En cuanto a la ubicación de los cementerios, estos no podrán estar ubicado a menos de 25 metros de una morada o vivienda¹⁶⁷. Por otra parte, el área de sepultación no podrá estar ubicada a menos de 30 metros de la ribera de un río, manantial, acequia, pozo u otra fuente de agua, excepcionalmente puede ser hasta 10 metros de distancia, autorizados por la Seremi de Salud¹⁶⁸.
152. La Seremi de Salud puede ordenar la ejecución de trabajos y obras necesarios, además de disponer la clausura temporal o definitiva de un cementerio, con 6 meses de aviso previo¹⁶⁹.
153. Para solicitar la autorización de instalación y funcionamiento de un cementerio es necesario presentar una serie de antecedentes a la Seremi de Salud correspondiente, consistente en: (i) títulos de 10 años de la propiedad destinada a cementerio; (ii) la identificación de la ubicación del terreno en el cual se emplazará el cementerio; (iii) un plano del terreno, que debe comprender un área de 50 metros más allá de cada uno de sus deslindes; (iv) un plano general del cementerio y la ubicación de sus construcciones; (v) un plano de las construcciones y sus especificaciones técnicas; (vi) el Reglamento Interno y arancel del cementerio; (vii) la población de la localización, región, comunidad o colectividad a que servirá el establecimiento; y, (viii) la aprobación de la respectiva municipalidad, en cuanto a la ubicación del cementerio, en los casos de las comunas que carezcan de planos reguladores o cuando los planos de esas comunas no señalen emplazamiento para cementerios¹⁷⁰.
154. Una vez en funcionamiento, los cementerios están obligados a llevar distintos libros y archivos de registros, incluyendo el de recepción de cadáveres, de reducciones, y el de propiedad de las sepulturas, entre otros¹⁷¹.

1. Cementerios generales o públicos

¹⁶⁷ Artículo 18 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁶⁸ Artículo 20 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁶⁹ Artículo 21 y 24 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁷⁰ Artículo 4 y 9 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁷¹ El artículo 46 de Reglamento General de Cementerios señala que los cementerios deben contar con los siguientes registros: (i) registro de recepción de cadáveres; (ii) registro de sepultaciones, en el cual deberá indicarse el sitio de inhumación de cada cadáver; (iii) registro de estadística, en el que deberá indicarse la fecha del fallecimiento y de la sepultación; el sexo, la edad, y la causa de la muerte o su diagnóstico, si constare en el certificado de defunción respectivo; (iv) registro de fallecidos a causa de enfermedades de declaración obligatoria; (v) registro de exhumaciones y traslados, internos y a otros cementerios, con indicación precisa del sitio o del lugar al cual se traslada el cadáver; (vi) registro de incineraciones, en los establecimientos que cuenten con este Servicio; (vii) registro de reducciones; (viii) registro de manifestaciones de última voluntad; (ix) registro de propiedad de mausoleos, nichos y sepulturas en tierra, perpetuos; (x) archivo de títulos de dominio de sepulturas de familia; (xi) archivo de escrituras públicas de transferencia de sepulturas de familia; (xii) archivo de documentos otorgados ante notario sobre manifestaciones, de última voluntad, acerca de disposición de cadáveres y restos humanos; (xiii) archivo de planos de construcciones ejecutadas por particulares, y; (xiv) archivo de planos de construcciones ejecutadas por el establecimiento.

155. Los cementerios generales o públicos son aquellos que pertenecen a alguna institución del Estado, por regla general, a las municipalidades. Conforme al artículo 10 del Reglamento General de Cementerios, en las localidades en que no hubiere cementerio o en que los que existieren fueren insuficientes, corresponderá a las municipalidades respectivas fundar estos establecimientos, previa autorización de la Seremi de Salud¹⁷². La Seremi de Salud también puede pedir la ampliación de los cementerios municipales ya existentes¹⁷³.
156. En cuanto a su regulación interna, los cementerios generales se rigen por la normativa municipal. En cuanto a los precios cobrados por los bienes y servicios prestados por los cementerios municipales, sus aranceles se regulan de acuerdo con lo dispuesto en la ley de rentas municipales¹⁷⁴, por lo que los aranceles de los cementerios generales o públicos corresponden a derechos municipales por permisos, concesiones y servicios municipales. En la práctica, las tasas de los cementerios generales son fijadas mediante ordenanzas locales.

2. Cementerios particulares

157. Los cementerios particulares corresponden a *“los de cultos religiosos determinados, como los católicos y otros, los de colonias extranjeras, los de comunidades religiosas, los indígenas, los de corporaciones o fundaciones de beneficencia, etc.”*¹⁷⁵. Si bien no se incluye de manera expresa a los cementerios con fines de lucro como lo son los cementerios tipo parque, este tipo de cementerio pertenecería reglamentariamente en esta categoría.
158. La diferencia fundamental con los cementerios municipales se encuentra en su administración, rigiéndose para todos los efectos por la normativa aplicable a las entidades privadas. Por otra parte, en relación con la fijación de aranceles, estos deberán fijarse en su reglamento interno¹⁷⁶.
159. A pesar de la diferencia que realiza el Reglamento General de Cementerios entre cementerios generales (o municipales) y cementerios particulares, se puede diferenciar a los cementerios en otra categoría, siendo esta de “cementerios tradicionales” y “cementerios parque”. Los cementerios tradicionales incluirían tanto los cementerios municipales, parroquiales y privados (ej. Cementerio Metropolitano) cuyo diseño clásico se centra en las sepulturas, usualmente incluyendo nichos o mausoleos, y en donde el

¹⁷² Artículo 10 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁷³ Artículo 11 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁷⁴ Artículo 23 de la Ley N° 11.704 y el artículo 82 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁷⁵ Artículo 15 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁷⁶ Artículo 82 del Reglamento General de Cementerios.

paisajismo y áreas verdes no son primordiales¹⁷⁷. Por otra parte, existirían los cementerios parque, que corresponden a entidades con fines de lucro y centradas en el paisajismo del cementerio, los que se caracterizan por tener extensas áreas verdes, árboles y otros elementos que los hacen asemejarse a parques recreativos.

c. Regulación de las sepulturas

160. Las sepulturas tanto de los cementerios generales como particulares tienen la misma regulación. En cuanto a sus requisitos, el artículo 45 del Reglamento General de Cementerios señala que las sepulturas no pueden tener una altura superior a los 3,5 metros, sin perjuicio de que en la práctica existan cementerios municipales con capillas o mausoleos más altos que ese límite¹⁷⁸.
161. El artículo 29 a 47 del Reglamento General de Cementerios clasifica las sepulturas en distintos tipos, contemplando una definición y señalando la duración de los derechos que tienen las personas sobre las mismas.
162. En general, las sepulturas se pueden clasificar en alguna de las siguientes seis categorías: (i) sepulturas de familia; (ii) sepulturas de sociedades, comunidades o congregaciones; (iii) nichos (temporales o perpetuos); (iv) sepulturas en tierra; (v) fosa común; y (vi) columbarios y cinerarios¹⁷⁹.
163. *Sepulturas de familia*. Son aquellas que dan derecho a la sepultación de el o los propietarios fundadores y de sus cónyuges, y de sus ascendientes y descendientes legítimos y sus cónyuges hasta la tercera generación¹⁸⁰. Dentro de esta clasificación se encuentran: (i) los nichos-bóveda; (ii) las bóvedas; (iii) las capillas; y, (iv) los mausoleos.
164. *Sepulturas de sociedades, comunidades o congregaciones*. Estos “son aquellos que dan derecho a la sepultación de los restos mortales de los miembros de sociedades, corporaciones, congregaciones, instituciones de derecho público o privado, mutualidades o de cualquiera otra institución con personalidad jurídica y cuyos nombres, cuando proceda, se encuentren inscritos en las listas que dichas sociedades o corporaciones deberán enviar anualmente a la Dirección o administración del cementerio respectivo.”¹⁸¹ Los derechos que existen respecto de estas sepulturas son de duración indefinida si la persona jurídica titular de dichos derechos es, igualmente, de duración indefinida.

¹⁷⁷ Para una mejor explicación sobre esta distinción, véase: FNE. «Informe de archivo de la operación de concentración entre Promotora Camino a Canaán S.A. y Nuestros Parques. Rol F36-2014.», 18 de diciembre de 2014. https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2014/12/inpu_F36_2014.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022): 6.

¹⁷⁸ A modo de ejemplo, el Mausoleo Italiano ubicado dentro del Cementerio General de Recoleta mide aproximadamente 30 metros de altura.

¹⁷⁹ Artículo 29 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁸⁰ Lo anterior es sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 55 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁸¹ Artículo 31 del Reglamento General de Cementerios.

165. *Nichos.* Conforme a los artículos 32 a 34 del Reglamento General de Cementerios estos pueden dividirse en nichos para cadáveres adultos¹⁸² y nichos para párvulos y cadáveres reducidos¹⁸³. Los primeros “*dan derecho a la sepultación de un solo cadáver*” y generalmente son de carácter temporal. Los segundos pueden ser de corto plazo o perpetuos.
166. *Sepulturas en tierra.* Estas son “*(...) las que permiten la inhumación de uno o más cadáveres en terrenos especialmente destinados a este objeto, dentro de un cementerio*”¹⁸⁴. En cuanto a las dimensiones de estas, estas deben tener 2 metros 20 centímetros de largo por 90 centímetros de ancho, si son destinados a adultos; y, 1 metro 43 centímetros por 70 centímetros cuando son destinados a niños menores de 10 años. En cuanto a la profundidad de la fosa, esta debe ser de 1 metro 30 centímetros. En cuanto a su duración, pueden ser temporales de corto plazo o perpetuas y estarán sometidas en todo al régimen de sepulturas-nichos.
167. *Fosa común.* Corresponde a “*un depósito destinado a la inhumación de cadáveres de indigentes, de restos humanos no reclamados.*”¹⁸⁵ Por otra parte, una vez vencido el plazo de ocupación de una sepultura, y si nadie reclama los restos existentes en ella, el Reglamento General de Cementerios faculta a los cementerios para retirarlos y trasladarlos a la fosa común o proceder a su incineración¹⁸⁶.
168. *Cinerarios y columbarios.* Estos son los lugares donde se depositan las cenizas de cadáveres incinerados en un horno crematorio. Los columbarios suelen ser cavidades en las paredes en donde se colocan las ánforas, similares a un nicho, pero de menor tamaño. Por otra parte, los cinerarios pueden corresponder a espacios en tierra o memoriales.
169. En cuanto a los derechos que tienen los propietarios fundadores, así como sus causahabientes respecto de la sepultura, existe una discusión doctrinaria en relación con si este es un derecho real, es decir, un derecho que se tiene respecto de la sepultura, o un derecho personal, que se puede exigir al cementerio. La discusión sobre este punto se resume en el trabajo académico del profesor Ariel Mihovilovic¹⁸⁷. Más allá de la naturaleza jurídica que revistan tales derechos, las sepulturas se inscriben en un registro de propiedad que debe llevar el cementerio¹⁸⁸, y respecto de sus adquirentes existe una obligación de mantenerlas en buen estado¹⁸⁹.

¹⁸² Artículo 32 y 33 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁸³ Artículo 34 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁸⁴ Artículo 35 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁸⁵ Artículo 37 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁸⁶ Artículo 38 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁸⁷ Mihovilovic, Ariel. «Naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de una sepultura.» *Actualidad Jurídica (Universidad del Desarrollo)*, nº 19 (2009): 535-577.

¹⁸⁸ Artículo 46 N° 9 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁸⁹ Artículo 40 del Reglamento General de Cementerios.

170. Las sepulturas pueden transferirse por el propietario fundador o sus causahabientes a terceros bajo determinadas condiciones, que corresponde a que: (i) la sepultura se encuentre desocupada; (ii) la transferencia o enajenación la realice los propietarios, o falta de estos, los causahabientes que tengan derecho a ser inhumados ahí; (iii) que la transferencia se efectúe por escritura pública y que sea inscrita en el registro de propiedad y en el de transferencia que debe llevar cada cementerio; (iv) que la transferencia sea autorizada por el director del cementerio; y, (v) que se pague el derecho de enajenación que se establezca en el reglamento interno del cementerio, el que en ningún caso podrá ser superior al 10% de la tasación de la sepultura¹⁹⁰. El Reglamento también contempla el caso de que se haga un traspaso de la sepultura entre parientes, sin requerir que se encuentren desocupadas, pero obligando a que se mantengan los cadáveres y restos¹⁹¹.
171. El Reglamento General de Cementerios se refiere en el artículo 39 del caso desocupe u nicho perpetuo o temporal de largo plazo, por haber sido trasladados los restos. En este caso, el Reglamento señala que el dominio volverá al cementerio, pero el propietario tendrá derecho a que el establecimiento le reembolse una parte proporcional de su valor actualizado al momento de su desocupación, equivalente a un 40%, si la desocupación se produce antes del término de los primeros 5 años de la compra de la sepultura y un 20% si la desocupación se efectúa antes de los 10 años. Después de 10 años de ocupación de una sepultura perpetua o temporal de largo plazo, el Reglamento señala que no habrá devolución alguna.
172. Sobre la adquisición de sepulturas, es importante notar que la Ley N° 19.496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, señala que quedan sujetas a las disposiciones de esa ley “[l]os actos de comercialización de sepulcros o sepulturas”¹⁹², por lo que la venta de sepulturas por parte de los cementerios queda expresamente sujeto a la normativa de protección del consumidor. Esto implica que los cementerios deben cumplir con todas las disposiciones de dicha normativa.

B. Competencia

173. En lo que sigue nos avocamos a diagnosticar el nivel de competencia en la industria. Comenzamos caracterizando tanto los mercados de funerarias como los de cementerios y crematorios, para continuar con una descripción de los niveles de concentración. Si bien la medición del grado de concentración puede resultar informativa en algunos sectores, en mercados de productos diferenciados—como es el caso de los de funerarias, cementerios y crematorios—no es tan útil. Esto pues la teoría económica permite conectar el poder mercado que ejercen los proveedores con el nivel de

¹⁹⁰ Artículo 42 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁹¹ Artículo 42 del Reglamento General de Cementerios.

¹⁹² Artículo 2 letra b) del Decreto con Fuerza de Ley N° 3 que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores.

concentración sólo cuándo los productos o servicios ofertados son homogéneos¹⁹³. Por esto, ofrecemos una métrica alternativa, que puede ser utilizada en el caso de bienes o servicios diferenciados: en la segunda sección de este apartado describimos los resultados de nuestras mediciones de dispersión de precios para cada uno de los sectores objeto del presente Estudio. Adicionalmente, en el caso de las funerarias, dado que en algunos mercados contamos con todos los sustitutos probables, podemos ir un paso más lejos y medir directamente el poder de mercado que éstas ejercen, lo que presentamos en la tercera sección.

174. Lo que ocurre en el sector de las funerarias es uno de los hallazgos más llamativos del análisis que presentamos en este apartado. Como veremos, a pesar de ser mercados atomizados, con grados de concentración relativamente moderados, los niveles de competencia que observamos son más bien bajos. En los mercados que estudiamos, el poder de mercado que enfrentan las personas —medido a través del sobreprecio: cociente entre el precio de un servicio funerario y su costo marginal— se encuentra bastante por sobre estimaciones que documenta la literatura económica. En un estudio que midió el poder mercado en un universo de 70.000 empresas operando en 134 países, los investigadores detectaron que el sobreprecio del percentil 75 era igual a 1,6. Dicho de otra forma, detectaron que un 75% de las organizaciones en su muestra cobraron un precio inferior o igual a 1,6 veces el costo de proveer su producto o servicio.
175. Por otra parte, nuestro análisis indicó que, salvo por el segmento institucional ubicado en uno de los mercados de nuestra muestra, las personas en promedio pagaron más de 1,77 veces el costo marginal; en la mayoría de los mercados pagaron 2 o más veces, y en uno, en promedio, 3 veces. Si las funerarias que estudiamos hubiesen sido incluidas dentro de las 70.000 que analizó el estudio mencionado, éstas hubiesen estado dentro del 25% de empresas que ejerce mayor poder de mercado.
176. Con respecto al mercado de las sepulturas, destacamos que no hay un nivel de concentración importante en la Región Metropolitana. Hay relevantes diferencias de precio dependiendo de si la tumba se compra por necesidad inmediata o futura. Esto muestra que hay potenciales ganancias en eficiencia en caso de prosperar esta modalidad.
177. Por otro lado, vemos que en el mercado de las sepulturas vendidas a crédito hay una fracción importante de clientes que están pagando tasas cercanas a las de un crédito de consumo. De hecho, la tasa cobrada en promedio casi dobla la tasa de interés promedio de un crédito hipotecario. Vale destacar que hay una importante dispersión, habiendo cementerios que cobran una tasa cercana a la mínima, mientras que otros cementerios tienden a cobrar tasas altas.
178. En cuanto al mercado de las cremaciones, podemos señalar que es un mercado con muy pocos oferentes. En la mayoría de las regiones hay un solo crematorio, mientras

¹⁹³ Motta, M. *Competition Policy: Theory and Practice*. Cambridge University Press, 2009.

que en las regiones de Aysén y Ñuble no existen proveedores de este servicio. Por otro lado, en los lugares en que hay más de uno, el número de oferentes sigue siendo bajo.

i. Caracterización de los mercados

a. Funerarias

179. Como adelantamos en la sección II.A.iii, en el caso de las funerarias, los mercados geográficos que consideramos corresponden a las comunas de Iquique, Vicuña, Las Condes, Independencia-Recoleta y Villarrica. También mostramos estadísticas para Maipú y Puente Alto, aunque el lector debe tener presente que en estos casos sólo damos cuenta de una fracción de las funerarias que operan en estas comunas.

1. Actividad y niveles de concentración

180. La Tabla 3 muestra el número de servicios por mercado, el ingreso generado por las funerarias operando en cada una de ellas, así como estadísticas descriptivas de los precios cobrados. Notamos que los mercados en nuestra muestra son diversos. Por un lado, existen mercados muy activos como es el caso del ubicado en Independencia y Recoleta, donde, en promedio en 2021, se realizaron más de 203 funerales por semana. Existen, a su vez, mercados de tamaño medio, como los ubicados en Iquique o Las Condes, donde se realizaron 26 y 23 funerales semanales, en promedio, respectivamente. Por último, existe mercados pequeños, como es el caso de Villarrica y Vicuña, donde el número de servicios funerarios prestados por semana no superó la decena.

181. La variación en términos de los ingresos también es considerable, siendo el mercado más grande casi dos órdenes de magnitud superior al más pequeño. Los precios, por otro lado, difieren de manera más suave entre mercados, existiendo una desviación estándar de \$190 mil entre las medias y de \$122 mil entre las medianas. Por último, observamos que la variación de precios intra-mercados es mucho más significativa, las desviaciones estándar fluctúan entre \$1,02 millones, en el caso de Las Condes, y \$368 mil, en el caso de Vicuña.

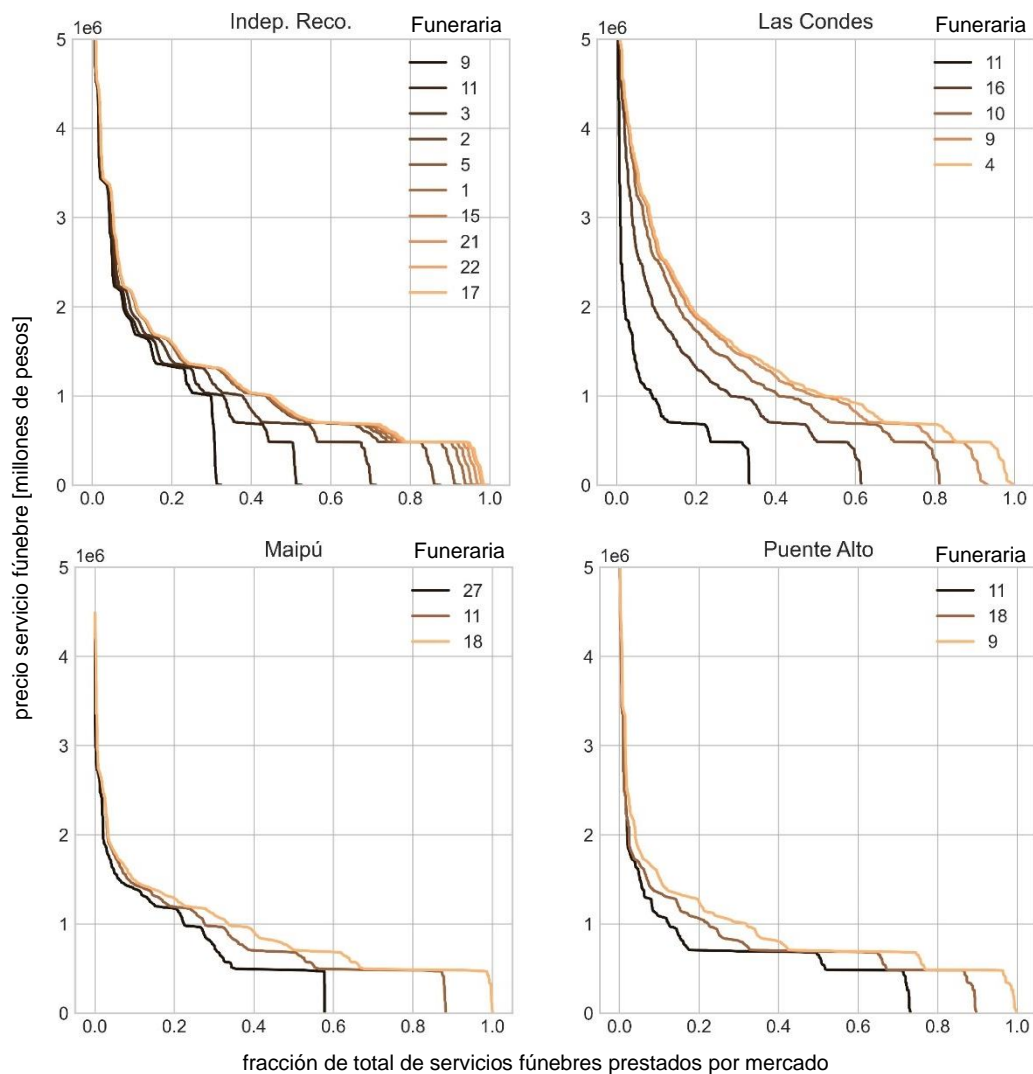
Tabla 3: Estadísticas descriptivas anuales de muestra de mercados de servicios funerarios.

Mercado	Nº Serv.	Ingreso [millones]	Precio [miles]						
			media	d. est.	min.	25%	50%	75%	máx.
Indep. Reco.	10576	12199	1153	956	0	602	831	1356	21473
Maipú	2051	1868	911	517	0	489	708	1185	4488
Puente Alto	1855	1693	913	596	0	650	699	1082	8977
Iquique	1359	1377	1014	579	0	686	811	1302	4968
Las Condes	1192	1632	1369	1020	0	689	1051	1725	8455
Villarrica	431	337	782	401	158	483	689	742	2734
Vicuña	191	157	823	368	477	483	692	1217	2621
Total	17655	19263	1091	858	0	596	782	1339	21473

Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por las empresas funerarias.

182. La Figura 2 y la Figura 3 contrastan la cantidad de servicios funerarios vendidos con los precios cobrados. Más específicamente, cada punto sobre alguna de las curvas indica, en el eje de las abscisas (o eje x), la cantidad de servicios que fueron prestados por la funeraria correspondiente, más los prestados por las funerarias cuyas curvas se encuentran a la izquierda. El mismo punto nos indica que la cantidad corresponde a los servicios prestados para un precio mayor o igual al de la coordenada en el eje y. Así, la curva de más a la derecha corresponde al total vendido a nivel de mercado para aquellos consumidores que pagaron un precio mayor o igual al del punto (sobre la curva) que se esté observando.

Figura 2: Precio versus fracción de servicios prestados por mercado – Región Metropolitana

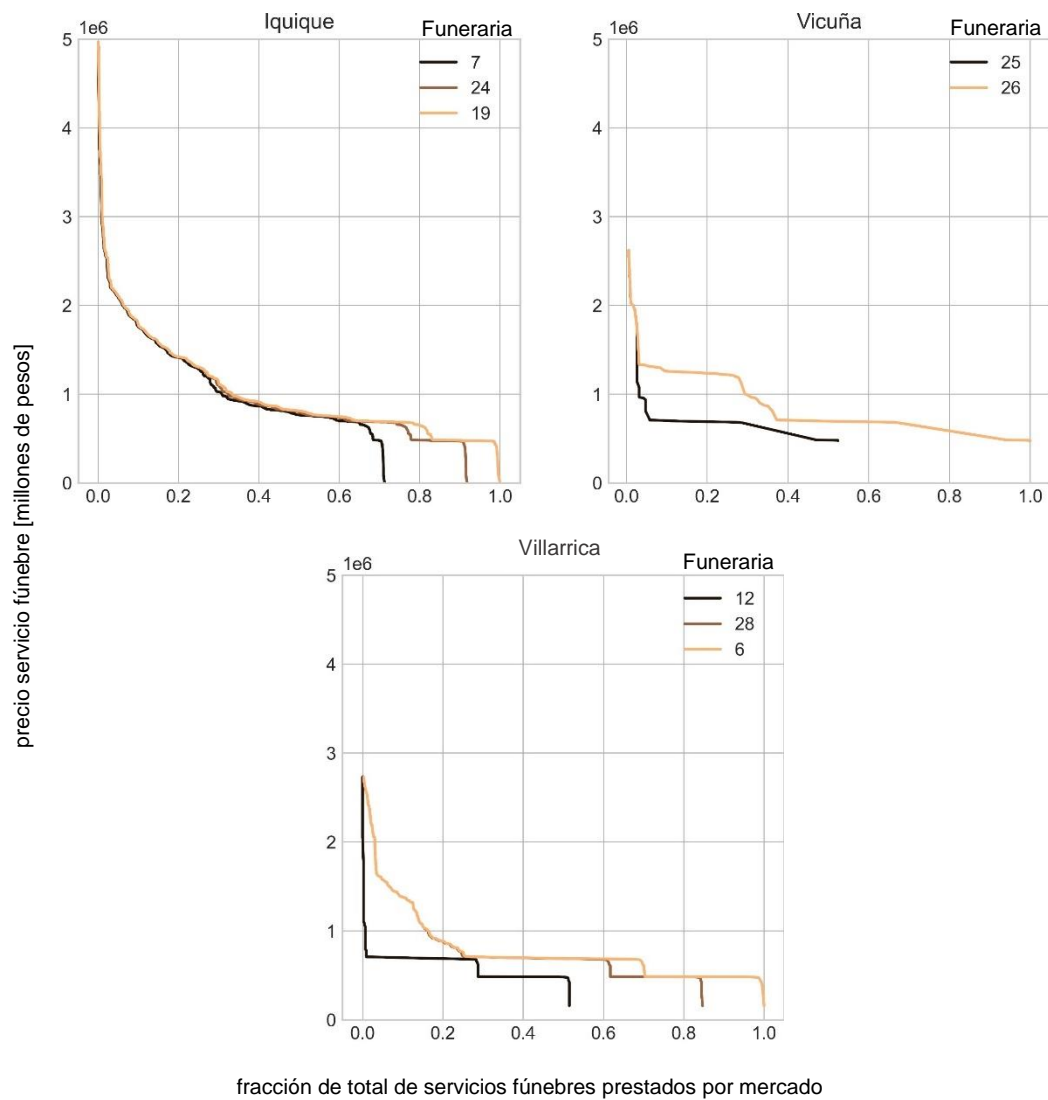


Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por las empresas funerarias.

183. Las figuras nos permiten apreciar, primero, que en los mercados donde los ingresos son más elevados existen un mayor número de funerarias operando. Esto es esperable dado que, en este segmento del mercado fúnebre no existen grandes economías de escala. Segundo, vemos que las curvas presentan escalones, los que se vuelven más

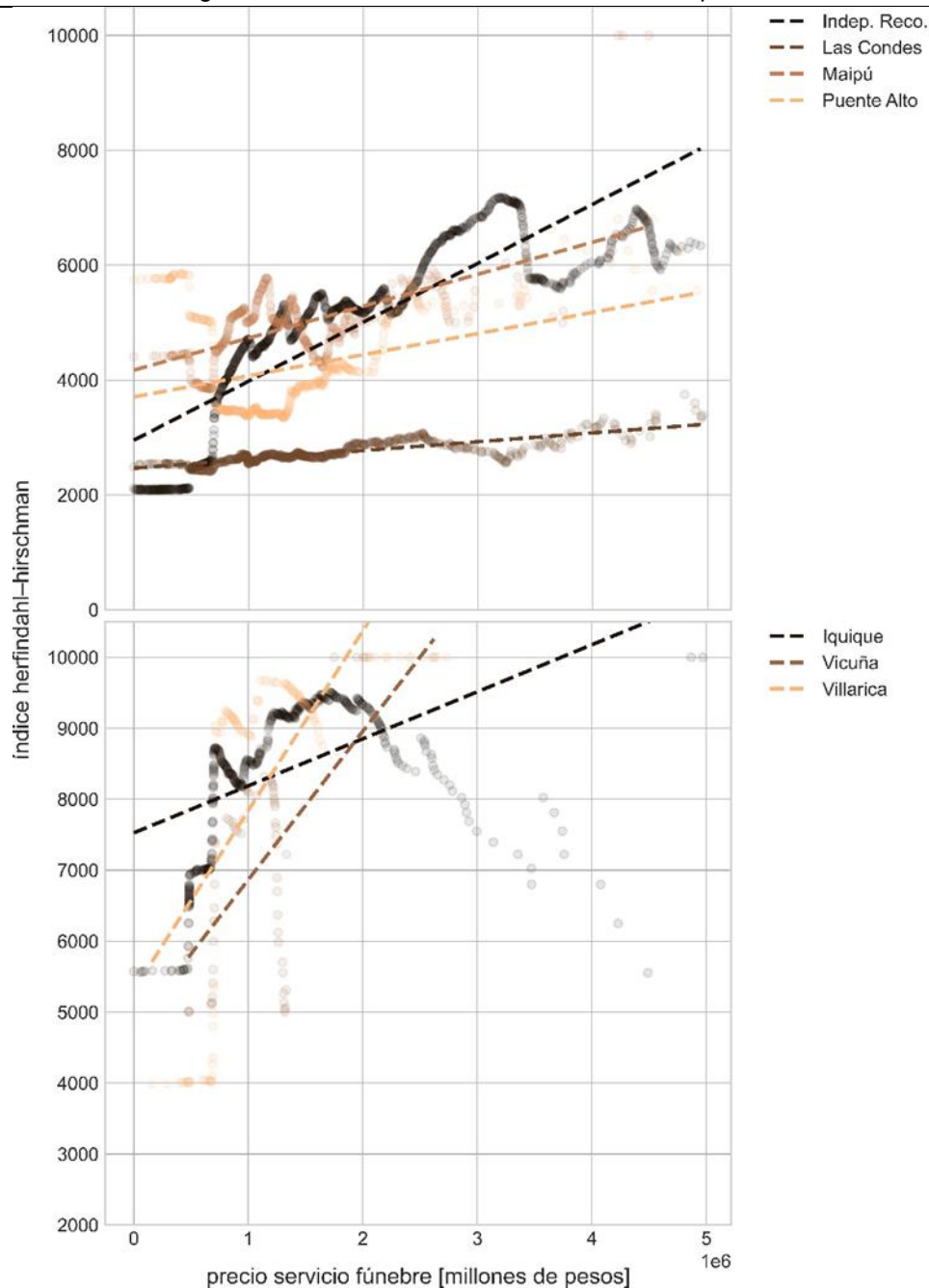
pronunciados en la medida que el precio disminuye. La existencia de éstos es simplemente un reflejo de la existencia de planes y que las funerarias que tienen un mayor número de ventas tiendan a vender planes predefinidos, cobrando los precios de lista. Sin embargo, el hecho de que la curva no sea perfectamente escalonada da cuenta de que, en este segmento del mercado fúnebre, en general, o bien no se cobran los precios de lista o bien se venden planes que son personalizados.

Figura 3: Precio versus fracción de servicios prestados por mercado – Otras regiones



Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por las empresas funerarias.

Figura 4: Índice Herfindahl-Hirschman versus precio



Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por las empresas funerarias.

184. Sin perjuicio de lo anterior, los escalones se vuelven más pronunciados bajo el millón de pesos, existiendo dos niveles que aparecen en la mayoría de los gráficos. Estos corresponden a planes cuyos precios son iguales o levemente superiores a la asignación por muerte o a la cuota mortuoria. El hecho que la curva de más a la derecha tenga una discontinuidad tan pronunciada es consistente con que, en la mayor parte de los casos, el beneficio mortuorio es gastado completamente en servicios funerarios. Esto ocurre a pesar de que, en principio, las personas podrían destinarlo a pagar el costo de la sepultura o una cremación, además del correspondiente al servicio funerario. Si las personas distribuyesen su beneficio entre los distintos gastos mortuorios posibles, es

esperable que la curva descendiese con un mayor grado de continuidad. Esto puede deducirse en base al patrón que se observa en los tramos de precios superiores al correspondiente a la asignación por muerte, donde las curvas son relativamente suaves.

185. Por último, como tercera observación, notamos que los niveles de concentración tienden a acentuarse en la medida que los precios aumentan. Esto lo podemos ver de manera más nítida en la Figura 4, que grafica el Índice Herfindahl–Hirschman (IHH) para las personas que compraron un servicio funerario cuyo precio fue mayor o igual al correspondiente al punto que se estudia. En la medida que los planes fúnebres con precios similares fuesen parecidos, esta observación implicaría que un mayor poder de mercado puede ser ejercido en rangos de precios mayores.
186. Notamos que la Figura 4 da cuenta de los niveles de concentración a nivel de mercado. Estos corresponden los puntos donde las curvas de dispersión cortan los ejes de las ordenadas. En el caso de los mercados ubicados en la Región Metropolitana, los niveles de concentración —medidos con el IHH— corresponden, exactamente, a 2100 en el caso de Independencia-Recoleta, 2350 en Las Condes, en Maipú a 4300 y a 5850 en el caso de Puente Alto. Fuera de la Región Metropolitana, la métrica es igual a 5600 en Iquique, en Vicuña igual a 5000 e igual a 4000 en Villarrica.
187. Salvo por los mercados en Independencia-Recoleta y en Las Condes, concluimos que los mercados en nuestra muestra son altamente concentrados —de acuerdo con los umbrales que establece la Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración de la FNE¹⁹⁴. Sin embargo, es necesario tener presente que, en el caso de Maipú y Puente Alto, no contamos con los datos de todas las funerarias que operan en tales comunas. Por otro lado, en el caso de Vicuña y Villarrica, estos mercados tienen tan poca actividad, por lo que la concentración posiblemente emerge debido a que no hay espacio para varios competidores. Sin perjuicio de lo observado, notamos que, dado que este es un mercado de productos diferenciados, los niveles de concentración que reportamos no permiten concluir respecto de la intensidad de competitiva. Podría ser perfectamente el caso que en el mercado más desconcentrado exista una menor intensidad competitiva que aquel con un mayor nivel de concentración.

2. Caracterización de los servicios fúnebres

188. Como adelantamos en la sección II.A.iii por razones metodológicas que discutimos ahí, las características de los servicios fúnebres las sintetizamos en tres: el número de atributos del funeral, su tamaño y un índice que mide la calidad del ataúd. Antes de caracterizar los servicios provistos en los distintos mercados, por medio del estudio de tales características, brevemente indicamos qué es lo que éstas buscan reflejar y cómo las construimos.
189. La primera da cuenta de la variedad de elementos que tiene un funeral. Este puede contemplar un total de 14, incluyendo el uso de una sala velatoria, vehículos (además

¹⁹⁴ FNE. «Guía para el análisis de Operaciones de Concentración Horizontales.» mayo de 2021. <https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2021/05/Guia-para-el-Analisis-de-Operaciones-de-Concentracion-Horizontales-mayo-VF.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

del que traslada la urna), flores, cafetería y aviso de defunción, entre otros. El número de atributos corresponde simplemente a la contabilización de estos elementos, sin considerar su extensión; así, por ejemplo, un funeral que incluye un ramo de flores es igual en esta dimensión a uno que contempla dos y distinto de uno que no incluye. Por otro lado, la segunda característica da cuenta del número probable de asistentes. Este lo calculamos como el máximo entre el número de tarjetas y el número de comensales contemplados en la cafetería, considerando que, cuando un funeral no incluye ni cafetería ni tarjetas, entonces asisten cuatro personas¹⁹⁵. Por último, la tercera variable es un índice que busca capturar la calidad de una urna, asumiendo que el tipo de madera es el elemento distintivo de primer orden. El índice corresponde al promedio del costo de adquisición de una urna de una determinada madera, para un cierto uso (adulto, párvulo, extragrande, entre otros), calculado sobre todos los mercados y expresado en miles.

Tabla 4: Estadísticas descriptivas atributos de plan_funerario

Característica	Mercado	media	d. est.	min	25%	50%	75%	max
número de atributos	Indep. Reco.	7,7	2	1	7	8	9	14
	Maipú	7,6	2	2	6	7	9	10
	Puente Alto	8,8	1	1	9	9	9	10
	Iquique	8,8	2	1	8	8	10	13
	Las Condes	8,3	2	1	7	9	9	11
	Villarrica	3,4	1	1	3	4	4	4
	Vicuña	6,4	2	3	5	8	9	11
tamaño del funeral	Indep. Reco.	19	23	4	4	4	36	250
	Maipú	26	22	4	4	20	50	80
	Puente Alto	45	13	4	50	50	50	50
	Iquique	47	11	4	50	50	50	100
	Las Condes	32	30	4	4	50	50	200
	Villarrica	4	0	4	4	4	4	4
	Vicuña	33	29	4	4	30	60	150
índice calidad de ataúd	Indep. Reco.	283	113	52	188	254	397	712
	Maipú	263	164	116	188	188	188	722
	Puente Alto	289	187	70	188	188	274	722
	Iquique	274	103	188	188	188	397	517
	Las Condes	253	121	70	188	188	273	712
	Villarrica	268	120	188	188	188	397	712
	Vicuña	268	120	188	188	188	397	712

Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por las funerarias.

190. La Tabla 4 presenta estadísticas que indican cómo se distribuyeron las características de los servicios funerarios en los mercados, dadas las elecciones de los individuos. Por ejemplo, en el caso del número de atributos, las cifras correspondientes a Independencia-Recoleta nos indican que, de acuerdo con lo que eligieron las personas

¹⁹⁵ Aunque este número no relevante en las estimaciones que realizamos, tratamos no definirlo de manera discrecional. En los datos facilitados por el Registro Civil, los grupos familiares del fallecido fueron más frecuentemente de tamaño cuatro.

en este mercado, en promedio un funeral tuvo 7,7 atributos. Salvo por lo que ocurre en Villarrica, los funerales tienden a tener un número relativamente elevado de atributos; en más de un 50% de los casos, los individuos prefirieron funerales incluyendo más de la mitad de los atributos posibles. Esto contrasta con las elecciones de urna. En este caso, los individuos eligen alternativas que tienen urnas más económicas. Salvo por el mercado de independencia, más de un 50% de los individuos se inclina por el pino terciado, la madera más económica en nuestra muestra. Y, si consideramos el promedio, el índice de calidad de la urna es cercano al valor asociado al ceibo, que es la tercera menos cara (de 14) en términos de su costo de adquisición.

Tabla 5: Estadísticas descriptivas variables que impactan conjuntos de consideración

Característica	Mercado	media	d. est.	min	25%	50%	75%	max
número de sucursales	Indep. Reco.	7.94	6.72	1	1	11	16	16
	Maipú	4.17	4.54	1	1	1	11	11
	Puente Alto	10.02	3.88	2	11	11	11	16
	Iquique	1.00	0.00	1	1	1	1	1
	Las Condes	7.16	4.98	1	2	4	11	16
	Villarrica	1.33	0.47	1	1	1	2	2
	Vicuña	1.52	0.50	1	1	2	2	2
gasto por sucursal [millones de pesos]	Indep. Reco.	112	78	10	35	103	140	244
	Maipú	61	30	37	37	37	103	103
	Puente Alto	90	22	35	71	103	103	103
	Iquique	70	38	5	25	94	94	94
	Las Condes	58	32	27	35	40	103	103
	Villarrica	25	16	0	13	40	40	40
	Vicuña	12	2	9	9	9	14	14
índice de transparencia	Indep. Reco.	2.30	0.90	0	2	3	3	3
	Maipú	2.12	0.32	2	2	2	2	3
	Puente Alto	2.27	0.44	2	2	2	3	3
	Iquique	1.63	0.63	0	1	2	2	2
	Las Condes	2.67	0.47	2	2	3	3	3
	Villarrica	0.33	0.47	0	0	0	1	1
	Vicuña	0.00	0.00	0	0	0	0	0
plan es personalizado	Indep. Reco.	0.29	0.46	0	0	0	1	1
	Maipú	0.25	0.43	0	0	0	1	1
	Puente Alto	0.04	0.19	0	0	0	0	1
	Iquique	0.21	0.41	0	0	0	0	1
	Las Condes	0.36	0.48	0	0	0	1	1
	Villarrica	0.48	0.50	0	0	0	1	1
	Vicuña	0.77	0.42	0	1	1	1	1

Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por las funerarias.

Observación: La variable *plan es personalizado* toma un valor 1 si este es el caso, 0 si no.

191. Adicionalmente, la Tabla 5 muestra estadísticas que describen variables que no están directamente asociadas con un servicio funerario pero que podrían afectar la posibilidad de que uno fuese considerado. Mientras las tres primeras dan cuenta de esfuerzos que hacen las funerarias por dar a conocer su oferta, la última es un atributo ligado al plan. Concentrándonos en las primeras tres, notamos que existen diferencias importantes entre las estrategias adoptadas por las distintas funerarias. Las más grandes realizan gastos comerciales importantes, manteniendo varios locales y destinando montos que son un orden de magnitud (o diez veces) superiores a aquellos destinados por las funerarias más pequeñas. Además, su oferta es más transparente. Mientras que las funerarias más grandes describen sus servicios, incluyendo atributos y precios, las más pequeñas no tienen siquiera página web. Y, respecto de la personalización de los planes, notamos que existe y es relevante. Salvo por el caso de puente alto (donde no tenemos toda la oferta), los servicios personalizados representan más de un 20% de los servicios prestados; en algunos mercados, cerca de un 50% o más. Observamos, adicionalmente, que el fenómeno se vuelve más relevante cuando las funerarias son más pequeñas.

3. Características sociodemográficas y de los ambientes de decisión

192. Los datos aportados por las empresas funerarias, en conjunto con aquellos provistos por el Instituto de Previsión Social, Registro Civil y Superintendencia de Pensiones, nos permitieron contar con variables que dan cuenta de las condiciones sociodemográficas de las personas que compraron funerales en nuestra muestra, incluyendo su ingreso, el monto asociado al beneficio mortuario, edad y sexo. Adicionalmente, también pudimos contar con variables que nos permitieron caracterizar los ambientes en los cuáles quienes compraron servicios fúnebres tomaron decisiones, incluyendo la edad y el sexo del difunto, una categorización de las causas de su deceso, así como el canal mediante cual el servicio fue adquirido.

193. En la sección IV.A.iv discutiremos por qué consideramos que estas variables caracterizan los ambientes de decisión; en lo que sigue discutimos las estadísticas en las tablas Tabla 6 a Tabla 10, las que describen estas variables, así como aquellas que describen las condiciones sociodemográficas de quienes compraron los funerales en nuestra muestra.

194. En cuanto a las variables que caracterizan las condiciones sociodemográficas de quienes adquirieron servicios fúnebres, presentes en la Tabla 6 y Tabla 7, en términos del nivel de ingresos, observamos que existe una variación mayor intra que inter mercados. Mientras la desviación estándar de los ingresos medios por mercado es aproximadamente \$220 mil, la desviación estándar intra mercado es siempre mayor a \$600 mil, siendo en algunos mercados incluso superior a \$900 mil. Este hecho indica que en todos los mercados existe una diversidad similarmente importante de poderes adquisitivos, aunque las distribuciones en los mercados más pequeños (Vicuña y Villarrica) se encuentren hacia la izquierda de aquellas correspondiente a los mercados más grandes (Independencia-Recoleta, Las Condes e Iquique).

Tabla 6: Estadísticas descriptivas características individuos y ambiente decisión

Característica	Mercado	media	d. est.	min	25%	50%	75%	max
ingreso comprador [miles de pesos]	Indep. Reco.	1313	924	6	627	1222	1747	10862
	Maipú	1078	728	18	663	950	1284	7921
	Puente Alto	1082	765	12	455	968	1453	5360
	Iquique	1196	728	34	543	1250	1559	5268
	Las Condes	1489	1020	23	783	1323	2304	10516
	Villarrica	841	601	52	231	795	1260	3106
	Vicuña	839	605	36	191	900	1239	2815
monto beneficio mortuario [miles de pesos]	Indep. Reco.	548	97	483	483	483	683	705
	Maipú	543	93	483	483	483	679	705
	Puente Alto	570	102	483	483	483	686	705
	Iquique	541	94	483	483	483	683	705
	Las Condes	541	93	483	483	483	679	705
	Villarrica	584	101	483	483	657	686	705
	Vicuña	575	104	483	483	483	689	705
edad comprador	Indep. Reco.	50	8	18	46	50	53	92
	Maipú	50	8	18	47	51	54	84
	Puente Alto	50	8	20	46	51	54	88
	Iquique	48	9	18	44	47	51	90
	Las Condes	51	9	24	47	51	55	98
	Villarrica	49	9	18	45	50	53	84
	Vicuña	50	8	23	46	50	54	78
edad fallecido	Indep. Reco.	75	17	0	67	78	88	111
	Maipú	74	15	0	67	77	85	103
	Puente Alto	75	15	0	68	77	86	103
	Iquique	70	17	0	62	73	83	102
	Las Condes	78	15	0	71	81	89	107
	Villarrica	76	15	19	67	78	87	107
	Vicuña	77	15	28	71	80	88	99

Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por las funerarias, Instituto de Previsión Social, Registro Civil y Superintendencia de Pensiones.

Observación: La variable *ingreso comprador* corresponde al ingreso promedio de los últimos 6 meses anteriores a la compra de un funeral de la persona que lo adquirió.

Tabla 7: Porcentaje de compradores y fallecidos por sexo y mercado

Mercado	Comprador		Fallecido	
	femenino	masculino	femenino	masculino
Indep. Reco.	35	65	49	51
Maipú	75	25	49	51
Puente Alto	58	42	51	49
Iquique	29	71	41	59
Las Condes	43	57	50	50
Villarrica	46	54	45	55
Vicuña	51	49	46	54

Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por empresas funerarias y Registro Civil.

195. Respecto del beneficio mortuario, predomina en nuestra muestra de mercados, como era de esperarse, el monto asociado a la cuota mortuoria, igual a 15 UF o a \$483 mil (al primero de mayo de 2022). Sin embargo, notamos igualmente que no deja de ser relevante la cantidad de personas que reciben la asignación por muerte: más de un cuarto en todos los mercados¹⁹⁶. Por otro lado, la distribución de la edad de las personas que compraron servicios fúnebres varía bastante poco entre grupos, más de la mitad de la población ubicándose entre los 45 y 55 años. Lo mismo no ocurre en cuanto al sexo de quienes compran, donde en los mercados para los cuáles tenemos información la persona que compra tiende a ser del sexo masculino, ocurriendo lo contrario en Maipú y Puente Alto.

Tabla 8: Porcentaje de fallecidos por categoría de causa de muerte y mercado

Mercado	Categoría Causa de Muerte			
	indeterminada	e. crónica	esperada	inesperada
Indep. Reco.	48	26	16	9
Iquique	53	22	13	12
Las Condes	47	28	19	6
Maipú	51	29	14	6
Puente Alto	48	33	14	5
Vicuña	45	25	18	12
Villarrica	48	24	16	11

Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por empresas funerarias y Registro Civil.

Tabla 9: Porcentaje de compradores por tipo y mercado

Mercado	Canal				
	comisionista	ejecutivo	sucursal	telefónico	web
Indep. Reco.	5	44	31	14	7
Iquique	0	0	100	0	0
Las Condes	0	35	18	47	0
Maipú	0	42	0	58	0
Puente Alto	6	89	4	0	0
Vicuña	0	1	94	5	0
Villarrica	0	0	100	0	0

Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por empresas funerarias y Registro Civil.

196. Ahora, concentrándonos en las variables que caracterizan el entorno de decisión de quienes adquieren servicios fúnebres, vemos que las distribuciones de las edades de los fallecidos son similares entre mercados, existiendo una media en torno a los 75 años y una desviación estándar de, aproximadamente, 15 años. Lo mismo ocurre con el sexo.

¹⁹⁶ Los valores distintos en la Tabla 6 para la asignación por muerte se debe a que este monto es una magnitud nominal, la que hemos expresado en términos reales en la Tabla.

La proporción entre hombres y mujeres cambio levemente entre mercados, siendo cercana a 1:1.

197. Otra variable que caracteriza el entorno de decisión es la categoría de la causa de muerte. Esta la construimos con las causas registradas en el certificado médico de defunción, información que fue facilitada por el Registro Civil. Éstas las sistematizamos en cuatro categorías: enfermedad crónica, causa de muerte esperada, inesperada e indefinida. Dentro de la primera incluimos aquellas causas asociadas a enfermedades cuya extensión es prolongada, son progresivas y no tienen cura, donde, además, no se señala que los individuos hayan estado en etapas terminales. En cuanto a la segunda, en esta incluimos causas asociadas a personas de edad avanzada, que dependen de otros para su subsistencia, o a enfermedades crónicas en etapas terminales. En el tercer grupo se encuentran las causas de muertes que podrían considerarse repentinas—no existiendo registros de una condición subyacente, como, por ejemplo, accidentes de tránsito, incendios, suicidios, heridas de bala o accidentes laborales, entre otros. Por último, consideramos una categoría residual, la que contiene causas que no pudimos clasificar dentro de las primeras tres¹⁹⁷.

Tabla 10: Porcentaje de compradores por tipo y mercado

Mercado	Tipo de Comprador			
	indeterminado	cónyuge	hijo	institución
Indep. Reco.	55	7	28	10
Iquique	57	9	25	10
Las Condes	60	7	32	1
Maipú	43	5	27	25
Puente Alto	59	6	34	1
Vicuña	70	3	26	1
Villarica	61	8	31	0

Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por empresas funerarias y Registro Civil.

198. La Tabla 8 contiene la distribución de esta variable en los distintos mercados. Sin perjuicio de que en todos no nos fue posible clasificar cerca de la mitad de los casos, enfocándonos en los que sí pudimos, vemos que la mayor parte de los decesos ocurre a raíz de una enfermedad crónica, en etapa no terminal. Sigue en frecuencia decesos que se producen por la vejez, o por una enfermedad crónica en etapa terminal. Los decesos menos frecuentes son los que ocurren de manera inesperada, representando entre un 5% y 12%, dependiendo del mercado. Sin perjuicio de lo observado, la frecuencia de las categorías de las causas que sí pudimos clasificar podría aumentar. Esto se debe a que para nuestra clasificación usamos un enfoque conservador: clasificamos una causa dentro de las categorías enfermedad crónica, esperada e inesperada, sólo si estábamos seguros.

¹⁹⁷ El Anexo D describe en detalle el enfoque usamos para construir esta variable.

199. Respecto de los canales mediante los cuales las personas adquirieron sus servicios, de entrevistas con empresas funerarias, concluimos que éstos podían ser cinco: fuera de una sucursal, por medio ejecutivos con y sin contrato con la funeraria, a través de un canal telefónico u online, y dentro de una sucursal. Para distinguir los canales asociados a ejecutivos con y sin contrato, al primero le denominamos canal *ejecutivo* y al segundo *comisionista*. Como vemos en la Tabla 9, sólo en el mercado más grande (en Independencia-Recoleta) se usaron todos los canales en 2021. Y, además, notamos que existe un contraste importante entre el uso de canales en la Región Metropolitana y en regiones. Mientras que en regiones prácticamente todas las ventas se originan en una sucursal, en los mercados ubicados en comunas de la Región Metropolitana el uso de sucursales es menos frecuente. Más relevante es el uso de ejecutivos o el canal telefónico.
200. Lo anterior es consistente con las cifras que mostramos en la Tabla 5, que dan cuenta de los esfuerzos comerciales que realizan las funerarias, donde observamos que las ubicadas en la Región Metropolitana tienen un mayor número sucursales, tienden a realizar un gasto comercial mayor por sucursal y, además, tienen niveles de transparencia más elevados. Teniendo presente que en Santiago los mercados que consideramos tienen un mayor número de agentes que en regiones—lo que supone mayores presiones competitivas— resulta plausible sostener que la respuesta que emerge ante un mayor nivel de competencia es un esfuerzo comercial mayor, dando mayor notoriedad a la oferta de productos, y ampliando los canales mediante los cuales las personas pueden obtener servicios fúnebres.
201. Por último, para cerrar esta sección, discutimos el contenido de la Tabla 10. Ésta desagrega los servicios funerarios según el tipo de comprador, por mercado. La variable la construimos con información aportada por el registro civil, que da cuenta de los grupos familiares, distinguiendo al cónyuge y a los hijos de quien fallece. No pudimos realizar una clasificación exhaustiva, pues no existían datos para todas las personas en el registro de defunciones, o bien quien compra no pertenecía al grupo familiar. Así, los casos que no pudimos clasificar los etiquetamos como *indeterminados*. Adicionalmente, incluimos una categoría que distingue entre personas naturales e instituciones. Esto lo hicimos en base a la respuesta a nuestra solicitud de información a las funerarias, donde solicitamos que indicaran si el comprador fue o no un cliente institucional para cada servicio. Como resulta intuitivo, vemos en la Tabla 10 que las compras de funerales las realizan con mayor frecuencia los hijos de quien fallece. Además, notamos que mientras en algunas comunas existe un segmento institucional relevante, en otras este es prácticamente inexistente.

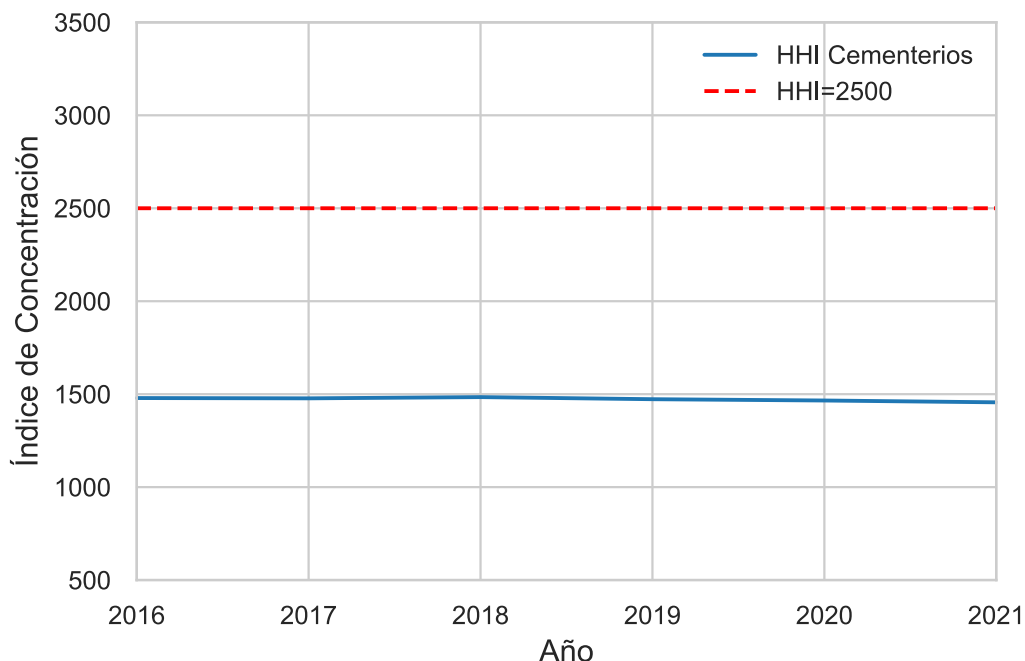
b. Cementerios y crematorios

202. Una primera aproximación al nivel de competencia del mercado de los cementerios es el índice de concentración. Como señalamos en la sección II.A.ii sobre fuentes de información, solicitamos datos acerca de todas las sepultaciones realizadas a todos los cementerios de la Región Metropolitana. De esta manera, podemos calcular la concentración en términos del número de servicios realizados. Vale señalar que esto es distinto al índice calculado con el monto vendido, ya que en el primer caso se asume

implícitamente que todos los oferentes cobran el mismo precio. Es de esperar que la concentración medida solo con el número de servicios sea menor que el HHI medido de la manera usual.

203. Como muestra la Figura 5, los niveles de concentración en esta industria son bajos. En efecto, desde el año 2016 los niveles de concentración se han mantenido prácticamente estables, levemente por debajo de los 1.500 puntos. Esto se encuentra por debajo del nivel de 2.500 sugerido como un nivel preocupante¹⁹⁸.

Figura 5: Nivel de concentración en cementerios



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta realizada a los cementerios de la RM.

Nota: Considera a todos los cementerios de la Región como parte de un mismo mercado.

204. A continuación, mostraremos estadísticas descriptivas de las sepulturas. Como ya hemos mencionado anteriormente, las sepulturas pueden tener capacidad para más de un fallecido, en consecuencia, las estadísticas de precio deben considerar esta realidad. En la Tabla 11 vemos que los precios pagados en promedio ascienden a 131 UF, con una mediana de 108 UF. Ahora bien, si dividimos el precio pagado por la capacidad disponible de cada sepultura adquirida, tenemos que ese monto llega a 40 UF en promedio y 38 UF de mediana. Vale la pena señalar que no se aprecian diferencias significativas en los precios a través del año.

¹⁹⁸ FNE. «Guía para el análisis de Operaciones de Concentración Horizontales.» mayo de 2021. <https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2021/05/Guia-para-el-Analisis-de-Operaciones-de-Concentracion-Horizontales-mayo-VF.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

Tabla 11: Precio compra de sepulturas, año 2021

Trimestre	N° Serv.	Ingresos [miles de UF]	Media	Desv. est.	25%	50%	75%	Máximo
1	9.538	1.198	126	115	75	110	165	2706
2	12.240	1.566	128	119	75	108	170	1993
3	11.642	1.568	135	132	76	110	175	2968
4	11.107	1.484	134	122	77	107	175	2044
Mercado completo	44.527	5.818	131	123	75	108	171	2968

Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por los cementerios.

Nota: Precios expresados en UF.

Tabla 12: Precio de compra de sepultura por capacidad, año 2021

Trimestre	N° Serv.	Media	Desv. est.	25%	50%	75%	Máximo
1	9.538	40	28	24	38	50	338
2	12.240	39	29	23	38	50	489
3	11.642	41	30	24	39	51	534
4	11.107	41	29	24	39	51	318
Mercado completo	44.527	40	29	24	38	51	534

Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por los cementerios.

Nota: Precios expresados en UF.

Tabla 13: Origen de venta por cementerio en la RM

Tipo de necesidad	Monto vendido [Miles de UF]	% Ventas totales	Servicios	% Serv. Totales
Inmediata	1.395	27,81	15.398	39,41
Futura	3.622	72,19	23.675	60,59

Fuente: Elaboración propia en base a datos requeridos a los cementerios.

205. Otra característica importante de esta industria es que una fracción importante de las compras de sepulturas son realizadas con anticipación. De acuerdo con nuestros datos, el 60% de las ventas realizadas fueron de sepulturas por necesidad futura, representando el 72% de las ventas del año 2021. Esto tiene un efecto en el precio pagado por las personas. En la Tabla 14 podemos ver que el monto medio varía de manera importante según el tipo de necesidad. Tanto si controlamos por la capacidad de la sepultura como si no, vemos que el precio es mayor en las compras inmediatas.

En efecto, el promedio de una sepultura comprada por necesidad inmediata es un 21% mayor que comprada por necesidad futura¹⁹⁹.

Tabla 14: Origen de venta por cementerio en la RM

Tipo de necesidad	Monto	Monto por capacidad
Inmediata	190,56	58,85
Futura	157,21	45,60

Fuente: Elaboración propia en base a datos requeridos a los cementerios.

Nota 1: Precios expresados en UF.

Nota 2: Datos excluyen cementerios tradicionales.

206. Junto con la anticipación de la compra de la sepultura, también vemos que la sepultura puede ser pagada mediante un crédito. En este caso, el propio cementerio entrega una sepultura a cambio de un pie o monto inicial y una sucesión de pagos adicionales. Naturalmente, esta operación involucra una tasa de interés.
207. Es posible encontrar la tasa de interés implícita en los créditos otorgados aplicando la siguiente fórmula:

$$-c_f M + \sum_{t \leq T} \frac{C}{(1+i)^t} = 0$$

208. En donde M es el monto total de la sepultura, c_f es la fracción de esta vendida a crédito, por lo que $c_f M$ es el monto total prestado por el cementerio; C es la cuota pactada; T es el total de meses plazo; e i corresponde a la tasa de interés asociada a este crédito.
209. La intuición de esta fórmula es que para el cementerio esta operación es equivalente a poner en el banco el monto inicial $c_f M$ a una tasa i durante T períodos, obteniendo al final $c_f M(1+i)^T$. En consecuencia, mientras más alta sea la tasa calculada, mayor será el beneficio obtenido al final del período.
210. En la Tabla 15 podemos ver que en caso de necesidad inmediata esta tasa llega a 12,5% y con necesidad futura 9,57%. Si consideramos la mediana, la tasa de interés es significativamente más baja, llegando a 6,8% y 5,3% para la necesidad futura e inmediata, respectivamente. Es importante destacar que independiente de cómo se mida, cuando la sepultura es adquirida por necesidad futura, se obtiene una condición de crédito más conveniente desde el punto de vista del comprador.

Tabla 15: Tasa de interés asociada a las ventas a crédito de sepulturas

¹⁹⁹ En este punto debemos señalar que se excluyen de esta estadística los cementerios tradicionales. Esto se debe a que, de acuerdo con sus datos, todas las ventas por necesidad futura correspondieron a sepulturas perpetuas, mientras que el resto a sepulturas temporales. En consecuencia, la diferencia en precio está capturando la temporalidad de la sepultura.

Tipo de necesidad	Media	50%	75%
Inmediata	12,53	6,87	22,87
Futura	9,57	5,39	9,64

Fuente: Elaboración propia en base a datos requeridos a los cementerios.

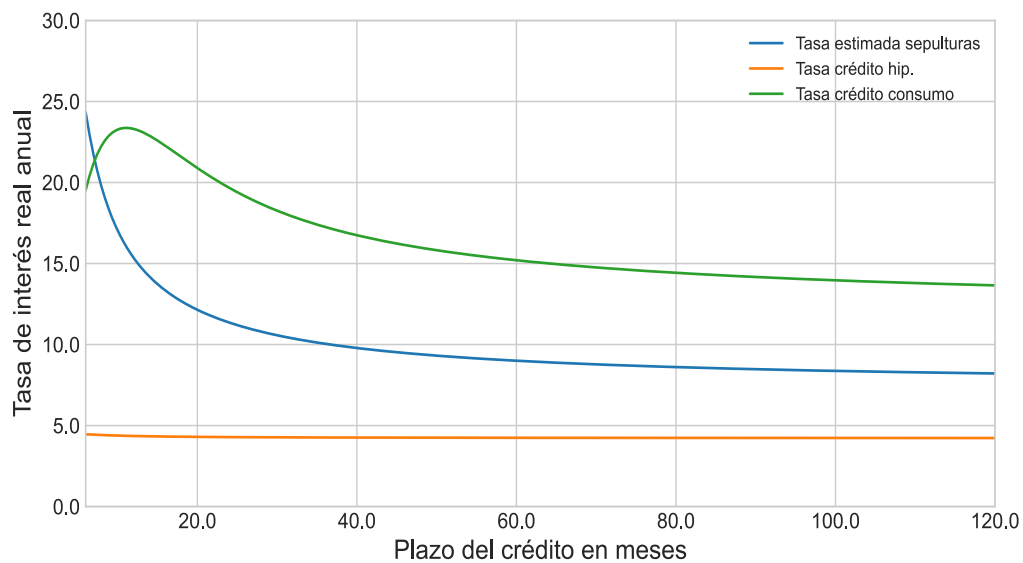
Nota: Corresponde a tasa anualizada y a valor real.

211. Notemos también que la tasa del crédito otorgado depende de los meses de plazo que tenga este. La Figura 6 nos muestra la *yield curve* estimada usando el método de Nelson y Siegel²⁰⁰. Con la metodología de estos autores es posible proyectar una curva de tasas para distintos plazos.
212. Este ejercicio nos muestra una relación negativa entre la tasa de interés y el plazo del crédito. Es decir, mientras menor sea el plazo, más alta es la tasa. Vale la pena notar que la Figura 6 compara la curva estimada para los préstamos de las sepulturas y la curva estimada para los créditos hipotecarios y los créditos de consumo. La tasa de los créditos hipotecarios puede ser considerada como la tasa mínima a la que se podría llegar, ya que un crédito hipotecario tiene por definición un colateral en un bien raíz, por lo que el precio de este crédito es bajo. Por otro lado, el crédito de consumo puede ser considerado como una cota máxima, ya que usualmente este crédito no está colateralizado.
213. Vemos que, en promedio, para los préstamos a plazo más corto las tasas se acercan a la de los créditos de consumo. Sin embargo, para los plazos mayores se mantiene uniformemente 5% por debajo de esta. Por otro lado, la curva estimada para los créditos se mantiene por encima del mínimo representado por la tasa de los créditos hipotecarios, en este caso, se mantiene por sobre un 5% de esta. Esto nos indica que, si bien la tasa cobrada no se encuentra entre las tasas más altas del mercado, esta podría ser más baja.
214. Ahora estudiaremos el mercado de las cremaciones. También partiremos estudiando el nivel de concentración. A diferencia del mercado de las sepulturas que, a nivel de la Región Metropolitana, se ve bastante desconcentrado, tenemos un mercado con pocos oferentes a nivel regional, siendo solamente la Región Metropolitana, la Región de los Lagos y la del Bío-Bío las únicas regiones del país en donde hay más de un oferente.
215. La Figura 7 muestra que en la mayoría de los mercados el índice de concentración es de 10.000 ya que evidentemente solo hay un oferente de servicios crematorios. En las regiones en que hay más de un oferente, los índices de concentración son altos, sobrepasando siempre el nivel de 2.500. Vale señalar que estamos considerando cada región como un mercado, lo cual no necesariamente es un supuesto realista, ya que dentro de una misma región puede haber distancias importantes entre dos crematorios, de manera que no la competencia entre ellos podría no ser muy intensa. Este es el caso,

²⁰⁰ Nelson, C. R., y A. F. Siegel. «Parsimonious modeling of yield curves.» *Journal of business* 60, nº 4 (1987): 473-489.

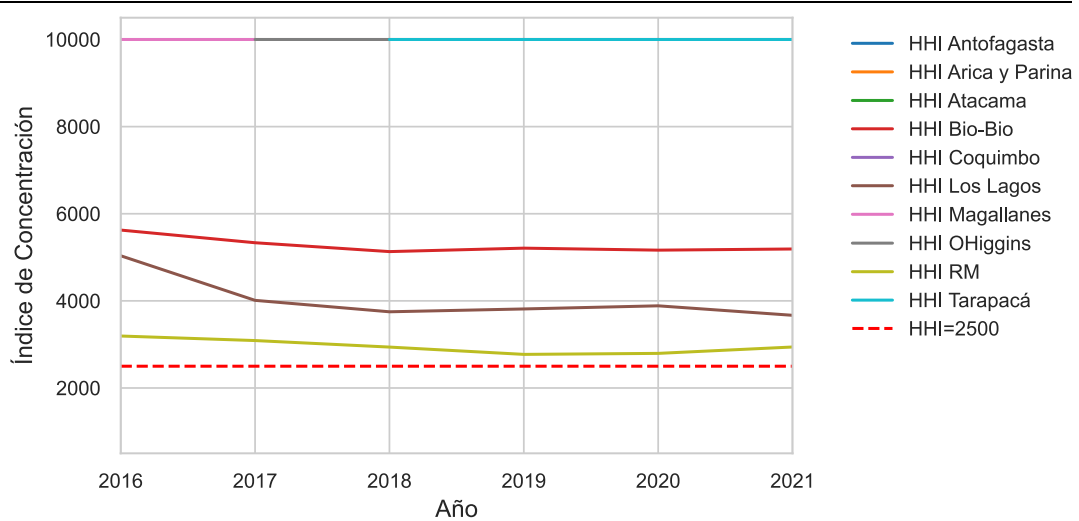
por ejemplo, de los crematorios de Osorno y Puerto Montt, ciudades distantes a más de 100 km de distancia.

Figura 6: Tasa de interés asociada a las ventas a crédito de sepulturas



Fuente: Elaboración propia en base a datos requeridos a los cementerios.

Figura 7: Nivel de concentración en crematorios



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta realizada a los crematorios de todo el país.

Nota: Considera a todos los crematorios de cada región como parte de un mismo mercado.

216. De forma similar al caso de las sepulturas, actualmente el mercado de las cremaciones ofrece la posibilidad de adquirir por anticipado un plan de cremaciones, el cual puede incluir a más de un beneficiario. En consecuencia, nuestras estadísticas de precio deben considerar este hecho.
217. La Tabla 16 muestra que cada plan, en promedio, se vende a \$ 1.256.381. Esto representa ingresos totales por \$ 7.490.543.169 a lo largo del año 2021. Por otra parte, si consideramos el precio pagado por beneficiario, la Tabla 17 nos muestra que el precio promedio alcanza los \$ 1.056.325 por beneficiario.

Tabla 16: Mercados Trimestrales Cremaciones

Trimestre	N° Serv.	Ingresos [millones de pesos]	Media [miles de pesos]	Desv. est [miles de pesos]	25% [miles de pesos]	50% [miles de pesos]	75% [miles de pesos]	Máximo [miles de pesos]
1	1.313	1.616	1.231	657	878	1.018	1.233	5.116
2	1.610	1.996	1.240	648	884	1.030	1.245	6.820
3	1.574	1.993	1.266	643	898	1.040	1.261	3.963
4	1.465	1.883	1.285	641	923	1.070	1.297	4.079
Mercado completo	5.962	7.490	1.256	647	898	1.032	1.261	6.820

Fuente: Elaboración propia en base a datos requeridos a los cementerios.

Nota: Montos expresados en \$ de 1 mayo del 2022.

Tabla 17: Mercados Trimestrales Crematorios

Trimestre	N° Serv.	Media	Desv. est.	25%	50%	75%	Máximo
1	1.313	1.027	206	878	980	1.142	2.097
2	1.610	1.050	243	884	996	1.167	2.116
3	1.574	1.055	211	898	1.002	1.160	2.050
4	1.465	1.089	243	923	1.053	1.207	2.067
Mercado completo	5.962	1.056	228	892	1.014	1.166	2.116

Fuente: Elaboración propia en base a datos requeridos a los cementerios.

Nota: Montos expresados en miles de \$ en valor de 1 mayo del 2022.

218. Como señalamos antes, el mercado de las cremaciones ha desarrollado la posibilidad de realizar compras por anticipado. La Tabla 18 muestra que el monto medio pagado, sin considerar el número de beneficiarios es mayor cuando la compra se hace por necesidad futura, mientras que cuando se calcula el monto por beneficiario, el precio pagado en la modalidad de compra por necesidad inmediata es 4,2% más alto. Esto muestra que, en el caso de las cremaciones, los planes comprados a futuro suelen ser adquiridos para un mayor número de beneficiarios.
219. Por otra parte, la Tabla 19 muestra que en el mercado de las cremaciones la compra futura no ha penetrado de la misma manera que en el caso de las sepulturas. En efecto, solo el 25% de las ventas de cremaciones se realizó para un servicio futuro.

Tabla 18: Tipo necesidad Cremaciones

Tipo de necesidad	Monto medio	Monto por beneficiario
Inmediata	1.069	1.066
Futura	1.845	1.023

Fuente: Elaboración propia en base a datos requeridos a los cementerios.

Nota: Montos expresados en \$ de 1 mayo del 2022 y en miles de pesos.

Tabla 19: Tipo necesidad Cremaciones

Tipo de necesidad	Número de ventas	Fracción del total
Inmediata	4526	75.91%
Futura	1436	24.09%

Fuente: Elaboración propia en base a datos requeridos a los cementerios.

ii. Dispersión de precios

220. A continuación, estudiamos las diferencias de precios entre productos similares en un mismo mercado geográfico. Cuando hay dispersión de precios, es decir, los precios de productos homogéneos difieren, surgen distintas explicaciones. Por ejemplo, que pese a que los productos sean iguales el servicio prestado varía oferente a oferente. Otra explicación posible es que los productos no sean realmente homogéneos, siendo estas diferencias las que finalmente explican que los precios no sean iguales.
221. Una vez que se ha controlado por los factores anteriores, la no convergencia en precios se puede explicar por el hecho de que los consumidores no conocen dónde está el precio más bajo²⁰¹. De esta forma, cuando se mantienen diferencias de precio sostenidamente en el tiempo, puede indicar potenciales fricciones en el mercado que impiden que los precios converjan a un nivel competitivo²⁰².
222. Empíricamente, hay evidencia que corrobora que la mayor dispersión de precios está asociada a precios por encima del nivel competitivo. Sorensen²⁰³ muestra que, en el mercado farmacéutico, los medicamentos más adquiridos tienen una menor dispersión de precios y menores márgenes, que aquellos medicamentos con una baja frecuencia

²⁰¹ Barron, J. M., B. A Taylor y J. R. Umbeck. «Number of sellers, average prices, and price dispersion.» *International Journal of Industrial Organization* 22, nº 8-9 (2004): 1041-1066.

²⁰² Barron, J. M., B. A Taylor y J. R. Umbeck. «Number of sellers, average prices, and price dispersion.» *International Journal of Industrial Organization* 22, nº 8-9 (2004): 1041-1066.

²⁰³ Sorensen, A. T. (2000). Equilibrium price dispersion in retail markets for prescription drugs. *Journal of Political Economy*, 108(4), 833-850.

de compra. En el mercado de la gasolina, también Barron et al²⁰⁴ y Lewis²⁰⁵ encontraron una relación negativa entre mayor competencia y dispersión de precios.

223. Para estudiar la presencia de dispersión de precios debemos, como señalamos anteriormente, considerar las características del producto, como el efecto fijo del oferente. Esto coincide con la aproximación dada por Lewis, que estima un modelo de panel, que le permite controlar por estos factores.

$$p_{it}^k = \alpha + \phi^k + \sum_i \beta_i f_i + \sum_i \phi_i T_i + u_{itk}$$

224. En donde p_{it}^k es el precio cobrado en la venta i , en el período t y en el mercado k ; ϕ^k es un efecto fijo del mercado k ; f_i corresponde a la funeraria en la que se produjo la venta i ; T_i indica el tipo de producto comprado en la transacción i ; u_{it} es un error aleatorio.

225. De esta forma, el residuo estimado de esta regresión \widehat{u}_{it} nos indica la parte del precio que no está explicada por el tipo de producto, ni por el mercado, ni por la marca del oferente. Lewis considera que mientras mayor es la diferencia que existe entre los precios observados y el precio explicado por las características mencionadas anteriormente, mayor es la dispersión de precios. De esta forma, la medida de dispersión propuesta por el autor es la desviación estándar o típica del residuo, es decir,

$$\sqrt{\frac{1}{N} \sum_{itk} \widehat{u}_{itk}^2}$$

226. Lewis, aplicando esta metodología encuentra que la dispersión de precios en el precio de la gasolina en el Estado de California de 3,7 centavos por galón, lo cual el autor considera significativo respecto al precio promedio de 1,5 dólares.

227. Para aplicar esta estimación al mercado fúnebre, consideraremos, como explicamos en la sección anterior, que el precio final dependerá de los atributos del servicio, estudiaremos las diferencias de precio al interior de cada categoría. Estudiaremos, por separado, los servicios funerarios, los cementerios y las cremaciones.

Tabla 20: Dispersión de precios de servicios funerarios

Regresión	Dispersión	Disp./ Media
Muestra completa	824	68,19%
Por producto	464	38,44%

Fuente: Elaboración propia

Nota: Monto expresado en miles de pesos.

²⁰⁴ Barron, J. M., B. A Taylor y J. R. Umbeck. «Number of sellers, average prices, and price dispersion.» *International Journal of Industrial Organization* 22, nº 8-9 (2004): 1041-1066.

²⁰⁵ Lewis, M. «Price dispersion and competition with differentiated sellers.» *The Journal of Industrial Economics* 56, nº 3 (2008): 654-678.

228. En la Tabla 20 vemos que hay una dispersión de precios importante cuando utilizamos la muestra completa, lo cual no es sorprendente ya que no estamos considerando las características distintas de los productos o las características de las funerarias. Luego, si controlamos por las características del producto y la funeraria, obtenemos la mitad de la dispersión encontrada en el ejercicio anterior. Sin embargo, sigue siendo una dispersión importante si se compara con el precio promedio.
229. Por otra parte, si realizamos este ejercicio para cada mercado geográfico tenemos importantes diferencias. Vemos que la dispersión estimada tiende a reducirse para los mercados geográficos más pequeños como Villarrica o Vicuña, mientras que en Independencia-Recoleta esta llega al 41,9%. Vale la pena señalar en este punto que la CMA realizó un análisis similar para el caso de los servicios funerarios²⁰⁶, encontrando que la dispersión como fracción del precio promedio se encuentra entre el 33% y el 50%, lo cual fue considerado como una dispersión importante.

Tabla 21: Dispersión de precios por mercado

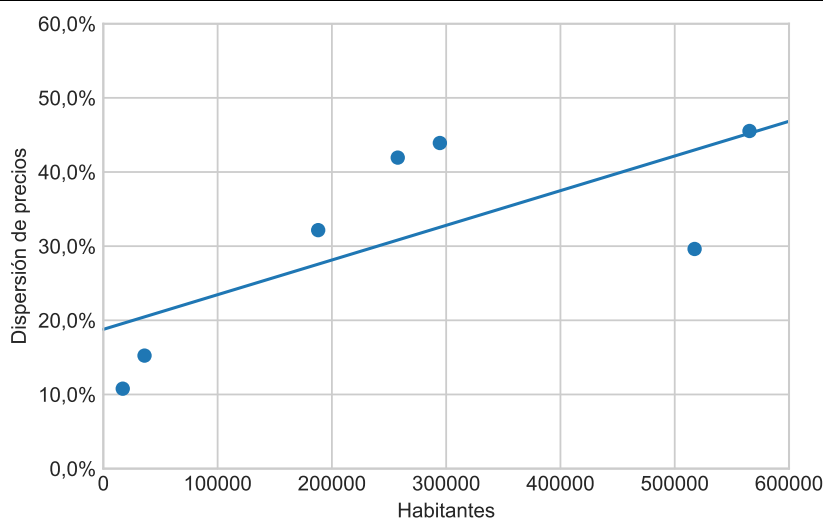
Mercado	Dispersión	Disp./ Media
Indep. Reco.	490	41,94%
Puente Alto	418	45,47%
Las Condes	610	43,9%
Maipú	270	29,62%
Iquique	326	32,16%
Villarrica	119	15,24%
Vicuña	88	10,78%

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Monto expresado en miles de pesos.

²⁰⁶ Competition & Markets Authority (Reino Unido) «Funeral Market Investigation: Appendix O: Price dispersion analysis.» Gov.uk, 2020
https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb23fbe90e071bdc56f760/Appendix_O_-_Price_Dispersion_Analysis_18.12.20.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

Figura 8: Dispersión de precios por mercado



Fuente: Elaboración propia.

230. Las estimaciones anteriores sugieren una menor dispersión de precios en los mercados más pequeños y tiende a crecer con el tamaño del mercado. Como vemos en la Figura 8, salvo Maipú, hay una relación positiva entre el número de habitantes y la dispersión de precios como fracción del precio promedio.
231. En el caso de los cementerios, repetimos el ejercicio anterior, agregando como característica de la sepultura el sector en el que esta se ubica. Ante este hecho, debemos hacer la salvedad de que el hecho de que dos sepulturas se encuentren en un mismo sector no garantiza que estas tengan iguales características, en consecuencia, la dispersión de precios podría estar sobreestimada.

Tabla 22: Dispersión de precios de sepulturas

Regresión	Dispersión	Disp./ Media
Muestra completa	101UF\$	71,71%
Por producto	41UF\$	29,36%

Fuente: Elaboración propia.

232. En la Tabla 22 vemos que, nuevamente, al estimar la dispersión de precios sin considerar las características del bien, tenemos una altísima dispersión equivalente al 71% del precio promedio. Sin embargo, cuando controlamos por las características de la sepultura, vemos que la dispersión baja de manera importante a un 29%.
233. Por último, aplicaremos esta metodología en el caso de las cremaciones en Santiago. Como es habitual, debemos considerar el efecto de las dimensiones relevantes del producto en el precio. En la Tabla 23 vemos que en general las cremaciones presentan una muy baja dispersión, llegando solamente al 6% del precio promedio.

Tabla 23: Dispersión de precios de Cremaciones

Regresión	Dispersión	Disp./ Media
Muestra completa	219	20,79%
Por producto	64	6,07%

Fuente: Elaboración propia

Nota: Monto expresado en miles de pesos.

iii. Poder de mercado en el sector de funerarias

234. En esta sección presentamos el resultado de nuestra medición del poder de mercado que ejercen las empresas funerarias en los mercados en nuestra muestra. La noción que consideramos es la utilizada de manera más frecuente en la literatura económica: poder de mercado es la habilidad que tiene un oferente para elevar su precio sobre el costo marginal de producir el bien o servicio que vende (Motta, 2009)²⁰⁷. Notamos que medir el poder de mercado es equivalente a medir el nivel de competencia en un sector desregulado. En la medida que las presiones competitivas sean bajas, los oferentes tendrán la habilidad de elevar sus precios sobre sus costos marginales, acercándose a lo podría hacer un monopolista. Por otro lado, si las presiones competitivas son elevadas, los oferentes no podrán ejercer poder mercado, pues cederían clientes a sus rivales; sus precios, por lo tanto, se aproximarán a sus costos marginales.
235. Si bien el poder de mercado puede evaluarse de manera indirecta, con métricas que den cuenta de niveles de concentración, la existencia de barreras de entrada o el poder de negociación que tienen los consumidores, entre otras, éste puede ser medido directamente utilizando técnicas econométricas. (De Loecker et al. 2020)²⁰⁸ las dividen en dos grupos de enfoques: aquellos que involucran estimar funciones de demanda, y los que usan funciones de producción. Mientras aquellos en el primer grupo son más demandantes en términos de los datos que requeridos, a la vez son más flexibles: éstos estiman primitivas que permiten responder preguntas que van más allá de la cuantificación de la magnitud del poder de mercado. Por ello, el primer grupo de enfoques ha sido típicamente utilizado en estudios detallados de industrias o mercados particulares, mientras el segundo en estudios macroeconómicos que analizan la evolución del poder de mercado (Berry et al. 2019)²⁰⁹. Dado que, en el presente estudio, además de medir el nivel de competencia, nos interesa determinar factores que puedan debilitarla, decidimos medir el poder de mercado estimando la demanda por servicios funerarios.
236. Específicamente, el método que utilizamos en el presente Estudio estima la demanda por servicios funerarios utilizando modelos de elección discreta; combina, además, esta

²⁰⁷ Motta, M. *Competition Policy: Theory and Practice*. Cambridge University Press, 2009.

²⁰⁸ De Loecker, J., J. Eeckhout y G. Unger. «The Rise of Market Power and the Macroeconomic Implications.» *The Quarterly Journal of Economics* 135, n° 2 (2020): 561–644.

²⁰⁹ Berry, S., M. Gaynor y F. Scott Morton. «Do Increasing Markups Matter? Lessons from Empirical Industrial Organization.» *Journal of Economic Perspectives* 33, n° 3 (2019): 44–68.

estimación con el supuesto de que en el mercado de servicios funerarios existe un equilibrio Bertrand-Nash. Esto permite calcular los costos marginales como una función de los parámetros estimados. La explicación detallada de la técnica que usamos se encuentra en el Anexo B, y algunas consideraciones relevantes las hemos adelantado en la sección II.A.iii. En lo que sigue, explicamos la intuición principal tras el enfoque que utilizamos, para luego presentar los resultados.

a. Metodología empleada: Intuición

237. Resumidamente, la metodología que utilizamos calcula como métrica de poder de mercado el *sobreprecio* (o *markup*), que corresponde al precio cobrado por servicio dividido por el costo marginal que significa prestarlo. Para arribar a este cociente, primero, estimamos la demanda por servicios funerarios, la que luego combinamos con un supuesto sobre régimen competitivo que impera en el mercado. Esto permite calcular costos marginales en función de observables (específicamente, precios y número de servicios prestados por plan) y de los parámetros de la función de demanda estimada. Con los costos marginales calculados y los precios cobrados por cada servicio, calculamos el sobreprecio para cada uno de los presentes en nuestra muestra.
238. En cuanto al régimen competitivo, específicamente, asumimos que en cada mercado las funerarias compiten a la Bertrand en bienes diferenciados, esto es, ofrecen un conjunto de alternativas, eligiendo precios que maximizan sus utilidades. Las cantidades de servicios demandadas y los precios que observamos en el mercado son el resultado de un equilibrio Bertrand-Nash, es decir, dadas las estrategias de las funerarias rivales, ninguna tiene incentivos a desviarse de la propia su estrategia propia pues con ésta se encuentra ganando lo que más podría.
239. Más formalmente, en un régimen de competencia de este tipo, una empresa funeraria k maximiza sus utilidades, π_k , las que dependen de p_k , el vector de precios que cobra la funeraria (una componente por cada plan que ofrece), y de p_{-k} los precios que cobran sus competidores. El equilibrio de Bertrand-Nash es tal que, dado los precios de los rivales, las funerarias maximizan sus utilidades, y, por lo tanto, se cumple que:

$$\nabla_{p_k} \pi_k(p_k, p_{-k}) = 0 \quad \forall k \in K, \tag{1}$$

240. donde K es el conjunto de todas las funerarias el mercado, $\nabla_x f(x, y)$ es el vector de derivadas parciales de una función genérica f con respecto al vector x .
241. Son estas ecuaciones las que permiten encontrar una expresión para los costos marginales en función de los parámetros que caracterizan la demanda. Para ver cuál es la fórmula concreta, primero, considere que $\pi_k(p_k, p_{-k}) = q_k^T p_k - c_k(q_k)$, en la que $q_k = D_k(p_k, p_{-k})$ es la demanda por servicios fúnebres que enfrenta la empresa k , $c_k(\cdot)$ corresponde al costo que le significa a la empresa producir el vector q_k de servicios y el símbolo T lo usamos para denotar la transpuesta de un vector o matriz. Reemplazando esta expresión en el Ecuación (1) tenemos que:

$$\begin{aligned}
 q_k + J_{p_k} D_k(p_k, p_{-k})^\top (p_k - \nabla_{p_k} c_k(q_k)) &= 0, \quad \forall k \in K \Leftrightarrow \\
 \nabla_{p_k} c_k(q_k) &= p_k + [J_{p_k} D_k(p_k, p_{-k})^\top]^{-1} q_k, \quad \forall k \in K,
 \end{aligned}
 \tag{2}$$

242. donde $\nabla_x F(x, y)$ corresponde a la matriz Jacobiana de la función genérica F con respecto al vector x .
243. Notamos que el lado izquierdo en la expresión inferior de la Ecuación (2) corresponde al vector de costos marginales de la funeraria k , el que en lo que sigue denotaremos mc_k . Como vemos, éste es una función de los precios observados en el mercado (el vector (p_k, p_{-k})), de las cantidades demandados de los diversos servicios que ofrece la funeraria, q_k , y de las derivadas de la demanda $D_k(p_k, p_{-k})$; este último objeto depende, de manera implícita, de parámetros que estimamos utilizando modelos de elección discreta. Así, el *markup* asociado a una realización del plan j de la funeraria k lo calculamos como p_{kj}/mc_{kj} , si ésta cobró el precio de lista. En general, si el precio que la funeraria cobró al individuo i fue p_{kij} , el sobreprecio será:

$$\mu_{ij}^k \equiv \frac{p_{kij}}{mc_{kj}}.
 \tag{3}$$

244. Antes de describir los resultados del presente ejercicio, enfatizamos que este apartado sólo pretende proveer una intuición, describiendo de manera genérica el método que utilizamos. Detalles que resultan relevantes en este contexto, como, por ejemplo, el tratamiento que le dimos al precio que cobran las funerarias—el que rara vez es igual al precio de lista, o cómo modelamos la función de demanda, se describen, como ya observamos, en el Anexo B.

b. Resultados

245. Dado que el método que describimos para calcular el sobreprecio de un servicio tiene cierto grado de complejidad, consideramos prudente contar con una aproximación para tener una referencia. Esta la construimos con los costos de adquisición de urnas que reportaron las empresas funerarias. Por supuesto, esta aproximación corresponde a una sobrestimación pues, aunque la urna es un ítem de costo relevante, existen otros igualmente importantes que deben contemplarse, como lo son los costos del resto de los insumos usados para proveer el servicio.
246. Además, debe tenerse presente que, aunque se calcule el sobreprecio de manera correcta, una fracción de éste se explicará porque las funerarias deben solventar los costos fijos que les permiten operar, los que incluyen gastos en administración, bodegaje, o en el arriendo y mantención de sucursales, entre otros. Dado que estos (al menos en el corto plazo) no dependen de la escala, no están contabilizados dentro de los costos marginales de proveer un servicio. Así, para poder hacer un juicio respecto del nivel de competencia en la industria es necesario contar con alguna referencia.

247. La referencia que utilizamos en este apartado la obtenemos de dos trabajos que estudian el poder de mercado desde una perspectiva macroeconómica: De Loecker et al. (2020)²¹⁰ y De Loecker y Eeckhout (2021)²¹¹. En ambos, los investigadores buscan describir la evolución del poder de mercado desde una perspectiva macroeconómica, midiendo para un conjunto de empresas el sobreprecio en cada uno de los años de su muestra. La técnica que utilizan para cuantificar markups es la misma en ambos trabajos. Esta se clasifica dentro de los enfoques que usan la función de producción para arribar a una estimación. En concreto, de las condiciones de primer orden consistentes con la minimización de costos de una empresa, los autores obtienen una expresión para el sobreprecio que depende de dos magnitudes: la participación en los ingresos del costo de un insumo variable (por ejemplo, mano de obra o materiales), y de la elasticidad de producción de tal insumo. Ambas magnitudes pueden ser estimadas usando los estados financieros de las empresas, los que se encuentran disponibles para aquellas que se transan públicamente. En el caso de De Loecker et al. (2020), los autores usan una base de datos que tiene información de los estados financieros de más de 80.000 empresas activas y no, que han operado en América del Norte entre 1950 y 2016; y, en De Loecker y Eeckhout (2021) el set de datos cubre 70.000 empresas, que han operado en 134 países, desde 1980 a 2016.
248. Antes de continuar, realizamos dos observaciones respecto de la referencia que utilizamos. Primero, en ambos estudios los estados financieros a los que los autores tienen accesos son aquellos de empresas que en su mayoría se transan públicamente. Como observa De Loecker et al. (2020), estas tienden a ser intensivas en capital o en capital humano avanzado (como Google, Apple o Amazon, por ejemplo), lo que hace que tiendan a ser organizaciones con una estructura de costos donde los fijos son más relevantes que los variables. A su vez, esto probablemente se traduce en que—bajo condiciones de competencia fuerte—los sobreprecios que reportan los trabajos debiesen ser más grandes que los que se observaría si las muestras incluyesen a todas las empresas operando en las regiones que exploran los estudios. Así, las referencias que usamos posiblemente sean conservadoras. Segundo, observamos también que, si bien los autores utilizan una metodología distinta para estimar *markups*, lo que se estima, desde un punto de vista teórico, es exactamente la misma magnitud. Y, los supuestos que realizamos para poder llevar a cabo nuestra estimación son estándar en la literatura: que las empresas se encuentran en un régimen de competencia en bienes diferenciados, y que maximizan sus utilidades.
249. En la Figura 9 realizamos un primer contraste entre los proxies de sobreprecio que calculamos para los mercados en nuestra muestra y los *markups* reportados en los estudios que usamos como referencia. El borde inferior de las cajas en la Figura denota el percentil 25 de la distribución de sobreprecio del mercado correspondiente, la línea de en medio la mediana y el borde superior el percentil 75. Las líneas verticales indican

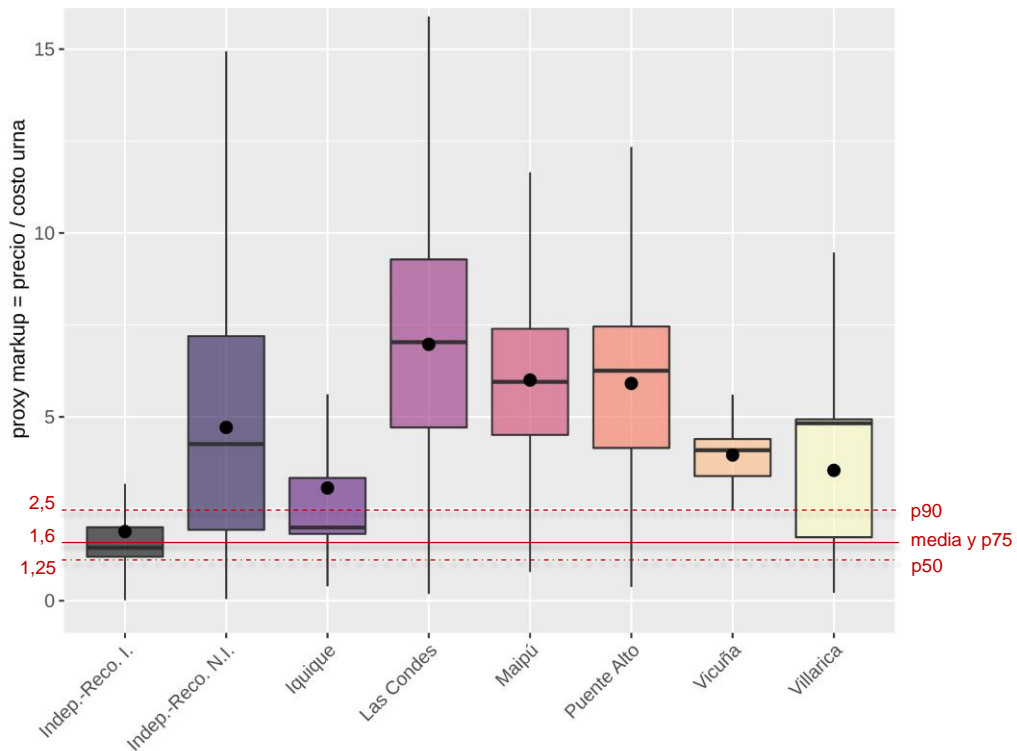
²¹⁰ De Loecker, J., J. Eeckhout y G. Unger. «The Rise of Market Power and the Macroeconomic Implications.» *The Quarterly Journal of Economics* 135, n° 2 (2020): 561–644.

²¹¹ De Loecker, J. y Eeckhout, J. «Global market power. (Working paper No. w24768). » *National Bureau of Economic Research*, (2018).

donde reside la mayor parte de las observaciones—si la variable fuese normal, el 99.3%; fuera de ellas es posible encontrar valores fuera de rango (outliers). Además, en cada caja existe un círculo negro. Este corresponde a la media. Superpusimos al gráfico tres líneas rojas que indican la media y los percentiles 25, 50 y 90 que reportan De Loecker et al. (2020) y De Loecker y Eeckhout (2021) para el año 2016. Dado que ambos estudios obtienen valores similares, no hubo necesidad de distinguirlos; y, ocupamos el año 2016 pues es el que tiene los valores más elevados para las distintas series de sobreprecios. Por último, en cuanto a los mercados, dividimos el mercado en Independencia y Recoleta en clientes institucionales (Idep. Reco. I.) y no (Idep. Reco. N.I.) pues, como fue posible estimar la demanda de ambos grupos, presentamos estimaciones de sobreprecio para ambos.

250. Vemos que, en todos los mercados, salvo en el caso de los clientes institucionales en Independencia-Recoleta, los proxies de sobreprecio presentan valores bastante más elevados que los reportados por los trabajos de que usamos como referencia. Salvo por el segmento institucional en Independencia-Recoleta, las medias superan el percentil 90 de la distribución de *markups* estimada por los autores. Aún más, si removemos Iquique, vemos que incluso las medianas de los mercados restantes están considerablemente por sobre las estimaciones de De Loecker et al. (2020) y De Loecker y Eeckhout (2021). Si los proxies que calculamos fuesen en efecto sobreprecios, concluiríamos que la mayor parte de los consumidores en los mercados en nuestra muestra enfrentaron un poder de mercado considerablemente superior al que ha ejercido un vasto grupo de empresas operando en diversos sectores económicos. Además, observaríamos que existe una diferencia relevante entre los sobreprecios que enfrentan los clientes institucionales versus las personas naturales.
251. Como ya observamos, las distribuciones que reportamos en la Figura 9 corresponden a sobrestimaciones, lo que impide hacer un juicio categórico respecto de los niveles de competencia. Sin embargo, éstas permiten tener una primera idea de cuál puede ser la situación en los mercados en nuestra muestra. En lo que sigue, nos enfocamos al análisis de las distribuciones de sobre precio calculadas a partir de los parámetros de demanda estimados con dos modelos econométricos: logit multinomial (MNL) y logit mixto (ML).

Figura 9: Boxplot de proxy markup por mercado



Fuente: Elaboración propia en base a datos aportados por empresas funerarias.

252. Es necesario tener presente que las estimaciones realizadas con el MNL adolecen de reflejar patrones de sustitución poco realistas: en este modelo el aumento en el precio de una de las alternativas en el mercado produce que los individuos sustituyan de la misma manera a cualquiera de las restantes, sin importar si los sustitutos son similares o no. En cambio, el modelo logit mixto infiere la intensidad de sustitución a las distintas alternativas en base a los datos, lo que mejora de manera sustancial el realismo de los patrones de sustitución—cruciales para establecer las presiones competitivas que se ejercen las diversas alternativas. Lo anterior se traduce en que los sobrepuestos calculados a partir de los parámetros que estima el MNL subestiman los valores reales, pues todos los sustitutos imponen el mismo nivel de presión competitiva entre sí. De todas formas, por completitud, revisaremos ambos resultados.

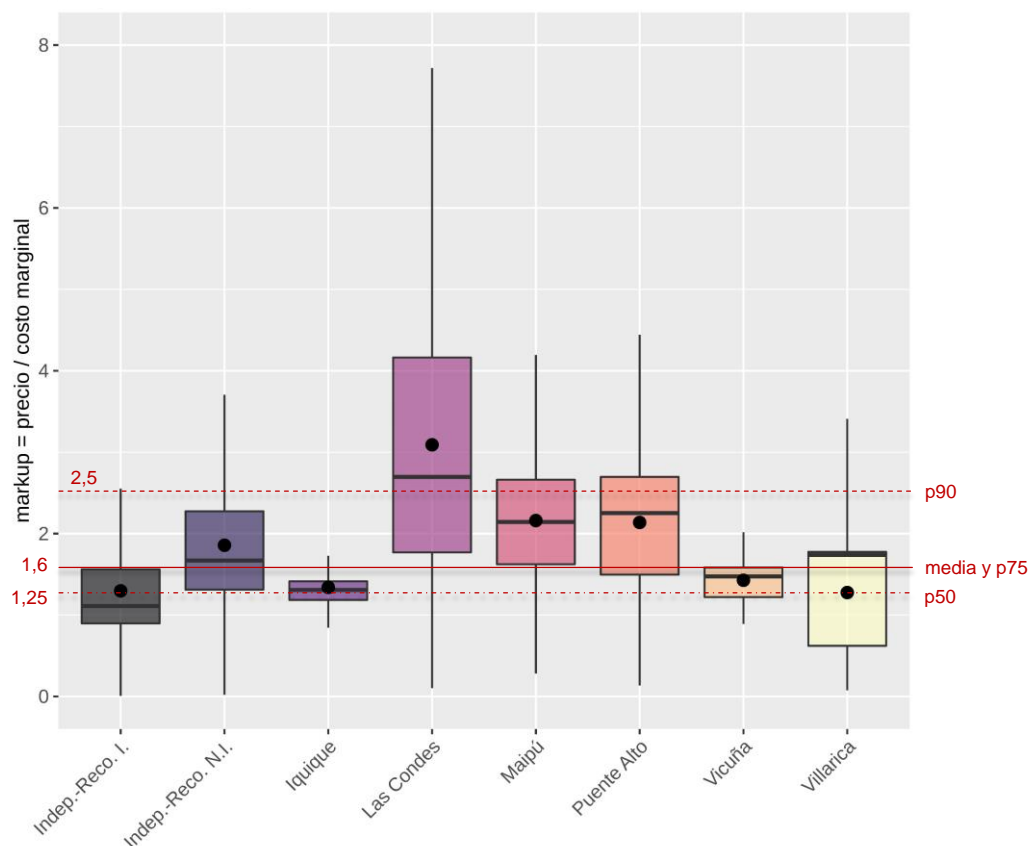
Tabla 24: Estadísticas descriptivas costo de urna partido por costo marginal

Modelo	Mercado	media	d. est.	Percentil				
				10	25	50	75	90
MNL	Indep.-Reco. I.	0.44	0.20	0.23	0.29	0.39	0.53	0.78
	Indep.-Reco. N.I.	0.55	0.16	0.37	0.43	0.52	0.66	0.79
	Iquique	0.36	0.09	0.28	0.32	0.38	0.41	0.43
	Las Condes	0.52	0.22	0.32	0.35	0.46	0.71	0.81
ML	Indep.-Reco. I.	0.60	0.16	0.37	0.51	0.59	0.69	0.78
	Indep.-Reco. N.I.	0.51	0.17	0.32	0.40	0.52	0.57	0.64
	Iquique	0.50	0.20	0.34	0.44	0.60	0.62	0.63
	Las Condes	0.57	0.17	0.37	0.48	0.52	0.67	0.77

Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por las funerarias.

253. Antes de presentar las distribuciones de *markups*, exploramos las del cociente entre el costo de la urna y nuestra estimación del costo marginal. Nos interesó analizar este ratio por dos motivos: (i) primero, pues queríamos asegurarnos de que nuestras estimaciones estuviesen dentro de rangos razonables; y, (ii) segundo, porque, como observamos en la sección II.A.iii.c, sólo estimamos la demanda para los primeros cuatro mercados distinguidos en el eje de las abscisas en la Figura 9. No obstante, queríamos contar con aproximaciones de sobreprecios mejores que las calculadas en la Figura para los mercados restantes. Dado que contamos con los costos de las urnas en todos los mercados, una manera sencilla de obtener una mejor aproximación fue extrapolando el cociente entre el costo de la urna y el costo marginal a los mercados donde no realizamos una estimación de demanda. Así, el costo marginal se obtiene al dividir el costo de la urna reportado por las funerarias por el cociente que estimamos.
254. La Tabla 24 muestra las distribuciones del cociente entre el costo de la urna y el costo marginal estimadas con ambos modelos. En el caso del modelo logit multinomial, la media se mueve entre un 36% en Iquique a un 55% en Independencia-Recoleta no institucional. En otras palabras, las estimaciones de este modelo sugieren que el costo de proveer un funeral es, en promedio, entre 2 a 3 veces el costo de la urna. Por otra parte, en el caso logit mixto, los ratios medios son tales que el costo de proveer un servicio fúnebre fluctúa en los distintos mercados entre 1,6 a 2 veces el costo de la urna. Vemos, además, que en ambos casos nuestras estimaciones se encuentran dentro de rangos razonable. Considerando el percentil 90, el costo de la urna es a lo más el 81% del costo marginal; en el otro extremo, si nos enfocamos en el percentil 10, observamos que el costo de la urna es al menos un 23%.

Figura 10: Boxplot de markups por mercado estimados con modelo MNL



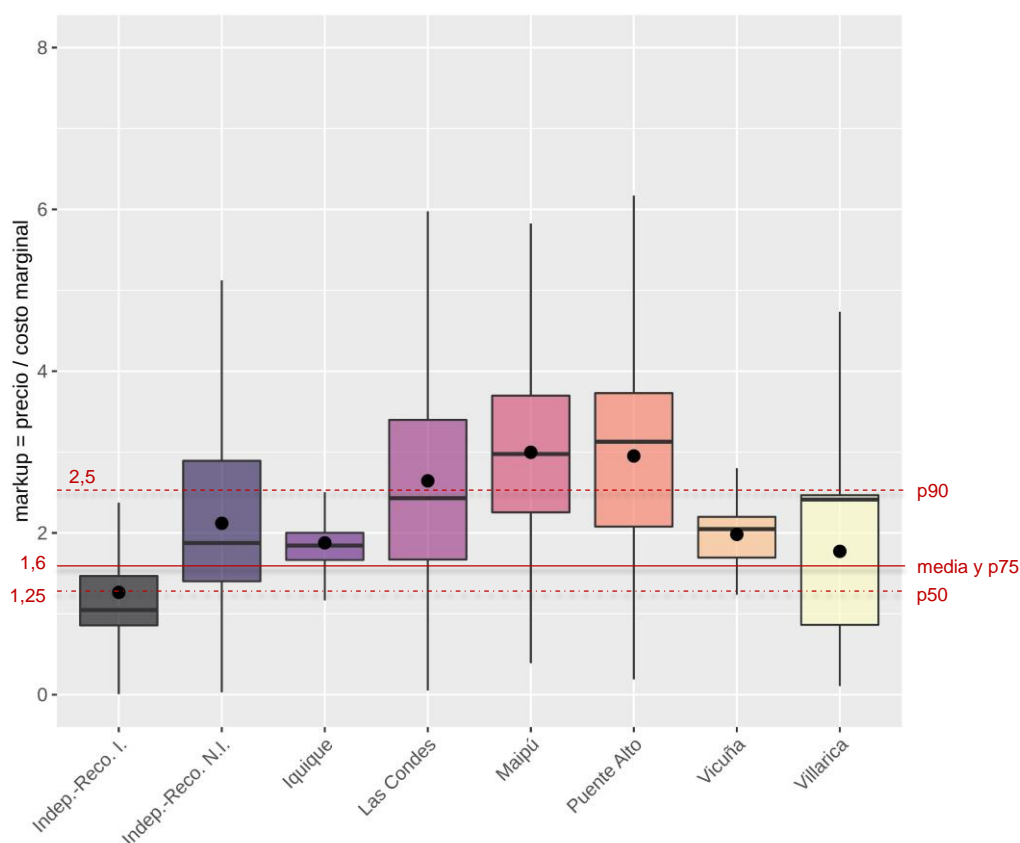
Fuente: Elaboración propia en base a datos aportados por empresas funerarias.

255. La Tabla 24 muestra las distribuciones del cociente entre el costo de la urna y el costo marginal estimadas con ambos modelos. En el caso del modelo logit multinomial, la media se mueve entre un 36% en Iquique a un 55% en Independencia-Recoleta no institucional. En otras palabras, las estimaciones de este modelo sugieren que el costo de proveer un funeral es, en promedio, entre 2 a 3 veces el costo de la urna. Por otra parte, en el caso logit mixto, los ratios medios son tales que el costo de proveer un servicio fúnebre fluctúa en los distintos mercados entre 1,6 a 2 veces el costo de la urna. Vemos, además, que en ambos casos nuestras estimaciones se encuentran dentro de rangos razonable. Considerando el percentil 90, el costo de la urna es a lo más el 81% del costo marginal; en el otro extremo, si nos enfocamos en el percentil 10, observamos que el costo de la urna es al menos un 23%.
256. Para realizar nuestra extrapolación a los mercados para los cuales no pudimos estimar demanda, utilizamos los valores promedios más conservadores de las distribuciones descritas en la Tabla 24. En otras palabras, escogimos aquellos que se tradujeron en menores sobrepuestos. Para el modelo logit multinomial, este correspondió a la media que estimamos en Iquique, igual a un 36%. Esto implicó asumir que los costos marginales fueron aproximadamente tres veces el costo de la urna—cualquier otro cociente hubiese implicado costos marginales menores y, por lo tanto, sobrepuestos

mayores. Por otra parte, en el caso del modelo logit mixto el valor más bajo fue 50%, o, en otras palabras, que el costo marginal fue, en promedio, dos veces el costo de la urna.

257. Como era de esperarse, en la Figura 10 vemos que las distribuciones se mueven de manera importante hacia abajo. En otras palabras, los markups estimados econométricamente son bastante inferiores a los calculados usando como proxy del costo marginal el costo de la urna.

Figura 11: Boxplot de markups por mercado estimados con modelo ML



Fuente: Elaboración propia en base a datos aportados por empresas funerarias.

258. A pesar de lo anterior, las distribuciones siguen siendo elevadas cuando se contrastan con la referencia. Salvo por el segmento institucional en Independencia-Recoleta, las medianas en todos los mercados se encuentran por sobre la mediana de las distribuciones de poder de mercado estimadas en De Loecker et al. (2020) y De Loecker y Eeckhout (2021). Además, en 5 de los ocho mercados, las medianas incluso superan las medias y el percentil 75 estimados por los autores. En el caso de Las Condes, más de la mitad de las personas enfrentaron un poder de mercado superior al ejercido por el 90% de las empresas en Norteamérica y el mundo (presentes en las bases de datos de los estudios). Y, en los casos de Maipú y Puente Alto lo mismo ocurre, pero con un 25% de las personas en nuestra muestra. Observamos todo lo anterior al utilizar una subestimación de los sobrepuestos. En lo que sigue, exploramos los resultados con estimaciones de mejor calidad.

259. Al igual que lo ocurrido con los sobrepuestos estimados con el modelo logit multinomial, los estimados con el logit mixto son bastante menores que los que reportamos en la Figura 9. Sin embargo, como se observa en la figura anterior, respecto de la referencia, las distribuciones de *markups* son elevadas. En este caso, salvo por el segmento institucional en Independencia-Recoleta, todas las medias se encuentran sobre percentil 75 estimados por los trabajos que usamos como punto de comparación. Dicho de otra forma, en promedio, en todos los mercados, salvo en el segmento institucional de Independencia y Recoleta, las personas experimentaron un poder de mercado superior al que ejercieron el 75% de las empresas en Norteamérica y el mundo. En los casos de Las Condes, Maipú y Puente Alto, la comparación es la misma, pero considerando como referencia al 90% de empresas las empresas.
260. Adicionalmente, notamos que existen una diferencia relevante en las distribuciones de sobrepuesto de los segmentos institucionales y no en Independencia y Recoleta. De hecho, la diferencia es estadísticamente significativa con un nivel de confianza superior al 99%, según el test no paramétrico *Wilcoxon–Mann–Whitney two-sample rank-sum*²¹². En promedio, el sobrepuesto cobrado a una persona natural en este mercado es un 86% superior al que pagan las instituciones. Dicho de otra manera, mientras las personas pagan en promedio 2,12 veces el costo de producir un servicio funerario, las instituciones pagan 1,27 veces.

iv. Conclusiones

261. En el presente apartado estudiamos la intensidad competitiva en los sectores de funerarias, cementerios y crematorios. Debido a limitaciones de recursos, tuvimos que acotar nuestro estudio a una muestra de mercados que procuramos reflejase diversas realidades en cuanto a niveles de actividad económica y, por cierto, de competencia.
262. En cada uno de los mercados en nuestra muestra describimos la actividad, concentración y caracterizamos la oferta provista por los agentes participando en los distintos sectores. Además, en el caso de las funerarias, describimos a los demandantes en términos de sus características sociodemográficas, así como de los factores que podrían influir en su toma de decisiones.
263. Para entregar una caracterización más completa de los niveles de competencia, adicionalmente, medimos la dispersión de precios en los distintos mercados. Si bien, en general, esta métrica no permite concluir de manera categórica respecto de si la competencia en un mercado es o no intensa, sí permite dar cuenta de la presencia de fricciones en la demanda que posiblemente la debiliten. Por último, presentamos una estimación del sobrepuesto cobrado por las funerarias, una métrica que da cuenta directamente del nivel de competencia, y que permite, por lo tanto, hacer un juicio respecto de este.

²¹² Hollander, M., D. A. Wolfe y E. Chicken. *Nonparametric Statistical Methods*. John Wiley & Sons, 2013: 115-136.

264. Lo que ocurre en el sector de las funerarias es uno de los hallazgos más llamativos del análisis que presentamos en este apartado. Como vimos, a pesar de ser mercados atomizados, con grados de concentración relativamente moderados, los niveles de competencia que observamos son más bien bajos. En los mercados que estudiamos, el poder de mercado que enfrentan las personas—medido a través del sobreprecio: cociente entre el precio de un servicio funerario y su costo marginal—se encuentra bastante por sobre estimaciones que documenta la literatura económica. En un estudio que midió el poder mercado en un universo de 70.000 empresas operando en 134 países, los investigadores detectaron que el sobreprecio del percentil 75 era igual a 1,6. Dicho de otra forma, detectaron que un 75% de las organizaciones en su muestra cobraron un precio inferior o igual a 1,6 veces el costo de proveer su producto o servicio.
265. Por otra parte, nuestro análisis indicó que, salvo por el segmento institucional ubicado en uno de los mercados de nuestra muestra, las personas en promedio pagaron más de 1,77 veces el costo marginal; en la mayoría de los mercados, pagaron 2 o más veces, y en uno, en promedio, 3 veces. Si las empresas funerarias que estudiamos hubiesen sido incluidas dentro de las 70.000 que analizó el estudio mencionado, éstas hubiesen estado dentro del 25% de empresas que ejerce mayor poder de mercado.
266. Adicionalmente, se estima una dispersión de precios muy importante para el mercado de servicios funerarios. La dispersión estimada como fracción del precio promedio, en torno al 40%, es muy superior a lo encontrado por Lewis para el mercado de la gasolina de un 2,4%, y en torno los hallazgos de la CMA para el mercado funerario inglés, lo cual fue considerado como una dispersión significativa.
267. En el caso de los cementerios, vemos que el HHI para la Región Metropolitana se encuentra en torno a los 1.500 puntos, por lo que no puede considerarse como un mercado concentrado. No obstante, vemos que la tasa cobrada por las sepulturas vendidas a crédito en promedio es casi el doble de la tasa de interés de un crédito hipotecario. Además, se encuentra que persiste una dispersión de precios importante respecto de la sepultura, en torno a un 29%, que muestran eventuales problemas fricciones en la búsqueda de alternativas.
268. Por último, en el caso del mercado de las cremaciones vemos que hay muy pocos oferentes.

IV. FACTORES ECONÓMICOS QUE IMPACTAN LA COMPETENCIA

A. Sesgos cognitivos limitan la respuesta de la demanda

i. Introducción

269. En la presente sección nos abocamos al estudio de una de las hipótesis que dio pie al inicio del presente estudio. Esto es, que los consumidores potencialmente adolecen de sesgos de comportamiento que pueden limitar de manera relevante sus capacidades de tomar decisiones racionales en el contexto del mercado fúnebre. Señalamos entonces que, dada la condición de vulnerabilidad de las personas, sumado a los plazos acotados en los cuales deben realizarse la formalización de un deceso, en conjunto con la sepultación o cremación, resultaba razonable considerar que la presencia de sesgos de comportamiento pudiese afectar de manera significativa las decisiones de las personas. Esta característica del mercado, a su vez, podría limitar la competencia, por la vía de reducir la capacidad de repuesta de la demanda.
270. Articulamos el estudio de la hipótesis considerando las principales explicaciones que la economía del comportamiento ha sugerido para entender por qué las personas fallan en escoger el mejor precio: que éstas buscan de manera insuficiente, que se confunden respecto del precio u otros atributos del producto, y que experimentan inercia. De las tres, sólo analizamos las dos primeras, ya que la tercera hace más sentido en contextos donde los individuos interactúan de manera repetida con los mercados, por ejemplo, en sectores como el de los servicios de *streaming*, de Isapres o servicios básicos; en todos éstos, los consumidores normalmente están sujetos a algún tipo de suscripción o plan, el que mes a mes puede ser cancelado para cambiarse a un proveedor alternativo.
271. Así es que la hipótesis central de esta sección la descompusimos en dos: que existe una examinación insuficiente de las ofertas en el mercado, y que las personas experimentan confusión respecto del precio. Las subsecciones que describen los análisis que llevamos a cabo para evaluar estas hipótesis son autocontenidas. Estas presentan los principales hallazgos, así como las metodologías que utilizamos para arribar a los mismos. Antes de proceder con su exposición, a continuación, introducimos de manera breve un marco conceptual que brinda el contexto en el cual se emplazan nuestros análisis.

ii. Marco conceptual: Por qué las personas fallan en escoger el mejor precio

272. Los mercados perfectamente competitivos asumen que los consumidores son racionales y que eligen el mejor precio entre bienes homogéneos. En la práctica, las personas fallan en elegir el mejor precio por distintos motivos, ya sea por su propio comportamiento o por estrategias adoptadas por los proveedores. En esta sección explicamos los distintos motivos por los cuales las personas fallan en escoger el mejor

precio, tomando como referencia el trabajo de Grubb (2015)²¹³, quien sistematiza estos motivos basándose en la evidencia económica disponible.

273. Siguiendo la sistematización de Grubb, los consumidores no eligen los mejores precios al menos por tres razones: (i) porque buscan o cotizan poco; (ii) se confunden, comparando precios de manera incorrecta, o no teniendo claridad de los precios finalmente pagados; y/o, (iii) muestran inercia, eligiendo alternativas previas en lugar de cotizar nuevamente. Todas estas razones explican que existan *markups* positivos que no disminuyen cuando aumenta el número de competidores en diversos mercados. Conforme se detalló en la sección III.B.iii, este parece ser el caso del mercado fúnebre. En lo que sigue, revisamos con un grado mayor de profundidad los motivos por los cuáles las personas fallan en escoger el mejor precio.

a. Búsqueda insuficiente

274. En primer lugar, la dificultad de los adquirentes para elegir el mejor precio se puede explicar por una búsqueda limitada, es decir, un bajo número de cotizaciones en el mercado. Cuando el beneficio de realizar una sola cotización adicional es muy alto—esto es, que puede reducir considerablemente el precio del bien o aumentar su calidad, y las personas no lo realizan, su comportamiento de búsqueda no sería racional. La anterior explica que en mercados atomizados con diversos competidores los precios sean más altos que un precio de equilibrio competitivo.
275. Las razones por las cuales los consumidores buscan poco pueden ser varias, por ejemplo, que, subestimen los retornos que reportará una búsqueda o cotización adicional, por sobreestimar las diferencias de calidad entre los productos, o tener dificultades para comprender los precios. Adicionalmente, los costos de búsqueda de los consumidores pueden ser muy altos al considerar sus limitaciones cognitivas, las que se pueden deber a las características inherentes de los consumidores o al contexto en el cual deben elegir los bienes y servicios.
276. Los consumidores pueden subestimar el retorno que les reportará realizar búsquedas adicionales en el mercado. Esto puede deberse a que estos estimen que la empresa en la que cotizan o el tercero que realiza una recomendación actúa en su mejor interés, sin considerar necesario acudir a otras opciones. Por otra parte, los consumidores pueden subestimar la dispersión de precios que existe en el mercado, lo que los llevaría a esperar que no existan alternativas de menor precio o mejor calidad.
277. Adicionalmente, las empresas pueden realizar prácticas de ofuscación. Los agentes económicos no solo determinan los precios de los bienes y servicios que comercializan, sino que también eligen la complejidad con la que estos son mostrados a los consumidores. En ciertas condiciones, puede ser más rentable para las empresas

²¹³ Grubb, M. D. «Failing to choose the best price: Theory, evidence, and policy» *Review of Industrial Organization* 47, n° 3 (2015): 303–340. Nos remitimos de manera general a este trabajo respecto de las afirmaciones contenidas en esta sección.

ofuscar sus precios, haciéndolos más complejos y menos transparentes, para dificultar que los consumidores comparen las diversas alternativas. En particular, podría ser rentable para un proveedor hacer que sus precios sean difíciles de encontrar o comprender, ya que esto aumentará el costo de búsqueda marginal esperado de los consumidores, aumentando sus costos de buscar la misma opción en otro proveedor.

278. Por otra parte, otro motivo por cuál es posible observar una búsqueda menos intensa, es que los consumidores pueden experimentar confusión respecto de la calidad o el precio de los bienes adquiridos. Respecto del primer punto, los consumidores pueden tener limitaciones para identificar cuándo determinados bienes son homogéneos, ya sea por el desconocimiento de sus cualidades o por el efecto de prácticas publicitarias. Los consumidores también pueden confundirse respecto de los precios cuando estos son complejos, presentando diversos elementos de manera compuesta, lo que además puede hacer más difícil comparar entre distintas opciones.
279. Por último, la teoría económica señala que los costos de búsqueda efectivamente pueden ser muy altos para los consumidores cuando es costoso evaluar las distintas alternativas. Por ejemplo, si los consumidores disponen de tiempo limitado para realizar la cotización y esta toma un tiempo considerable, estos podrían estar restringidos para evaluar las distintas alternativas. En el caso del mercado fúnebre, los consumidores disponen de un límite máximo de 48 horas para realizar la adquisición de todos los servicios e inhumar al fallecido, lo que claramente supone una limitación para la cotización. En estos casos, los consumidores pueden elegir activamente no evaluar en detalle diversas alternativas (inatención), reduciendo activamente el costo que les supone la búsqueda.

b. Confusión

280. Por otra parte, los consumidores pueden no escoger el mejor precio producto de experimentar confusión. Esto es, una vez que éstos ya han finalizado su búsqueda de precios, y habiendo definido el conjunto de alternativas que contemplarán para tomar su decisión, podrían no escoger aquella que fuese la más conveniente. En otras palabras, entre alternativas de calidades similares podrían no escoger la más barata, o entre alternativas de precios similares no escoger la de mayor calidad. Esto podría ocurrir por al menos dos motivos. Primero, los consumidores podrían confundirse respecto de la calidad de los productos (ej. esto sucedería en el mercado de los medicamentos, donde existe una competencia principalmente por marcas). Segundo, podrían no percibir correctamente el precio final pagado porque, por ejemplo, este es muy complejo o depende del consumo futuro (ej. planes de telefonía celular que definen tarifas marginales que dependen de la cantidad de consumida).
281. Resulta relevante explorar este sesgo pues puede traducirse en niveles de competencia inferiores a los que se observarían en su ausencia. Como explicamos en la sección IV.A.iv, la confusión puede pensarse como una percepción ruidosa, ya sea del precio o calidad de un bien. Esta percepción incorrecta puede generar una diferenciación espuria en el mercado, impidiendo que un mayor número de competidores se traduzca en una disminución en el poder de mercado que ejercen los oferentes. Adicionalmente su

investigación resulta interesante, pues la confusión podría ser incrementada por el contexto en el cual los individuos deciden. Por un lado, la percepción de la calidad podría ser alterada por una acción publicitaria persuasiva. Por otro, las percepciones de los precios podrían ser afectados de manera exógena por tácticas de ofuscación llevadas a cabo por los oferentes, o de manera endógena porque racionalmente el individuo decide destinar su energía a actividades distintas de entender un precio cuya evaluación puede requerir esfuerzo.

c. Inercia

282. Por último, los consumidores pueden actuar en base a inercia u opciones por default. Las causas de la inercia pueden ser los costos elevados de búsqueda o costos de cambio. La posibilidad de realizar búsquedas limitadas y la confusión respecto de la calidad o los precios, ya descritas, contribuyen a que los consumidores adopten estas decisiones por default que no corresponden necesariamente a las mejores opciones disponibles. Por último, los consumidores también pueden estar postergando para el futuro una decisión que pueden tomar en el presente (procrastinación), cuando la planificación sería más conveniente.
283. De esta forma, existen diversos motivos que podrían explicar por qué los consumidores no eligen el precio más bajo dentro de un conjunto de alternativas sustituibles en un mercado relevante dado. Los primeros dos motivos fundan las hipótesis que analizaremos en las secciones siguientes.

iii. Hipótesis 1: Existe una examinación insuficiente de la oferta en el mercado

a. Introducción

284. En esta sección estudiaremos la hipótesis de que los compradores de servicios funerarios no están examinando toda la oferta disponible en un mercado, si no que solo están analizando un subconjunto del total. Como explicaremos a continuación, el hecho de que los consumidores en un mercado no analicen exhaustivamente la oferta en un mercado puede redundar en dispersión de precios y márgenes por encima del nivel competitivo.
285. Para determinar si realmente los consumidores en el mercado funerario están examinando parcialmente la oferta disponible, emplearemos dos metodologías distintas: por una parte, usaremos las respuestas contenidas en nuestra encuesta a consumidores y, por otra parte, los datos requeridos a las funerarias.
286. De ambas fuentes de información se concluye que los clientes están comparando pocas alternativas. De hecho, una proporción importante de los consumidores, entre 50% y el 70%, según la metodología, no está comparando alternativas o, dicho de otra forma, buscan en solo un oferente. Adicionalmente, nos es posible realizar una estimación de eventuales bajas de precio en caso de que los demandantes en este mercado compararan más alternativas. Calculamos que, si el 75% de los clientes que buscan

sola vez pasan a buscar dos o más veces, los precios podrían caer hasta un 17%. Si el primer porcentaje ascendiera al 90% los precios caerían hasta un 29%.

b. Marco metodológico

287. Los encargados de llevar a cabo tanto las exequias como la inhumación o cremación del causante deben mercados que se alejan de los supuestos clásicos de un mercado competitivo. En efecto, como ya señalamos en la introducción a esta sección, hay condiciones psicológicas y coyunturales que pueden afectar la toma de decisiones. Lo anterior se puede interpretar como si el consumidor enfrentara un *costo* relevante al momento de comparar opciones o buscar precios. Esto nos lleva a la literatura de costos de búsqueda²¹⁴ y, en general, dentro de la literatura que estudia la falta de comparación entre alternativas por parte de los consumidores²¹⁵.
288. La presencia de costos de búsqueda desincentiva a los clientes a comparar alternativas debido a que este solo acto les representaría un costo, permite racionalizar las diferencias de precios, por sobre el costo marginal, en mercados en que se ofrecen bienes homogéneos y existen muchos oferentes. Intuitivamente, si el costo de búsqueda que debe pagar cada cliente es muy alto, el cliente se quedará con la primera opción que encuentre, situación que podría ser aprovechada por las empresas para poner precios por sobre el nivel competitivo. Por el contrario, si el costo de buscar nuevas opciones fuera ínfimo, los clientes podrían buscar varias veces antes de comprar, incentivando a las empresas a competir y bajar sus precios. En el límite cuando este costo tiende a cero, se restaura el resultado clásico de competencia perfecta
289. Diamond²¹⁶ fue el primero en mostrar que incluso un pequeño costo de búsqueda puede generar una situación en la que, independiente del número de oferentes, las empresas cobren el precio monopólico. El aspecto clave señalado por Diamond es el rol de la expectativa que tienen los clientes: si piensan que todas las empresas cobrarán un mismo precio, entonces no existirán incentivos para buscar un precio más bajo.
290. Esta fricción no se explica necesariamente por una práctica concertada entre las empresas, ya que puede explicarse por dificultades de búsqueda de los consumidores²¹⁷. Sin embargo, se ha mostrado que el costo de búsqueda puede aumentar los márgenes de las empresas.

²¹⁴ Concepto introducido en Stigler, G. J. «The economics of information.» *Journal of political economy* 69, n° 3 (1961): 213-225.

²¹⁵ Woodward, S. E. y R. E. Hall. «Diagnosing consumer confusion and sub-optimal shopping effort: Theory and mortgage-market evidence.» *American Economic Review* 102, n° 7 (2012): 3249-76.

²¹⁶ Diamond, P. A. «A model of price adjustment.» *Journal of economic theory* 3, n° 2 (1971): 156-168.

²¹⁷ Diamond, P. A. «A model of price adjustment.» *Journal of economic theory* 3, n° 2 (1971): 156-168.

291. Hong y Shum²¹⁸ muestran que la presencia de costos de búsqueda puede generar dispersión de precios incluso en bienes homogéneos con oferentes idénticos, sugiriendo una metodología que permitiría inferir directamente la distribución de costos de búsqueda a partir de la distribución de precios observados en el mercado. Hortaçsu y Syverson²¹⁹ aplican esta teoría en productos diferenciados y además proponen dos métricas para evaluar la pérdida de bienestar social generado por los costos de búsqueda²²⁰. En el área macroeconómica, esta teoría ha permitido dar microfundamento es decir, fundamentos sustentados en el comportamiento de los agentes individuales, a las fricciones observadas en el mercado laboral, estableciendo que el mercado del trabajo presenta costos de búsqueda importantes²²¹.
292. A pesar de lo anterior, la presencia de costos de búsqueda no es la única razón que puede explicar el hecho de que los participantes de un mercado no estén comparando alternativas. Woodward y Hall²²² argumentan que la teoría de los costos de búsqueda implícitamente supone la existencia de un precio vinculante, es decir un precio al que el oferente se compromete a vender. No obstante, hay casos en que lo anterior no es un supuesto realista, como lo sería el mercado de las asesorías bancarias, en donde el precio se negocia entre comprador y vendedor, conforme a lo señalado por los autores. En casos como este, también existirá una búsqueda subóptima de alternativas, lo cual, al igual que en el caso de la teoría de costos de búsqueda, generaría una dispersión de precios y mayores márgenes para los oferentes.
293. A continuación, llevaremos a cabo dos análisis que buscarán, por una parte, verificar si hay una búsqueda limitada por parte de los consumidores, tanto de servicios funerarios como de cremación, y, por otra parte, cuantificar los eventuales costos de búsqueda que enfrentan los consumidores. En ambos casos, se estimarán los potenciales efectos sobre el precio pagado ante hipotéticos cambios en la intensidad de búsqueda y en la distribución de costos de búsqueda.

c. Una estimación del nivel de búsqueda en el mercado funerario

294. En primer lugar, usaremos los resultados de nuestra encuesta para tener una primera aproximación de la intensidad de búsqueda de los consumidores en el mercado de los

²¹⁸ Hong, H. y M. Shum. «Using price distributions to estimate search costs.» *The RAND Journal of Economics* 37, n° 2 (2006): 257-275.

²¹⁹ Hortaçsu, A. y C. Syverson. «Product differentiation, search costs, and competition in the mutual fund industry: A case study of S&P 500 index funds.» *The Quarterly journal of economics* 119, n° 2 (2004): 403-456.

²²⁰ Los autores definen la pérdida de bienestar social como el mayor precio pagado con respecto al precio más bajo observado en el mercado $DWL_1 = \sum_i q_i(p_{MIN} - p_i)$ y como la cantidad esperada de búsquedas hechas por cada consumidor multiplicada por su costo $DWL_2 = \sum_i \int E(n|c)dH(c)$.

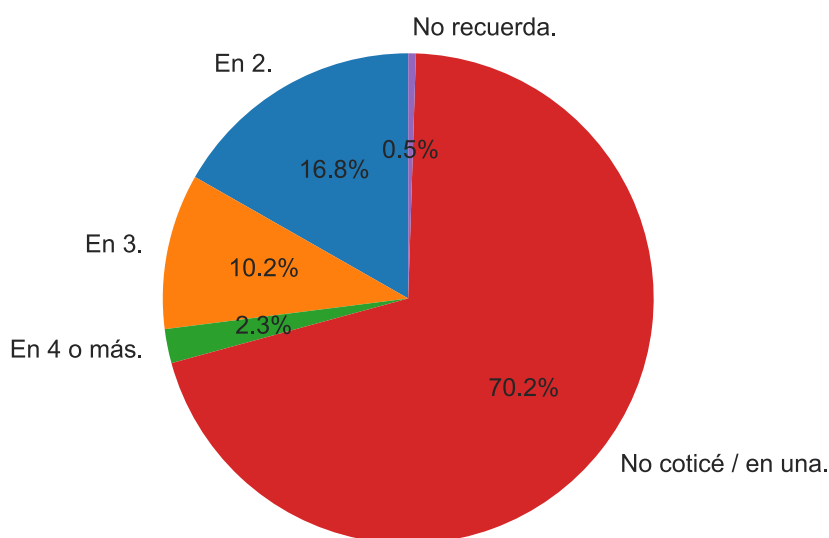
²²¹ Diamond, P. A. «A model of price adjustment.» *Journal of economic theory* 3, n° 2 (1971): 156-168.

²²² Woodward, S. E., y R. E. Hall. «Diagnosing consumer confusion and sub-optimal shopping effort: Theory and mortgage-market evidence.» *American Economic Review* 102, n° 7 (2012): 3249-76.

servicios funerarios. Luego, estimaremos un modelo de equilibrio con costos de búsqueda usando datos de la industria funeraria. Esta estimación nos permitirá, por una parte, inferir la intensidad de búsqueda y, por otra parte, estimar cómo podrían variar los precios en caso de que los consumidores buscaran y compararan más alternativas.

295. De acuerdo con los resultados de nuestra encuesta, el 70,2% de los consumidores encuestados señaló solo haber cotizado en 1 funeraria, lo cual se puede entender como que no cotizó, ya que se quedó con la primera alternativa que encontró.

Figura 12: Número de funerarias cotizadas

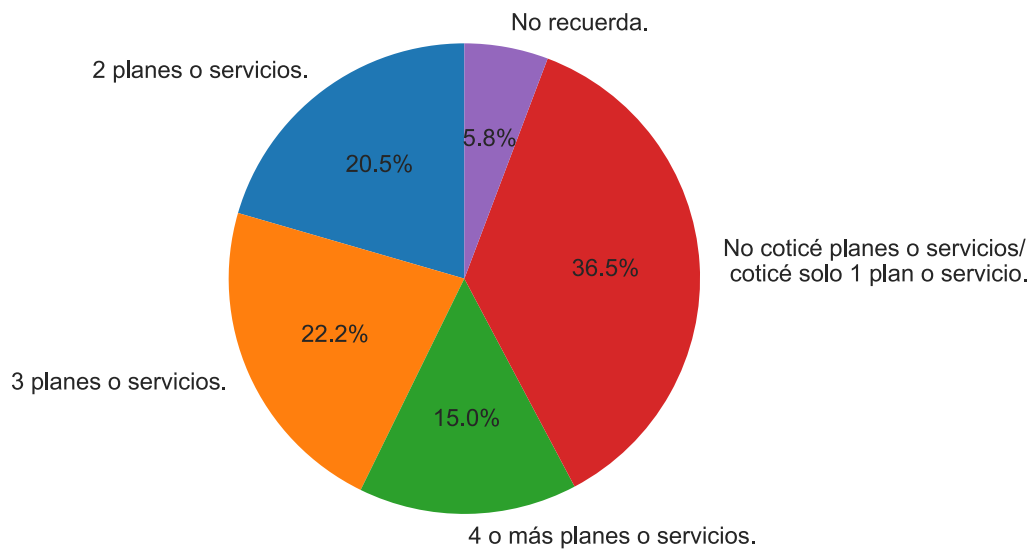


Fuente: Datos obtenidos en encuesta IPSOS-FNE.

Nota: Respuesta espontánea ante pregunta "¿En cuántas funerarias cotizó?". Ver Anexo K.

296. Por otra parte, respecto a la cotización de productos al interior de una funeraria, vemos que sí hay una mayor comparación de alternativas. Como vemos en la Figura 13, el 57% de los clientes encuestados afirma haber comparado dos o más alternativas, mientras que aquellos que no cotizaron solo llegan al 36,5%.
297. Por último, en el caso de los cementerios vemos una situación similar. En la Figura 14, separamos según compras por necesidad futura y compras por necesidad inmediata. Encontramos que el porcentaje de clientes que no cotizan es similar en ambos casos, sin embargo, esta debemos remarcar que ambos casos son sustancialmente distintos.
298. En el caso de las compras hechas por necesidad futura, es posible que la persona encuestada no haya cotizado el cementerio, ya que posiblemente esta decisión ya había sido tomada por la persona fallecida u otro miembro de la familia. En consecuencia, podría existir un proceso de comparación de alternativas previo, que esta pregunta no estaría capturando apropiadamente.

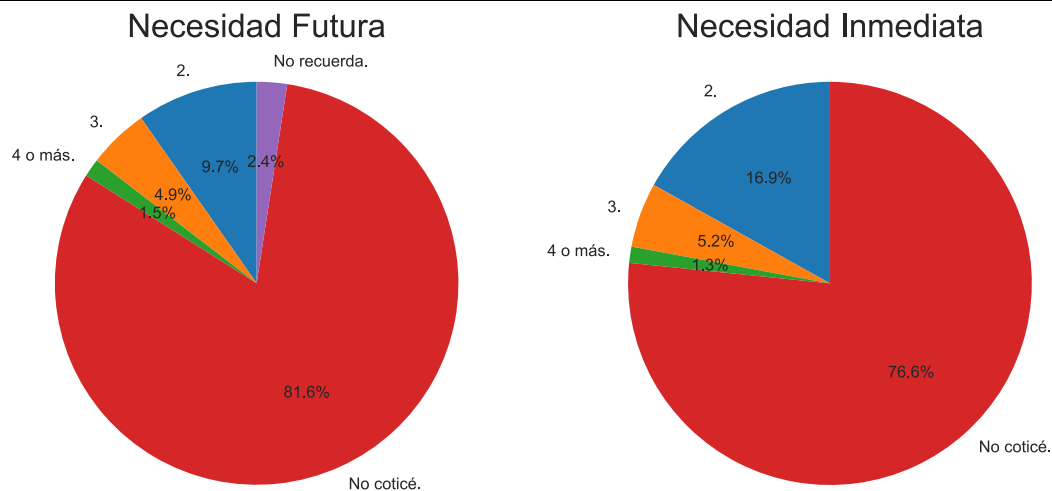
Figura 13: Número de productos cotizados



Fuente: Datos obtenidos en encuesta IPSOS-FNE.

Nota: Respuesta con opciones ante pregunta "En la funeraria escogida ¿Cotizó entre distintos planes o servicios al momento de realizar la compra?". Ver Anexo K.

Figura 14: Número de cementerios cotizados



Fuente: Datos obtenidos en encuesta IPSOS-FNE.

Nota: Respuesta espontánea ante pregunta "¿En cuántos cementerios cotizó?". Ver Anexo K.

299. Como hemos visto, nuestra encuesta sugiere que los consumidores no están comparando alternativas al momento de tomar sus decisiones. A continuación, usaremos la información acerca de los precios cobrados por los servicios fúnebres durante el año 2021 para estimar la intensidad de búsqueda en este mercado y, como ya mencionamos, obtener una medida del efecto de la búsqueda en los precios de equilibrio.

300. Es posible estimar el número de búsquedas que en promedio realizan los consumidores al momento de elegir un producto. Hong y Shum²²³ proponen una metodología a partir de un equilibrio en estrategias mixtas²²⁴ en un mercado competitivo en el que es costoso para los consumidores comparar alternativas.
301. El modelo supone un mercado en el que las empresas no tienen poder de mercado, por lo que, en condiciones normales, esperaríamos que los precios converjan a su nivel competitivo. Sin embargo, cada consumidor enfrenta un costo al momento de comparar precios o visitar tiendas para conocer el precio del producto. Este costo es heterogéneo entre los consumidores, es decir, tendremos clientes a los que les costará relativamente poco comparar productos, mientras que a otros les significará un monto importante.
302. La consecuencia de esto es que, al existir costos de búsqueda, los consumidores no examinarán toda la oferta del mercado, sino que solo una parte. Aquellos consumidores con un menor costo de comparar ofertas podrán analizar gran parte de la oferta, obteniendo precios más bajo. En cambio, los consumidores con un mayor costo de búsqueda examinarán menos ofertas disponibles, incluso llegando a solo examinar una oferta. Los oferentes, anticipando esta situación, fijarán precios mayores al competitivo, ya que, a diferencia de un mercado competitivo tradicional, una subida de precios no hará que el productor pierda todas sus ventas. Esto genera dispersión de precios y que estos no converjan a su costo marginal.
303. El modelo en particular para analizar los costos de búsqueda, siguiendo el modelo ya descrito de Hong y Shum, supone la presencia de N oferentes en un mercado, con un gran número de consumidores²²⁵. Cada oferente cobrará un precio p_i , al tiempo que enfrenta un costo marginal r . Por su parte, cada cliente tiene un costo de búsqueda c , el cual viene de una distribución de costos $F_c(\cdot)$. Además, cada cliente buscará hasta un máximo de K veces en distintas tiendas para conocer el precio. Por último, la fracción de clientes que busca en una sola tienda se denominará q_1 ; la fracción que buscará en dos tiendas q_2 ; y así hasta q_K . De esta forma, tendremos que $\sum_{k=1}^K q_k = 1$, lo que significa que, al considerar a todos estos tipos de clientes, estamos representando al total de la demanda en este mercado. El objetivo de la metodología propuesta será obtener una estimación de q_1, q_2, \dots, q_k , es decir, de los niveles de búsqueda que se producen en este mercado.

²²³ Hong, H., y M. Shum. «Using price distributions to estimate search costs.» *The RAND Journal of Economics* 37, n° 2 (2006): 257-275.

²²⁴ Una estrategia mixta se refiere a que las empresas no siguen una estrategia fija, sino que aleatorizan sus acciones de acuerdo con una distribución de estrategias óptimas.

²²⁵ Formalmente, los autores requieren la existencia de un "continuo" de consumidores, lo que implica que ningún comprador tiene por sí solo el poder de influir en el precio.

304. Para realizar lo anterior, los autores derivan M ecuaciones de momento²²⁶ a partir de las cuales se puede obtener estimaciones de los distintos niveles de búsqueda q_k . Estas ecuaciones son:

$$h_m(q) = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \mathbf{1} \left(p_i \leq r + \frac{(\bar{p} - r)q_1}{\sum_k q_k k (1 - s_m)^{k-1}} \right) - s_m = 0 \quad \forall m \leq M$$

305. Donde s_m es cualquier número entre 0 y 1 que representa el cuantil s_m -ésimo y $\mathbf{1}(\cdot)$ es la función indicatriz²²⁷. La interpretación de esta condición es que en promedio el s_m % de los precios debe ser menor o igual al precio ubicado en el percentil s_m , por ejemplo, se espera que la mitad de los precios de una distribución sea menor o igual al precio mediano (percentil 50).

306. A partir de este conjunto de momentos se puede identificar los parámetros q_1, q_2, \dots, q_k vía GMM²²⁸.

307. En el caso de las funerarias, realizaremos esta estimación para cada producto funerario definido al igual que en la sección III.B.iii. De esta forma, para aplicar el modelo anterior, asumiremos que los consumidores realizan una búsqueda para un producto con características definidas similares, tales como el material de la urna, velorio para un cierto número de personas y a una misma distancia entre la funeraria o velorio hasta el cementerio. En palabras simples, asumimos que los consumidores buscan productos similares entre las diversas funerarias en un proceso de cotización. Además, supondremos que cada consumidor busca solo dentro de un mercado geográfico (por ejemplo, un consumidor que busca en Independencia-Recoleta no buscará en Maipú). En caso de eliminar este supuesto, obtendríamos aún mayores diferencias de precios para productos homogéneos.

Tabla 25: Diferencias de precio en los 5 productos más populares

ID_Producto	Precio Mínimo	Precio medio	Precio máximo
0_9_terciado_adulto_4Independ. Reco.	\$628.097,0	\$871.266,0	\$1.482.347,0
0_9_terciado_adulto_4Puente Alto	\$657.464,0	\$850.188,0	\$1.287.667,0
0_6_terciado_adulto_1Maipú	\$508.745,0	\$1.094.569,0	\$1.480.281,0
0_9_terciado_adulto_4Maipú	\$641.084,0	\$911.504,0	\$1.586.015,0
0_8_terciado_adulto_2Independ. Reco.	\$1.020.698,0	\$1.274.851,0	\$1.896.502,0

Fuente: Elaboración propia en base a datos requeridos a las funerarias

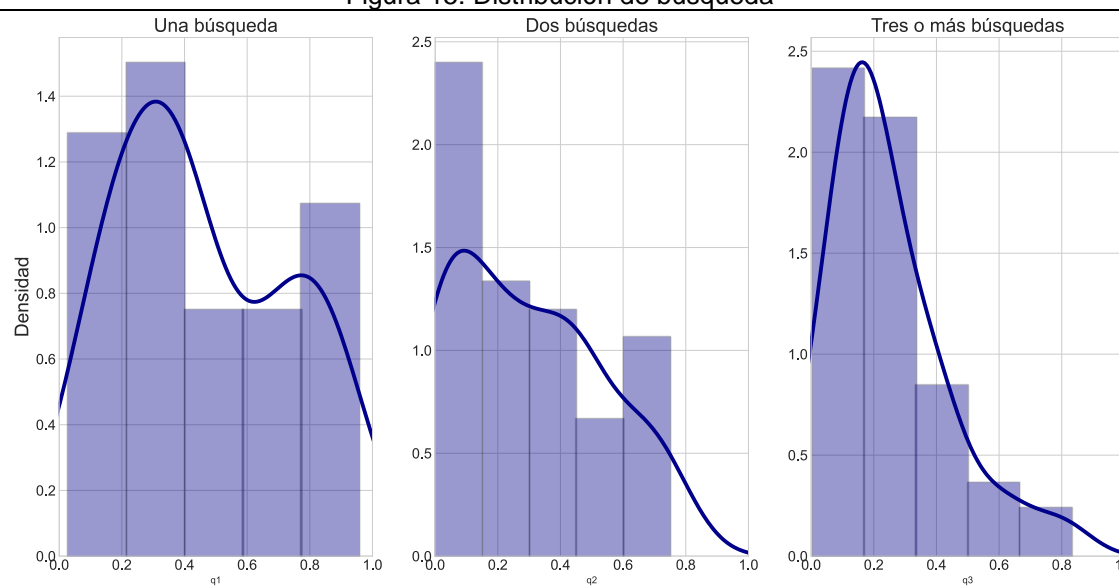
²²⁶ Ver Anexo A para una exposición completa del modelo y de la derivación de las ecuaciones de momento.

²²⁷ La función indicatriz $\mathbf{1}(a \leq b)$ toma el valor 1 si se cumple que $a \leq b$ y 0 en otro caso.

²²⁸ GMM se refiere al *método generalizado de momentos*. Intuitivamente, este método busca “despejar” un grupo de incógnitas, en este caso q_1, q_2, \dots, q_k , de un sistema de ecuaciones, en que el número de ecuaciones sea mayor al número de incógnitas. Para una exposición completa de este método se puede consultar Greene, W. H. «Econometric Analysis.» Cap 13: Minimum Distance Estimation and the Generalized Method of Moments, 495. Pearson Education, 2011.

308. Como vemos en la Tabla 25, hay una diferencia de precios importante para un mismo plan funerario dentro de un mismo mercado. Estas diferencias de precio sugieren la presencia de costos de búsqueda que impiden la convergencia en precios, lo que sería esperable en un mercado competitivo sin costos de búsqueda.
309. Realizamos este ejercicio para 46 mercado-producto distintos. Estimamos que en promedio el 50% de los consumidores de planes funerarios realizaron una sola búsqueda, es decir, adquirieron los bienes y servicios de la primera funeraria a la que acudieron. La Figura 15 muestra la estimación de q_1 , q_2 y q_3 para los 46 productos considerados en nuestra estimación. Recordemos que q_n representa la proporción de clientes que buscaron n veces.
310. Es relevante notar que, si separamos por mercado geográfico, en Independencia-Recoleta hay moderadamente un mayor nivel de búsqueda, lo que sugiere que la cercanía geográfica de las funerarias permite un mayor nivel de comparación de productos equivalentes en distintas funerarias.

Figura 15: Distribución de búsqueda



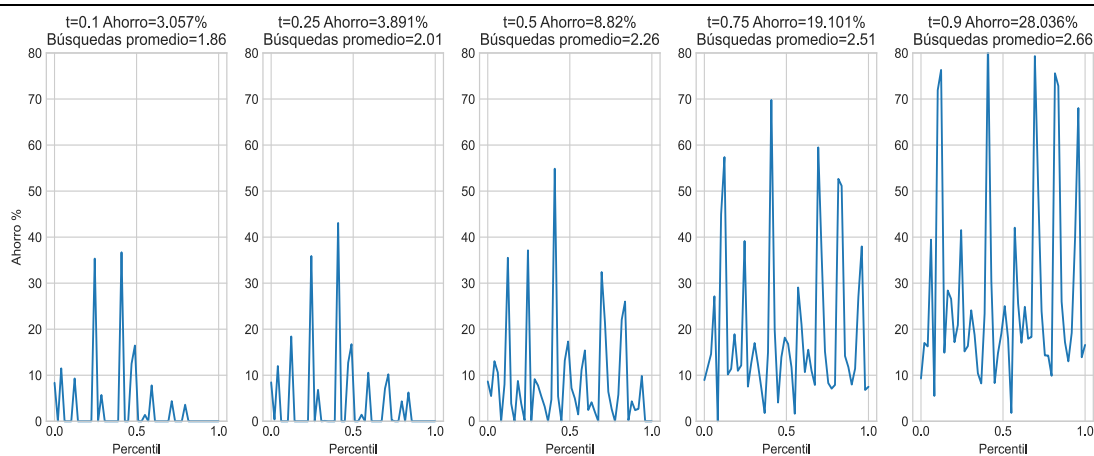
Fuente: Elaboración propia en base a datos requeridos a las funerarias.

311. Por último, podemos realizar un análisis del tipo contrafactual en el que estudiamos qué pasaría con el precio de cada producto si varía la intensidad de búsqueda de los consumidores en el mercado. El modelo propuesto por Hong y Shum²²⁹ permite calcular directamente los cuantiles de la distribución de precios (por ejemplo, la mediana) ante distintos niveles de búsqueda. De esta forma podemos calcular cómo varía el precio promedio de un producto ante aumentos en la intensidad de búsqueda realizado por los consumidores.

²²⁹ Hong, H., y M. Shum. «Using price distributions to estimate search costs.» *The RAND Journal of Economics* 37, n° 2 (2006): 257-275.

312. Para realizar el análisis anterior, supondremos que se aplica una política que lleva a que una fracción τ de los consumidores busque una vez más. Por ejemplo, si los consumidores pueden buscar hasta 2 veces y se aplica la política anterior, tendremos que la proporción de consumidores que buscan 1 vez se reducirá de q_1 a $q_1(1 - \tau)$ y la proporción de clientes que buscan 2 veces aumentará de q_2 a $q_2 + \tau q_1$. Naturalmente, mientras más alto sea el valor de τ diremos que una recomendación que aumente el número de búsquedas es más efectiva al momento de incentivar la búsqueda de los consumidores.
313. En la Figura 16, hemos graficado el ahorro, entendido como la caída en el precio promedio, de cada producto. Los productos están ordenados desde el menos al más consumido, de manera que el eje x indica la frecuencia acumulada de cada producto. La figura indica que mientras mayor sea la efectividad de la política, es decir, mientras más se incentive la búsqueda y comparación de alternativas, mayor será la caída en el precio promedio.
314. En el primer panel de la Figura 16, podemos ver que, si la política tiene un éxito moderado del 10%, muchos productos apenas bajarían su precio, llevando a un ahorro promedio estimado del 3,05%. En cambio, si el 75% de los consumidores que buscan una vez lo hicieran dos veces, los precios en promedio caerían un 17%. Por último, si el 90% de los consumidores buscara dos veces o más, los precios caerían en promedio un 29%.

Figura 16: Caída en el precio promedio ante distintos escenarios de política

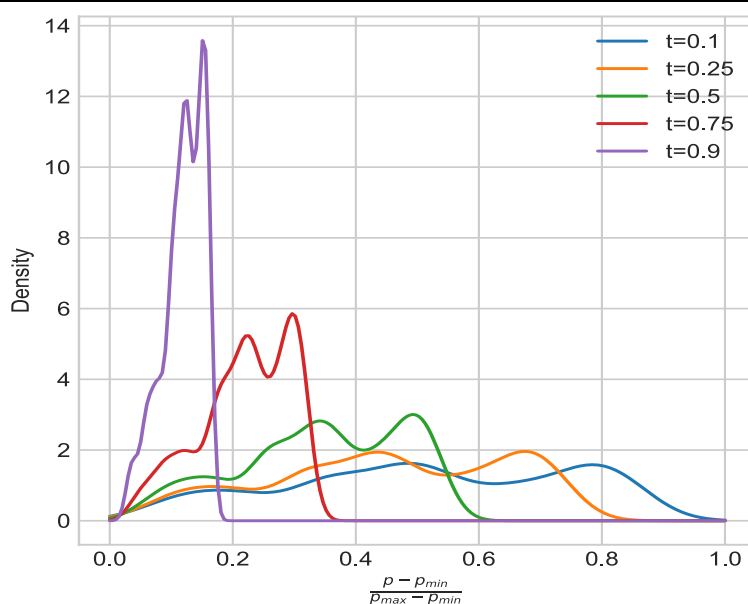


Fuente: Elaboración propia en base a datos requeridos a las funerarias.

315. También podemos notar que el aumento en la búsqueda permite que los precios converjan a su costo marginal. La Figura 17 muestra cómo cambia $\frac{\hat{p} - p_{min}}{p_{max} - p_{min}}$ ante distintos niveles de búsqueda, donde \hat{p} es el precio promedio de ese producto. Esta medida muestra la distancia porcentual entre el precio promedio y el precio mínimo. Si este valor se acerca a 0, significa que los precios están convergiendo a su valor mínimo.
316. En efecto, podemos apreciar en la Figura 17 que cuando la política es poco efectiva en incentivar la búsqueda ($\tau = 10\%$), la distribución de $\frac{\hat{p} - p_{min}}{p_{max} - p_{min}}$ parece uniforme, con

mercados en que $\frac{\hat{p}-p_{min}}{p_{max}-p_{min}} \approx 1$, lo que se puede interpretar como de alta dispersión y, presumiblemente, con clientes con mayores costos de búsqueda, y mercados en que $\frac{\hat{p}-p_{min}}{p_{max}-p_{min}} \approx 0$, en los que los precios en promedio están más cerca del mínimo observado, por lo que habría menores costos de búsqueda. Sin embargo, en la medida en que la política se hace cada vez más efectiva, la distribución de $\frac{\hat{p}-p_{min}}{p_{max}-p_{min}}$ tiende a una distribución degenerada en 0, por lo que, en todos los mercados, el precio promedio se está acercando al mínimo competitivo, de manera que los resultados de este mercado emulan al de uno con competencia perfecta.

Figura 17: Cambios en la distribución de precios



Fuente: Elaboración propia en base a datos requeridos a las funerarias.

d. Conclusiones

317. Podemos concluir, a partir del análisis de las respuestas entregadas en la encuesta que los consumidores de servicios funerarios analizan una parte más bien acotada de la oferta disponible. En efecto, un 70% de los consumidores encuestados afirman haber buscado en una sola funeraria²³⁰, lo cual es equivalente a decir que no se compararon alternativas.
318. Por otro lado, nuestro análisis cuantitativo, basado en la información de precios aportada por las funerarias, sugiere, al igual que la encuesta, que hay una fracción importante de los consumidores que no están comparando alternativas. Basándonos en este análisis, estimamos que el 50% de los consumidores solo buscaron una alternativa.

²³⁰ Pregunta N° 3 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

319. El bajo nivel de comparación entre alternativas está redundado en mayores precios. En particular, estimamos que podría haber ganancias importantes en términos de reducción de precios en caso de que se logre incentivar una mayor comparación de alternativas, pudiendo llegar a una reducción del 17% de los precios de los servicios funerarios en promedio.

iv. Hipótesis 2: Las personas experimentan confusión respecto del precio al decidir

a. Introducción

320. En esta sección presentamos los resultados de la evaluación que realizamos de la segunda hipótesis de sesgos de comportamiento que formulamos. En concreto, hipotetizamos que otro motivo que podría explicar la falta de competencia en el mercado era que las personas se confundiesen a la hora de tomar sus decisiones mortuorias. Como explicaremos en breve, al experimentar confusión, éstas podrían ser más insensibles al precio, lo que contribuiría a producir los importantes sobrepuestos que observamos en el sector de funerarias.

321. Además, nos interesó saber si existían elementos del ambiente de decisión que pudiesen contribuir a la confusión que experimentan las personas. Cuando iniciamos nuestro estudio, otras agencias de competencia habían indicado, en el contexto de los servicios fúnebres, que una de sus características distintivas era que las personas se encontrasen en una posición de vulnerabilidad emocional al momento de decidir, lo que era exacerbado por la premura con la cuál debían tomar su decisión²³¹. Además, en nuestras entrevistas con agentes del mercado se nos hizo ver que la interacción de las personas con agentes comisionistas de las funerarias podría también obnubilar su capacidad de decidir. Por último, se nos indicó que los beneficios mortuorios podrían no ser conocidos de manera extendida por la población. En caso de que un deudo no supiese del beneficio mortuario de la persona que falleció, o que no supiese que éste puede distribuirse en todos los ítems mortuorios, incluyendo funeral, sepultura o cremación, podría considerar que paga un precio más barato de lo que realmente pagó.

322. Del análisis que realizamos para evaluar la hipótesis de confusión, surgen dos hallazgos relevantes y una observación. El primer hallazgo es que la hipótesis tiene sustento: seguramente, las personas experimentan inatención respecto del precio final que pagan

²³¹ Competition and Markets Authority (Reino Unido), «Funeral Market Investigation: Final Report». Gov.uk [https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb557e8fa8f54d5733f5a1/Funerals - Final_report.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb557e8fa8f54d5733f5a1/Funerals_-_Final_report.pdf) Gov.uk. 18 de diciembre 2020 [https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb557e8fa8f54d5733f5a1/Funerals - Final_report.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb557e8fa8f54d5733f5a1/Funerals_-_Final_report.pdf) (último acceso: 24 de noviembre): 72 y Gobierno de España (Ministerio de Hacienda y economía), «Estudio sobre los servicios funerarios en España.» Junio 2010. <https://www.hacienda.gob.es/ES/Areas%20Tematicas/Internacional/Union%20Europea/Documents/10-06-28%20ESTUDIO%20FUNERARIAS.pdf> (último acceso: 24 de noviembre 2022): 44.

(igual al precio de lista menos un descuento) y evidencia indiciaria sugiere que este sesgo de comportamiento también podría alterar sus elecciones, traduciéndose en que los individuos privilegien alternativas menos económicas. Tres hechos sustentan esta aseveración. Primero, según los resultados de la encuesta, efectivamente, los beneficios mortuorios no son muy bien entendidos por la población: un 49% de los encuestados declaró no haber recibido ningún beneficio, y de los que declararon haberlo hecho, sólo un 26% recordó el rango en el cual se encuentran los montos de los beneficios, cuando había transcurrido alrededor de un año desde el deceso. En otras palabras, sólo un 13% tenía una idea precisa del beneficio y su magnitud²³². Segundo, los datos aportados por las empresas funerarias muestran que más de un 10% de las personas en nuestra muestra pagó un precio superior al precio de lista por un servicio de las mismas características al predefinido en el plan, lo que sólo resulta plausible si los individuos no tenían claridad de los precios de lista, o que existía una lista de precios en primer lugar. Tercero, clientes institucionales, que podrían considerarse como consumidores que adolecen en menor medida de los sesgos cognitivos que afectan a las personas ordinarias, muestran una sensibilidad al precio significativamente mayor que ésta últimas. Esto ocurre de dos maneras: obtienen mejores descuentos y sus elecciones reflejan un nivel de respuesta al precio superior. Si bien lo primero probablemente se explica por un poder de negociación mayor, lo segundo no, lo que provee sustento adicional a la hipótesis de confusión. Más aún, y seguramente como resultado de la divergencia entre las sensibilidades al precio de ambos tipos de consumidores, mientras las empresas funerarias ejercen un poder de mercado relativamente moderado en el segmento de clientes institucionales, las personas ordinarias enfrentan uno mayor al que ejercen más del 75% de las empresas que se transan públicamente en una muestra de 134 países, que incluye a las principales economías del mundo.

323. En cuanto a nuestro segundo hallazgo, éste corresponde a que existen factores en el ambiente de decisión de los deudos que se correlacionan significativamente con los descuentos que realizan las funerarias, lo que sugiere que tales factores probablemente tengan un impacto en la atención que las personas prestan al precio. La presencia de dos ellos—lo inesperado que resulta el deceso y la edad quien fallece—indica que el grado de vulnerabilidad de las personas sí podría afectar la perspicacia con la cuál enfrentan el mercado. Si un deceso es inesperado, las personas reciben en promedio un descuento que es un 4% menor, o, equivalentemente, manteniendo constante el precio de lista, pagan un precio que es un 4% mayor o \$43.778 en términos absolutos²³³; por otra parte, si la persona que fallece tiene 60 años, los deudos pagan un 1,2% más, si tiene 30 cerca de 4,1%, y si tiene 10 un 13% más, por planes con un mismo precio nominal, lo que en términos absolutos corresponde a \$14.312, \$48.100 y \$153.332²³⁴, respectivamente. Además, encontramos que la interacción con vendedores también

²³² Pregunta N° 14 y 15 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

²³³ Arribamos a este número notando que la base es el precio de lista del funeral, y usando como valor referencial la mediana de esta variable, que en la muestra de personas naturales es igual a \$1.171.155.

²³⁴ Seguimos el mismo procedimiento que el descrito en la nota al pie anterior.

tiene un impacto significativo: por cada \$10.000 pesos adicionales de comisión, las personas pagan un 1,36% más o \$16.072 adicionales por planes con un mismo precio de lista. En contraste, ninguno de estos factores afecta los gustos de los individuos; sus valoraciones de las distintas alternativas no se correlacionan de manera significativa con estos atributos de los ambientes de decisión. Esto sugiere que un deceso en circunstancias adversas o la interacción con un vendedor afectan la atención que las personas ponen en el precio que finalmente pagan, no a los precios de lista, ni a los demás atributos del funeral.

324. En cuanto a la observación, notamos que las casas funerarias probablemente saben (o al menos intuyen) la presencia de sesgos de comportamiento. Esto pues la excepción es que una persona pague el precio de lista; la mayoría paga un precio inferior. En nuestra muestra, el descuento promedio es igual a 20%, la mediana igual a 16%, y sobre un 75% de las personas pagaron un precio menor o igual al del plan. Sin poner atención a los costos, esta estrategia de precios podría interpretarse como que las funerarias en la mayor parte de los casos hacen esfuerzos por brindar mejores precios a las personas; tal aseveración no se sostiene, sin embargo, cuando consideramos los sobrepagos que describimos en nuestro análisis de competencia.
325. A continuación, procedemos con el análisis que sustancia los dos hallazgos más la observación. Antes describimos el marco metodológico que motiva nuestro enfoque.

b. Marco metodológico

326. Para evaluar nuestra hipótesis sobre la relevancia de la confusión respecto del precio de los bienes fúnebres, realizamos una serie de ejercicios que se encuentran motivados por el tipo de análisis que ha llevado cabo la economía del comportamiento. Específicamente, el concepto de confusión lo operacionalizamos siguiendo el marco conceptual de *inatención* que describe Gabaix (2019, pp. 267-279)²³⁵, el que establece que los individuos actúan de manera racional, pero perciben estímulos (por ejemplo, precios) de manera ruidosa. Esto se traduce en que sus respuestas no sean tan marcadas como lo serían en ausencia del ruido en la señal, pesando más sus preconcepciones a la hora de tomar una decisión. Mientras más ruidosa sea la señal más limitada será la respuesta que expresa un individuo, dándole más peso al valor por defecto que asignó al estímulo.
327. Una manera de modelar esto es considerar que un individuo completamente racional resolvería un problema de maximización de utilidad, de la forma $\max\{u(a, x): a \in A\}$, donde $u(a, x)$ corresponde al beneficio que percibe cuando frente a un estímulo x (que puede ser un vector de atributos de un producto, incluyendo precios y otras características) toma la acción a (por ejemplo, comprar o no el producto). Por otra parte, un individuo que percibe una señal ruidosa (o que no está completamente atento) resuelve un problema distinto. Éste maximizará una utilidad que refleja el hecho de

²³⁵ Bernheim, B. D., S. DellaVigna, S., y D. Laibson (Eds.). *Handbook of Behavioral Economics-Foundations and Applications 2*. Elsevier. 2019.

percibir estímulos con un grado de atención $m \in [0,1]$. El problema en este caso será $\max\{u(a, x^s): a \in A\}$ donde $x^s = mx + (1 - m)x^d$, siendo x^d un valor por defecto (que en ausencia de cualquier información) el individuo asigna al valor real x . Vemos que si el grado de atención del individuo es máximo ($m = 1$), el problema que resuelve es exactamente el de un consumidor racional. En el otro extremo, el consumidor es indiferente al valor real del estímulo, respondiendo enteramente en base a su preconcepción de éste.

328. Este marco conceptual relativamente sencillo ofrece una manera de detectar si las personas experimentan confusión y en qué intensidad. En simple, la presencia de inatención o confusión se refleja en decisiones que se desvían de las que tomaría un consumidor racional. Así, la tarea de medir inatención involucra detectar estos desvíos y, en la medida de lo posible, graduarlos. Por ejemplo, supóngase que en un determinado contexto las personas experimentan inatención respecto del precio de un producto. El precio subjetivo es $p^s = mp + (1 - m)p^d$, donde p es el precio real y p^d el valor que asignan por defecto. En ausencia de efectos de ingreso, la demanda de un consumidor racional es $d(p)$ y la correspondiente en presencia de intención $d^s(p) = d(p^s(p, m))$. La sensibilidad al precio en el caso del consumidor que adolece de inatención es $d^s(p)' = md(p^s)'$, de donde vemos que es menor o igual a la del consumidor racional, diferencia que se acentúa en la medida que la atención es menor. Si podemos estimar la sensibilidad al precio de un consumidor racional, entonces el parámetro de atención queda identificado por el cociente $d^s(p)' / d(p)'$.
329. Siguiendo este marco conceptual, realizamos dos análisis: en el primero evaluamos si nuestra hipótesis resultaba plausible y, en el segundo, si existieron elementos del ambiente de decisión que hayan influido en el grado de confusión de las personas. Tanto en el primer como en el segundo análisis usamos los resultados de nuestras estimaciones demanda que describimos en la sección II.A.iii y que detallamos en el Anexo B. En las dos subsecciones que siguen sólo hacemos referencia a los mismos, sin describirlos o discutir aspectos relevantes de su implementación; asumimos que el lector ha revisado, al menos, la sección II.A.iii. Adicionalmente, realizamos un ejercicio donde evaluamos cuantitativamente los descuentos que ofrecen las funerarias. Mientras que en nuestro primer análisis usamos estadísticas descriptivas de esta variable, en el segundo, una regresión que investiga los factores que se correlacionan con la misma. Por último, un tercer elemento que revisamos corresponde a los resultados de la encuesta de consumidores, los que usamos en la evaluación de nuestra hipótesis.

c. Evaluación de la hipótesis de confusión

1. Falta de claridad respecto de los beneficios mortuorios

330. Comenzamos con el análisis de la hipótesis revisando los resultados de la encuesta a personas. Este contiene dos preguntas que muestran que éstas tienen un conocimiento poco claro de los precios que realmente pagan por el funeral. Específicamente, la pregunta 17 de la encuesta preguntó:

¿Puede indicar si recibió algún beneficio o anticipo para pagar gastos funerarios por parte de una AFP o del Instituto de Previsión Social (IPS)?

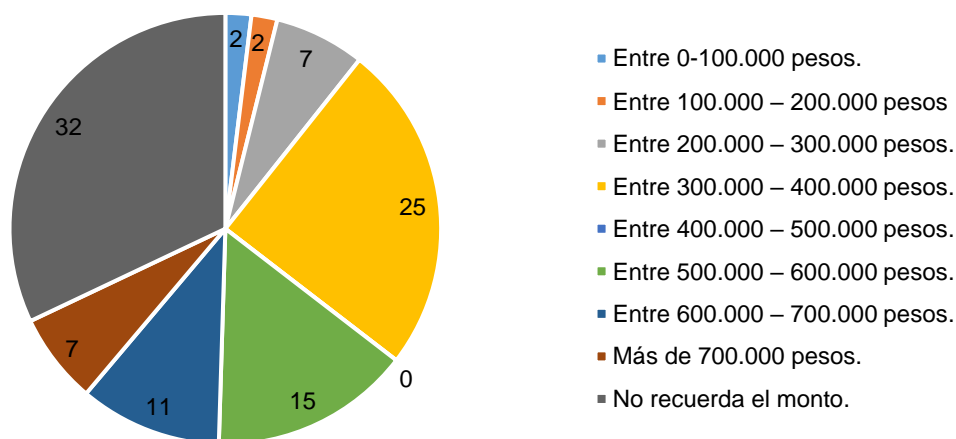
Un 48,5% de los encuestados indicó no haber recibido beneficio mortuario alguno (ya sea la cuota mortuoria o la asignación por muerte), cuando, de acuerdo con los datos aportados por las funerarias, las personas encuestadas recibieron alguno de los beneficios. Dado que estos montos son relativamente importantes, en comparación al precio de funeral, cabe cuestionarse cuál fue el precio que estas personas percibieron pagaron por el funeral.

331. Adicionalmente, al 51,5% de los encuestados que indicaron haber recibido un beneficio, la encuesta preguntó:

¿Puede indicar el monto del beneficio recibido para pagar los gastos funerarios?

La Figura 18 muestra las respuestas. Considerando como acertadas aquellas que indicaron que el monto se encontraba entre \$400 mil y \$700 mil, vemos que sólo un 26% de los encuestados que dijeron haber recibido algún beneficio tenían una noción correcta de su magnitud. Siendo más laxos, podríamos considerar correctas las respuestas que afirmaron que el monto estaba entre \$300 mil y \$400 mil. Aun así, sólo un 50% de las personas que dijeron haber percibido un beneficio habrían indicado correctamente su rango. Así, a lo más uno de cada cuatro encuestados tenía una noción certera del beneficio mortuario.

Figura 18: Porcentaje de respuestas por rango pregunta 18 encuesta a personas



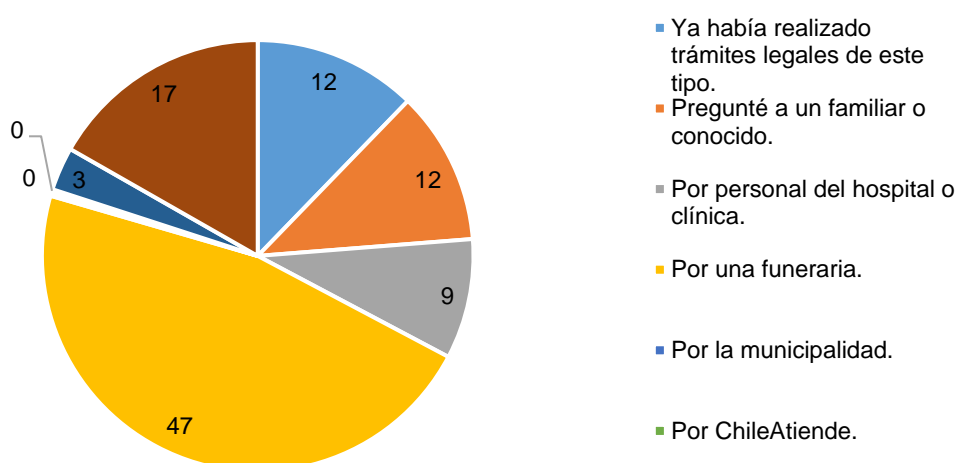
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a personas.

332. La encuesta también hace una pregunta que permite esclarecer por qué puede existir un conocimiento tan somero de los beneficios mortuarios. En concreto, se le preguntó a los encuestados:

Al momento del fallecimiento de su ser querido ¿Cómo tuvo conocimiento de los trámites legales que debía realizar? (Por ejemplo, inscripción de la defunción ante el Registro Civil)

Las respuestas las mostramos en la Figura 19. Observamos que la fuente principal de información son las funerarias. Cerca de la mitad de las personas conoce los trámites a realizar, los que incluyen la solicitud del beneficio mortuario, a través de estas entidades. En cambio, el Estado juega un rol menor. Si consideramos que informa a través de municipalidades o ChileAtiende, nadie se entera de los pasos a seguir luego de un deceso a través del Estado. Ahora, si asumimos que los encuestados que respondieron haberse informado a través de internet u otro canal lo hicieron a través del Estado, entonces sólo uno de cada cinco lo hizo por esta vía. En cualquier caso, notamos que es una proporción relativamente menor, considerando que los incentivos de las funerarias—la principal fuente de información en la encuesta—pueden no están necesariamente alineados con los de las personas.

Figura 19: Porcentaje de respuestas por rango pregunta 1 encuesta a personas.



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a consumidores.

2. Existen personas que pagan un descuento negativo

333. En este apartado, así como en el siguiente, revisaremos estadísticas asociadas a descuentos. Para cada uno de los servicios funerales que registramos en nuestra muestra, estos los calculamos como uno menos el cociente entre el precio pagado por un funeral y su precio de lista. Nos enfocamos en planes predefinidos, dejando de lado los personalizados, ya que no resultó directo definir un precio de lista para estos últimos. No obstante, en el Anexo C, presentamos estadísticas descriptivas que incluyen ambos tipos de planes, donde utilizamos un análisis de componentes principales para obtener precios de lista para planes personalizados, basándonos en sus atributos. Los resultados no varían de manera importante, arribándose a las mismas conclusiones con ambos conjuntos de datos.
334. La Tabla 26 muestra estadísticas descriptivas de los descuentos aplicados a personas ordinarias. Nuestra primera observación es que éstos son relevantes. En promedio, en nuestra muestra, las personas recibieron un descuento de un 21% y la mediana fue igual a 17%. Además, y de manera importante, notamos que sobre un 10% de los individuos

recibió un descuento negativo o, dicho de otra forma, pagó un precio superior al precio de lista. Esto por un plan de prácticamente las mismas características, ofrecido por una determinada funeraria y compartiendo los atributos que más costo tienen en un funeral, tales como la urna, si incluye o no velatorio, o el número de vehículos, entre otros^{236,237}. Un 5% incluso pagó precios iguales a superiores a un 16% el precio de lista. Salvo por los mercados más pequeños (Vicuña y Villarrica), vemos que lo mismo ocurre en todos los mercados.

Tabla 26: Estadísticas descuentos segmento no institucional expresadas en porcentajes

Mercado	n	mean	d. est.	p05	p10	p25	p50	p75	p90	p95
Indep. Reco.	6365	17	38	-23	-4	1	12	36	61	73
Iquique	781	11	15	-5	0	4	10	17	27	35
Las Condes	754	25	32	-16	-6	1	22	49	72	79
Maipú	794	31	34	-20	-8	2	36	57	73	80
Puente Alto	1519	37	31	-4	-1	18	37	58	73	80
Vicuña	42	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Villarrica	210	3	7	2	2	3	3	4	5	5
Total	10465	21	35	-16	-3	1	17	43	63	74

Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por las empresas funerarias.

335. Dado que todos los servicios tienen prácticamente las mismas características que el plan predefinido correspondiente, es razonable contemplar que aquellos con descuentos negativos estén asociados a individuos que hayan desconocido el precio de lista o que, tal vez, no se hayan enterado del precio que realmente pagaron. Incluso concediendo que tales servicios pudiesen incluir atributos adicionales, no contemplados en el plan, el costo de estos debiese ser menor, difícilmente pudiendo explicar la magnitud total de los descuentos que reciben el 5% de las personas para los que éstos son más negativos. Así, resulta razonable suponer que, al menos en parte, los descuentos negativos se expliquen porque las personas o bien no conocían las listas de precios o bien no supieron cuánto pagaron finalmente, una vez que se agregó al monto que salió de sus bolsillos el beneficio mortuario de quien falleció.

3. Respecto de una referencia racional, evidencia sugiere que las personas tienen una sensibilidad al precio menor

336. En este apartado, comparamos la sensibilidad al precio de las personas naturales versus la que muestran los clientes institucionales. Estos últimos, que corresponden en

²³⁶ Véase Anexo E que describe la solicitud de datos realizada a funerarias, la que detalla todos los atributos de los servicios funerarios que solicitamos, los que usamos para caracterizar los planes.

²³⁷ Notamos que, para cada plan, los servicios que consideramos tienen costos de transporte similares. Específicamente, dejamos en nuestra muestra servicios tales que su costo haya sido inferior a 1,2 veces la mediana del costo de transporte de los servicios asociados al plan que les correspondía. Con esto, removimos funerales que hubiesen tenido transporte interurbano, cuyos descuentos podrían haber sido magnitudes negativas. En todo caso, tales servicios representaron fracción menor de la muestra, igual a un 3%.

su mayoría a órganos del estado, empresas de asistencias o funerarias de cementerios, se distinguen de los primeros al menos en tres aspectos. Primero, participan en el mercado con una frecuencia mucho mayor. Segundo, dado lo anterior, seguramente saben de los beneficios que dispone el estado para financiar gastos mortuorios. Tercero, no adolecen de un estado de vulnerabilidad emocional pues actúan a nombre de un tercero, el que, en el caso general, no será un familiar. Por otro lado, los clientes institucionales tienen acceso a las mismas alternativas a las que tiene una persona natural. Así, resultó razonable considerar a este segmento de consumidores como el segmento “racional”. Dada sus características, sus decisiones debiesen reflejar un grado de atención mayor al precio (o menor confusión) y, por lo tanto, una mayor sensibilidad a este estímulo.

337. Sin perjuicio de lo anterior, notamos que los clientes institucionales podrían no ser el punto de referencia más idóneo para llevar a cabo el presente ejercicio. Idealmente, hubiésemos comparado consumidores que son similares en varias dimensiones salvo por su conocimiento de la regulación del mercado fúnebre, en línea con el ejercicio que llevaron a cabo en Bronnenberg et al. (2015)²³⁸. En este trabajo, los investigadores compararon las decisiones de químicos de farmacia con las de personas sin esta especialización, encontrando que los primeros tenían una disposición a pagar menor por la marca de un medicamento; para arribar a sus conclusiones, el estudio pudo controlar por variables sociodemográficas al hacer la comparación entre consumidores promedios y racionales. Por otro lado, nuestro contraste es entre individuos e instituciones, los que ciertamente no sólo divergen en su conocimiento del mercado. De manera crucial, las instituciones son agregadores de demanda, lo que incrementa su poder de negociación respecto de las personas naturales; para las funerarias resultan clientes atractivos pues les aseguran un cierto número de servicios, reduciendo el esfuerzo comercial que deben realizar para mantener sus participaciones de mercado.
338. No obstante, observamos que a diferencia de lo que ocurre en otros contextos (como en el de Bronnenberg et al. (2015)), en el mercado funerario es difícil encontrar una referencia que no sea criticable. Esto pues incluso personas naturales, expertas en el mercado fúnebre, podrían adolecer de confusión. Al igual que con las personas sin conocimiento del sector, no hay razón para suponer que éstas no experimenten un estado emocional fuera de la norma cuando deben tomar sus decisiones mortuorias.
339. Teniendo en consideración lo discutido, la comparación entre sensibilidades al precio la realizamos de tres formas. Primero, enfocándonos en los sobrepuestos que pagan ambos tipos de clientes; segundo, comparando la distribución de los descuentos que reciben; tercero, comparando disposición a pagar por los atributos del servicio funerario, distintos del precio. Como veremos, mientras que la primera aproximación consiste simplemente en reinterpretar los resultados que expusimos en nuestro análisis de competencia, tiene el problema de que los sobrepuestos podrían estar reflejando el poder de negociación del cliente institucional, y no un mayor grado de atención al precio.

²³⁸ Bronnenberg, B. J., J.P. Dubé, M. Gentzkow, y J. M. Shapiro. «Do Pharmacists Buy Bayer? Informed Shoppers and the Brand Premium.» *The Quarterly Journal of Economics* 130, n° 4 (2015): 1669-1726.

Con el segundo y tercer ejercicios tratamos de separar estos efectos. Por un lado, sería esperable que los clientes institucionales recibiesen mejores descuentos—lo que verificamos en el segundo ejercicio; por otro, a priori, las elecciones de estos últimos no tendrían por qué reflejar una mayor sensibilidad al precio, considerando que su poder de negociación les asegura acceder a mejores precios. Así, divergencias de este segundo tipo serían mejor evidencia para sustanciar la hipótesis.

340. Nos concentramos en el sector de funerarias, específicamente, en el mercado ubicado en Independencia-Recoleta. Hicimos esto pues sólo estimamos la demanda por servicios funerarios—no la de sepulturas ni cremaciones, y sólo la de clientes institucionales en Independencia-Recoleta. Como se puede confirmar en el apartado III.B.a.3, sólo en tres de los mercados en nuestra muestra existe un porcentaje relevante de clientes institucionales: Independencia-Recoleta, Iquique y Maipú. Sin embargo, sólo en Independencia-Recoleta el número de observaciones era lo suficientemente alto como para tener estimaciones con buena precisión, dada la cantidad de variables en nuestros modelos.

Comparación de Sobreprecios

341. Como notamos en el apartado III.B.iii.b, las personas pagan un sobreprecio mayor que los clientes institucionales. Este es un hecho que se mantiene, independiente del enfoque que seguimos para calcular la métrica. Con nuestra mejor aproximación—la que se obtiene usando los parámetros del modelo logit mixto, obtenemos que mientras personas naturales pagan en promedio 212% del costo que le significa a una funeraria prestar un servicio, los clientes institucionales sólo pagan 127%. También vimos que más de la mitad de los individuos en nuestra muestra del mercado in Independencia-Recoleta experimentó un poder de mercado elevado—en relación con la referencia descrita en III.B.iii.b, lo apuesto ocurrió en el segmento institucional; más de la mitad de las compras pagaron un sobreprecio relativamente moderado.
342. Este hecho podría ser consistente con que las personas experimentasen confusión con respecto al precio. La falta de atención a este atributo disminuiría el grado de respuesta que muestran ante cambios en los precios, disminuyendo su elasticidad, aumentando, como resultado los sobreprecios que pueden cobrar las funerarias. Sin embargo, los mismos hechos podrían explicarse por el mayor poder de negociación que tienen los clientes institucionales. La capacidad de agregar demanda que estos tienen aumentaría su poder de negociación, permitiéndoles obtener mejores descuentos de los que pueden conseguir las personas individualmente. Como ya observamos, para las funerarias, estos representan una fuente de estabilidad. Les ayudan a disminuir los esfuerzos comerciales necesarios para mantener una deseada participación de mercado.
343. Así, los resultados que describimos en la sección III.B.iii.b no permiten distinguir la confusión que experimentan las personas respecto de los precios del poder de negociación que tienen los clientes institucionales.

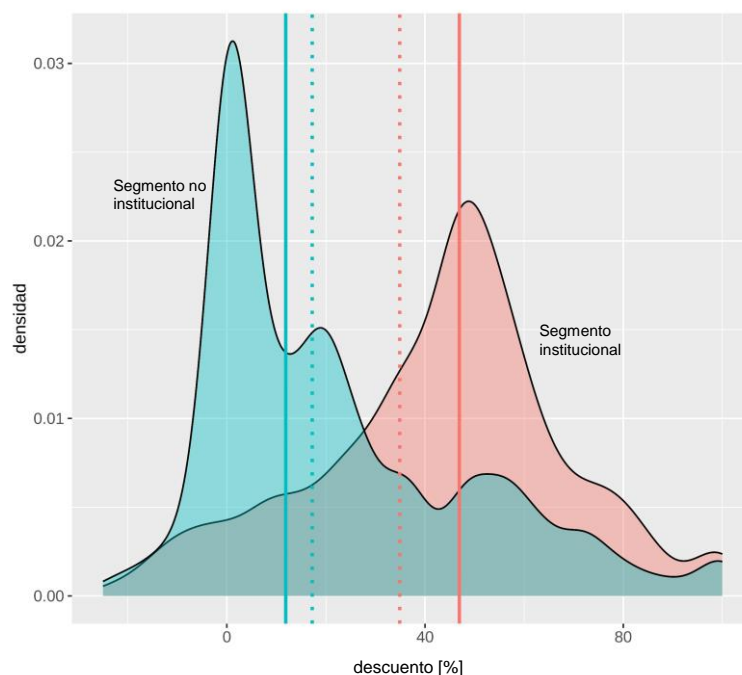
Comparación de Descuentos

344. Si ahora nos concentramos en los descuentos, verificamos que estos son efectivamente muy importantes en el segmento institucional. Como lo muestra la Figura 20, en el

mercado de Independencia-Recoleta, la media de los descuentos es igual 34,9% y la mediana igual a 46,9%. En el caso de las personas naturales, por otra parte, la media y la mediana son 17,2% y la mediana igual a 11,9%. Esta marcada diferencia en los descuentos es estadísticamente significativa con un nivel de confianza superior al 99%, según el test no paramétrico *Wilcoxon–Mann–Whitney two-sample rank-sum*.

345. Lo mayores descuentos los reciben en su mayoría clientes institucionales que canalizaron más de 100 funerales por año, cuyas compras fluctuaron entre un 6 y un 15% de la cantidad total de servicios demandados de la funeraria que se los vendió. Al removerlos de la muestra, desaparecen las diferencias entre las distribuciones.

Figura 20: Distribución de descuentos según segmento en Independencia-Recoleta



Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por las empresas funerarias.

Observación: La línea recta se ubica en la mediana de las distribuciones; la línea punteada en la media.

346. Si ahora nos concentramos en los descuentos, verificamos que estos son efectivamente más importantes en el segmento institucional que en el de personas ordinarias. Como lo muestra la Figura 20, en el mercado de Independencia-Recoleta, la media de los descuentos es igual 34,9% y la mediana igual a 46,9%. En el caso de las personas naturales, por otra parte, la media y la mediana son 17,2% y la mediana igual a 11,9%. Esta marcada diferencia en los descuentos es estadísticamente significativa con un nivel de confianza superior al 99%, según el test no paramétrico *Wilcoxon–Mann–Whitney two-sample rank-sum*.
347. Lo mayores descuentos los reciben en su mayoría clientes institucionales que canalizaron más de 100 funerales por año, cuyas compras fluctuaron entre un 6 y un 15% de la cantidad total de servicios demandados de la funeraria que se los vendió. Al

removerlos de la muestra, desaparecen las diferencias entre las distribuciones, lo que refleja una correlación relevante entre la cantidad de funerales requeridos por un determinado cliente institucional y los descuentos recibidos. Posiblemente, estos descuentos se deben al poder de negociación que le confiere a un demandante el poder asignar una cantidad importante de funerales entre uno u otro proveedor.

Comparación de Sensibilidades a los Precios

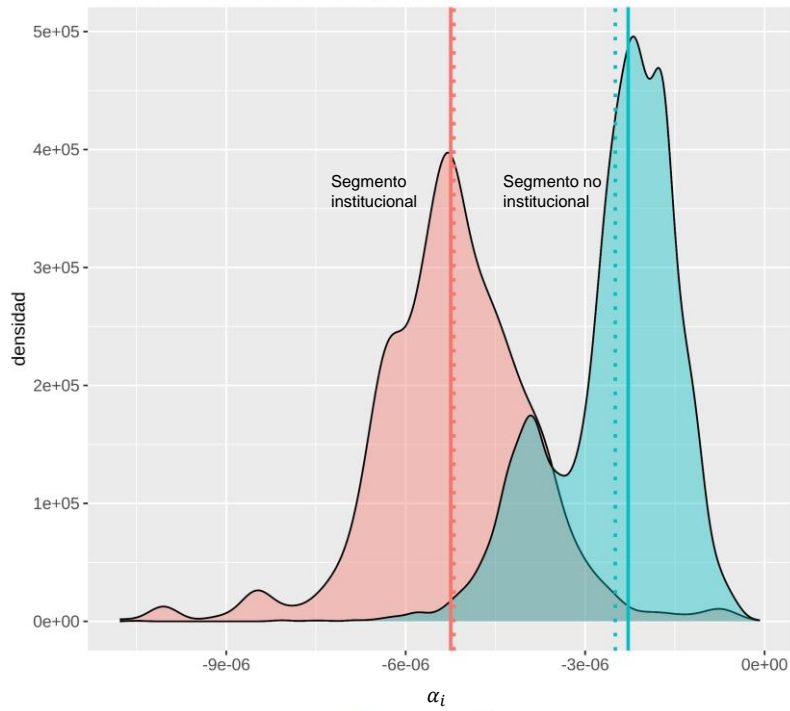
348. Ahora indagamos si las diferencias en sobrepagos que enfrentan los distintos tipos de consumidores, que observamos en la sección III.B.iii.b, sólo se explican por las diferencias en los descuentos que acabamos de revisar. El supuesto crucial que hacemos es que los clientes (institucionales o no) obtienen un descuento que es independiente del servicio funerario escogido. Específicamente, el descuento es la misma fracción del precio para todas las alternativas. Así, si una persona pagó \$800.000 por un servicio que valía \$1.000.000, hubiese pagado \$640.000 por uno cuyo precio era \$800.000. Bajo este supuesto, las elecciones de las personas entregan información que nos permite separar el grado de sensibilidad al precio de factores como el poder de negociación, que estarían capturados en el descuento.
349. Operacionalizamos este enfoque haciendo uso del marco conceptual de los modelos de elección discreta, específicamente, de los modelos de utilidad aleatoria (o R.U.M. por sus siglas en inglés)—que fue el que usamos para estimar las demandas por servicios funerarios. Bajo este paradigma, la utilidad de los individuos se descompone en dos sumandos. Mientras que el primero, también denominado utilidad representativa, depende de las características de las alternativas e individuos, y de parámetros a estimar estadísticamente, el segundo depende de variables que el investigador no observa, y que por lo tanto lo trata como aleatorio. Formalmente, la función de utilidad se puede escribir $U_{ij} = V_{ij} + \varepsilon_{ij}$, donde la utilidad representativa, V_{ij} , se puede especificar de la siguiente forma $V_{ij} = \alpha_i p_{ij} + \beta_i x_j$, con p_{ij} el precio que paga el individuo i por el servicio funerario j y x_j el valor que adquiere un atributo de servicio funerario en la alternativa j , por ejemplo, el tipo de madera de la urna; los coeficientes α_i y β_i son los parámetros a estimar estadísticamente, que dependen de las características del individuo i o de su ambiente de decisión. En particular, α_i captura la influencia del precio en la utilidad representativa.
350. En concreto, nuestro enfoque consiste en comparar las distribuciones de los parámetros α_i 's de los dos tipos de clientes. Estos, que representan la tasa de cambio de las utilidades representativas ante un aumento infinitesimal del precio, reflejan las sensibilidades al precio que tienen los individuos dadas sus elecciones, más allá de los descuentos que estos sean capaces de conseguir.
351. La Figura 21 muestra las distribuciones del parámetro para el modelo logit multinomial (Panel A) y para el mixto (Panel B). En el caso de las personas naturales, el coeficiente α_i varían según varían las características sociodemográficas de los individuos y de los ambientes de decisión—ambas detalladas en el apartado III.B.i.a.3; en el caso de los clientes institucionales, es el segundo grupo de características el que produce la varianza en el parámetro. Además, notamos que, mientras en el Panel A lo que varía es el parámetro estimado, en el caso del Panel B lo que varía es la esperanza del

parámetro, dado que la estimación del modelo logit mixto produce una distribución para el parámetro asociado a cada individuo.

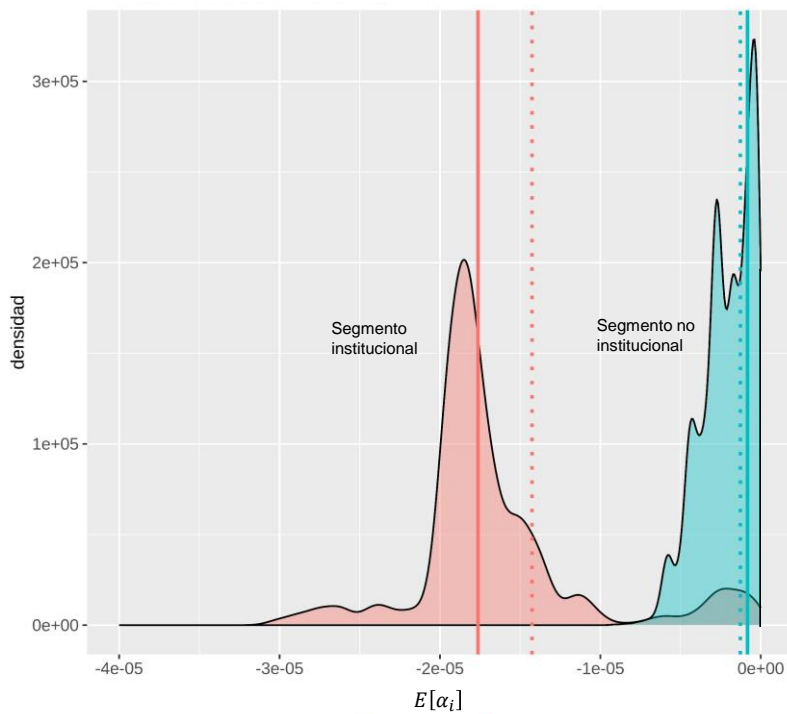
352. En ambos casos vemos que, si bien existe un traslape entre las distribuciones, el que es más acentuado en el caso del modelo logit multinomial, las medianas y medias se encuentra a una distancia importante. Además, vemos que la distribución de la sensibilidad al precio del segmento institucional se encuentra a la izquierda de la del segmento no institucional. En otras palabras, los valores del parámetro para el primer grupo tienden a ser menores que los del segundo. Éste es un hecho estadísticamente significativo con un nivel de confianza superior al 99%, según el test no paramétrico *Wilcoxon–Mann–Whitney two-sample rank-sum*.
353. En simple, el resultado nos indica que las elecciones de las personas reflejan una sensibilidad al precio significativamente menor que la de los clientes institucionales, un hallazgo consistente con la hipótesis de confusión. Éste además muestra que las marcadas diferencias en los sobrepuestos entre ambos tipos de clientes se explicarían no sólo por divergencias en los descuentos recibidos—las que probablemente se deban a divergencias en los poderes de negociación. También jugarían un rol las diferencias en sus preferencias. Incluso si ambos tipos de clientes recibiesen los mismos descuentos, elevar el precio de una alternativa causaría éxodo mayor de clientes institucionales que de personas naturales, para alternativas que tuviesen una popularidad y precios similares. Los oferentes, por lo tanto, enfrentarían restricciones competitivas más fuertes en el segmento institucional, lo que les impediría ejercer un mayor poder de mercado o, dicho de otro modo, obtener mayores markups.
354. Por supuesto, este resultado puede criticarse indicando que los clientes institucionales atienden a un público que es distinto de aquel en el segmento no institucional. Luego, la mayor sensibilidad al precio que reflejan sus elecciones simplemente da cuenta de una diversidad en los gustos y no de la presencia de confusión o inatención al precio. Dicho de otro modo, los clientes institucionales privilegiarían planes más económicos que los individuos ordinarios simplemente porque tales son sus gustos, no porque exista una falta de atención por parte de los últimos. Esta crítica no la podemos refutar y, en general, no puede refutarse, salvo cuando se conduce una prueba controlada aleatorizada—procedimiento fuera del alcance del presente Estudio. De todas formas, el resultado debe tenerse en consideración como evidencia a sopesar en conjunto con el resto que describimos en el presente apartado.

Figura 21: Distribución de sensibilidades respecto del precio – Independencia-Recoleta

Panel A: Coeficiente estimado con modelo logit multinomial



Panel B: Coeficiente aleatorio estimado con modelo logit mixto



Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por las empresas funerarias

Observación: En ambos paneles, la línea recta se ubica en la mediana de las distribuciones; la línea punteada en la media.

d. Factores que inciden en el grado de confusión de las personas

355. En esta sección reportamos los resultados de un análisis que llevamos a cabo para investigar si es posible que existan factores que aumenten la confusión de las personas. Esta exploración resultó relevante pues, a la fecha en la que iniciamos el estudio, otras agencias de competencia habían indicado que una de las características distintivas del mercado fúnebre era que las personas se encontrasen en una posición de vulnerabilidad emocional al momento de decidir, lo que era exacerbado por la premura con la cuál debían tomar su decisión²³⁹. Adicionalmente, en nuestras entrevistas con agentes del mercado se nos hizo ver que la interacción de las personas con comisionistas de las funerarias podría también obnubilar su capacidad de decidir.
356. Evaluamos estas observaciones, nuevamente, usando el marco metodológico que describimos en la sección IV.A.iv.b. En otras palabras, evaluamos si existen factores en el ambiente de decisión de los individuos que aumenten su confusión o inatención al precio, estudiando si existieron cambios en la sensibilidad a esta variable que se relacionaron con cambios en los niveles de los factores. En concreto realizamos dos ejercicios. El primero exploró si existieron correlaciones entre los factores y los descuentos que recibieron las personas; el segundo fue un análisis similar pero esta vez el foco lo pusimos en la sensibilidad a los precios relativos de las alternativas.
357. Las características del ambiente de decisión que consideramos podrían incrementar el nivel de confusión fueron tres: si el deceso fue o no esperado, la edad de la persona que falleció, y el incentivo pecuniario que recibió el agente comisionista. La motivación detrás de la elección de la primera variable fue que, seguramente, los grupos familiares que se ven enfrentados a un deceso inesperado se encuentran en una situación de vulnerabilidad mayor, *ceteris paribus*. Por lo tanto, en la medida en que se acepte que un mayor nivel de vulnerabilidad puede traducirse en un mayor grado de inatención, deberíamos ver que las sensibilidades al precio son menos marcadas para aquellas personas que enfrentaron decesos inesperados.
358. La motivación detrás de la segunda variable fue similar. En la medida que la edad de las personas fallecidas haya sido menor, mayor debiese haber sido el grado de vulnerabilidad—dado que las condiciones del deceso difirieron de la norma—y, por lo

²³⁹ Competition and Markets Authority (Reino Unido), «Funeral Market Investigation: Final Report». Gov.uk https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb557e8fa8f54d5733f5a1/Funerals_-_Final_report.pdf Gov.uk. 18 de diciembre 2020 https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb557e8fa8f54d5733f5a1/Funerals_-_Final_report.pdf (último acceso: 24 de noviembre): 22 y Gobierno de España (Ministerio de Hacienda y economía), «Estudio sobre los servicios funerarios en España.» Junio 2010. <https://www.hacienda.gob.es/ES/Areas%20Tematicas/Internacional/Union%20Europea/Documents/10-06-28%20ESTUDIO%20FUNERARIAS.pdf> (último acceso: 24 de noviembre 2022): 44.

tanto, mayor debiese haber sido el grado de confusión, lo que debería haberse reflejado en un menor grado de sensibilidad al precio. Y, en cuanto a la tercera variable, su inclusión estuvo motivada por comentarios de agentes que indicaron que los vendedores comisionistas lograban ventas más rentables desde el punto de vista de las funerarias. Asumiendo que la mayor rentabilidad se obtuviese como resultado de disminuir la atención que las personas ponen en el precio, por ejemplo, enfatizando atributos del producto o de la funeraria, sería esperable que la sensibilidad a este estímulo haya sido menor cuando la venta se originó a través de un comisionista. Los datos que solicitamos a las funerarias, que incluían el monto de la comisión entregado al comisionista por servicio, nos permitieron ir un paso más lejos. Usando esta magnitud, pudimos ver si existía una correlación entre la magnitud de la comisión y la sensibilidad al precio.

359. Observamos que ninguna de éstas tres variables contextuales debiese afectar la toma de decisiones de un individuo racional. Estas no afectan los precios o los demás atributos de las alternativas, y tampoco los ingresos de los individuos, que son los elementos determinantes de las decisiones de los individuos en modelos económicos desarrollados fuera del campo de la economía del comportamiento.

360. Adicionalmente, en ambos análisis, además caracterizamos los ambientes de decisión incluyendo dos variables adicionales: el sexo del fallecido y si la venta se originó o no a través de un canal web. La primera, que terminó siendo relevante, la incluimos por completitud, y, la segunda, pues pensamos que el canal web podría reducir los niveles de confusión, lo que comprobamos no es el caso. Así mismo, notamos que en ambos ejercicios contemplamos las características sociodemográficas de los individuos: nivel de ingreso, sexo y edad, y, además, el monto del beneficio mortuario. Y, en ambos, incluimos a los clientes institucionales para evaluar que tan buenos resultaban como parámetro de comparación. Si estos efectivamente fuesen más “racionales”, las características de los ambientes decisión deberían afectarlos en menor medida.

1. Factores que plausiblemente afectan el grado de confusión de las personas se correlacionan con los descuentos que éstas reciben

361. En el primer ejercicio estimamos tres modelos, donde la variable dependiente correspondió al descuento (expresado porcentualmente) y las independientes a los regresores que discutimos anteriormente. Las especificaciones del primer y tercer modelo fueron las mismas; la segunda una variante menor que buscó explorar si existía una interacción entre el nivel de ingreso de un individuo y si el deceso fue o no inesperado. Todos los modelos fueron estimados por mínimos cuadrados ordinarios. Los coeficientes estimados los presentamos en la Tabla 27.

362. El conjunto de datos ocupados para las primeras dos regresiones correspondió a todos los servicios funerarios para clientes no institucionales en nuestra muestra, esto es, incluyendo todos los mercados; el segundo, usado en la tercera regresión, incluyó sólo los servicios provistos a clientes institucionales, también abarcando todos los mercados donde existieron compras institucionales. En todos los casos, excluimos servicios que, correspondiendo a un mismo plan (es decir, compartiendo el mismo conjunto de atributos y, por lo tanto, en principio, un costo de producción similar), pudiesen involucrar divergencias en costos considerables. Esto pues tales diferencias podrían haber

explicado variaciones en los descuentos. Dado que pedimos la mayor parte de los atributos de cada servicio a las funerarias, incluyendo aquellos más costosos, la única variable que podría introducir una variación de costos relevante, no explicada por variaciones en atributos, sería el costo de transporte, el que se vuelve relevante cuando existen traslados interurbanos. Tales eventos representaron menos de un 3% de las observaciones en nuestra muestra. Así, en los conjuntos de datos que finalmente usamos, los descuentos debiesen explicarse principalmente por factores distintos a los costos de producción.

363. Si bien la mayoría de los regresores presentes en la Tabla pueden entenderse intuitivamente, clarificamos la nomenclatura para asegurar la plena comprensión de los resultados. El símbolo $\sigma(X)$ corresponde a la desviación estándar de la variable X en un mercado. Por otra parte, el sufijo f hace alusión al fallecido, y la ausencia de este a quien pagó por el funeral. Por ejemplo, mientras que la variable $edad.f$ corresponde a la edad de la persona que falleció, la variable $edad$ corresponde a la de quien compra. Por último, notamos que las variables $sexo.masculino$, $canal.web$ y $inesperado$ son indicadores que toman el valor 1 si el sexo de quien compra es masculino, el canal mediante el cual se origina el funeral es web y si el deceso fue o no inesperado.
364. Enfocándonos en los primeros dos modelos, vemos en Tabla 27 que el ingreso se correlaciona de manera negativa con los descuentos. En la medida que este crece, el descuento decrece, correlación que es estadísticamente significativa. Esto muestra que posiblemente exista algún grado de discriminación de precios asociado al poder adquisitivo de los clientes. Adicionalmente, vemos que el coeficiente asociado al monto del beneficio mortuario no es significativo. Esto no era esperable, dado que tal beneficio puede considerarse como extensión del ingreso. Sin embargo, parece ser internalizado de manera distinta por los oferentes. Una forma consistente con los resultados es que el beneficio sea considerado como magnitud hundida por las funerarias, no impactando el excedente que éstas estiman pueden extraer del individuo por la vía de disminuir el descuento.
365. Otro aspecto de los resultados a destacar es que el canal web impactase de manera negativa y relevante en los descuentos. Manteniendo todas las demás variables constantes, el coeficiente indica que individuos que adquirieron su servicio funerario a través de un canal web, recibieron un descuento un 16% menor. Como anticipamos, esperábamos que la correlación fuese de signo contrario. Esto hubiese sido consistente con una disminución de la confusión, por ejemplo, por medio de presentar claramente el monto a pagar (aunque no necesariamente corrigiendo el desconocimiento del beneficio mortuario). Por el contrario, el resultado parece ser consistente con que los individuos que ingresan por el canal web pagan el precio de lista, o un precio cercano al mismo.

Tabla 27: Descuentos versus características de individuos y ambientes de decisión

	<i>descuento = 1 - precio/precio.lista [%]</i>		
	No Institucional	No Institucional	Institucional
	(1)	(2)	(3)
$\sigma(\text{ingreso})/\text{ingreso}$	0.545*** (0.128)	0.516*** (0.126)	
$\sigma(\text{beneficio})/\text{beneficio}$	-24.892 (16.248)	-24.589 (16.087)	
$\left(1 + \left(\frac{\text{edad}}{\sigma(\text{edad})}\right)^2\right)^{-1}$	239.323*** (23.722)	240.067*** (23.713)	
<i>sexo.masculino</i>	-9.100*** (0.728)	-9.096*** (0.728)	
<i>canal.web</i>	-16.608*** (3.583)	-16.566*** (3.582)	3.903 (4.264)
<i>comision</i> / $\sigma(\text{comision})$	-4.544*** (0.295)	-4.546*** (0.295)	-8.586*** (1.531)
<i>sexo.f.masculino</i>	-1.573** (0.696)	-1.555** (0.696)	3.304 (2.478)
$\left(1 + \left(\frac{\text{edad.f}}{\sigma(\text{edad.f})}\right)^2\right)^{-1}$	-17.900*** (6.698)	-17.705*** (6.703)	-29.336* (17.735)
<i>inesperado</i>	-3.738*** (1.171)	-5.111*** (1.455)	-1.852 (2.761)
$\frac{\sigma(\text{ingreso})}{\text{ingreso}} : \text{inesperado}$		1.046* (0.554)	
<i>Constante</i>	21.610*** (3.004)	21.561*** (2.979)	26.790*** (2.765)
Observaciones	14,841	14,841	1,698
R ²	0.1	0.1	0.084
R ² Ajustado	0.099	0.099	0.079
Error Est. Residual	39.357 (df = 14825)	39.355 (df = 14824)	51.187 (df = 1687)
Estadístico F	110.067*** (df = 15; 14825)	103.350*** (df = 16; 14824)	15.481*** (df = 10; 1687)

Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por las empresas funerarias.

Observación 1: La regresión controla por mercados, coeficientes que suprimimos para mejorar la exposición de los resultados.

Observación 2: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01.

366. En cuanto a las variables del ambiente decisión que nos interesaron, los resultados son consistentes con nuestra suposición: que estas características disminuyen la atención que las personas prestan al precio. Específicamente, enfocándonos en los coeficientes asociados a la variable *inesperado*, observamos que, si un deceso difícilmente fue anticipado, las personas recibieron, en promedio, un descuento un 4% menor, o, equivalentemente, pagaron un precio que fue un 4% mayor. Esto es igual a \$43.778 en términos absolutos²⁴⁰. Lo anterior considerando el primer modelo, el que entrega las cifras más conservadoras.
367. Así mismo, observamos que la edad de quien fallece se correlaciona con el descuento que recibe. Mientras menor sea la persona fallecida, el descuento decrece en mayor cantidad. Dicho de otro modo, manteniendo todo constante, incluyendo el precio de lista del plan, quienes pagaron por servicios funerarios pagaron un precio mayor cuando quienes fallecieron fueron más jóvenes. Por ejemplo, si la persona que falleció tenía 60 años, los deudos recibieron un descuento un 1,2% menor, si tenía 30 cerca de 4,1%, y si tenía 10 el descuento fue un 13% menor, lo que en términos absolutos es igual a \$14.312, \$48.100 y \$153.332²⁴¹, respectivamente. Nuevamente, obtuvimos estas cifras con el coeficiente de la primera especificación, las que son muy similares a los que se obtendrían ocupando el segundo modelo.
368. Además, en la Tabla 27 observamos que la interacción con vendedores comisionistas, más específicamente el incentivo que éstos reciben, tiene una correlación que es negativa y estadísticamente significativa con los descuentos. En el margen, y considerando el coeficiente del primer modelo, por cada \$10.000 pesos adicionales de comisión, las personas reciben un descuento que es un 1,36% menor o \$16.072²⁴² más bajo en términos absolutos. Esto puede interpretarse, también, como un incremento en el precio final pagado de la misma magnitud, manteniendo constante el precio de lista del plan.
369. Observamos que los dos primeros resultados (referentes a lo inesperado de un deceso y a la edad de quien fallece) son consistentes con las observaciones que habían realizado otras agencias de competencia. En estudios del mercado fúnebre, que fueron llevados a cabo antes del presente, éstas habían señalado que la condición de vulnerabilidad emocional de las personas al momento del deceso podría incidir en su toma de decisiones²⁴³. Por otro lado, el tercer resultado es consistente con las

²⁴⁰ Arribamos a este número notando que la base es el precio de lista del funeral, y usando como valor referencial la mediana de esta variable, que en la muestra de personas naturales es igual a \$1.171.155.

²⁴¹ Seguimos el mismo procedimiento que el descrito en la nota al pie anterior.

²⁴² Seguimos el mismo procedimiento que el descrito en la nota al pie anterior.

²⁴³ Competition and Markets Authority (Reino Unido), «Funeral Market Investigation: Final Report». Gov.uk https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb557e8fa8f54d5733f5a1/Funerals_-

observaciones que habían realizado participantes del mercado con quienes nos entrevistamos, respecto de la conveniencia de los vendedores para las funerarias.

370. Por último, realizamos dos observaciones. Primero, que el segundo modelo indica que efectivamente existe una interacción entre el nivel de ingreso y que el deceso haya sido inesperado. Esta es tal que, mientras mayor es el nivel de ingreso, un deceso inesperado se correlaciona con un descuento más bajo. Esto es consistente con una hipótesis de discriminación de precios, en donde los agentes intentan extraer más excedentes de personas con un mayor poder adquisitivo. Segundo, que los resultados de la tercera regresión indican que los factores que caracterizan el ambiente de decisión son menos relevantes desde una perspectiva estadística. Salvo, por los coeficientes asociados al incentivo de los comisionistas y a la edad de quien fallece, los demás no son estadísticamente significativos. Esto se distancia de lo que observamos en el caso de las personas naturales, lo que sugiere que, efectivamente, los clientes institucionales pueden ser un parámetro útil de comparación.

2. Factores que plausiblemente afectan el grado de confusión no afectan significativamente las preferencias de los individuos

371. En lo que sigue nos avocamos a presentar los resultados del segundo ejercicio. Este es un subproducto de las estimaciones de demanda que realizamos, las que incluyeron los factores que estábamos interesados en explorar. Como adelantamos en la sección II.A.iii.c, realizamos nuestras estimaciones en los mercados en Independencia-Recoleta, Las Condes e Iquique. Sólo en estos contamos con datos suficientes o con mercados completos. Además, en el caso del mercado en Independencia-Recoleta, estimamos por separado un modelo para el segmento institucional y uno para el no institucional.
372. Los modelos de demanda que usamos se encuentran dentro de la familia de modelos de utilidad aleatoria. Estos incluyen variantes cuya estimación es relativamente sencilla pero que tienen limitaciones, como los *Modelos Logit Multinomiales* (MNL), y otras que requieren procedimientos de estimación más complejos pero que adolecen de menores limitantes, como los *Modelos Logit Mixtos* (ML). Todas las estimaciones las realizamos con ambos tipos de modelos: MNL y ML. No obstante, en el presente apartado nos referimos a los resultados que obtuvimos con el segundo. Salvo por lo que ocurre con el incentivo otorgado a agentes comisionistas—que discutimos más abajo, no existen diferencias en términos de las conclusiones a las que se arribaría usando uno u otro enfoque. En todo caso, de haberlas, preferiríamos los resultados obtenidos con el segundo, dado que los coeficientes estimados reflejarían de mejor manera los patrones de sustitución presentes en los datos.

[_Final_report.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb557e8fa8f54d5733f5a1/Funerals_-_Final_report.pdf) Gov.uk. 18 de diciembre 2020
[https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb557e8fa8f54d5733f5a1/Funerals - Final_report.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb557e8fa8f54d5733f5a1/Funerals_-_Final_report.pdf)
 (último acceso: 24 de noviembre): 72 y Gobierno de España (Ministerio de Hacienda y economía), «Estudio sobre los servicios funerarios en España.» Junio 2010. <https://www.hacienda.gob.es/es-ES/Areas%20Tematicas/Internacional/Union%20Europea/Documents/10-06-28%20ESTUDIO%20FUNERARIAS.pdf> (último acceso: 24 de noviembre 2022): 44.

373. En la sección II.A.iii. precisamos varios elementos de la metodología que utilizamos para estimar las demandas, los que profundizamos en el Anexo B. En el presente apartado, sólo nos referimos a los aspectos que resultan medulares para el propósito de evaluar si los factores del contexto de decisión que estimamos podrían afectar las valoraciones que los individuos tienen de las alternativas. Remitimos al lector interesado en mayores detalles metodológicos a la sección o al anexo antes mencionados.
374. Dentro de aspectos de la metodología relevantes a discutir ahora se encuentra el cómo incorporamos las características del contexto en los modelos a estimar. Dado que, bajo el paradigma de los modelos de utilidad aleatoria, factores que afectan a todas las alternativas por igual no pueden ser identificados, no es posible incluir características individuales—como las de los ambientes de decisión—como regresores adicionales. Así, para poder estudiar cómo las características específicas de los individuos afectan sus valoraciones, los investigadores comúnmente incluyen en los modelos interacciones entre variables que caracterizan a las alternativas y variables que caracterizan a los individuos²⁴⁴. Esto es equivalente a asumir que las valoraciones que los individuos tienen de las alternativas varían dependiendo de sus características. Por ejemplo, personas de ingreso más altos podría preferir funerales más onerosos, con urnas más caras o servicios con un mayor número de atributos. Es de esta forma que incluimos los atributos del ambiente de decisión que buscamos explorar en los modelos. Específicamente, los incorporamos interactuándolos con el precio de las alternativas.
375. Antes de discutir los resultados, brevemente, describimos algunos de regresores presentes en la Tabla 28, para los que hemos abusado un poco en la notación o para los que consideramos necesitan alguna clarificación, además de las que ya realizamos en el apartado precedente. En las variables *precio*, *ingreso* y *edad* hemos abusado un poco en la notación, para mejorar la legibilidad de la Tabla. Las que efectivamente incluimos en las estimaciones fueron, respectivamente: $\ln(\text{precio}/\sigma(\text{precio}))$, $\text{ingreso}/\sigma(\text{ingreso})$ y $\text{edad}/\sigma(\text{edad})$, donde *precio* corresponde al precio del funeral, *ingreso* al ingreso del comprador y *edad* a su edad al momento de adquirir el funeral. Por otra parte, las variables *tamaño*, *n.atributos* y *calidad.urna* corresponden, respectivamente, al tamaño y número de atributos del funeral, y al índice que mide la calidad de la urna utilizada en el mismo. En cuanto a las variables *n.sucursales*, *gasto.sucursal* y *transparencia*, éstas corresponden al número de sucursales, gasto por sucursal e índice de transparencia de la funeraria que vendió el servicio, respectivamente.
376. Finalmente, hacemos dos observaciones adicionales respecto de los regresores. Primero, notamos que para todas las variables que utilizamos en las estimaciones que revisamos a continuación, incluyendo tanto a las que caracterizan alternativas como a las que describen individuos y ambientes de decisión, hemos calculado estadísticas descriptivas y las hemos definido precisamente en la sección III.B.i.a. El lector interesado en estudiar las distribuciones o definiciones precisas de tales variables puede consultar este apartado. Segundo, observamos que no todos los regresores aparecen

²⁴⁴ Train, K. E. «Discrete Choice Methods with Simulation.» 42-45. Cambridge University Press. 2009.

como variables independientes en todos los mercados. El principal motivo fue que en algunos no existió variación suficiente en la variable como para poder identificar algún efecto en las elecciones.

377. La Tabla 28 muestra los resultados de la estimación del modelo logit mixto para los mercados en Independencia-Recoleta, Las Condes e Iquique. Mientras que el primer modelo corresponde al segmento no institucional del mercado ubicado en Independencia-Recoleta, el cuarto corresponde al institucional. Como era de esperarse, el regresor asociado al precio tiene coeficiente negativo, y es estadísticamente significativo en todos los mercados, salvo en el caso de Las Condes. En este último caso, son los atributos de los individuos y de los ambientes de decisión los que determina primeramente el nivel de coeficiente que acompaña al precio.
378. En cuanto al tamaño del funeral, en los mercados en los cuáles pudimos medir su efecto, existe una valoración positiva o nula. Por otra parte, vemos que el inverso del número de atributos contribuye negativamente a la utilidad representativa, por lo que el número de atributos lo hace positivamente, como era esperable. Un hecho que se sostiene en todos los mercados, salvo en el segmento institucional de Independencia-Recoleta, lo que es consistente con una valoración de alternativas más austeras.
379. Resulta interesante notar los coeficientes que se obtuvimos para el índice de calidad y sus interacciones. Éstos implican que este atributo es valorado negativamente, en todos los mercados, salvo por el segmento institucional en Independencia-Recoleta. Dicho de otro modo, esto indica que las personas esperarían ser compensadas si les cambiasen la urna que seleccionaron por una con una materialidad mejor según el índice. Dada su construcción, la que refleja los precios de equilibrio en el mercado de mayorista de urnas, vemos que existe una discordancia. Esta podría estar explicada porque trabajamos con un subconjunto de la población, el que podría tener gustos distintos del agregado nacional respecto de la materialidad de la urna. Otra explicación podría ser que la discordancia fuese el resultado de las prácticas empaquetamiento que se observan en el mercado. Esto lo discutimos en mayor extensión en la sección IV.B.
380. En cuanto a los coeficientes de las variables *n.sucursales*, *gasto.sucursal* y *transparencia* estos son positivos y estadísticamente significativos, con la excepción del asociado a *gasto.sucursal* en Las Condes, donde si se consideran sus interacciones se obtiene que el coeficiente es cercano a cero. Este resultado indica que tales factores efectivamente aumentan la probabilidad de que un individuo seleccione una determinada alternativa. Dicho de otra forma, mientras mayor sea el número de sucursales, mayor el gasto por sucursal o mayor sea la transparencia con la que una funeraria presenta sus alternativas, mayor es la probabilidad de que sus alternativas sean consideradas por los individuos.

Tabla 28: Resultados estimaciones de demanda con ML para mercados seleccionados

Variable Dependiente: Elección de Alternativa

	Indep.-Reco. N.I. (1)	Las Condes (2)	Iquique (3)	Indep.-Reco. I. (4)
<i>precio</i>	-3.520*** (0.319)	-2.082 (1.646)	-11.496*** (1.685)	-24.360*** (3.075)
<i>tamaño</i>	-0.032 (0.035)	0.582*** (0.115)		0.052 (0.395)
<i>n. atributos</i> ⁻¹	-10.416*** (0.974)	-37.896*** (8.001)	-109.640*** (12.243)	42.495** (19.160)
<i>calidad. urna</i> ⁻¹	-0.072 (0.469)	5.941*** (1.551)	-3.269 (3.693)	-88.945*** (16.163)
<i>ln(n. sucursales)</i>	0.955*** (0.059)	0.833*** (0.299)		10.783*** (2.784)
<i>gasto. sucursal</i>	0.955*** (0.052)	-0.376*** (0.122)		28.355*** (5.916)
<i>transparencia</i>	0.674*** (0.073)			47.305*** (8.913)
<i>precio/ingreso</i>	0.013 (0.044)	-0.711** (0.292)	-0.009 (0.097)	
<i>precio/(1 + edad²)</i>	-40.803*** (5.064)	-95.496*** (24.953)	-2.318 (8.817)	
<i>precio: sexo. masculino</i>	3.332*** (0.297)	1.780** (0.866)	-0.04 (0.399)	
<i>precio: canal. web</i>	1.403*** (0.470)			-1.893 [†] (0.968)
<i>precio: z. comision</i>	0.222 (0.171)			-0.607 (0.835)
<i>precio/(1 + edad. f²)</i>	-0.018 (1.200)	11.090 [†] (6.449)	-4.116 (3.077)	8.127 (9.085)
<i>precio: inesperada</i>	-0.382 [†] (0.198)	-0.043 (0.810)	-0.1 (0.567)	-1.537 (2.402)
<i>tamaño/ingreso</i>	0.018*** (0.003)			
<i>tamaño: sexo. masculino</i>	-0.022 (0.024)	-0.200** (0.091)		
<i>calidad. urna</i> ⁻¹ /ingreso	0.896*** (0.096)	-0.613 [†] (0.368)		
<i>calidad. urna</i> ⁻¹ : sexo. masculino	5.959*** (0.643)	0.623 (1.110)		
<i>gasto. sucursal/ingreso</i>	0.041*** (0.005)	0.107*** (0.021)		
<i>gasto. sucursal: sexo. masculino</i>	0.031 (0.033)	0.172** (0.078)		
<i>n. atributos</i> ⁻¹ : sexo. masculino	6.324*** (0.907)			
Observaciones	6,021	717	949	1,026
Log de la Función de Verosimilitud	-14,798.73	-1,493.25	-839.476	-1,052.61

Fuente: Elaboración propia en base a los datos aportados por las funerarias.

Observación 1: N.I. abrevia No Institucional e I. Institucional.

Observación 2: Coeficientes de las raíces de Cholesky de la matriz de varianzas covarianzas omitidos.

Observación 3: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01.

381. Por último, discutimos los resultados centrales para este apartado, los que corresponden a los coeficientes de las interacciones entre el precio y las variables que caracterizan los ambientes de decisión. Observamos que la mayoría de los coeficientes no son estadísticamente significativos. Esto nos indica que, en general, factores tales como si el deceso fue o no inesperado, la edad de quien falleció o si hubo interacción con el agente comisionista, no cambian las valoraciones que los individuos tienen de las alternativas, por la vía de afectar sus utilidades marginales respecto del precio. Existen excepciones, una en el sentido esperado y otra en el sentido opuesto. La primera corresponde al coeficiente asociado a la edad de quien fallece, en Las Condes. En la medida en que la variable disminuye la utilidad marginal del precio disminuye. Esto es, *ceteris paribus*, en Las Condes el deceso de personas más jóvenes estuvo asociado a un aumento en la utilidad marginal respecto del precio, lo que intuitivamente se puede interpretar como un decremento en el grado de repuesta al precio. La segunda excepción ocurre con el coeficiente de la interacción entre el precio y la variable dicotómica que indica si el deceso fue o no esperado. El coeficiente es tal que cuando ocurre un deceso inesperado la utilidad marginal con respecto al precio aumenta, aunque de manera acotada (considerando el orden de magnitud del coeficiente del precio). Considerando los resultados en su conjunto, estos apuntan a que los factores que postulamos podrían incidir en la toma de decisiones de los individuos no alteran sus valoraciones de las alternativas, al menos, de manera robusta (es decir, en todos los mercados). Dicho de otra forma, manteniendo el resto de las variables constantes, las elecciones de los individuos fueron las mismas cuando se cambió alguna de las variables del ambiente de decisión que hipotetizamos podrían haber afectado su comportamiento.
382. Finalizamos este apartado observando que estos resultados no contradicen los que describimos en el análisis anterior. Más bien son complementarios. Esto pues, por un lado, los modelos que usamos no son capaces de identificar efectos que afecten a todas las alternativas por igual. Por otro, uno de los supuestos que realizamos para poder estimar los modelos fue que los descuentos reducían los precios de lista de todas las alternativas en la misma proporción. Así, los coeficientes que estimamos son similares a los que obtendríamos usando, simplemente, los precios de lista²⁴⁵. De esta forma, los resultados podrían interpretarse como que los ambientes de decisión no alteran las valoraciones de los individuos, por la vía de cambiar las utilidades marginales respecto de los precios de lista. El análisis anterior, en cambio, pone el foco en la relación que existe entre los atributos del contexto de decisión y los descuentos a los que los individuos acceden.

e. Conclusiones

383. En esta sección expusimos los resultados de la evaluación que realizamos de nuestra segunda hipótesis de sesgos de comportamiento: la falta de competencia en el mercado podría estar explicada, al menos en parte, porque las personas se confundiesen a la

²⁴⁵ Cuestión que, de hecho, verificamos.

hora de tomar sus decisiones mortuorias; al adolecer de este sesgo, éstas podrían ser más insensibles al precio, lo que contribuiría a producir los importantes sobreprecios que observamos en el sector de funerarias. También, nos interesó saber si existían elementos del ambiente de decisión que pudiesen contribuir a la inatención al precio que experimentan las personas, como una condición de vulnerabilidad mayor o la interacción con un agente comisionista.

384. Los análisis que realizamos nos indican, primero, que la hipótesis tiene sustento: seguramente, las personas experimentan inatención respecto del precio final que pagan (igual al precio de lista menos un descuento) y evidencia indiciaria sugiere que este sesgo de comportamiento también podría alterar sus elecciones, traduciéndose en que los individuos privilegien alternativas menos económicas. Tres piezas de evidencia brindan sustento a esta afirmación. Primero, según la encuesta a personas, los beneficios mortuorios no son muy bien entendidos por la población: sólo un 13% de los encuestados tenía una idea correcta respecto de la existencia beneficio y su magnitud²⁴⁶. Segundo, más de un 10% de las personas en nuestra muestra pagó un precio superior al precio de lista por un servicio de las mismas características al predefinido en el plan, lo que podría explicarse porque los individuos no tuvieron claridad de los precios de lista, o respecto del precio final pagado—al tomar en consideración el beneficio mortuario. Tercero, clientes institucionales muestran una sensibilidad al precio significativamente mayor que los individuos ordinarios. Esto ocurre de dos maneras: obtienen mejores descuentos y sus elecciones reflejan un nivel de respuesta al precio superior. Si bien lo primero probablemente se explica por un poder de negociación mayor, lo segundo no, lo que provee sustento adicional a la hipótesis de confusión.
385. Adicionalmente, nuestros análisis muestran que, efectivamente, existen factores en el ambiente de decisión de los deudos que se correlacionan significativamente con los descuentos que realizan las funerarias, lo que sugiere que éstos probablemente tengan un impacto en la atención que las personas prestan al precio. La presencia de dos ellos—lo inesperado que resulta el deceso y la edad quien fallece—indica que el grado de vulnerabilidad de las personas sí podría afectar la perspicacia con la cuál enfrentan el mercado. En cambio, ninguno de estos factores afecta los gustos de los individuos. Sus valoraciones de las distintas alternativas no se correlacionan de manera significativa con estos atributos de los ambientes de decisión. Esto sugiere que un deceso en circunstancias adversas o la interacción con un vendedor afectan la atención que las personas ponen en el precio que finalmente pagan, no a los precios de lista, ni a lo demás atributos del funeral.
386. Para finalizar realizamos una observación. Las estadísticas descriptivas de los descuentos, además de iluminar que existe una fracción relevante de individuos que paga un precio superior al de lista, muestran que las funerarias probablemente saben (o al menos intuyen) la presencia de sesgos de comportamiento. Esto pues la excepción es que una persona pague el precio de lista: la mayoría paga un precio inferior. Sin poner atención a los costos, esta estrategia de precios podría interpretarse como que

²⁴⁶ Pregunta N° 17 y 18 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

las funerarias en la mayor parte de los casos hacen esfuerzos por brindar mejores precios a las personas; tal aseveración no se sostiene, sin embargo, cuando consideramos los sobrepagos que describimos en nuestro análisis de competencia.

v. Evaluación de alternativas de políticas públicas

387. Considerando los hallazgos que resultaron de la evaluación de las dos hipótesis de sesgos de comportamiento, es posible pensar en alternativas de recomendaciones para reducir o mitigar el efecto de estos sesgos, y así facilitar que los consumidores puedan tomar mejores decisiones respecto de la adquisición de los bienes y servicios en el mercado fúnebre.
388. La existencia de asimetrías de información, así como los sesgos conductuales de los consumidores, son dos factores que pueden impedir que el mercado actúe de forma óptima y autocorrectiva²⁴⁷. Es importante considerar que esta circunstancia no necesariamente es generada por infracciones de las empresas incumbentes, sin perjuicio de que su conducta pueda exacerbar estas características del mercado, y por lo mismo, las herramientas tradicionales del derecho de la competencia dificultan su corrección²⁴⁸. En este sentido, las recomendaciones que se realicen son el mecanismo que mejor podría atender estas dificultades, considerando que estas son estructurales del mercado o se desprenden de características del proceso de compra.
389. Tal y como analizamos en este capítulo, los establecimientos fúnebres pueden dificultar la capacidad de búsqueda de los consumidores, al no exhibir sus precios o hacerlo en una forma que hace difícil la comparación. Esto, sumado a los costos de búsqueda de los consumidores, el corto plazo que enfrentan para tomar decisiones en este mercado, entre otros factores, dificulta la transparencia del lado del consumidor y, por lo tanto, limita su capacidad de comparar precios, lo que a su vez reduce los incentivos de las empresas para competir agresivamente²⁴⁹.
390. Conforme a lo señalado por Grubb²⁵⁰, existen diversas alternativas de políticas públicas para morigerar los efectos de los sesgos cognitivos de los consumidores que no les permiten elegir el mejor precio. Las políticas propuestas son de tres tipos: (i) simplificar al ambiente de búsqueda; (ii) dar o promover la recomendación de expertos; (iii) y, elegir en lugar de los consumidores. Estas propuestas ayudarían a los consumidores en al menos dos maneras: primero, al ayudarlos a tomar mejores decisiones, y segundo, al

²⁴⁷ Motta, M., M. Peitz, y H. Schweitzer, eds.. *Market Investigations: A New Competition Tool for Europe?* Cambridge: Cambridge University Press, 2022: 20.

²⁴⁸ Motta, M., M. Peitz, y H. Schweitzer, eds.. *Market Investigations: A New Competition Tool for Europe?* Cambridge: Cambridge University Press, 2022: 21.

²⁴⁹ Motta, M., M. Peitz, y H. Schweitzer, eds.. *Market Investigations: A New Competition Tool for Europe?* Cambridge: Cambridge University Press, 2022: 37.

²⁵⁰ Grubb, M. D. «Failing to choose the best price: Theory, evidence, and policy.» *Review of Industrial Organization* 47, n° 3 (2015): 303-340.

reducir los precios de equilibrio²⁵¹. En las subsecciones siguientes, analizamos cómo se materializaría cada tipo de recomendación.

a. Simplificar el ambiente de búsqueda.

391. La evidencia sobre ofuscación y confusión de los consumidores sugiere que la complejidad del precio es una barrera para que los consumidores elijan adecuadamente los planes funerarios y sepulturas de menor precio, lo que es consistente con diversas investigaciones²⁵². En este contexto, es posible pensar en recomendaciones que apunten a simplificar el ambiente en el cual los consumidores buscan entre distintas opciones. Esta simplificación apunta a depurar el proceso de búsqueda de los consumidores de información que es compleja de procesar, así como facilitar la comprensión de dicha información, haciendo que los consumidores se centren en los aspectos más relevantes de los bienes y servicios que adquieren (usualmente precio y calidad).
392. La simplificación del ambiente de búsqueda se puede materializar en distintos tipos de políticas públicas. A modo de ejemplo, estas políticas pueden consistir en: (i) entregar más información a los consumidores; (ii) mostrar la información relevante para comparar entre distintas alternativas; (iii) tratar de cambiar el tiempo en el cual se realiza la cotización (ej. promover que los deudos tomen la decisión sobre la funeraria o la sepultura antes de la muerte y no después), entre otras posibilidades.
393. Respecto de la entrega de más información (i), facilitar y entregar información de precios a los consumidores puede resultar en una reducción de los costos de búsqueda y una mayor facilidad para comparar precios²⁵³. También se ha señalado que proporcionar información detallada sobre los precios aumenta la confianza en la tienda y el valor percibido²⁵⁴. Por último, la transparencia también podría funcionar como una señal de calidad a través de su efecto informativo²⁵⁵, similar al papel que a veces juega la

²⁵¹ Grubb, M. D. «Failing to choose the best price: Theory, evidence, and policy.» *Review of Industrial Organization* 47, n° 3 (2015): 303-340.

²⁵² Grubb, M. D. «Failing to choose the best price: Theory, evidence, and policy.» *Review of Industrial Organization* 47, n° 3 (2015): 303-340.

²⁵³ Carlin, B. «Strategic price complexity in retail financial markets.» *Journal of Financial Economics* 49, n° 3, (2009): 278-287. Wilson, C. M. «Ordered search and equilibrium obfuscation.» *International Journal of Industrial Organization* 28, n° 5 (2010): 496-506; y, Wolitzky, A., y J. Ellison. «A search cost model of obfuscation.» *The RAND Journal of Economics* 43, n° 3 (2012): 417-441.

²⁵⁴ Xia, L., y K. B. Monroe. «Price partitioning on the internet.» *Journal of Interactive marketing*, 18, n° 4 (2004): 63-73. Bertini, M., y L. Wathieu, «Research note - Attention arousal through price partitioning.» *Marketing Science* 27, n° 2 (2008): 236-246.

²⁵⁵ Völckner, F., A. Rühle, y M. Spann. «To divide or not to divide? The impact of partitioned pricing on the informational and sacrifice effects.» *Marketing Letters* 23, n° 3 (2012): 719-730.

publicidad para mejorar el conocimiento del consumidor sobre el producto anunciado, en particular para bienes de experiencia²⁵⁶.

394. Respecto del segundo punto (ii), es importante que la entrega de información sea pertinente para efectos de la comparación entre distintas alternativas. Si bien la entrega de información —en particular sobre el precio— puede traer efectos deseables, lo relevante desde la perspectiva de aumentar la competencia es que los consumidores puedan comparar entre las distintas opciones²⁵⁷. Es más, un exceso de información puede dificultar la comparación de precios²⁵⁸⁻²⁵⁹.
395. Adicionalmente, es importante considerar los efectos que puede tener un aumento de transparencia. Ciertas políticas públicas que buscan reducir la opacidad que realizan las empresas respecto de información relevante pueden resultar en que las empresas cambien la manera en que exhiben sus precios o información para aumentar o cambiar a otras formas de opacidad²⁶⁰, haciendo inefectivas estas políticas.
396. Además, es importante considerar que las políticas públicas que promueven la búsqueda o cotización de los consumidores pueden mejorar la experiencia de solo algunos de los consumidores del mercado y ser igualmente efectivas. Lo anterior, ya que los consumidores que aumenten su cotización pueden generar una externalidad de búsqueda positiva para otros consumidores. Al ser más sensible a los precios, la presencia de consumidores que buscan reduce el poder de mercado de las empresas, reduce los precios de equilibrio y, por lo tanto, ayuda al resto de los consumidores²⁶¹. Lo anterior, solamente en la medida que las empresas no puedan discriminar por precios entre los consumidores que buscan y los que no.
397. Respecto del tercer punto (iii), si la entrega de información se produce en un tiempo tal que no permita la adecuada comparación de alternativas para los consumidores, estos seguramente no se beneficiarán de la misma. Por lo anterior, la cantidad y calidad de la información será igual de importante que el momento en el cual los consumidores puedan hacer uso de esta.

²⁵⁶ Seim, K., M. A. Vitorino, y D. M. Muir. «Do consumers value price transparency?» *Quantitative Marketing and Economics*, 15, n° 4, (2017): 305-339.

²⁵⁷ Motta, M., M. Peitz, y H. Schweitzer, eds.. *Market Investigations: A New Competition Tool for Europe?* Cambridge: Cambridge University Press, 2022: 35

²⁵⁸ Piccione, M., y R. Spiegler. «Price competition under limited comparability.» *The quarterly journal of economics* 127, n° 1 (2012): 97-135; Chioveanu, I. y J. Zhou. «Price competition with consumer confusion.» *Management Science* 59, n° 11 (2013): 2450-2469; y, Grubb, M. D. «Behavioral consumers in industrial organization: An overview.» *Review of Industrial Organization* 47, n° 3 (2015): 247-258.

²⁵⁹ Motta, M., M. Peitz, y H. Schweitzer, eds.. *Market Investigations: A New Competition Tool for Europe?* Cambridge: Cambridge University Press, 2022: 35.

²⁶⁰ Grubb, M. D. «Failing to choose the best price: Theory, evidence, and policy.» *Review of Industrial Organization* 47, n° 3 (2015): 253.

²⁶¹ Grubb, M. D. «Failing to choose the best price: Theory, evidence, and policy.» *Review of Industrial Organization* 47, n° 3 (2015): 252

398. Considerando todo lo anterior, estimamos que las recomendaciones para promover la búsqueda de los consumidores deben involucrar a los consumidores directamente, facilitar las comparaciones entre las distintas alternativas y estar disponibles antes del servicio²⁶². Con este fin, exploramos políticas públicas para: (1) aumentar la información sobre precios de los servicios; (2) facilitar la comparación entre distintas alternativas; (3) promover la planificación y la anticipación de en la adquisición de bienes y servicios fúnebres. Todas estas recomendaciones apuntan a simplificar el ambiente de búsqueda.

1. Aumentar la información sobre precios de los servicios

399. Para aumentar la información sobre precios disponibles de los servicios, recomendamos que todos los establecimientos fúnebres deban informar los precios totales y finales de todos los servicios o productos que ofrecen, desagregando los componentes incluidos en los planes y otros elementos relevantes en la toma de decisión, que señalamos más abajo para cada establecimiento fúnebre. Dicha obligación será aplicable a todos los canales de venta, ya sea presencial, telefónico o a través de internet, sin perjuicio de que en cada canal varíe la forma de cumplir esta obligación. Lo anterior implica que los consumidores siempre puedan tener a su disposición una especie de menú con todos los precios de lista de los bienes y servicios.

400. Esta recomendación tiene dos objetivos: (i) facilitar que los consumidores puedan comparar el precio de distintos bienes y servicios, ya sea entre distintos establecimientos o al interior de estos; y, (ii) promover que se generen externalidades positivas por parte de los consumidores que sí cotizan entre diversas alternativas, al verse estas externalidades reflejadas en las listas de precios, dificultando que se discrimine por precios entre aquellos consumidores que buscan y aquellos que no.

401. Las obligaciones de información no son ajenas a la regulación de los mercados fúnebres en el mundo. Existen diversos países que obligan a exhibir precios de manera específica al sector funerario, por ejemplo, en Francia, Estados Unidos, Noruega y el estado de Nueva Gales del Sur en Australia²⁶³. En otros países, los establecimientos fúnebres se encuentran obligados a exhibir precios por aplicación del derecho del consumidor²⁶⁴.

402. En particular, destaca el caso de Estados Unidos, en donde una extensa investigación de las casas funerarias dio lugar a su regulación por la Comisión Federal del Comercio de Estados Unidos (Federal Trade Commission o “FTC”) al decretar la Regla de Servicios Funerarios (en inglés *Funeral Industry Practices Rule* o coloquialmente

²⁶² “Transparency initiatives should engage patients directly, be specific to patient needs, provide comparisons to available alternatives, and be available before service.” Miller, B. J., Mandelberg, M. C., Griffith, N. C., & Ehrenfeld, J. M. «Price transparency: Empowering patient choice and promoting provider competition.» *Journal of medical systems* 44, n° 80 (2020): 1-3.

²⁶³ La autoridad de libre competencia del Reino Unido (CMA) realizó un completo informe sobre regulación comparada del mercado fúnebre. Véase: CMA. «Funeral markets investigation.» *International comparisons*. 30 de enero de 2019.

²⁶⁴ CMA. «Funeral markets investigation.» *International comparisons*. 30 de enero de 2019.

Funeral Rule)²⁶⁵. Esta obliga a proporcionar información a las casas funerarias mediante una lista general de precios (en inglés “General Price Lists o “GPLs”)²⁶⁶. La GPL es una lista estandarizada que debe ser igual para todos los proveedores, y que debe incluir (entre otras cosas): (i) una lista pormenorizada de todos los componentes de los planes funerarios; (ii) una lista de ataúdes, incluyendo las especificaciones y costos de estos; y, (iii) información sobre los requerimientos mínimos de un funeral para cumplir la ley. En algunos estados, por ejemplo, en California, las casas funerarias se encuentran obligadas a proveer información de precios en sus sitios web, sin perjuicio de que no se obliga a publicar la GPL o una versión resumida de la misma.

403. Por lo anterior, es claro que la obligación de entregar precios a los consumidores es una práctica que ha sido impulsada por diversas autoridades de competencia en el mundo, en un esfuerzo de aumentar la transparencia en el mercado.
404. La recomendación específica para cumplir las obligaciones detalladas es realizar una recomendación a todos los establecimientos fúnebres, señalando una mejor práctica en este sentido. Adicionalmente, recomendamos que el Ministerio de Salud modifique el Reglamento General de Cementerios incorporando esta obligación.
405. En cuanto a los beneficios aparejados a una política de mayor transparencia es que permitirían que los consumidores comparen entre distintas alternativas, simplificando su ambiente de búsqueda. Conforme a lo analizado en la sección anterior, los consumidores podrían ver una reducción de hasta 17% en el precio de los planes funerarios si 75% de ellos cotiza dos veces o más, o de 29% si 90% de ellos lo hace.
406. En cuanto al impacto de estas recomendaciones, si estas logran que el 75% de los consumidores cotice servicios funerarios al menos dos veces, la caída de los precios se traduciría en un ahorro promedio por servicio funerario de \$132.470. A su vez, este menor precio implicaría un ahorro anual de 18.232 millones de pesos (aproximadamente USD \$21 millones) a nivel nacional. Por otro lado, en un escenario menos conservador, si consideramos que las recomendaciones logran que el 90% de los consumidores cotice al menos dos veces, se produciría un ahorro del 29% en el precio, tendríamos una reducción de \$226.780 pesos por servicio y, a nivel nacional, tendríamos un ahorro de \$31.101 millones de pesos anualmente (aproximadamente USD \$36 millones).
407. En cuanto a los costos de esta recomendación, estimamos que son muy inferiores al beneficio que producirían para los consumidores, y que tampoco corresponden a una carga excesiva para los establecimientos fúnebres, que por lo demás ya es exigida a la mayoría de los establecimientos que comercializan bienes y servicios a consumidores

²⁶⁵ Federal Trade Commission (Estados Unidos). *Complying with the Funeral Rule*. s.f. <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/complying-funeral-rule> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

²⁶⁶ Federal Trade Commission (Estados Unidos). *Complying with the Funeral Rule: Sample Price Lists*. s.f. <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/complying-funeral-rule#sample-price-lists> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

finales. Por esta razón, estimamos que no existirían mayores dificultades en generar listas de precios, y tampoco existirían costos de cambio de menú excesivos asociados.

408. Por otra parte, en general, los remedios que apuntan a mejorar la transparencia de los precios y los términos contractuales, promover la búsqueda y la comparación de las ofertas, así como atenuar los sesgos de comportamiento, son relativamente seguros, en el sentido de que difícilmente pueden generar efectos negativos o adversos para la competencia²⁶⁷.
409. Respecto de la fiscalización y sanción de la obligación, estimamos importante considerar que, en otros países, como Francia y Noruega²⁶⁸, se ha evidenciado un bajo cumplimiento del deber de entregar información. Por lo anterior, será importante informar mediante distintos medios, así como a través de asociaciones gremiales u otras agrupaciones de los establecimientos fúnebres la relevancia de cumplir con la normativa de entrega de información, así como los riesgos aparejados al incumplimiento.
410. Estimamos que el órgano que mejor podría realizar la fiscalización de las obligaciones de exhibir precios es el SERNAC, ya que este ha realizado distintas fiscalizaciones en este mercado en virtud del artículo 58 letra a) de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores²⁶⁹ y estas también apuntan a la protección de los consumidores, los que debiesen poder acceder a los precios en virtud del artículo 3 letra b) de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores. Las Seremis de Salud no serían los organismos más adecuados para realizar dicha fiscalización y sanción, ya que estas tienen competencias respecto de los aspectos sanitarios de los proveedores, sin tener experiencia en fiscalización sobre información de precios.
411. A su vez, el sistema de reclamos del SERNAC facilita que sean los propios consumidores los que denuncien en caso de que los establecimientos no cumplan con sus obligaciones de información. Por último, es importante considerar que existen diversas entidades que pueden velar por el interés colectivo o difuso de los consumidores, por lo que un incumplimiento de una obligación como la señalada podría también ser resguardada por asociaciones de consumidores.
412. A continuación, detallamos cómo estimamos que se debería cumplir la obligación señalado para cada canal de venta, así como para cada establecimiento fúnebre en particular.

Manera de cumplir esta obligación para cada canal de venta

413. Esta obligación deberá ser cumplida para cada canal, sin perjuicio de que la manera de cumplir tal obligación sea diferente para cada uno. En el caso del canal presencial,

²⁶⁷ Motta, M., M. Peitz, y H. Schweitzer, eds.. *Market Investigations: A New Competition Tool for Europe?* Cambridge: Cambridge University Press, 2022: 65.

²⁶⁸ CMA. «Funeral markets investigation.» *International comparisons*. 30 de enero de 2019: 8-9.

²⁶⁹ SERNAC. *SERNAC fiscalizará a los cementerios tras detectar un aumento de casi 50% en los reclamos*. 7 de julio de 2022. <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-65782.html> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

recomendamos que los establecimientos fúnebres deban tener un listado o menú con todos los precios disponibles, de manera impresa y gratuita para los consumidores, el que debe ser puesto a su disposición previo a cualquier contratación. En el caso del canal telefónico, las funerarias deberán señalar que pueden detallar el precio de cada uno de los bienes y servicios a solicitud de consumidor, sin poder exigir una cotización presencial u online para tales efectos. Por último, en el caso de las ofertas a través de internet o plataformas, se deberá contar con listas de precios online, en cualquier formato legible (ya sea mediante su incorporación directa en la página, una imagen, o un archivo descargable), pero siempre estando este listado en un lugar visible y de fácil acceso para los consumidores dentro de las páginas correspondientes. En el caso del canal online, no se podrá exigir información adicional al consumidor para acceder a los precios (ej. un correo electrónico), sino que estos deben ser públicos.

Funerarias

414. En cuanto a las casas funerarias, es relevante que las personas puedan acceder a los precios tanto de los planes como de los bienes individuales que pueden agregar a los mismos. Al igual que en el caso de la *Funeral Rule* de la FTC, se deberá descomponer cada plan, detallado qué compone cada uno de estos, así como señalar el precio para cada uno de los productos que puedan venderse por separado. Por otra parte, también estimamos necesario incluir, en una lista separada, el precio de los ataúdes, que corresponden al componente de mayor valor de los planes.
415. Para ilustrar lo anterior, si una funeraria ofrece un el “Plan Premium Pino”, este deberá detallar todos los componentes del plan, por ejemplo, qué tipo de ataúd incluye, número de flores, servicio de cafetería etc. Esto no implica que se debe detallar el precio para cada bien dentro del plan, sino que debe listar los bienes y servicios incluidos. Cada componente del plan deberá tener un precio por separado, pudiendo las funerarias aplicar un descuento por adquirirlos mediante un plan, pero siempre permitiendo su adquisición por separado.

Cementerios

416. En el caso de los cementerios, estos deberán señalar el tipo de sepultura, su capacidad, el sector del cementerio y el valor de las cuotas de mantención. En el caso de ofrecer un crédito para pagar la sepultura, siempre deberá informarse la Carga Anual Equivalente de este, explicando si se incluyen otros servicios como seguros.
417. Para dar cumplimiento a la obligación de información señalada respecto de los sectores del cementerio, los cementerios deberán disponer, en todos sus canales de venta, de un diagrama, fichas, planos, o, en el caso del canal telefónico, de una explicación verbal respecto de los distintos sectores del cementerio, en caso de existir tales sectores. En el caso de la venta a través de canales telefónicos, se deberá explicar a los consumidores, previo a ofertar cualquier sepultura, que se dispone de diagramas informativos de los sectores de las sepulturas en las sucursales o páginas web de los cementerios.
418. Respecto de la información de precios, los cementerios deberán disponer una lista de precios de las sepulturas que comercialicen en cualquier canal. Estas listas de precios

deberán ser actualizada en todos los canales. En el caso del canal web, dicha lista deberá incluirse en un lugar preferente y claro de la página, por ejemplo, dentro del menú principal. En el caso del canal telefónico, se deberá explicar al consumidor que este puede consultar por el precio de todas las sepulturas presencialmente en la sucursal, además de tener la obligación de informar los precios de todas las sepulturas que el consumidor consulte.

419. La única excepción a la obligación de informar los precios será para aquellas sepulturas que sean construidas a la medida y bajo las especificaciones de los adquirentes, sin que se trate de un producto final ofrecido a los consumidores, como sería el caso, por ejemplo, de los mausoleos. En caso de que el consumidor deba contratar los servicios de construcción de tales sepulturas, se deberá señalar el precio cobrado por tales servicios de construcción, por ejemplo, mediante un presupuesto entregado de manera previa a la compra al consumidor.
420. En cuanto al precio de la sepultura este deberá exhibirse como un precio final, en UF y señalarlo en un lugar visible. En un recuadro adicional deberá señalarse el costo de mantención anual en caso de existir, también en UF, en un tamaño visible y al lado del precio de la sepultura.
421. Los aranceles que detallen los costos de realizar la sepultación, reducciones, entre otros servicios, así como el reglamento de cada uno de los cementerios, deberán estar disponibles de forma impresa y gratuita a cualquier persona que consulte o cotice en el local, sean estos o no los consumidores finales de dichos servicios. Además, en caso de contar con páginas web, los cementerios deberán exhibir tanto la lista de precios con un mapa del cementerio (en caso de contar con uno), el reglamento para cada parque y los aranceles en un lugar prioritario, de fácil acceso para los consumidores.

Crematorios

422. En cuanto a los crematorios, estos deberán señalar claramente el precio de los planes de cremación, indicando los componentes que se incluyen en cada plan. Adicionalmente, se deberá informar en el precio por el uso de las cámaras frigoríficas (en caso de que no este precio no esté incluido en el precio del plan), así como el promedio de días que tarda realizar la cremación, lo que se podría hacer tomando como referencia un promedio del mes anterior o el promedio de varios meses en un semestre, señalando la manera de calcular tal promedio.

2. Facilitar la comparación entre distintas alternativas

423. Como ya señalamos, la entrega de información de precios no permite por sí sola aumentar la búsqueda de los consumidores, sino que es necesario que dicha información sea comparable. En otras palabras, los consumidores sólo usarán la información para comprar en la medida que les permita una comparación rápida entre las diversas alternativas.
424. El problema que enfrentan los consumidores para comparar en el mercado fúnebre es que existe una diversidad relevante de productos. En el caso de las funerarias, evidenciamos en la sección III.B.a.2 que, para la muestra de funerarias oficiadas, que

las personas eligen funerales con números de atributos distintos. En el caso de los cementerios, las sepulturas adquiridas también pueden ser muy distintas, variando en su tipo (ej. sepultura en tierra, nicho, etc.), capacidad, y lugar en el cual se encuentran ubicadas. De esta forma, la heterogeneidad de los productos hace que se dificulte la comparación para los consumidores.

425. Por otra parte, evidenciamos que los consumidores experimenten grados de confusión debido su inatención, así como una incapacidad de calcular debidamente los precios. Por otra parte, la literatura económica indica que los consumidores suelen elegir la primera opción ofrecida, de esta forma, crean puntos de referencia basados en su historial de búsqueda²⁷⁰. Por lo anterior, la primera oferta que los consumidores enfrenten puede ser especialmente importante respecto de sus decisiones de compra posteriores.
426. Considerando lo anterior, es posible pensar en maneras de hacer que al menos parte de los productos y servicios comercializados sean más fáciles de comparar. En este sentido, recomendamos la creación de un “Plan Preferente”, tanto para los planes funerarios, de sepultación y de cremación (“Plan Preferente Funerario”, “Plan Preferente de Sepultación”, y “Plan Preferente de Cremación” respectivamente). Estos planes deben tener un contenido mínimo, que permita la entrega a lo menos de un servicio básico (los exigidos por la ley) en cada mercado²⁷¹. Este plan deberá ser la primera opción exhibida u ofertada por los establecimientos fúnebres, siendo el mismo para todos los consumidores, y tendrá el mismo nombre en todos los establecimientos, permitiendo una cotización rápida. De esta forma, los establecimientos fúnebres podrán fijar libremente el precio y el contenido por sobre el mínimo del plan, sin perjuicio de que deberá ser el primero ofertado en todos los casos. Más adelante detallamos la manera en que estimamos debiese cumplirse esta obligación.
427. Es relevante que todos los Planes Preferentes tengan el nombre genérico, para facilitar la comparación por parte de los consumidores. De esta manera, un consumidor podría preguntar a distintas funerarias de forma rápida por sus “Planes Preferentes”. Adicionalmente, al ser el primer ofertado por las funerarias, estas tendrán un incentivo a competir respecto de este, ofreciendo mejores precios o una mayor calidad.
428. En cuanto a la forma de exhibir el Plan Preferente, para efectos de que permita comparar precios, este deberá ser exhibido u ofertado de forma preferente a todos los bienes y servicios. A su vez, todos los establecimientos deberán usar la misma denominación

²⁷⁰ Motta, M., M. Peitz, y H. Schweitzer, eds.. *Market Investigations: A New Competition Tool for Europe?* Cambridge: Cambridge University Press, 2022: 41; y, Zhou, J. «Reference dependence and market competition.» *Journal of Economics & Management Strategy*, 20, nº 4, (2011): 1073-1097.

²⁷¹ Por ejemplo, en el caso de las casas funerarias, el Plan Preferente debiese incluir, a lo menos, un ataúd y una carroza fúnebre para trasladar al fallecido, ya que ambos son esenciales. En el caso de los cementerios, el Plan Preferente de Sepultación debiese incluir, a lo menos, una sepultura con una capacidad, y, en el caso de los crematorios, el Plan Preferente de Cremación, debiese permitir, a lo menos, la cremación de un cuerpo. Estos planes pueden incluir bienes y servicios por sobre los mencionados, siendo una decisión de cada establecimiento fúnebre elegir los elementos adicionales a incluir.

respecto de dichos planes, para que los consumidores puedan fácilmente preguntar por los mismos en el proceso de cotización.

429. Los Planes Preferentes deberá ser ofertado antes que cualquier otra alternativa, ya sea en los locales, las páginas web, o en las ventas que realicen los agentes de venta. Esto implica que en los locales sea la primera opción que se exhiba en la lista de precios, la primera opción que se muestre en la página web (en la sección en donde se ofertan los bienes o servicios), y que los agentes de venta estarán obligados a ofrecer esta alternativa, independiente de su modalidad de contratación.
430. Esta obligación no obsta a que los proveedores puedan ofertar otro tipo de planes funerarios o bienes y servicios, sin perjuicio de que estos deberán ser exhibidos tras haber ofertado o mostrado el Plan Preferente. Los consumidores, sin embargo, podrán agregar los bienes y servicios que se oferten de manera separada en caso de adquirir el Plan Preferente, no pudiendo los proveedores negar la venta de dichos bienes o servicios, o condicionar su venta a la compra de otro plan.
431. Respecto del precio de los Planes Preferentes, el precio exhibido u ofertado debe ser el precio final e idéntico para todos los clientes, sin que los establecimientos fúnebres puedan aplicar descuentos o promociones respecto de estos. A estos planes tampoco se les podrá añadir valores adicionales, como cobros por comisiones de vendedores. Lo anterior, ya que nuestro análisis indicó que las funerarias aplican descuentos diferenciados entre clientes, dependiendo de factores de su ambiente de decisión que pueden afectar su evaluación de los precios. Por lo demás, si el precio de lista en la práctica nunca es igual al precio pagado, se elimina la transparencia del mercado necesaria para cotizar.
432. En cuanto a la experiencia comparada de regulaciones similares, en el estado de Nueva Gales del Sur en Australia se contempla la obligación de exhibir información, así como una lista de precios pormenorizada en las premisas de las casas funerarias y sus sitios web, incluyendo el plan funerario más barato. Este plan funerario más barato sería semejante al Plan Preferente.
433. Para efectos de implementar la recomendación, recomendamos que todos los agentes económicos mencionados adopten esta práctica, así como que el Ministerio de Salud modifique el Reglamento General de Cementerios incorporando esta obligación.
434. Los costos de la recomendación son similares a los identificados para la generación de una lista de precios. En este sentido, los costos más relevantes serían los costos de cambio de menú o de actualización de las páginas web de las funerarias, siendo estos bajos.
435. Por otra parte, se podría argumentar que la creación de un Plan Preferente podría facilitar o promover la colusión entre las funerarias, ya que estas tendrían un punto de comparación fácil, con un precio público. Sin embargo, el Plan Preferente exige que se ofrezcan los bienes esenciales para realizar un servicio fúnebre, pero nada obsta a que las funerarias puedan competir por precios, o agregar productos adicionales al Plan, haciéndolo más atractivo para los consumidores. Por lo demás, la FNE siempre tendrá

la facultad de investigar a los establecimientos fúnebres por colusión en caso de que esto ocurra.

436. Para estos efectos, recomendamos que todos los agentes económicos mencionados creen y exhiban sus respectivos Planes Preferentes, así como que el Ministerio de Salud modifique el Reglamento General de Cementerios incorporando esta obligación y la competencia del SERNAC para fiscalizar la misma.
437. La fiscalización y sanción en caso de que los proveedores que no muestren los Planes Preferentes o que no lo oferten en la manera señalada debiese ser competencia del SERNAC, como parte de los derechos de los consumidores, por las razones ya esgrimidas en el punto 1 *supra*. De esta manera, recomendamos que el Reglamento General de Cementerios indique claramente que SERNAC será el órgano competente para fiscalizar que los establecimientos fúnebres cumplan con la obligación de exhibir el Plan Preferente.
438. A continuación, explicamos cómo se materializaría concretamente esta obligación para cada tipo de establecimiento.

Funerarias

439. Las preferencias de los consumidores respecto de los planes funerarios no son homogéneas, sin embargo, todo plan incorpora al menos un bien y un servicio que son esenciales: el ataúd y el traslado del fallecido en una carroza fúnebre. Estos elementos son comunes a todos los planes funerarios, lo que no es sorpresivo ya que el Reglamento General de Cementerios los exige para realizar la sepultación. Esto es lo que se podría denominar un plan básico.
440. La recomendación, por lo tanto, sería que todas las funerarias dispongan de un plan llamado “Plan Funerario Preferente”. Dicho plan deberá contener al menos los bienes y servicios de un plan básico. Los consumidores deberán poder añadir elementos a dicho plan a partir de la lista de precios señalada en el punto 1 *supra*.

Cementerios

441. En el caso de las sepulturas, también existe una variación relevante en cuanto a los tipos. Sin perjuicio de lo anterior, es claro que —al igual que para las funerarias— existe un servicio o producto básico que es exigido por la ley, que es la sepultación o inhumación.
442. La recomendación en este caso sería que todos los cementerios oferten en primer lugar, y de manera idéntica a todos los consumidores, una sepultura llamada “Sepultura Preferente”. Este servicio deberá, a lo menos, permitir inhumar temporalmente a una persona en una sepultura individual (por lo tanto, excluyendo otras formas de sepultura como la fosa común). Los consumidores deberán poder añadir elementos a dicho plan a partir de la lista de precios señalada en el punto 1 *supra*.
443. En el caso de los grupos de cementerios que cuenten con más de un recinto, el Plan Preferente podrá ser distinto para cada cementerio. Lo anterior es sin perjuicio de la obligación que tendrá cada establecimiento fúnebre de indicar cuál es el Plan Preferente

para cada uno de sus cementerios, en todos los medios a través de los cuales realice ofertas a los consumidores.

Crematorios

444. Por último, de igual manera que para los dos casos anteriores, todos los crematorios deberán disponer de un plan llamado “Cremación Preferente” el que deberá ser exhibido en el primer lugar de todas las ofertas realizadas y ser igual para todos los consumidores. Este plan corresponderá al servicio de menor precio para la cremación para una sola persona. Los consumidores deberán poder añadir elementos a dicho plan a partir de la lista de precios señalada en el punto 1 *supra*.

3. Promover la planificación

445. Una tercera forma de simplificar el ambiente de búsqueda es promover la planificación de los servicios fúnebres con antelación a la muerte. Lo anterior es relevante considerando que, tras la muerte, la regla general es que se tengan 48 horas para realizar la inhumación. Esto implica que los deudos cuenten con un tiempo muy acotado para organizar el funeral. Esta manera de facilitar la cotización se aborda en las recomendaciones para atender a factores regulatorios que impactan la competencia en el mercado fúnebre.
446. Adicionalmente, estimamos que una manera de promover la planificación es entregar la información a los consumidores antes de que realicen la compra. Para estos efectos proponemos informar a los adquirentes de los beneficios de la cotización y los establecimientos fúnebres cercanos a su domicilio, en lugares estratégicos. Sugerimos que dicha información sea entregada en las municipalidades, las Oficina de Informaciones, Reclamos y Sugerencias de los centros de atención de salud, en el portal de Bonos Pendientes de Cobro del Instituto de Previsión Social, ChileAtiende, y las entidades que administren fondos previsionales. Para estos efectos, recomendamos que el Ministerio de Salud coordine con los distintos organismos para elaborar la información y luego distribuirla a los consumidores.
447. Además, sugerimos que el SERNAC, por un lado, y las asociaciones de consumidores, por otro, continúen realizando campañas de difusión e informativas respecto de los derechos de los consumidores en estos mercados, así como de los beneficios de cotizar entre diversas alternativas.

b. Proveer o facilitar recomendaciones de expertos

448. Una alternativa para facilitar la elección de los consumidores es proveer o facilitar que expertos en el mercado realicen recomendaciones a los deudos o a las personas en vida. La recomendación experta puede ser contratada de forma anterior al fallecimiento o de forma posterior.
449. A su vez, es importante considerar que promover que las empresas compartan la información de precios permite que emerjan terceros que puedan guiar las decisiones de los consumidores de forma espontánea. Un ejemplo de lo anterior es la irrupción de

distintas plataformas de funerarias, en distintos países, que exhiben precios de distintos servicios.

450. Sin perjuicio de lo mencionado, es importante tener cuidado con los “expertos” que no están plenamente informados, y que podrían no necesariamente responden a los intereses de los consumidores. En este sentido, los modelos de negocios de estas plataformas podrían generar problemas de agencia. Por ejemplo, las mismas podrían recomendar una opción que no sea la más económica, sino aquella que le da más comisión a la plataforma.
451. En el caso de las plataformas o sitios que permiten la comparación, si bien estos efectivamente pueden facilitar la comparación de precios, no necesariamente eliminan los problemas de información por al menos dos motivos: (i) estas plataformas solo pueden generar ingresos si los usuarios pagan por los mismos o, con mayor frecuencia, si las empresas están interesadas en pagar por el servicio, lo que limita que dicha plataforma muestre todos los productos disponibles, además, las tarifas cobradas presionen al alza sobre el precio minorista; (ii) las empresas pueden realizar estrategias de ofuscación del precio en la etapa de comparación y, por lo tanto, hacer la comparación de precios más difícil para los consumidores²⁷².
452. Por último, es importante considerar que en general el uso de herramientas para comparar precios es bajo. Una revisión de diversos estudios sobre la transparencia de precios y el uso de estas herramientas en el área de la salud señaló que la tasa de uso de las plataformas o sitios para comparar precios en ese sector era consistentemente baja.²⁷³
453. Por todo lo anterior, estimamos que no sería conveniente recomendar que algún organismo de la administración del Estado realice una plataforma de comparación de precios, sin perjuicio de que estas puedan surgir de forma espontánea. En relación con estas últimas, recomendamos que estas plataformas informen al consumidor si reciben una comisión por referir a los consumidores a un determinado proveedor fúnebre, en un lugar claro y visible, dentro de la aplicación o la plataforma, y que tengan la obligación de mostrar los Planes Preferentes ya mencionados antes de cualquier otra alternativa.
454. Estas obligaciones también debiesen ser incorporadas en el Reglamento General de Cementerios por el Ministerio de Salud, y formar parte de los deberes de información que van en beneficio de los consumidores.

c. Elegir en lugar de los consumidores

455. Una tercera alternativa es que una entidad, distinta de los deudos, tome la decisión respecto de los servicios fúnebres en lugar de estos, creando una opción por *default*.

²⁷² Motta, M., M. Peitz, y H. Schweitzer, eds.. *Market Investigations: A New Competition Tool for Europe?* Cambridge: Cambridge University Press, 2022: 37.

²⁷³ Zhang, A., K. H. Prang, N. Devlin, A. Scott, A., y M. Kelaher. «The impact of price transparency on consumers and providers: a scoping review.» *Health Policy*, 124, nº 8, (2020): 821.

En el caso de los servicios fúnebres, es difícil crear una opción por *default* que abarque todas las preferencias, considerando la heterogeneidad de estas.

456. Considerando lo anterior, la opción de obligar o incluso inscribir por defecto o *default* a los consumidores a elegir una opción no sería una política adecuada. En su lugar, se podría pensar en generar una alternativa que represente un plan o servicio fúnebre promedio, y facilitar que las personas en vida o los deudos se suscriban a estos planes.
457. Una forma de realizar lo anterior es que las administradoras de fondos de pensiones o el Instituto de Previsión Social para ofrecer alternativas de planes funerarios, de sepultura o de cremación. Estas entidades podrían informar a los afiliados mayores de 65 años respecto de dichos planes por distintas vías, por ejemplo, al entregar cartolas u otra información relevante sobre pensiones. De esta forma, las personas en vida o los deudos podrán elegir libremente si al momento de su muerte quieren adscribir al plan ofertado.
458. A pesar de los posibles beneficios de esta recomendación, creemos que esta debiese considerarse una vez que haya una mayor transparencia respecto de los planes y las preferencias de los consumidores, para poder crear una licitación que represente

B. Efectos del empaquetamiento de planes funerarios

i. Introducción

459. Conforme se detalló en la minuta de lanzamiento del Estudio del Mercado Fúnebre²⁷⁴, de una revisión preliminar del mercado, evidenciamos que usualmente las casas funerarias y crematorios realizan la venta conjunta de diversos bienes y servicios. Estos bienes y servicios pueden ser considerados primarios, como el ataúd o la cremación, o pueden ser servicios secundarios, como los arreglos florales, obituarios, cirios, tarjetas religiosas, entre otros acompañamientos del servicio fúnebre. Dicha práctica corresponde a la práctica de empaquetamiento.
460. En efecto, podemos ver que el empaquetamiento corresponde a la norma en los servicios funerarios de acuerdo con los datos recibidos. Es prácticamente imposible que los bienes que componen el servicio fúnebre se puedan vender por separado.
461. En general, el empaquetamiento tiene efectos ambiguos sobre el bienestar de los consumidores, en el sentido de que puede tener efectos que tienden a reducir el precio, como efectos que terminan mermando el bienestar del consumidor. En consecuencia, analizaremos qué tan probable es que predominen los efectos positivos o negativos en el mercado funerario.
462. Por una parte, bajo ciertas condiciones, la venta conjunta de dos bienes puede ser más eficiente que la venta por separado, debido a que hay economías de ámbito, tanto en la

²⁷⁴ FNE. "Minuta de lanzamiento del estudio sobre el mercado fúnebre", 21 de diciembre de 2021. https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2021/12/minuta_em07_final_firmada.pdf (Última visita el 24 de noviembre de 2022).

elaboración de los bienes, como en su consumo, de manera que esta práctica puede reducir el precio pagado por los consumidores. Estimamos que no habría economías de ámbito, ya que las funerarias adquieren tanto sus componentes principales, las urnas, como el resto de los componentes desde distintos proveedores, por lo que no podría haber eficiencia al adquirirlas de manera conjunta.

463. Por otro lado, el empaquetamiento puede servir como apalancamiento o *leverage*. Este concepto corresponde a traspasar el poder de mercado desde un producto principal, en donde el vendedor tiene algún grado de poder monopólico, a otro secundario que se encuentra en un contexto más competitivo. Consideramos que esta situación difícilmente podría darse en el contexto de los servicios funerarios, ya que no hay barrera a la entrada aparente tanto en la confección de urnas, como del resto de los componentes de un servicio fúnebre.
464. Por último, el empaquetamiento puede actuar como mecanismo de discriminación imperfecto, el cual permite extraer excedente a los consumidores. Esto ocurre cuando las valoraciones de dos componentes están correlacionadas negativamente, es decir mientras más se valora un producto, menos se valora el otro. Cuando esto ocurre, el empaquetamiento obliga a una parte de los consumidores a adquirir un bien que quizás no comprarían si no estuvieran empaquetados²⁷⁵. Consideramos que este sería el caso de las funerarias estudiadas, ya que se estimó que la valoración por la calidad de la urna correlaciona negativamente con el resto de los atributos, por lo que esta práctica podría estar generando un menor excedente para los consumidores y un mayor beneficio para las funerarias.
465. En conclusión, luego de analizar los tres posibles efectos que tiene el empaquetamiento en el mercado de los servicios funerarios, concluye que hay evidencia que sugiere que esta práctica está dañando a los consumidores.

ii. Marco conceptual

466. La Fiscalía ha definido la venta empaquetada o atada en la Guía para el Análisis de Restricciones Verticales como aquella en el “[e]l vendedor requiere que el comprador adquiera conjuntamente dos o más productos. Si los productos no se venden por separado, la conducta toma nombre de “venta atada”, y si dicha opción sigue existiendo, aunque a un precio mayor, la conducta tomará el nombre de “empaquetamiento”²⁷⁶. De esta manera, la venta atada supone que para comprar un bien necesariamente deberá adquirirse otro, sin que forme parte de este bien, mientras que el empaquetamiento consistiría en la agrupación de bienes a un precio más conveniente.

²⁷⁵ Motta, M. *Competition Policy: Theory and Practice*. Capítulo 7: Non-price Monopolisation Practices: Tying and Bundling. Cambridge University Press (2009): 636-669.

²⁷⁶ FNE, “Guía para el análisis de restricciones verticales.” Junio de 2014. <https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2017/10/Gu%C3%ADa-Restricciones-Verticales.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

467. Por otra parte, la literatura económica difiere levemente en su definición. El empaquetamiento o *bundling* corresponde a la práctica en que dos productos no se venden por separado, sino que de manera conjunta. También existe un empaquetamiento mixto, en donde si bien se ofrece la venta separada de dos bienes, también se ofrece la venta conjunta, la cual se incentiva mediante algún descuento.
468. Además del empaquetamiento, existe la práctica conocida como venta atada o *tying*, la cual corresponde a la práctica en que la compra de un producto, el producto *atante*, obliga a adquirir otro producto, el producto *atado*, el cual no obstante sí puede venderse por sí solo.
469. Naturalmente, hay casos en los que evidentemente el empaquetamiento es una opción eficiente. Por ejemplo, si consideramos los componentes de un auto como productos distintos (por ejemplo, el motor, las ruedas o el parachoques), resulta evidente que su venta empaquetada resulta preferible para la gran mayoría de los consumidores y que la venta separada implicaría un costo adicional para los clientes de reunir y ensamblar los componentes. En este caso, como en otros, se puede señalar que el empaquetamiento genera economías de ámbito, tanto en el consumo como en la producción²⁷⁷.
470. Sin embargo, el empaquetamiento también puede tener efectos negativos para el consumidor. Es posible que un productor que tiene poder de mercado en un producto desee atar su venta a otro producto en el que no tiene poder de mercado. Esta práctica se conoce como *apalancamiento*. De esta forma, el productor puede subir el precio del componente que está en el segmento competitivo, ya que sabe que una proporción de clientes seguiría demandado este producto debido a que demandarán necesariamente el bien que está empaquetado.
471. Si, por otro lado, el producto que se encuentra en el segmento competitivo presenta economías de escala, la anterior práctica podría privar a ciertos productores de alcanzar una escala de producción eficiente. En consecuencia, el empaquetamiento podría tener efectos exclusorios.
472. Junto a lo anterior, el empaquetamiento puede servir como un mecanismo de discriminación de precios de segundo grado, lo cual es una manera imperfecta de extracción de rentas.
473. En la venta separada el precio de cada bien depende del consumidor marginal. Cuando se atan los bienes se usa como *pricing* la mínima valoración total, la cual es mayor. Adicionalmente, cuando las preferencias por ambos bienes están correlacionadas negativamente, más beneficioso será vender los productos atados. En efecto, si se venden de manera separada, una parte importante de los clientes no comprarán una parte de los productos. En cambio, cuando los productos se atan, estos estarían

²⁷⁷ Church, J. R., y R. Ware. «Industrial organization: a strategic approach.» *Homewood, IL.: McGraw Hill.*, (2000): 169.

obligados a consumir el bien. De esta forma, el vendedor extrae una mayor renta de los consumidores.

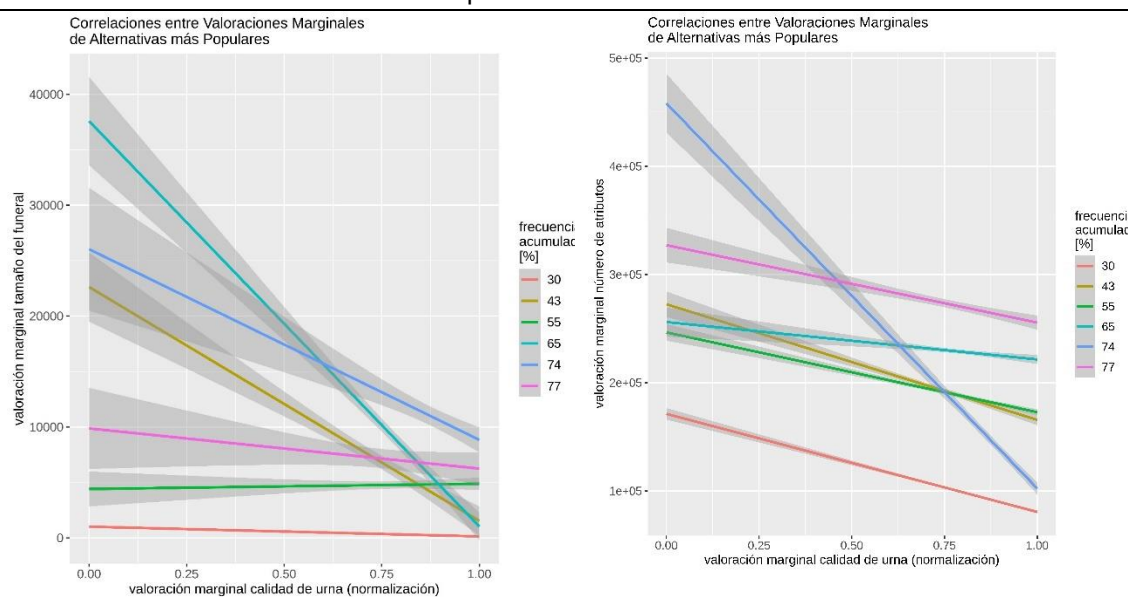
- 474. Por el contrario, si las preferencias correlacionan positivamente, el empaquetamiento podría no tener efecto ya que el precio del paquete sería igual a la suma de los precios por separado.
- 475. En consecuencia, será importante analizar si los bienes correlacionados en un mercado están correlacionados positiva o negativamente. De este hecho, dependerá el efecto sobre el bienestar del consumidor.

iii. Análisis

- 476. En esta sección buscamos determinar qué efectos, de los tres mencionados en la sección precedente, estarían presentes en el mercado de los servicios fúnebres.
- 477. En primer lugar, debemos señalar que la totalidad de las ventas hechas por las funerarias corresponden a la categoría de productos empaquetados. En efecto, no existe la posibilidad de adquirir los componentes de un servicio fúnebre por separado. En consecuencia, podemos decir que el empaquetamiento sí es una variable relevante para el desempeño del mercado y que amerita un análisis profundo para comprender sus efectos en el grado de competencia y en el bienestar de los consumidores.
- 478. Respecto de los motivos que tienen las funerarias para realizar venta atada, el contexto local indicaría que sólo dos de los tres incentivos expuestos anteriormente podrían estar operando: el de eficiencia en costos y discriminación de precios.
- 479. La hipótesis de disuasión de la entrada no tiene asidero en la práctica ya que la teoría económica justifica su existencia cuando el bien atado (en este caso los bienes complementarios a la urna y su traslado) necesitan de compatibilidad con el bien que ata para consumirse, lo que no se observa en el mercado funerario ya que las flores, traslados, catering y otros bienes y servicios pueden utilizarse en contextos distintos al de un servicio fúnebre. Como también vimos anteriormente, la literatura económica generalmente prueba esta hipótesis en contextos donde prácticamente no existe competencia en el mercado del bien atado, lo que tampoco se sostiene en este caso, dada la gran cantidad de empresas que proveen dichos servicios, tanto en grandes ciudades como en pueblos pequeños.
- 480. Por su parte, la hipótesis de las economías de ámbito o alcance tampoco estimamos que sea plausible, En efecto, las funerarias adquieren tanto sus componentes principales, las urnas, como el resto de los componentes desde distintos proveedores, por lo que no podría haber eficiencia al adquirirlas de manera conjunta. Podría, no obstante, argumentarse que hay algún grado de eficiencia por el lado de la demanda, por el hecho de encontrar todos los bienes necesarios para un funeral en un mismo sitio, lo cual es útil dado el poco tiempo que tienen los clientes para organizar y realizar el servicio fúnebre, lo que se expresa en un mayor costo de oportunidad del tiempo de parte de los consumidores. Sin embargo, esta economía de alcance puede aprovecharse sin necesidad de empaquetar bienes, ya que esta práctica se refiere a que la compra debe hacerse de manera conjunta obligatoriamente.

481. Por el contrario, el empaquetamiento como mecanismo de discriminación imperfecta de precios sí parece tener asidero en el mercado funerario local. Por una parte, esto ya está documentado en la literatura, para el caso de servicios funerarios en Estados Unidos²⁷⁸, los cuales en muchos aspectos reflejan los presentes en el mercado local. Por otro lado, vemos que se cumplen las condiciones que hemos enunciado en la sección anterior que permite que el empaquetamiento genere efectos negativos en los consumidores. Recordemos que, teóricamente, si la correlación entre las valoraciones por los distintos componentes de un servicio funerario es negativa, el empaquetamiento tendría el efecto de extracción de rentas sobre los consumidores. En cambio, cuando las valoraciones correlacionan de forma positiva, el empaquetamiento puede no tener efectos. De acuerdo con nuestro análisis, el primero sería el caso.

Figura 22: Correlación estimada entre calidad de la urna y el resto de los atributos en Independencia-Recoleta



Fuente: Elaboración propia en base a datos aportados por funerarias.

482. En efecto, como subproducto de la estimación de demanda descrita en la sección II.A.iii, fue posible estimar la valoración marginal, en términos monetarios, que tienen los clientes por los distintos atributos asociados a un servicio funerario, un ejercicio que llevamos a cabo para el mercado ubicado en Independencia-Recoleta. Estos atributos se encuentran descritos en la sección II.A.iii. Como se ve en la Figura 22, hay una correlación negativa entre la calidad de la urna y el número de otros atributos y entre el tamaño del funeral y la calidad de la urna. En otras palabras, los consumidores que parecen valorar más la calidad de la urna no necesariamente valoran la calidad del resto de los atributos. En consecuencia, al empaquetar se estaría incentivando al consumidor a adquirir un bien que en otras circunstancias no adquiriría.

²⁷⁸ Chevalier, J. A., F. M. S Morton. «State casket sales restrictions: A pointless undertaking?» *The Journal of Law and Economics*, 51, n° 1 (2008): 1-23.

483. Debemos recalcar que este análisis sugiere que existiría un efecto negativo, pero no permite cuantificar el efecto sobre el bienestar del consumidor. Para lograr esto, deberíamos simular un escenario contrafactual, en el que se prohíbe el empaquetamiento, y estimar los nuevos patrones de consumo.

iv. Conclusiones

484. A partir del análisis de la venta empaquetada, podemos concluir que hay evidencia que sugiere un efecto negativo en los consumidores, debido a que estimamos una correlación negativa entre la valoración por la calidad de la urna y el resto de los componentes de un funeral. Por otra parte, estimamos que las potenciales ganancias de eficiencia producto del empaquetamiento no estarían justificadas en este caso. Ahora bien, no nos es posible estimar numérica cuál es el efecto sobre el bienestar del consumidor producto del empaquetamiento.

v. Evaluación de alternativas de política pública

485. Conforme a nuestro análisis, existen consumidores que son perjudicados por la venta atada de bienes y servicios fúnebres, al verse forzados a adquirirlos cuando no los necesitan. Esto se debe a que algunos establecimientos solo permiten la adquisición de los bienes y servicios funerarios mediante planes. Lo anterior, sin embargo, no significa que los consumidores no valoren los planes.

486. Para atender el efecto negativo que tiene la venta atada o empaquetada de los planes funerarios, es posible recomendar diversas alternativas de políticas públicas. El objetivo de las recomendaciones debe apuntar a permitir una libertad de elección para los consumidores, pero manteniendo los beneficios derivados de la eficiencia en costos asociada a la venta conjunta de bienes y servicios.

487. En este sentido, recomendamos que los consumidores puedan comprar los bienes y servicios que componen los planes por separado, a un precio de lista. Esta alternativa permitiría que los proveedores puedan realizar descuentos por vender sus servicios empaquetados, pero al mismo tiempo, le daría libertad de elección a los consumidores. En este sentido, los consumidores podrán adquirir los planes diseñados por los establecimientos fúnebres o elegir solo algunos de sus componentes, sin verse forzados a adquirir bienes adicionales.

488. Las alternativas que se analizan en esta sección son cuatro: (i) obligar a los proveedores a “desempaquetar” los planes funerarios, solo permitiéndoles la venta por separado de cada ítem a un precio de lista; (ii) permitir la venta conjunta de los bienes y servicios funerarios, pero sin empaquetar los bienes (sin descuentos); (iii) permitir la venta empaquetada, pero prohibir a los proveedores vender sus bienes o servicios funerarios solo a través de planes. A continuación, analizamos los beneficios y los costos asociados a cada recomendación.

489. Sin perjuicio de la alternativa que se elija, hay dos aspectos relevantes y comunes a todas las recomendaciones. Lo primero es que los proveedores debiesen estar obligados a vender sus packs o planes a un solo precio de lista para todos los

consumidores, y lo segundo es que los consumidores debiesen poder adquirir los bienes o servicios por separado, también a un precio de lista que debe ser igual para todos.

490. El análisis económico en esta sección apunta a que las personas no necesariamente van a querer adquirir un servicio funerario que es globalmente más costoso, sino que podrían preferir, por ejemplo, adquirir un ataúd costoso con una carroza sin otros elementos adicionales. Las personas, sin embargo, parecen valorar el hecho de poder adquirir planes funerarios. Por lo anterior, estimamos que la mejor alternativa es permitir que se realicen ventas mediante planes, pero al mismo tiempo permitir que los consumidores puedan comprar todos los bienes o servicios funerarios por separado, a un precio de lista. Esta recomendación no prohíbe la venta en planes, sino que obliga a los proveedores a desempaquetar los elementos que componen el paquete a solicitud de los consumidores.
491. Esta recomendación es similar a aquella realizada por la FTC en su Regla de Servicios Funerarios, donde se contemplan ciertas obligaciones de información y prohibiciones para las funerarias, entre otras, la de exigir a los consumidores que compren ciertos bienes o servicios funerarios como condición para vender otros bienes o servicios funerarios²⁷⁹. De una forma similar, la Comunidad Autónoma de Cataluña señala en su regulación de sanidad mortuoria que las funerarias no pueden condicionar la prestación de servicios esenciales, como informar y asesorar sobre los trámites necesarios, proveer el féretro, realizar la sanitización del cuerpo y realizar la gestión de trámites administrativos, a la contratación de actividades complementarias²⁸⁰.
492. Para implementar lo anterior, proponemos realizar una recomendación a todos los establecimientos fúnebres, como mejor práctica de la industria. Adicionalmente, recomendamos que se modifique el Reglamento General de Cementerios, para que este señale que le estará prohibido a los establecimientos fúnebres exigir a los consumidores que compren ciertos bienes o servicios funerarios como condición para vender otros bienes o servicios funerarios²⁸¹. En otras palabras, se prohibirá condicionar la venta de ciertos bienes o servicios a otros en la forma de un plan, sin perjuicio de que se pueda realizar la venta a través de estos planes.
493. Esta obligación sería un derecho para los consumidores, y, por lo tanto, podrá ser fiscalizada por el SERNAC, mediante los procedimientos y sujeto a las multas señalados en la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores. Adicionalmente, los consumidores y las asociaciones de consumidores también podrán interponer los

²⁷⁹ Federal Trade Commission (Estados Unidos), *Complying with the Funeral Rule*. s.f. <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/complying-funeral-rule> (último acceso: 24 de diciembre de 2022).

²⁸⁰ Artículo 4 de la Ley N° 2/1997 sobre servicios funerarios de Cataluña, disponible en Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. *Ley 2/1997, de 3 de abril, sobre Servicios Funerarios 14 de abril de 1997. Comunidad Autónoma de Cataluña (España)*. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1997-9499> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

²⁸¹ Lo anterior es sin perjuicio de que, en caso de que el legislador lo estime conveniente, dicha obligación pueda ser incluida como parte de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores.

reclamos, denuncias o demandas que estimen pertinentes para dar cumplimiento a esta obligación, que sería una manifestación del derecho a elección de los consumidores. Sin perjuicio de lo anterior, nada obsta que ante el incumplimiento de esta recomendación se dé inicio a una eventual investigación de la FNE cuando sea pertinente

C. Relaciones entre funerarias y cementerios

i. Introducción

494. Junto a los otros factores señalados anteriormente, existe otra característica de este mercado que puede estar impactando el nivel de competencia presente en él. En efecto, de acuerdo con lo señalado en la minuta de lanzamiento del presente estudio²⁸², puede existir una relación similar a la *integración vertical* entre los cementerios y las funerarias.
495. Esta integración, en el caso particular de nuestro estudio, consistiría en la relación entre cementerios y funerarias, tanto formal como informal, en la que las funerarias se comprometerían a enviar a las familias a ciertos cementerios, a cambio de un pago, siendo esta una suerte de contrato de exclusividad, pero más flexible.
496. Para que el familiar que está contratando el servicio fúnebre pueda ser enviado a un cementerio, necesariamente la sepultura no debería estar adquirida previamente. En otras palabras, este efecto solo podría verse en aquellas compras de sepultura por necesidad inmediata.
497. Al igual que en el caso de las restricciones verticales, el efecto neto sobre el consumidor es ambiguo, es decir, no se puede saber *a priori* si el consumidor saldrá finalmente perjudicado o favorecido por esta relación entre dos oferentes.
498. En efecto, esta relación podría eventualmente reducir el precio pagado por el servicio funerario, ya que la funeraria recibiría un pago por referir al cliente al cementerio, por lo que sería una situación equivalente a una reducción del costo marginal. Por otro lado, el cliente estaría condicionado para elegir el cementerio, por lo que tendría una menor sensibilidad al precio y, por ende, pagaría un precio mayor por la sepultura. De esta forma, el efecto final sobre el precio sería ambiguo.
499. Para testear esta hipótesis, tomamos un subconjunto de los datos disponibles tales que tuviéramos información tanto de su sepultura como de su servicio fúnebre. De esta forma, podemos analizar la trayectoria completa de estos clientes y determinar si aquellos clientes que pagaron por un servicio fúnebre y por una sepultura en una funeraria y un cementerio “integrados” pagaron más que aquellos que lo hicieron en una funeraria y un cementerio no integrados.

²⁸² FNE. “Minuta de lanzamiento del estudio sobre el mercado fúnebre”, 21 de diciembre de 2021. https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2021/12/minuta_em07_final_firmada.pdf (Última visita el 24 de noviembre de 2022).

500. Luego de estimar dos modelos alternativos que permiten analizar la anterior hipótesis, concluimos que la evidencia no es suficientemente robusta, ya que, si bien en ambos modelos los resultados apuntan a que los consumidores estarían pagando más producto de esta integración, en uno de los modelos los resultados no son estadísticamente significativos.

ii. Marco conceptual

501. Hemos señalado que esta relación sería similar a una relación vertical entre un productor aguas arriba y un distribuidor aguas abajo. Sin embargo, este enfoque podría no ser adecuado conceptualmente. En primer lugar, no queda claro cuál es la relación vertical. Usualmente, en los modelos con relaciones verticales hay un segmento de empresas que produce un bien o un insumo que es vendido a las empresas aguas abajo que se encargan de vender este bien al consumidor final, sin perjuicio de que puedan añadir procesos adicionales. En cambio, en el caso de cementerios y funerarias no queda claro cuál sería la relación vertical, ya que en este caso no hay un bien producido aguas arriba y luego distribuido aguas abajo, sino que hay dos productos distintos, los cuales son directamente adquiridos por los consumidores, pero que, sin embargo, no son dos bienes independientes ni sustitutos, sino que se presentan como complementarios.

502. En consecuencia, en lugar de analizar este mercado como una relación vertical, lo estudiaremos como 2 mercados de bienes complementarios, según el modelo expuesto por Salop y Economides²⁸³. En este modelo hay dos bienes complementarios (ej. cobre y zinc, funerarias y cementerios, hamburguesas y pan, etc.), pero en cada bien hay distintas marcas sustitutas entre sí. El autor clásico Cournot ya había planteado esta posibilidad en 1838, para el caso del cobre y el zinc, argumentando que, a diferencia del caso de dos bienes sustitutos, la integración entre productores de ambos bienes termina reduciendo el precio final para el consumidor.

503. Siguiendo el argumento de Cournot, consideremos el caso en que hay dos empresas que venden 2 productos complementarios a un precio p y q , con una demanda que depende del precio de ambos bienes $D(p + q)$. De esta forma, tendremos una externalidad positiva entre las empresas: si una empresa baja su precio, no solo aumenta su demanda, sino que también aumenta la demanda de la otra empresa. Nótese que esto contrasta con el caso habitual de dos empresas que compiten en bienes sustitutos, en donde si una empresa baja su precio aumentaría su propia demanda, pero reduciría la demanda residual de las empresas competidoras.

504. La integración en este caso genera inequívocamente un efecto positivo tanto en los consumidores como en las empresas, ya que, al actuar de manera coordinada, las empresas pueden administrar la externalidad generada entre ellas, reduciendo los precios de ambos productos con el objetivo de aumentar la demanda de ambas empresas y el beneficio conjunto. Este incentivo se reduce cuando las empresas no se

²⁸³ Economides, N., y S. C. Salop. « Competition and integration among complements, and network market structure.» *The Journal of Industrial Economics* 40, n° 1(1992): 105-123.

coordinan, ya que, si una empresa reduce su precio, solo percibiría como beneficio la mayor demanda de su propio producto, sin considerar el beneficio generado en la otra empresa.

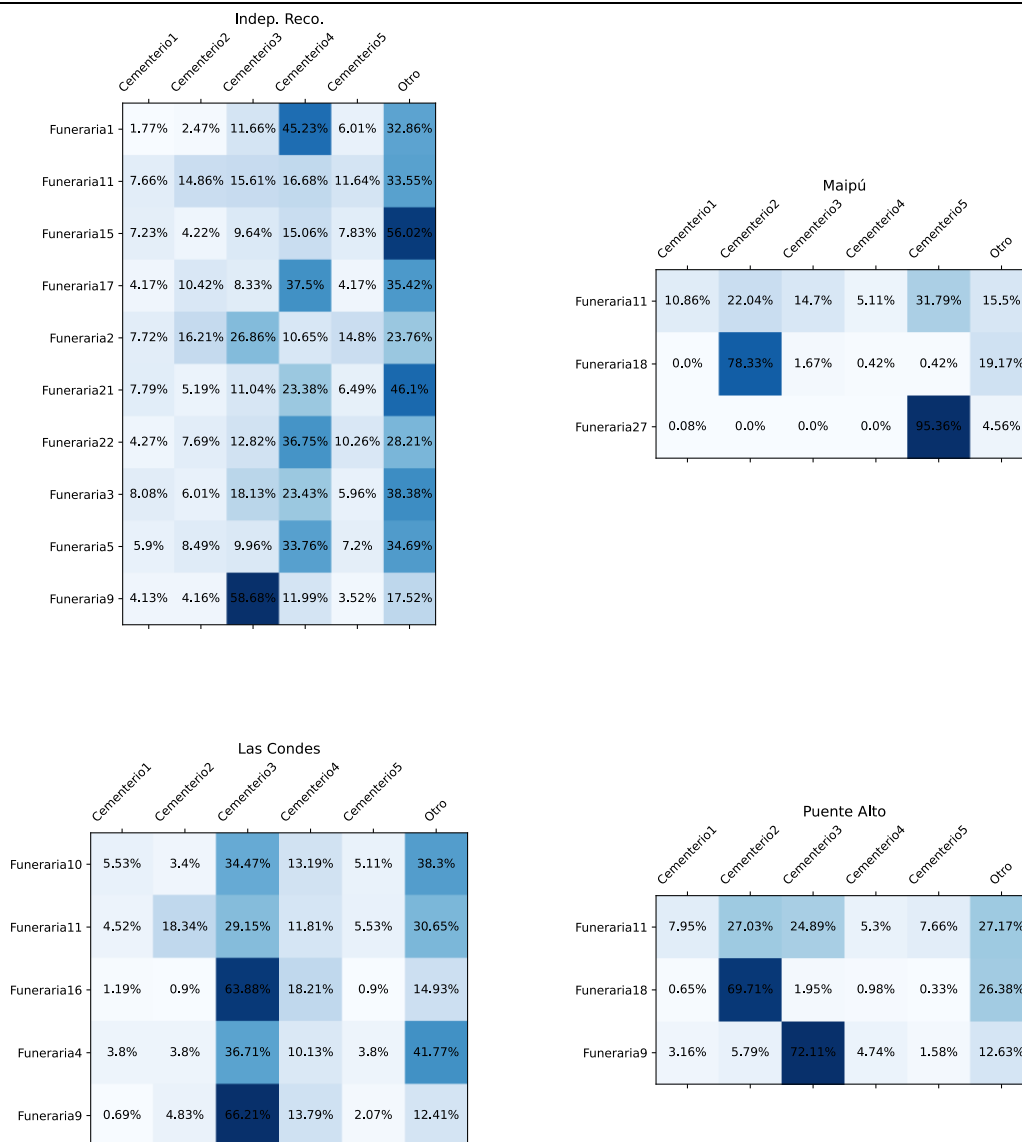
505. Sin embargo, el argumento dado por Cournot pierde fuerza cuando por cada producto hay más de una empresa, por lo que habría marcas sustitutas entre sí. En este caso, tendremos dos tipos de externalidades. Por una parte, tenemos la externalidad entre tipos de producto que hemos descrito en el párrafo anterior. Esta externalidad es positiva y permite que la coordinación reduzca los precios. Y, por otro lado, tenemos una externalidad horizontal que se genera entre las empresas que compiten al interior de un mismo segmento y que ofrecen productos sustitutos. En este caso, la externalidad es negativa, de manera que, si las empresas se coordinan, el precio tendería a subir. En general, esta externalidad horizontal existe siempre que hay bienes sustitutos y es el motivo por el cual la coordinación entre empresas eleva los precios.
506. De esta forma, cuando hay bienes complementarios, el efecto de la integración entre empresas debe considerar que están presentes estos dos tipos de externalidades, las cuales tienen efectos opuestos sobre el precio final.
507. Salop argumenta que, en bienes complementarios, la integración puede producir 2 tipos de efectos. El efecto *vertical*, adelantado por Cournot, se refiere al efecto entre productos, en el que una baja en el precio de un bien aumenta la demanda por el otro. En consecuencia, la integración tiende a reducir ambos precios. Por otra parte, hay un efecto *horizontal* que tiene que ver con la competencia al interior de cada componente. Si se integran dos oferentes de un mismo bien, la competencia se reduce.
508. De esta forma, al no existir una predicción teórica unívoca, debemos analizar empíricamente el efecto sobre el precio final, es decir, el precio pagado por el servicio funerario y la sepultura.

iii. Análisis

509. De esta forma, testaremos la hipótesis de si la suma del precio de la funeraria y la sepultura es mayor cuando estos servicios son tomados con 2 empresas relacionadas. La estrategia para determinar este efecto consiste en comparar este precio final, controlando por distintos factores tanto del consumidor como de las empresas.
510. Debemos señalar que no contamos con una medida de integración. Como señalamos anteriormente, esta relación podría no ser formal, de manera que, para determinar si una funeraria está *integrada* con un cementerio, usaremos una medida aproximada. Esta medida corresponde a una variable dicotómica I_{ij} que toma el valor 1 si la funeraria i vende el 50% o más de sus servicios al cementerio j y 0 si este monto es menor.
511. Como vemos en la Figura 23, hay relaciones fuertes entre algunas funerarias y algunos cementerios. Por ejemplo, la funeraria 9 con el cementerio 3 en el mercado de Independencia-Recoleta o la funeraria 18 en con el cementerio 2 en el mercado de Maipú. Esto indica que a priori hay funerarias en las que los servicios realizados tienden a finalizar con mayor probabilidad en una sepultura de ciertos cementerios. En

consecuencia, consideramos que vale la pena estudiar eventuales efectos en el precio final.

Figura 23: Proporción de servicios realizados entre funerarias y cementerios



Fuente: Elaboración propia en base a datos requeridos a funerarias y cementerios de la RM.

512. Para establecer con precisión el efecto que queremos estimar, consideraremos a un individuo (o un grupo familiar) k y definiremos R_k^{ij} como el precio total pagado por k habiendo asistido a la funeraria i y al cementerio j . El efecto por estimar es $E(R_k^{ij} | I_{ij} = 1) - E(R_k^{ij} | I_{ij} = 0)$. Donde $E(R_k^{ij} | I_{ij} = 1)$ se interpreta como el pago esperado hecho por la familia k cuando el servicio fúnebre y la sepultura provienen de dos empresas relacionadas, mientras que $E(R_k^{ij} | I_{ij} = 0)$ se interpreta como el pago esperado hecho por la misma familia k , en las mismas condiciones, pero comprando el servicio fúnebre y la sepultura en dos empresas no relacionadas. De esta forma, la diferencia entre ambas magnitudes corresponde al mayor o menor precio pagado debido únicamente al hecho de que la funeraria y el cementerio hayan estado relacionados.

513. Para estimar $E(R_k^{ij} | I_{ij})$ la siguiente regresión lineal

$$R_k^{ij} = \beta_1 W_k + \beta_2 X_{ik} + \beta_3 Y_{jk} + \delta [D_i : D_j] + \gamma_1 I_{ij} + \gamma_2 n_{kj} \cdot I_{ij} + \varepsilon_k^{ij}$$

514. Donde W_k es un vector con las características del grupo familiar k . Esto considera el nivel de ingresos, la edad del fallecido y la edad de la persona que está adquiriendo la sepultura; D_i y D_j indican la funeraria y el cementerio, respectivamente; X_{ik} son características del servicio adquirido por la familia k en la funeraria i ; Y_{jk} corresponde a las características de la sepultura adquirida por la familia k en el cementerio j ; I_{ij} indica si ambas empresas están relacionadas o no; y, por último, $n_{kj} \cdot I_{ij}$ es la interacción entre n_{kj} , que indica si la compra de la sepultura se hizo por necesidad futura o no, y la variable I_{ij} , esta interacción nos permite capturar un efecto diferenciado según el tipo de compra de la sepultura.

515. El efecto sobre el precio viene dado por $\gamma = \gamma_1 + \gamma_2 n_{kj}$. En caso de que $\gamma > 0$ significa que domina un efecto explotativo el cual hace subir los precios. En caso de que $\gamma < 0$ tendremos que domina el efecto vertical el cual hace caer el precio final.

516. Alternativamente, podemos ajustar una versión logarítmica de la regresión anterior

$$\log(R_k^{ij}) = \beta_1 W_k + \beta_2 X_{ik} + \beta_3 Y_{jk} + \delta [D_i : D_j] + \gamma_1 I_{ij} + \gamma_2 n_{kj} \cdot I_{ij} + \varepsilon_k^{ij}$$

517. La cual asume que el monto se distribuye log-normal, en lugar de normal, lo cual es un supuesto más realista, ya que no permite valores negativos y se ajusta más a distribuciones asimétricas. Además, en este caso es fácil calcular la variación porcentual en el precio producto de la integración: $E(R_k^{ij} | I_{ij} = 1) / E(R_k^{ij} | I_{ij} = 0) = \exp(\gamma)$.

518. Aplicando ambas especificaciones, encontramos²⁸⁴ que hay ambas estiman un efecto positivo sobre el precio final, es decir, estaría dominando el efecto al alza sobre el precio. Vale la pena destacar que este efecto es muchísimo mayor cuando la compra de la sepultura se hace por necesidad inmediata, lo cual sugiere que el mecanismo que está actuando es el descrito en la introducción.

²⁸⁴ Ver Anexo L para tabla completa con resultados.

Tabla 29: Resultados Regresión lineal del efecto de la integración cementerio-funeraria

Variable	Coef.	P> t	[0.025	0.975]
Integración y necesidad inmediata (γ_1)	52	0,04	1,18	104,35
Integración y necesidad futura ($\gamma_1 + \gamma_2$)	15	0,56	-36,39	66,42
Necesidad futura n_{kj}	-41	0,00	-65,33	-17,68

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30: Resultados Regresión logarítmica del efecto de la integración cementerio-funeraria

Variable	Coef.	P> t	[0.025	0.975]
Integración y necesidad inmediata (γ_1)	0,11	0,128	-0,03365	0,26641
Integración y necesidad futura ($\gamma_1 + \gamma_2$)	0,002	0,970	-0,14673	0,152319
Necesidad futura n_{kj}	-0,096	0,006611	-0,16536	-0,02678

Fuente: Elaboración propia

519. Ahora bien, en el caso de la regresión logarítmica, este efecto deja de ser significativo a nivel estadístico, por lo que no se puede afirmar que este efecto sea robusto.

iv. Conclusiones

520. Estos resultados indicarían que el efecto de las recomendaciones entre funerarias y cementerios no serían lo suficientemente relevantes como para realizar una recomendación. Sin perjuicio de lo anterior, el efecto que estas tienen en el precio podría incrementar en el futuro, por lo que un monitoreo de sus consecuencias podría ser necesario más adelante.

V. FACTORES REGULATORIOS QUE IMPACTAN LA COMPETENCIA

521. Desde una perspectiva de promoción de la libre competencia, la OCDE recomienda revisar periódicamente las regulaciones económicas. Lo anterior, ya que estas pueden afectar la evolución competitiva del mercado al restringir la entrada, el acceso, la salida, la fijación de precios, la producción, las prácticas comerciales normales y las formas de organización comercial para garantizar que los beneficios de la regulación superen sus costos. En estos casos, es posible pensar en alternativas que puedan cumplir igualmente los objetivos regulatorios, pero con menores efectos sobre la competencia²⁸⁵.
522. De acuerdo con los principios delineados por la OCDE, una buena regulación debiese: (i) servir a objetivos de política claramente identificados y ser efectiva en el logro de esos objetivos; (ii) tener una sólida base legal y empírica; (iii) generar beneficios que justifiquen sus costos, considerando la distribución de los efectos en la sociedad; (iv) minimizar costos y distorsiones en el mercado; (v) promover la innovación a través de incentivos de mercado y enfoques basados en objetivos; (vi) ser clara, sencilla y práctica para los usuarios; (vii) ser consistente con otras regulaciones y políticas públicas; y (viii) ser compatibles en la medida de lo posible con los principios de promoción de la competencia²⁸⁶.
523. Siguiendo esta práctica, revisamos la regulación del mercado fúnebre. En particular, desarrollamos hipótesis de los aspectos regulatorios que podrían estar afectando la competencia, y luego las estudiamos, para evaluar si existen alternativas regulatorias que puedan promover la competencia. Por último, realizamos recomendaciones para dictar, modificar o derogar la normativa cuando fuese pertinente.
524. Para efectos de analizar las hipótesis señaladas, se consideraron principalmente fuentes cualitativas, en particular: (i) normativa comparada de otros países; (ii) reuniones con participantes de la industria; (iii) reuniones con distintos expertos; (iv) interpretaciones administrativas y jurisprudencia; y, (v) doctrina respecto de las normas aplicables. Sin perjuicio de lo anterior, también se realizaron algunos análisis cuantitativos, mediante encuestas a los cementerios de la región metropolitana y a los crematorios.
525. Respecto de la normativa aplicable es importante notar que hay aspectos de esta que se encuentran desactualizados o que podrían detallarse de mejor manera. Lo anterior es esperable ya que el Reglamento General de Cementerios fue dictado hace más de 50 años, y ha tenido relativamente pocas modificaciones tras su dictación. A modo de ejemplo, no se regula el manejo sanitario de los cuerpos y no existen especificaciones

²⁸⁵ OCDE. “Guiding Principles for regulatory quality and performance” s.f. <https://www.oecd.org/fr/reformereg/34976533.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022): 6.

²⁸⁶ OCDE. “Guiding Principles for regulatory quality and performance” s.f. <https://www.oecd.org/fr/reformereg/34976533.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022): 3.

para el traslado de cuerpos exhumados dentro de los cementerios. Por lo anterior, sugerimos que el Ministerio de Salud considere realizar una revisión general de tal Reglamento para actualizarlo, sin perjuicio de las recomendaciones específicas que se hacen en esta Sección.

526. Para analizar las barreras regulatorias o modificaciones a la normativa que podrían aumentar la competencia, esta sección se divide en dos partes, primero analizamos a la regulación de las funerarias, y luego la aplicable a los cementerios y crematorios.

A. Regulación de las funerarias

i. Factores regulatorios que afectan la competencia en el mercado de las funerarias

a. Limitaciones al uso de los beneficios mortuorios

527. Los beneficios mortuorios son ampliamente usados para adquirir servicios a las funerarias, sin perjuicio de lo anterior, solo un 51% de los consumidores encuestados señaló haberlos recibido²⁸⁷. Lo anterior muestra que los consumidores transfieren el beneficio mortuario a las funerarias, seguramente sin integrarlo cognitivamente como parte del precio, representando lo anterior un sesgo que genera distorsiones en el mercado.
528. En cuanto a su regulación, los beneficios mortuorios presentan relevantes limitaciones en sus usos: primero, no son entregados en caso de que se haya adquirido los bienes funerarios de forma previa a la muerte, es decir, por necesidad futura, y segundo, solo pueden ser cobrados directamente por una empresa funeraria con un poder notarial, no así por un cementerio o crematorio.
529. Como se señaló, actualmente no se pueden adquirir los bienes y servicios por necesidad futura con los beneficios mortuorios. En particular, la Superintendencia de Pensiones ha interpretado, mediante la Norma de Carácter General N° 293, que los beneficios mortuorios no serán entregados en caso de que se acredite que los servicios fúnebres fueron adquiridos de manera anticipada al fallecimiento²⁸⁸. Esto implica que las personas no obtienen el beneficio en caso de planificar su compra. A pesar de lo anterior, una cotización anticipada, sin las limitaciones temporales que se enfrentan tras la muerte, podría promover una mayor competencia en el mercado.
530. Si se pagaran los beneficios mortuorios, incluso si los servicios fúnebres se adquirieron de manera anticipada, no se perjudicaría a aquellos beneficiarios que planificaron la compra. Adicionalmente, las funerarias tendrán un incentivo para promover la compra

²⁸⁷ Pregunta N° 17 de la encuesta a consumidores, Anexo K.

²⁸⁸ Libro III, Títulos I y V, sobre pensiones y beneficios previsionales del Compendio de Normas del Sistema de Pensiones de la Superintendencia de Pensiones.

por necesidad futura, la que podrían cobrar el beneficio tras la muerte, con la autorización de los deudos.

531. Respecto de posibles justificaciones a esta limitación, pensamos que estas podrían ser dos: (i) no entregar beneficios a aquellos fallecidos y deudos que tienen recursos o liquidez para solventar los gastos mortuorios; (ii) evitar que se produzca el pago anticipado del beneficio mortuario cuando la persona se encuentra en vida, ya que lo anterior no permitiría proyectar el gasto fiscal que suponen estos beneficios.
532. En cuanto al primer punto, esta suposición sería errada, ya que puede ocurrir que una persona adquiera un plan por necesidad futura muy barato, esperando que este sea pagado por los deudos con un beneficio mortuario, lo que solo refleja una intención de planificar la compra. Por lo anterior, no necesariamente quienes adquieran planes por necesidad futura cuentan con recursos suficientes para pagar todos los gastos fúnebres, especialmente considerando que también deben pagar otros servicios, como el de sepultura o cremación. Por lo demás, es necesario considerar que solo una parte de los beneficios mortuorios son pagados con recursos fiscales, ya que, en ciertos casos, estos son pagados con anticipos de las cuentas previsionales de los fallecidos, sin que se trate de un beneficio pagado por el Estado.
533. Respecto del segundo punto, no debe confundirse la idea de permitir la entrega de los beneficios mortuorios en caso de que la compra sea anticipada con la entrega anticipada del beneficio. El pago del beneficio puede producirse tras la muerte, lo que permitiría proyectar adecuadamente el gasto fiscal, en aquellos casos en que el beneficio mortuario es financiado por el Estado.
534. Por otra parte, se ha interpretado administrativamente que solamente las funerarias pueden realizar el cobro directo de los beneficios mortuorios²⁸⁹. Lo anterior implicaría una limitación a que los cementerios y crematorios puedan cobrar tales beneficios de manera directa, lo que se traduce en que, en la práctica, estos son cobrados casi exclusivamente por las funerarias. Las interpretaciones señaladas no se encuentran amparadas legalmente, ya que los beneficios mortuorios se encuentran contemplados para pagar los “gastos del funeral”²⁹⁰ o “gastos funerarios”²⁹¹, con independencia de si el gasto corresponde a uno realizado en una funeraria o en un cementerio y crematorio.

²⁸⁹ Libro III, Título I, Letra G Otros Beneficios del Compendio de Normas del Sistema de Pensiones y Libro III, Título V, Letra B Solicitud de los Beneficios del Compendio de Normas del Sistema de Pensiones de la Superintendencia de Pensiones.

²⁹⁰ El artículo 88 del DL N° 3500 señala: “Tendrá derecho al beneficio de cuota mortuoria consistente en el retiro del equivalente a 15 Unidades de Fomento de la respectiva cuenta individual, quien, unido o no por vínculo de matrimonio o parentesco con el afiliado fallecido, acredite haberse hecho cargo de los gastos del funeral.”

²⁹¹ El artículo 3 del DFL N°90 señala: “Serán beneficiarios de asignación por muerte las personas que hayan pagado gastos funerarios del causante. La prueba del pago de los gastos funerarios se efectuará mediante la correspondiente factura.”

535. Esto último es relevante, ya que actualmente los beneficios mortuorios actúan como un precio mínimo cobrado por las funerarias, sin que exista competencia respecto de estos beneficios. Por lo anterior, permitir que se pueda pagar cualquier servicio fúnebre con dichos beneficios podría aumentar la competencia entre los establecimientos, sin que las funerarias integren este beneficio como parte del precio.
536. Estimamos que las personas están en mejor lugar para determinar si quieren hacer uso del beneficio mortuario para pagar los servicios prestado por las funerarias, o la sepultura y/o cremación. Esto, ya que, como vimos, los consumidores tienen preferencias diversas respecto de los servicios fúnebres, por lo que algunos de ellos pueden preferir usar el beneficio mortuario en la inhumación y no en el servicio funerario.
537. Considerando todo lo anterior, estimamos que las interpretaciones administrativas mencionadas limitan injustificadamente el uso de los beneficios mortuorios, lo que tiene el efecto de hacer menos competitivo el mercado.

b. Falta de regulación de la venta por necesidad futura

538. Usualmente, quienes adquieren servicios de las casas funerarias deben realizar la compra en un periodo muy acotado, de 48 horas tras la muerte. Esta ventana acotada de tiempo, junto al estado emocional alterado por efecto de la muerte de un cercano, supone una mayor dificultad para comparar los distintos planes funerarios ofrecidos. Considerando estas condiciones, una compra anticipada permitiría realizar una cotización sin el límite temporal mencionado, y en un estado emocional de mayor racionalidad.
539. En otras jurisdicciones parece haber un mayor desarrollo de los planes por necesidad futura adquiridos a funerarias que en Chile. A modo de ejemplo, en el Reino Unido el porcentaje de muertes en las cuales se había adquirido previamente un plan por necesidad futura fue del 18% para el año 2019²⁹² y en España un 47% de la población contaba con un seguro de deceso al año 2020²⁹³. En Chile la compra por necesidad futura de estos servicios es prácticamente inexistente.
540. El aumento de la venta por necesidad futura podría implicar una disminución de los precios. Las sepulturas que son vendidas bajo esta modalidad son un 20% más baratas en promedio que aquellas que se venden por necesidad inmediata. A su vez, promover

²⁹² Competition & Markets Authority (Reino Unido). «Funeral Market Investigation: Appendix F: Evidence on pre-paid and at-need funeral pricing.» Gov.uk. 2020. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb235ee90e071be88db5c0/Appendix_F_-_Evidence_on_pre-paid_and_at-need_funeral_pricing_18.12.20.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

²⁹³ UNESPA (Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras). «El seguro de decesos en 2020.» 2020. <https://www.unespa.es/main-files/uploads/2021/10/El-seguro-de-decesos-en-2020-FINAL.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

la compra por necesidad futura podría facilitar que los consumidores realicen un mayor número de cotizaciones, ya que se eliminaría la limitación temporal de 48 horas que se tiene para realizar la inhumación. Esto sería beneficioso, ya que, como señalamos anteriormente, si el 90% de los consumidores cotizara al menos dos veces, los precios podrían bajar en un 29%.

541. Uno de los factores que podría explicar el bajo número de personas que adquieren servicios fúnebres de manera anticipada podría deberse a una deficiencia en su regulación, lo que la hace menos atractiva frente a otras modalidades de compra.
542. Una primera deficiencia o dificultad es que las personas no tienen cómo saber si una funeraria se encuentra debidamente autorizada por la Seremi de Salud, y, por lo tanto, no puede identificar si realmente es un establecimiento autorizado para prestar los servicios funerarios. En el caso de la venta por necesidad futura, es relevante saber si el servicio es realizado por un prestador autorizado, ya que las personas no experimentan el servicio de inmediato.
543. Un segundo factor es que los beneficios mortuorios solo son pagados si la compra del plan funerario se realizó de manera posterior a la muerte. Esta limitación se describió en la sección anterior. Como señalamos, esta limitación desincentiva la compra anticipada de planes, ya que, en caso de producirse esta compra, los deudos perderían los beneficios mortuorios.
544. Una tercera deficiencia es la falta de certeza para sus adquirentes, especialmente si el adquirente es la persona que va a morir. En efecto, las personas pueden temer que las funerarias no presten los servicios acordados, o no informen debidamente a los deudos respecto de estos producida su muerte. En otros países, como en Estados Unidos, estos planes se encuentran regulados con la finalidad de proteger a los consumidores respecto de la prestación, lo que podría aumentar la confianza de los consumidores en los mismos, y, por lo tanto, promover su uso.
545. De esta forma, es claro que existen distintos aspectos de la regulación de los planes por necesidad futura que podrían afectar su expansión en el mercado. Considerando que la compra anticipada podría permitir un mayor grado de comparación entre distintas alternativas, realizamos recomendaciones para su mejor regulación.

c. Límites regulatorios al uso de ataúdes o contenedores alternativos.

546. En Chile, la regulación sobre los ataúdes es escueta y se encuentra en el Reglamento General de Cementerios²⁹⁴. El artículo 67 de dicho cuerpo normativo dispone que “[/]as urnas y ataúdes destinados al transporte y sepultación de cadáveres o de restos humanos, deberán ser impermeables y permitir ser cerrados herméticamente.”

²⁹⁴ Biblioteca del Congreso Nacional. «Decreto N° 357 de 1970, que aprueba el Reglamento General de Cementerios» s.f. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1059499&idParte=9407933> (último acceso: 24 de noviembre 2022).

547. La impermeabilidad y hermeticidad de los féretros no se encuentra definida o detallada en el Reglamento General de Cementerios. Por lo anterior, se debe recurrir al uso común de ambas palabras para su interpretación. En el diccionario de la Real Academia Española *impermeable* corresponde a un adjetivo y se define como “*impenetrable al agua o a otro fluido*”²⁹⁵. Por otra parte, el adjetivo *hermético* es definido por la misma institución como “*que se cierra de tal modo que no deja pasar el aire u otros fluidos*”²⁹⁶. Por lo anterior, se desprende del uso común de estas palabras que los ataúdes deben evitar que penetren o secreten fluidos o gases, en resguardo de la higiene y salubridad que busca proteger el Código Sanitario y el Reglamento de General de Cementerios.
548. Ya que la impermeabilidad y hermeticidad que deben tener los ataúdes en conformidad con en el artículo 67 del Reglamento General de Cementerio no ha sido definida técnicamente, han sido las Seremi de Salud las que han definido si determinados ataúdes cumplen o no con tales características. Lo anterior ha implicado que ciertos tipos de ataúdes hayan sido prohibidos por la autoridad, quién ha entendido que estas no cumplen con los requisitos del referido artículo²⁹⁷.
549. Lo anterior es relevante, ya que el uso de urnas o ataúdes alternativos a los tradicionales (en adelante “ataúdes alternativos”) se encuentra permitido en diversos países. En Estados Unidos, la Regla de Servicios Funerarios de la FTC obliga a las funerarias a informar a los consumidores que estos pueden comprar contenedores alternativos (*alternative containers*) para trasladar el cuerpo en caso de que realicen una cremación directa, sin que sea una obligación comprar un ataúd (*casket*)²⁹⁸⁻²⁹⁹. Por otra parte, en Reino Unido se permite el uso de urnas de materiales y fibras naturales, no solo para la cremación, sino que también para la sepultación. Por último, en países más estrictos en cuanto a los estándares que deben cumplir las urnas y ataúdes, como lo es España,

²⁹⁵ Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23. A ed., (versión 23.5 en línea). <https://dle.rae.es/impermeable> (Último acceso: 24 de noviembre 2022).

²⁹⁶ Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23. A ed., (versión 23.5 en línea). <https://dle.rae.es/hermético> (Último acceso: 24 de noviembre 2022).

²⁹⁷ Para ilustrar lo anterior, en junio de 2020, conforme a distintos medios de comunicación masivos, la empresa Paper Project habría intentado ejecutar un proyecto de fabricación de ataúdes de cartón en Chile. Véase: Bío-bío Chile. *Presentan en Chile ataúdes de cartón y funerarias le hacen la cruz: “no llevamos mercadería”*. 16 de junio del 2020. <https://www.biobiochile.cl/noticias/nacional/chile/2020/06/16/presentan-chile-ataudes-carton-funerarias-le-hacen-la-cruz-no-llevamos-mercaderia.shtml> (Último acceso: 24 de noviembre de 2022) y Bío-bío Chile. *Prohíben ataúdes de cartón en Chile: Se exige el sellado hermético e impermeabilidad*. 16 de junio de 2020 <https://www.biobiochile.cl/noticias/nacional/chile/2020/06/16/prohiben-ataudes-carton-chile-se-exige-sellado-hermetico-e-impermeabilidad.shtml> (Último acceso: 24 de noviembre de 2022).

²⁹⁸ Federal Trade Commission (Estados Unidos), The FTC’s Funeral Rule: Helping Consumers Make Informed Decisions During Difficult Times. s.f. <https://www.ftc.gov/news-events/topics/truth-advertising/funeral-rule> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

²⁹⁹ Federal Trade Commission (Estados Unidos), Complying with the Funeral Rule. s.f. <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/complying-funeral-rule> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

recientemente se ha permitido el uso de ataúdes de cartón duro³⁰⁰. Lo anterior tiene sus fundamentos en que el cartón sería un material menos contaminante y con un menor costo, lo que permite a las personas adquirir servicios funerarios a un mejor precio y con características ecológicas.

550. Lo anterior es relevante, porque una mayor flexibilidad en cuanto al tipo de ataúd podría aumentar la diversidad y la competencia por precio de las funerarias. Por lo demás, los consumidores podrían valorar la existencia de alternativas de ataúd de menor costo. Esto se ve respaldado por nuestros datos, ya que, como señalamos en la sección III.B.i.a.2, salvo por el mercado de independencia, más de un 50% de los individuos se inclina por el pino terciado, la madera más económica en nuestra muestra.
551. Para efectos de evaluar si la limitación al uso de ataúdes alternativos se encuentra justificada en razones técnicas o sanitarias realizamos una serie de entrevistas a distintos actores, incluyendo a productores de ataúdes tradicionales, productores de ataúdes alternativos, doctores expertos en medicina legal, y profesores de diseño industrial. A continuación, resumimos los principales hallazgos de dichas entrevistas.
552. El ex gerente general de una relevante fábrica de ataúdes tradicionales³⁰¹ nos señaló que actualmente el mercado de ataúdes opera de manera atomizada, desregulada y sin una fiscalización sistemática por parte de las Seremi de Salud. Su apreciación del mercado es que ningún fabricante de ataúdes concentra más del 5% de la comercialización, existiendo aproximadamente 55 proveedores de féretros, siendo muchos de ellos de son fabricados por las propias funerarias. En cuanto a los tipos de ataúdes, tampoco existen categorías en la regulación aplicables a los mismos, existiendo más de 350 combinaciones de productos (madera, pintura, barniz y accesorios).
553. La fabricación de ataúdes no es fiscalizada mediante un procedimiento en cuanto a sus condiciones de hermeticidad e impermeabilidad. En la práctica, se estima que cumplen con la normativa los ataúdes tradicionales de madera, que tengan un recubrimiento interior de zinc, a pesar de que el Reglamento General de Cementerios no exige tal requisito.
554. La falta de una regulación expresa de los féretros implica que los inspectores de la Seremi de Salud evalúen de forma discrecional las condiciones de impermeabilidad y hermeticidad. La fiscalización de los ataúdes ocurre principalmente en dos instancias: primero, en el traslado de los restos a otro cementerio, donde un inspector revisa el estado del ataúd, y en el segundo caso, cuando ocurren repatriaciones, donde se revisa el sello del ataúd. Ambas instancias son eventuales. Esto quiere decir que no existe una

³⁰⁰ El País. «Ataúdes de cartón reciclado a 100 euros: económicos y biodegradables.» 2 de mayo 2017. *El País* https://elpais.com/politica/2017/05/02/diario_de_espana/1493719135_506600.html (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

³⁰¹ Reunión con el ex gerente general de una fábrica de ataúdes tradicionales, realizada el día 16 de mayo de 2022.

fiscalización de la calidad de los ataúdes, así como procedimientos o mecanismos para corroborar la hermeticidad e impermeabilidad exigida por el Reglamento.

555. Lo anterior permite concluir que: (i) actualmente la exigencia de que los ataúdes sean herméticos e impermeables no se regula de manera técnica, sin que exista normativa, procedimientos o certificaciones para acreditar tales condiciones; (ii) la fiscalización de la Seremi de Salud respecto de los ataúdes es discrecional, y en la práctica ocurre en el caso de los traslados a otros cementerios o en el caso de los transportes de cadáveres en los casos de repatriaciones.
556. La situación descrita es relevante, ya que la falta de un procedimiento para fiscalizar la calidad de los ataúdes implica que en la práctica se considera que los ataúdes tradicionales de madera cumplen los requisitos de ser herméticos e impermeables, aplicando una presunción respecto dichas condiciones. En este sentido, la regulación debiese contemplar un procedimiento para determinar tales características, y no meramente aplicar una presunción que restrinja de forma arbitraria la entrada a actores que quieran comercializar ataúdes elaborados con otros materiales.
557. Considerando lo anterior, estimamos necesario evaluar si existen razones sanitarias sustantivas para prohibir el uso de ataúdes alternativos. Para tales efectos, nos reunimos con tres doctores expertos en medicina legal que ejercen labores de docencia respecto en dicha área, y que cuentan con una amplia trayectoria profesional³⁰²⁻³⁰³. Estas reuniones tuvieron por objetivo conocer su opinión respecto de los posibles riesgos sanitarios que podrían derivarse del uso de ataúdes alternativos.
558. Una de las expertas en medicina legal³⁰⁴ señaló que actualmente no existe una regulación sobre el manejo de cuerpos y, en muchos casos, no hay certeza exacta sobre la causa de muerte de los pacientes. En cuanto a la transmisión de enfermedades graves derivadas de la manipulación de cadáveres, señala que actualmente no existe un seguimiento oficial sobre estos casos, sin perjuicio de que ciertas enfermedades, como la tuberculosis, pueda transmitirse a través de la manipulación de cadáveres infectados. Por otra parte, en Chile no existe una regulación sobre los procedimientos de sanitización (desinfección) o embalsamamiento de los cadáveres, lo que es exigido en el caso de las repatriaciones. Lo anterior muestra que el Reglamento General de Cementerios no regula aspectos sanitarios relevantes.
559. En cuanto al uso de ataúdes alternativos, la experta en medicina legal señaló que sería relevante evaluar la regulación funeraria de aquellos países que permiten el uso de ataúdes alternativos, para ver un punto de convergencia entre la conservación del cadáver durante los ritos funerarios, evitar la contaminación, el sellado de la urna, y los riesgos sanitarios aparejados. Lo anterior implica que, *a priori*, no se aprecia un riesgo

³⁰² Reunión con una experta en medicina legal, realizada el día 24 de mayo de 2022.

³⁰³ Reunión con una experta en medicina legal, realizada el día 31 de mayo de 2022.

³⁰⁴ Reunión con una experta en medicina legal, realizada el día 24 de mayo de 2022.

sanitario en el uso de ataúdes alternativos, sino que tales riesgos dependerán de su regulación.

560. Sobre el uso de ataúdes alternativos, un experto en medicina legal³⁰⁵ señaló que es importante considerar el aspecto relacionado a la salubridad, y no meramente aspectos estéticos, como, por ejemplo, limitarse al uso de madera o exigir un recubrimiento interno de zinc. Por otra parte, señaló que, en Chile, a diferencia de otros países no se regula el uso de urnas de traslado, que suelen ser distintas a las urnas tradicionales. En general, señala que las normas del Reglamento General de Cementerios son deficientes respecto del resguardo de la salubridad en cuanto al manejo de cuerpos y las urnas permitidas.
561. Por último, una segunda experta en medicina legal³⁰⁶ señaló que es importante considerar el contexto de pandemia por el COVID-19 que enfrentamos, por lo que se debería considerar instaurar un protocolo para aquellos casos positivos o bajo sospecha de ser positivos de portar el virus. En dichos casos, estima que se debiesen tomar resguardos adicionales, por ejemplo, realizar un procedimiento de descontaminación del cadáver, usar una bolsa mortuoria, e introducir el cadáver en una urna lo suficientemente hermética. En cuanto al uso de otros implementos médicos en el contexto de los ritos funerarios, la especialista señaló que las bolsas mortuorias que se usan en el contexto de la pandemia resisten los gases y líquidos asociados a la descomposición del cuerpo. Lo anterior es sin perjuicio de que sea recomendable revisar la regulación comparada, especialmente desde una dimensión sanitaria.
562. De las entrevistas realizadas con especialistas en medicina legal, es posible sacar las siguientes conclusiones: (i) la regulación contenida en el Reglamento General de Cementerios no aborda aspectos relevantes de la salubridad, como el manejo de cadáveres y la calidad que deben tener los ataúdes; (ii) no es posible señalar que los ataúdes alternativos generan, *a priori*, mayores riesgos en términos de salubridad e higiene en relación a las ataúdes tradicionales; (iii) un cambio regulatorio en relación a las urnas permitidas debería tomar en consideración la pandemia por el COVID-19, así como la normativa aplicable a los ataúdes alternativos en otros países, especialmente desde su dimensión sanitaria.
563. Considerando que *a priori* el uso de ataúdes cuyo material es distinto a la madera no generarían un riesgo sanitario, estimamos relevante averiguar cómo se fabrican los ataúdes de otros materiales, y qué condiciones deben cumplir en aquellos países que permiten su uso. Para estos efectos, contactamos a dos fabricantes de ataúdes alternativos, uno español³⁰⁷ y el otro argentino³⁰⁸.

³⁰⁵ Reunión con un experto en medicina legal, realizada el día 24 de mayo de 2022.

³⁰⁶ Reunión con una experta en medicina legal, realizada el día 31 de mayo de 2022.

³⁰⁷ Reunión con un gerente general de una empresa española que fabrica ataúdes de cartón duro, realizada el día 10 de mayo de 2022.

³⁰⁸ Reunión con un gerente general de una empresa argentina que fabrica ataúdes de cartón duro, realizada el día 10 de mayo de 2022.

564. En el caso de del fabricante español, este señaló que su empresa fabrica y comercializa ataúdes de cartón corrugado en España. Los ataúdes pueden ser utilizados tanto para la cremación como para los entierros. Dentro de las características destacadas de los ataúdes que comercializa, es que son ligeros (pesan un total de 11 kg), lo que permite un traslado fácil y reduce sus costos de transporte. A su vez, se trataría de una alternativa ecológica, al no llevar ceras, barnices, herrajes, y tratarse de un material biodegradable.
565. El gerente general de la empresa española nos explicó que los ataúdes alternativos que fabrica están homologados bajo la norma técnica UNE 1901001³⁰⁹, normativa que reglamenta de manera técnica cómo debe ser el féretro y sus características, contemplando una serie de procedimientos para acreditar su cumplimiento.
566. Sus féretros son de cartón corrugado (donde un 70% corresponde a material reciclado), con un espesor de 2 centímetros. Este espesor permitiría aprobar las pruebas de resistencia e impermeabilidad exigida por la normativa. De esta forma, los ataúdes que comercializa se sujetarían a la normativa técnica, y cumplirían con las características señaladas en la misma.
567. Por otra parte, también entrevistamos a al gerente general de una empresa argentina que comercializa ataúdes de cartón duro. En la entrevista, señaló que comercializa ataúdes alternativos en diversos países, incluyendo: Perú, México, Argentina, Bolivia, Ecuador, entre otros³¹⁰.
568. En cuanto a la hermeticidad e impermeabilidad de sus féretros, señala que los mismos se encuentran acreditados por el Organismo de Certificación del INTI de Argentina, un organismo encargado de la certificación de procesos, productos y personas, asegurando la calidad de bienes y servicios³¹¹. Respecto de las características técnicas del féretro, señala que el peso de su ataúd es de 3.5 kg y el espesor del cartón es de 7 milímetros. Estos ataúdes soportarían hasta 200 kg. En cuanto a su uso, señala que en la mayoría de los casos los ataúdes alternativos se usan para la cremación.
569. De esta manera, es claro que existen actualmente diversos productores de ataúdes alternativos, que comercializan sus productos en otros países. Considerando que ambos fabricantes tienen distintos estándares, consideramos relevante analizar si existen procedimientos o instituciones en Chile que puedan establecer y certificar la calidad de tales productos, en particular, que cumplan con características como la impermeabilidad y hermeticidad.
570. Para evaluar formas de acreditar que un producto cumple con condiciones técnicas, nos reunimos con dos profesores y una profesora de diseño industrial, dos de ellos docentes

³⁰⁹ Asociación Española de Normalización: UNE. UNE 190001:2017. 18 de octubre de 2017. <https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma?c=N0059078> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

³¹⁰ Reunión realizada el día 10 de mayo de 2022.

³¹¹ Gobierno argentino. ¿Conocés el INTI? s.f. <https://www.argentina.gob.ar/inti/conoces-el-inti> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

de la carrera de diseño industrial de la Universidad de Chile³¹²⁻³¹³, y uno de la Pontificia Universidad Católica³¹⁴.

571. El profesor de diseño industrial de la Universidad de Chile señaló que estima que el Reglamento General de Cementerios es escueto en relación con las características que deben tener los ataúdes en Chile, fuera de señalar que deben ser impermeables y herméticos. En la práctica, señala que esto se traduce en introducir una pieza metálica dentro del ataúd, que es de latón o zinc galvanizado, lo que garantiza un cierto grado de impermeabilidad. Este latón o zinc puede ser sellado mediante soldadura.
572. Cuando preguntamos por las diferencias respecto de una urna de cartón corrugado y una de madera, señaló que el material no es lo que garantiza la impermeabilidad o hermeticidad, sino que el diseño y las características que tenga el ataúd. Por otra parte, ambos profesores de la Universidad de Chile coincidieron en que existe un valor simbólico asociado a los ataúdes tradicionales de madera. Por lo anterior, la resistencia a usar ataúdes alternativos podría encontrarse en las personas, más que en la capacidad de dichos ataúdes de cumplir los requisitos señalados en el Reglamento General de Cementerios.
573. En cuanto a la normativa o procedimientos para certificar o acreditar la hermeticidad e impermeabilidad de los ataúdes, no hay normativa en el Instituto de Nacional de Normalización (INN) aplicable a los ataúdes. En otros países, como en España, existe normativa para certificar la resistencia estructural u otras características de estos. Los tres profesores entrevistados coinciden en que sería posible basarse en normativa extranjera para certificar ataúdes alternativos.
574. En Chile existen diversos organismos que realizan distintos procesos de pruebas para evaluar la resistencia de materiales y otras condiciones. Estos organismos son DICTUC³¹⁵, CATAS³¹⁶, IDIEM³¹⁷, CTC³¹⁸, entre otros. Estos organismos suelen certificar una línea completa de productos. Respecto de los procesos de certificación, en Chile no

³¹² Reunión con un profesor de diseño industrial de la Universidad de Chile, realizada el día 30 de mayo de 2022.

³¹³ Reunión con una profesora de diseño industrial de la Universidad de Chile, realizada el día 2 de junio de 2022.

³¹⁴ Reunión realizada con un profesor de diseño industrial de la Pontificia Universidad Católica el día 22 de junio de 2022.

³¹⁵ DICTUC. *Nosotros: Dictuc es Ingeniería que Transforma*. 2022. <https://www.dictuc.cl/nosotros/> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

³¹⁶ CATAS Chile. *Qué es Catas Chile*. 2008. http://eliasvasquez.50webs.com/que_es_catas.htm (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

³¹⁷ Idiem. *Sobre Idiem: Quiénes somos*. s.f. <https://www.idiem.cl/quienes-somos> (último acceso 24 de noviembre de 2022).

³¹⁸ CTC (Centro Tecnológico de la Calidad). *Somos*. s.f. <https://centrodecertificacion.cl/wp/somos/> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

es usual certificar productos y la normativa no suele exigirlo, salvo que vayan a ser comercializados en el extranjero, o para adjudicarse en compras públicas del Estado.

575. De las reuniones sostenidas con los profesores de diseño industrial, podemos concluir: (i) que el material del cual está hecho un producto no necesariamente asegura que este presente ciertas características, en el caso de los ataúdes, de impermeabilidad o hermeticidad; (ii) en otros países, como España, existe normativa técnica, similar a la que se publica en el Instituto de Normalización (INN), aplicable a los ataúdes; (iii) una normativa técnica puede acreditarse ante diversos organismos encargados de realizar pruebas de calidad en Chile.
576. Todas las entrevistas realizadas nos llevan a sostener que la actual prohibición de comercializar ataúdes que no sean de madera es injustificada, y no responde a razones sanitarias o técnicas, sino más bien al supuesto de que los ataúdes tradicionales de madera cumplen con requisitos de impermeabilidad y hermeticidad. Lo anterior constituye una barrera a la entrada legal para la comercialización y uso de los ataúdes alternativos.
577. Considerando que el ataúd suele ser el elemento más costoso en los planes funerarios, permitir la entrada de proveedores de ataúdes fabricados con materiales distintos a la madera podría dinamizar el mercado. Si bien esta alternativa podría ser resistida por los adquirentes por razones culturales, con el tiempo es posible que varios opten por estas alternativas, especialmente para aquellos casos en que no se requiere que el ataúd se conserve por un largo tiempo, como en el caso de la cremación.
578. Considerando todo lo anterior, en evaluaremos posibles recomendaciones para regular técnicamente las características que deben cumplir los ataúdes, para efectos de permitir la entrada a comercializadores de ataúdes alternativos.

ii. Recomendaciones para hacer más competitiva la regulación de las funerarias

a. Modificar la regulación de los beneficios mortuorios

579. Como señalamos previamente, una interpretación administrativa de la normativa que regula los beneficios mortuorios señala que estos no pueden ser usados para adquirir bienes y servicios fúnebres de manera anticipada. La misma interpretación señala que estos beneficios solo pueden ser usados para pagar gastos funerarios realizados ante empresas funerarias, sin poder ser cobrados directamente por los cementerios y crematorios. Estas limitaciones son relevantes, ya que generan barreras regulatorias injustificadas al uso de los beneficios mortuorios, que tiene dos efectos: desincentivar la adquisición en la modalidad de necesidad futura y concentrar el uso del beneficio mortuario en las funerarias.
580. Nuestra recomendación para atender los problemas señalados es que la interpretación Superintendencia de Pensiones modifique su interpretación administrativa, tanto

respecto de la asignación por muerte³¹⁹ como de la cuota mortuoria³²⁰, señalando que se permite la adquisición de planes por necesidad futura con beneficios mortuorios, y que también se permita su uso para la adquisición de todos los servicios fúnebres, tanto aquellos que son adquiridos a las funerarias como a los cementerios y crematorios.

581. Respecto de la primera recomendación, para hacerla efectiva es necesario modificar el Compendio de Normas del Sistema de Pensiones, señalando que se podrá asignar el beneficio mortuario de manera anticipada a un establecimiento fúnebre, ya sea esta una funeraria, un cementerio o un crematorio, realizándose el pago de estos beneficios una vez producida la muerte. Para esto efectos, la compra en la modalidad de necesidad futura estaría regulada conforme a lo señalado en la sección siguiente.
582. En el caso de que se usen los beneficios mortuorios para la compra de servicios fúnebres por necesidad futura, recomendamos que estos puedan cobrarse con un certificado emitido por el prestador del servicio funerario, y no solamente con una boleta o factura. Lo anterior, ya que puede ocurrir que los beneficiarios no se encuentren en posesión de la boleta o factura, por haber transcurrido muchos años desde la adquisición.
583. Respecto de la segunda recomendación, es necesario que dicha normativa también sea modificada, señalando que se podrá hacer uso de los beneficios mortuorios para pagar cualquiera de los bienes y servicios fúnebres, sean estos prestados por una funeraria, un cementerio, o un crematorio. La norma debiese señalar que el beneficio podrá ser cobrado directamente por cualquiera de estas entidades, presentando los antecedentes ya contemplados en la norma³²¹.
584. Además, recomendamos que el Portal Bonos Pendiente de Cobro, administrado por el Instituto de Previsión Social, informe a las personas sobre los beneficios mortuorios de manera previa a la muerte (ej. tras los 65 años), y señale que se puede hacer uso de estos de manera anticipada para pagar los servicios de cualquier establecimiento fúnebre.

³¹⁹ Específicamente, nos referimos al Capítulo XI. Asignación por muerte de la letra b. solicitud de los beneficios del Título V del Compendio de Normas del Sistema de Pensiones de la Superintendencia de Pensiones.

³²⁰ Específicamente, nos referimos al Capítulo II. Cuota mortuoria de la letra g. otros beneficios del Título I del Compendio de Normas del Sistema de Pensiones de la Superintendencia de Pensiones.

³²¹ Nos referimos a: (i) la solicitud de cuota mortuoria; (ii) el certificado de fallecimiento del afiliado; (iii) la factura de los gastos funerarios, que deberá identificar plenamente al usuario o beneficiario del servicio; (iv) el poder notarial (fotocopia), conferido por la empresa a un representante que autorice a suscribir solicitudes de cuota mortuoria y a retirar cheques de pago cuotas mortuorias en su nombre. Véase: Capítulo II. cuota mortuoria de la letra g. otros beneficios del Título I del Compendio de Normas del Sistema de Pensiones de la Superintendencia de Pensiones; y, Capítulo XI. asignación por muerte de la letra b. solicitud de los beneficios del Título V del Compendio de Normas del Sistema de Pensiones de la Superintendencia de Pensiones.

585. El costo de la recomendación es muy bajo, ya que solo requiere que se modifique una interpretación normativa que no altera otras disposiciones. Por el contrario, la recomendación permitiría una competencia por obtener los beneficios mortuorios por los distintos establecimientos fúnebres, y no desincentivaría la compra por necesidad futura.

b. Regular aspectos básicos de la venta por necesidad futura

586. Respecto de la compra por necesidad futura, estimamos que su desarrollo es insuficiente, en especial en el mercado de las funerarias, lo que podría deberse a su falta de regulación. En este sentido, recomendamos normar aspectos contractuales básicos para este tipo de prestaciones, señalando expresamente en el Reglamento General de Cementerios el contenido mínimo que debe tener este tipo de ventas³²².

587. La regulación debe contemplar cuestiones como: que los términos y condiciones de la contratación se encuentren por escrito, que se detallen los bienes y servicios adquiridos; mecanismos para asegurar la prestación del servicio en caso de reorganización y/o liquidación o cierre del establecimiento; y, condiciones para el reembolso en caso de que no se realice el servicio. Estos contenidos básicos luego deberían pasar a formar parte de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores.

588. Respecto de los costos de esta recomendación, estos son menores respecto de los establecimientos fúnebres, y se refieren a cumplir ciertos estándares mínimos en el proceso de compra por necesidad futura. Lo anterior, sin embargo, no tendría un costo tan alto si se considera que la mayoría de los establecimientos que presta servicios en esta modalidad (especialmente los cementerios), ya cuentan con contratos similares.

c. Regular técnicamente las características de los ataúdes

589. Como se describió en la sección anterior, estimamos necesario regular los aspectos técnicos que deben cumplir los ataúdes, con el objetivo de no prohibir injustificadamente la entrada de comercializadores de ataúdes alternativos. Por el contrario, permitir la entrada de dichas urnas permitiría ofrecer alternativas de menor costo, y con atributos diferenciadores que pueden ser valorados por los consumidores.

590. Para estos efectos, recomendamos que el Ministerio de Salud introduzca un artículo en el Reglamento General de Cementerios que señale de manera más detallada las condiciones que deben cumplir todos los ataúdes, así como sus dimensiones.

³²² Lo anterior es sin perjuicio de que, en caso de que el legislador lo estime conveniente, dicha obligación pueda ser incluida en la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores.

Adicionalmente, el Reglamento debiese contemplar un proceso de fiscalización simple, que pueda ser realizado por las Seremi de Salud en los distintos establecimientos³²³.

591. En cuanto al tipo de requisitos que debiesen cumplir los ataúdes, estos debiesen apuntar a garantizar su seguridad, salud e higiene, sin discriminar por el tipo de material empleado. En particular, se puede destacar de las entrevistas sostenidas con expertos del área de medicina legal que un ataúd debiese poder resistir el peso del fallecido, una cantidad razonable de gases o líquidos que emanen del cuerpo del fallecido, y de líquidos exteriores, por ejemplo, una cantidad razonable de lluvia.
592. Por lo anterior, nuestra recomendación es introducir un artículo en el Reglamento General de Cementerios que señale las condiciones técnicas y procedimiento para acreditar las condiciones a las cuales deberían quedar sujetos los ataúdes. Estas condiciones pueden ser profundizadas mediante una norma técnica elaborada por el Instituto Nacional de Normalización, el que podrá describir un método de ensayo para certificar de forma voluntaria un producto.
593. En cuanto a la normativa técnica para certificar de manera voluntaria los ataúdes, existe regulación comparada que es lo suficientemente exigente y que podría ser fácilmente replicada en Chile. En particular, la normativa española UNE 190001 del año 2017³²⁴ señala las características que deben tener los féretros, mientras que la norma UNE 190002 del año 2017³²⁵ señala los métodos de ensayo para evaluar los productos. Se pueden tomar ambas normativas como referencia, para que el INN elabore una normativa en conjunto con la Seremi de Salud. El cumplimiento de dicha normativa podrá certificarse de manera posterior ante un organismo de certificación de productos.
594. Sobre el punto anterior, es necesario destacar que los productos de madera o cartón en general no deben certificarse o cumplir con normativa técnica de manera previa a su comercialización. A modo de ejemplo, el mobiliario de madera no se sujeta de forma obligatoria a normativas técnicas del INN, y en general, dichos productos no se certifican. La única normativa obligatoria asociada a toda una línea de productos de madera corresponde a la Norma Chilena NCh723, aplicable a las hojas de puertas lisas, referida a sus métodos de ensayo. Esto quiere decir que otros productos que también pueden afectar la seguridad de las personas —como son los pallets, muebles de cocina u otros— no les son aplicables normas técnicas obligatorias. Por lo anterior, estimamos que exigir la aplicación de normativa técnica a los ataúdes es innecesario y desproporcionado.

³²³ Por ejemplo, se podría señalar que los ataúdes deben soportar cierto peso o no filtrar ciertos litros de agua, lo que podría ser fiscalizado fácilmente mediante pruebas simples.

³²⁴ Asociación Española de Normalización: UNE. *UNE 190001:2017*. 18 de octubre de 2017. <https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma?c=N0059078> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

³²⁵ Asociación Española de Normalización: UNE. *UNE 190002:2017*. 18 de octubre de 2017. <https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma?c=N0059082> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

595. Por lo demás, existen diversos productos que pueden afectar la salud o seguridad de la población y que no requieren una certificación previa para introducirse en el mercado. A modo de ejemplo, en el mercado de distribución del gas licuado de petróleo, los cilindros portátiles de acero deben ser fabricados de acuerdo con la Norma Chilena NCh78.Of1999³²⁶. En este caso, la Superintendencia de Electricidad y Combustible fiscaliza el cumplimiento de dicha normativa, pero no se debe acreditar o certificar de forma previa su cumplimiento.
596. Todo lo anterior lleva a concluir que para permitir la entrada de ataúdes alternativos bastaría especificar cómo se deben cumplir los requisitos de hermeticidad e impermeabilidad (o los requisitos que se determinen en un futuro). La Seremi de Salud debiese contemplar un procedimiento claro para acreditar de forma expedita tales cualidades. Por último, los fabricantes podrán acreditar el cumplimiento de tales condiciones mediante la certificación de sus productos voluntariamente.
597. Todo lo anterior es sin perjuicio de que puedan exigirse condiciones de hermeticidad e impermeabilidad más altas en los casos de traslados de una región u otra o expatriaciones, ya que en estos casos el cuerpo permanecerá más tiempo dentro del ataúd, y, por lo tanto, debiese resistir una mayor cantidad de gases o líquidos.
598. En cuanto a los beneficios de la recomendación, podemos estimar un potencial impacto monetario de la misma. Esto pues en el mercado funerario, donde pudimos calcular costos marginales, también tenemos los costos de los ataúdes y, por lo tanto, el costo de producir un servicio funerario menos el del ataúd. Esta diferencia en promedio fue igual a \$235 mil en 2021. De acuerdo con el testimonio de un fabricante, y considerando la oferta online, el costo de producir un ataúd alternativo oscilaría entre \$20.000 y \$60.000 pesos. Quedándonos con la magnitud más grande, el costo promedio de producir un funeral sería igual a \$295 para aquellas personas que prefiriesen un ataúd alternativo. Para llegar a un precio, podemos usar el sobreprecio promedio que estimamos para nuestra muestra de mercados, igual a 1,77. Así, si la referencia que consideramos es la mediana de los precios de funerales en nuestra muestra, que asciende a \$782 mil, una persona que tuviese la opción de acceder a un ataúd alternativo podría ahorrar \$260.000 pesos, o un tercio del precio actual del servicio funerario. En un escenario donde un 15% de consumidores adquiriera este tipo de urnas, el ahorro anual, considerando los decesos ocurridos en 2021, sería igual a \$5.354 millones de pesos, o \$USD 6.3 millones.
599. Por otra parte, la recomendación propuesta no presenta mayores costos, fuera de tener que dictar el procedimiento para evaluar la hermeticidad e impermeabilidad de los ataúdes. Adicionalmente, la normativa técnica para la certificación que debe ser dictada por el INN tampoco debiese ser tan costosa, considerando que existe normativa técnica aplicable a los ataúdes de otros países, que podría ser tomada como referencia.

³²⁶ Artículo 30 del Decreto 108 del Ministerio de Energía que aprueba el reglamento de seguridad para las instalaciones de almacenamiento, transporte y distribución de gas licuado de petróleo y operaciones asociadas.

600. En cuanto a la fiscalización, esta debiese ser realizada por la Seremi de Salud respectiva, como ya se encuentra contemplado en el Reglamento General de Cementerios, la que podrá aplicar las multas señaladas en el Código Sanitario en caso de incumplimiento de los requisitos básicos de los ataúdes.

B. Barreras regulatorias para instalar y expandir cementerios y crematorios

601. Las barreras legales a la entrada son todos aquellos “*obstáculos a la entrada que tengan por fundamento o fuente una herramienta regulatoria que, como efecto, impida el ingreso de nuevos competidores o genere una ventaja de cosos para los agentes económicos establecidos en el mercado. Este tipo de barreras puede constituir en normas jurídicas, regulaciones sectoriales, derechos de propiedad intelectual, licencias o permisos administrativos para el ejercicio de determinadas actividades, entre otras*”³²⁷. En otras palabras, las barreras legales a la entrada son aquellas que se derivan de la regulación de un mercado determinado, siendo por lo tanto generadas por el legislador.
602. Algunas barreras a la entrada para instalar cementerios fueron identificadas por la FNE en el análisis de una operación de concentración de dos grupos de cementerios parque el año 2014³²⁸, las que correspondían a: (i) la disponibilidad de terrenos para instalar un cementerio; (ii) la realización de procedimientos para la aprobación administrativa; y, (iii) la necesidad de constituir una fuerza de venta necesaria, lo que supone un gran esfuerzo inicial³²⁹. Respecto de la última barrera, esta Fiscalía en su minuto señaló que se veía morigerada por la alta rotación de los vendedores, lo que permitiría acceder a una fuerza de venta especializada³³⁰.
603. Todo lo anterior permitió a la División de Fusiones de la Fiscalía concluir en el año 2014 que todo el proceso de entrada para un cementerio parque de más de 7 hectáreas podría tardar alrededor de 28 meses, a lo que se debe sumar el tiempo necesario para publicitar

³²⁷ FNE. «Guía para el análisis de Operaciones de Concentración Horizontales.» mayo de 2021. <https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2021/05/Guia-para-el-Analisis-de-Operaciones-de-Concentracion-Horizontales-mayo-VF.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022): 41.

³²⁸ FNE. «Informe de archivo de la operación de concentración entre Promotora Camino a Canaán S.A. y Nuestros Parques. Rol F36-2014.» 18 de diciembre de 2014. https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2014/12/inpu_F36_2014.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022): 25.

³²⁹ FNE. «Informe de archivo de la operación de concentración entre Promotora Camino a Canaán S.A. y Nuestros Parques. Rol F36-2014.» 18 de diciembre de 2014. https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2014/12/inpu_F36_2014.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022): 24-25.

³³⁰ FNE. Fiscalía Nacional Económica. «Informe de archivo de la operación de concentración entre Promotora Camino a Canaán S.A. y Nuestros Parques. Rol F36-2014.» 18 de diciembre de 2014. https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2014/12/inpu_F36_2014.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022): pág. 25, párr. 71.

y posicionar al cementerio como un competidor relevante³³¹. Si bien no tenemos un cálculo actualizado de este plazo, este puede ser tomado como referencia para considerar lo que tarda instalar un cementerio.

604. En cuanto a la capacidad de este mercado, actualmente no existe un catastro o registro sobre el uso de crematorios y la disponibilidad de sepulturas en los cementerios³³². Tampoco existen proyecciones sobre el aumento de la demanda de estos servicios, lo que podría dificultar que las municipalidades y otros organismos consideren a los crematorios y cementerios en los planos reguladores comunales³³³. Lo anterior, sumado a una menor disponibilidad de terrenos y un aumento del precio del suelo, especialmente en zonas altamente pobladas, podría llevar a una posible dificultad de instalar nuevos cementerios y/o crematorios.
605. En comparación a otros países, en Chile existe un reducido número de crematorios. En total, existen 17 crematorios en todo el país, siendo la Región Metropolitana la única que cuenta con más de dos instalaciones distintas³³⁴. Lo anterior implica que existen comunas donde los crematorios tienen una posición monopólica, o incluso casos en que no existe este servicio en toda la región, como es el caso de Aysén y Ñuble.
606. La distancia de un crematorio dentro de una región también puede afectar que este sea elegido como servicio funerario. Un estudio sobre el mercado fúnebre de la autoridad de libre competencia del Reino Unido señaló que la ubicación del crematorio es relevante para su elección. En dicho estudio, cuatro de cada cinco personas que respondieron una encuesta indicaron que el fallecido vivía a 30 minutos o menos del crematorio elegido³³⁵.
607. A pesar del número reducido de crematorios, Chile ha tenido un aumento de la cremación, pasando de un 6,5% de los servicios funerarios anuales a nivel nacional el año 2018³³⁶ a un 10% de los servicios funerarios anuales al año 2021. Dicho aumento es relevante, aunque sigue siendo menor a las tasas de cremación de otros países como

³³¹ FNE. Fiscalía Nacional Económica. «Informe de archivo de la operación de concentración entre Promotora Camino a Canaán S.A. y Nuestros Parques. Rol F36-2014.» 18 de diciembre de 2014. https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2014/12/inpu_F36_2014.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022): pág. 25, párr. 72.

³³² Reunión sostenida con el Ministerio de Salud, el 26 de enero de 2022.

³³³ Reunión sostenida con el Ministerio de Salud, el 26 de enero de 2022.

³³⁴ Lo anterior, en conformidad al catastro nacional de los cementerios en cada una de las regiones del país, entregado por el Ministerio de Salud mediante el Ord. A15 N° 1457, en respuesta al Oficio N° 210 del 2 de febrero de 2022 de la Fiscalía Nacional Económica.

³³⁵ Competition & Markets Authority (Reino Unido). «Funerals Market Investigation: Final Report.» *Gov.uk*. 18 de diciembre de 2020. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb557e8fa8f54d5733f5a1/Funerals_-_Final_report.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022): pág. 104, párr. 3.115.

³³⁶ Cremación Chile. Estadística. s.f. <https://cremacionchile.cl/estadisticas/> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

Estados Unidos, España y Reino Unido, donde puede llegar a más del 50% de los servicios funerarios.

608. La baja tasa de cremación podría explicarse por una escasez de crematorios. Como se señaló anteriormente, la mayoría de las regiones solo tiene un crematorio³³⁷. Lo anterior tendría dos consecuencias relevantes: (i) los crematorios disponibles tendrían una posición monopólica, que podría estar impactando el precio del servicio; y, (ii) la presencia de un solo crematorio en toda la región podría significar que estos se encuentren demasiado alejados de la población. Por lo anterior, estimamos que es relevante estudiar si existen barreras a la entrada regulatorias que podrían limitar la expansión de este servicio, para mejorar la competencia en la evolución de este mercado.
609. En lo que respecta a los cementerios, también podrían existir barreras regulatorias a la entrada que dicen relación con la imposibilidad o excesiva dificultad para instalar y/o expandir dichos establecimientos. En reuniones con algunos actores de la industria, se señaló que las barreras a la entrada, especialmente las regulatorias, dificultaban cada vez más la posibilidad de instalar o expandir cementerios³³⁸. Lo anterior, se complementa con información cualitativa que indica que algunos cementerios municipales se encuentran colapsados o sin espacio.
610. Todo lo anterior nos lleva a concluir que podrían existir barreras a la entrada regulatorias que estén limitando la instalación o expansión de crematorios y cementerios, las que detallamos en las secciones siguientes.

i. Falta de planificación respecto de los lugares en los cuales podrían emplazarse los cementerios y crematorios

611. En cuanto a la planificación para la instalación de nuevos cementerios y crematorios, el Reglamento General de Cementerios en su artículo 8 señala que bastará la sola autorización del Seremi de Salud para que puedan instalarse estos establecimientos si las comunas que cuenten con planos reguladores comunales o intercomunales aprobados por decreto supremo establecen la ubicación de estos. En caso contrario, se deberá contar con la aprobación de la municipalidad respectiva. Por lo anterior, la inclusión de estos establecimientos en los planes reguladores reduciría el número de autorizaciones necesarias para su operación.
612. La falta de planificación de las municipalidades respecto de la instalación de crematorios y cementerios se corroboró por lo señalado por distintos actores de la industria. En una

³³⁷ La Región Metropolitana, de Los Lagos y Bío Bío tienen más de un crematorio, mientras que las regiones de Aysén y Ñuble no cuentan con crematorios, todo el resto de las Regiones tiene un solo crematorio.

³³⁸ En particular, se señaló que existían relevantes barreras a la entrada en la reunión con los representantes de un cementerio parque, realizada el 29 de julio de 2022; y, en la reunión con el ex gerente general de una fábrica de ataúdes, que habría trabajado en otros segmentos del mercado, realizada el día 16 de mayo de 2022.

reunión sostenida con representantes de una cadena de cementerios parque³³⁹, estos señalaron que existiría una falta de oferta de sepulturas en la Provincia de Santiago, específicamente en la zona sur. Lo anterior, se debería, entre otros factores, a dificultades en el cambio de uso de suelo, así como la existencia de diversos procedimientos administrativos para la aprobación de los proyectos. En este contexto, señalaron que el Plan Regulador de Santiago tiene una limitación para instalar nuevos cementerios en la zona urbana, lo que podría contradecirse con los Planes Reguladores comunales, en los cuales podría eventualmente instalarse un cementerio en la categoría de establecimientos de salud.

613. Por lo anterior, decidimos analizar la capacidad de los cementerios en la Región Metropolitana, para verificar si efectivamente existen problemas de capacidad. Para estos efectos, realizamos una encuesta, que fue enviada a todos los cementerios ubicados en la Región Metropolitana. Recibimos respuestas de 34 cementerios distintos. El objetivo de la encuesta fue construir una proyección sobre la capacidad disponible en los cementerios, para evaluar si pudiese efectivamente existir un problema de capacidad en esta región. La encuesta incluyó preguntas sobre las inhumaciones realizadas en ataúd en cada uno de estos cementerios, la capacidad disponible (el número de ataúdes que podrían inhumarse, excluyendo las fosas comunes), y preguntas sobre eventuales problemas de capacidad, así como las principales dificultades para instalar o expandir un cementerio³⁴⁰.
614. En base a esta encuesta de capacidades, considerando la tasa de capacidad de los cementerios, y realizando una proyección con las muertes esperadas, llegamos a la estimación³⁴¹ de que la capacidad en la Región Metropolitana pudiese llegar a un límite entre los años 2035 a 2050 aproximadamente, conforme se aprecia en la Figura 23. En otras palabras, si el ritmo de apertura de nuevos cementerios y expansión de estos continúa estable, así como el número de fallecimientos anuales, los cementerios tendrían una capacidad proyectada de 30 años aproximadamente. Lo anterior corresponde a una estimación conservadora, ya que no incorpora factores como la

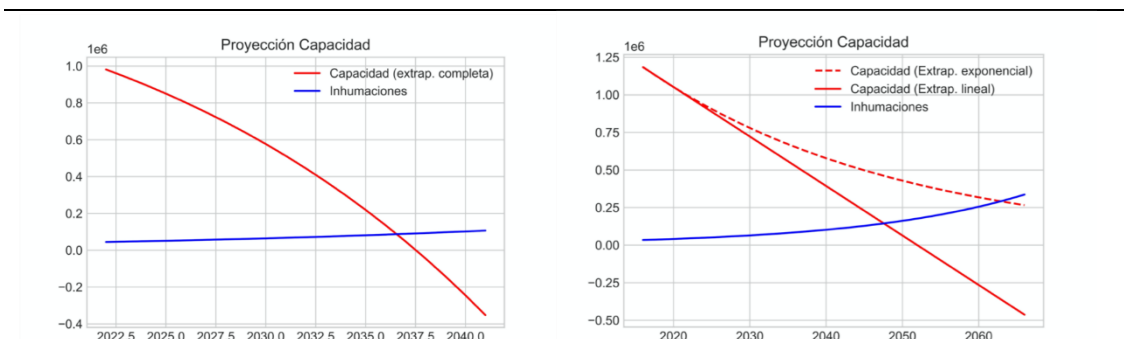
³³⁹ Reunión con representantes de un cementerio parque, realizada el 29 de julio de 2022.

³⁴⁰ Anexo F.

³⁴¹ La primera estimación se basa en la siguiente ecuación de flujo: $C_t = C_{t-1} - I_t + N_t$, donde C_t es la capacidad disponible al finalizar el año t ; I_t corresponde a las inhumaciones realizadas en el año t ; y N_t corresponde a las nuevas sepulturas o espacios habilitados durante el año t . Dada esta nomenclatura, tenemos información sobre C_t , C_{t-1} e I_t , por lo que N_t se obtiene despejando: $N_t = C_t - C_{t-1} + I_t$. De esta forma, presentamos tres proyecciones de la capacidad. En la primera, estimamos C_t directamente de la condición $C_t = C_{t-1} - \bar{I}_t + \bar{N}$, donde \bar{N} es el promedio de nuevos espacios habilitados durante el período y \bar{I}_t corresponde a la proyección del número de inhumaciones suponiendo que esta tiene un crecimiento exponencial del tipo $I_t = Ae^{at+\varepsilon_t}$. Las otras dos estimaciones no ocupan el número de nuevos espacios N_t , sino que proyectan directamente C_t a partir de su evolución observada. La primera corresponde a una proyección lineal, que supone que la tasa de crecimiento o decrecimiento es constante, y la segunda corresponde a una proyección exponencial que supone una tasa de crecimiento o decrecimiento exponencial. En estos tres casos estamos suponiendo que no ingresan más actores al mercado y que el ritmo de crecimiento porcentual de las inhumaciones se mantiene constante. Además, en el caso de la primera estimación suponemos que el número de nuevos espacios promedio se mantendrá igual.

posible escasez de suelo, y considera que la Región Metropolitana es un solo mercado relevante geográfico.

Figura 24: Estimación de la evolución de capacidades para cementerios de la Región Metropolitana



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta de capacidades realizadas a los cementerios de la RM.

615. Adicionalmente de un total de 34 cementerios encuestados, 31 señaló como una dificultad relevante para instalar sus cementerios la falta de terrenos disponibles y la necesidad de realizar el cambio de uso de suelo en conformidad a los planes reguladores.
616. Por lo anterior, estimamos que existe una deficiencia a nivel de las municipalidades (o a nivel regional o incluso nacional), para planificar la instalación, tanto de crematorios como de cementerios, que son servicios básicos que deberían ser accesibles a toda la población. Por lo anterior, exploramos recomendaciones para mejorar la planificación urbana respecto de la instalación de cementerios y crematorios.

ii. Procedimiento de evaluación de proyectos por parte de las autoridades administrativas.

617. En una reunión sostenida con un representante de una funeraria de la Región de Los Lagos, este señaló que en total los procedimientos administrativos para instalar un crematorio han tardado al menos 2 años³⁴². Existen otros antecedentes públicos que han apuntado a que dicho plazo podría ser incluso mayor en ciertas regiones o zonas, llegando a 5 años³⁴³. En una reunión sostenida con representantes de un cementerio

³⁴² Reunión con un representante de una funeraria de la Región de Los Lagos, realizada el 20 de julio de 2022.

³⁴³ En marzo de este año el alcalde de Puerto Montt habría dado una entrevista en la que señaló “no en cualquier parte se puede instalar un cementerio, es un tema muy complejo. Nos costó 5 años sacar todos los permisos”. Véase: Bío Chile. “Estamos colapsados”: Alcalde de Puerto Montt acusa que cementerios no tienen espacio para tumbas. 14 de marzo de 2022. <https://www.biobiochile.cl/biobiotv/programas/podria-ser-peor/2022/03/14/estamos-colapsados-alcalde-de-puerto-montt-acusa-que-cementerios-no-tienen-espacios-para-tumbas.shtml> (último acceso 24 de noviembre de 2022).

parque estos señalaron que han tardado más de 10 años en poder obtener la aprobación para la extensión y apertura de dos cementerios en la Región Metropolitana³⁴⁴.

618. El plazo para obtener las resoluciones administrativas es relevante desde una perspectiva de libre competencia el menos por dos razones: primero, porque la tramitación de aprobaciones administrativas que tarden más de 5 años podría disuadir la entrada de nuevos actores, quienes preferirán realizar inversiones más seguras y que puedan ser aprobadas en un menor plazo; y, segundo los plazos extendidos podrían actuar en favor de actores que tengan mayores espaldas financieras para esperar las resoluciones.
619. Para analizar lo anterior, investigamos los plazos que tardaría cada uno de los procedimientos administrativos para instalar un cementerio o crematorio, así como los criterios empleados para aprobar su instalación.
620. En primer lugar, respecto de la obtención del permiso de edificación por parte de la Dirección de Obras Municipales, estimamos que la mayor dificultad de este procedimiento se vincula a la falta de una planificación urbana respecto de los lugares en los cuales se podrían emplazar cementerios y crematorios. Dicho problema se trató en la sección anterior.
621. En segundo lugar, revisamos los procedimientos iniciados ante el Servicio de Evaluación Ambiental, para calcular el tiempo que tarda la evaluación de un proyecto de cementerio o crematorio al someterse al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA), analizando las consultas de pertinencia presentadas entre el año 2016 al 2021. Para dicho periodo se registraron 23 ingresos a consulta de pertinencia para proyectos de crematorios y 55 para proyectos de cementerio, en ambos casos considerando tanto la instalación de nuevos proyectos como su expansión.
622. A partir de dicho análisis concluimos que un 83% de los proyectos de crematorios no requirieron someterse al SEIA. En el caso de los cementerios dicho porcentaje fue de 76% de los proyectos aproximadamente. Las consultas de pertinencias fueron resueltas en 2 a 3 meses. En el caso de aquellos proyectos que sí deben someterse al SEIA, los plazos no son excesivos en comparación al promedio general que tarda la resolución de evaluación del promedio de los proyectos³⁴⁵, siendo de 7 meses para crematorios en promedio y 11 meses para cementerios. Por lo anterior, descartamos que los procedimientos ante el SEA se encuentren dilatando de manera excesiva la aprobación de los proyectos de crematorios y/o cementerios.

³⁴⁴ Reunión con representantes de un cementerio parque, realizada el 29 de julio de 2022.

³⁴⁵ A este respecto, una investigación del profesor Claudio Fuentes señala que los proyectos inmobiliarios ingresados al SEIA tardaron en promedio 7,7 meses en ser aprobados, considerando el periodo del año 1992 a 2017. Véase: Fuentes, Claudio. «Evaluación de impacto ambiental en Chile: Análisis de tendencias 1992-2017.» *Documento de Trabajo ICSO - N° 59/2019*. septiembre de 2019. https://labconstitucional.udp.cl/cms/wp-content/uploads/2020/04/ICSO_DT_59_Fuentes.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

623. En tercer lugar, evaluamos si pudiese existir una barrera regulatoria derivada del procedimiento de aprobación por parte de las Seremi de Salud. Estimamos que podría haber dos problemas: primero, una falta de uniformidad en los requisitos exigidos para instalar un crematorio y/o cementerio, ya sea porque se solicitan requisitos adicionales o por la interpretación administrativa de los mismos; segundo, un plazo excesivo en la resolución de aprobación de instalación y luego de funcionamiento.
624. En cuanto a los requisitos exigidos para la instalación de un crematorio o cementerio, solicitamos a todas las Seremi de Salud de cada Región que nos enviaran los requisitos que son exigidos para la instalación de cementerios y crematorios. En principio, dichos requisitos se encuentran contenidos en el Reglamento General de Cementerios, sin embargo, constatamos que algunas Seremi de Salud en la práctica exigen requisitos adicionales.
625. Una observación general es que todas las Seremi de Salud, excepto la de la Región Metropolitana, exigen el cumplimiento de requisitos del Reglamento General de Cementerios que son aplicables exclusivamente a los cementerios, para la instalación de un crematorio. Lo anterior es sumamente grave, ya que los requisitos exigidos para instalar un cementerio están pensando para cumplir otros objetivos que aquellos exigidos para instalar un crematorio³⁴⁶, por lo que exigir los mismos requisitos en ambos casos carecería de sentido y podría aumentar considerablemente los costos hundidos para instalar un crematorio.
626. Por otra parte, las Seremi de Salud también exige el cumplimiento de requisitos adicionales que no se encuentran en el Reglamento General de Cementerios, siendo varios de estos razonables desde una perspectiva de los objetivos de la regulación³⁴⁷. Lo anterior, refleja que el Reglamento podría carecer de requisitos que son relevantes y que deberían estar incluidos.
627. En cuanto a los cementerios, las Seremi de Salud también exigen requisitos adicionales a los señalados en el Reglamento General de Cementerios. Algunos de estos requisitos parecen razonables para garantizar la seguridad e higiene de los cementerios³⁴⁸, por lo que podrían incorporarse al Reglamento para otorgar mayor certeza y seguridad a quienes presenten solicitudes de instalación a la autoridad sanitaria. En el caso de dos

³⁴⁶ A modo de ejemplo, la gran mayoría de las Seremi de Salud señalaron que eran requisitos para instalar un crematorio: (i) títulos de la propiedad de los últimos 10 años; (ii) un área de 50 metros más allá de cada uno de sus deslindes, señalando viviendas colindantes; (iii) un estudio geológico/hidrogeológico del predio, que incluya descripción litoestratigráfica de profundidad no menor a 3,5 metros; y, (iv) un plano topográfico, destinado a verificar que la pendiente del terreno no exceda del 20%.

³⁴⁷ A modo de ejemplo, varias Seremis de Salud exigen que el proyecto de crematorio sea presentado con las *"especificaciones, detalles y manual de operación equipos que componen el crematorio, tipo de combustible utilizado, especificación del control de emisiones y programa de mantención, si corresponde"*.

³⁴⁸ A modo de ejemplo, las Seremis de Salud en su mayoría solicitan: copia del certificado de título del proyectista; un certificado de factibilidad de agua potable y alcantarillado, extendido por la Empresa de Obras Sanitarias; un certificado municipal otorgado por el Departamento de Rentas de la Municipalidad; y un certificado de factibilidad de Instalación Eléctrica emitido por la Superintendencia de Electricidad y Combustible (SEC).

Seremis de Salud, estas exigieron requisitos considerablemente más exigentes que los señalados en el Reglamento General de Cementerios.

628. Lo señalado en los párrafos precedentes es importante ya que potenciales entrantes debiesen poder conocer los requisitos legales y reglamentarios aplicables a dicha industria previo a su entrada. Lo anterior, ya que la aplicación de criterios diferenciados en cada Región, así como una incertidumbre respecto de las exigencias para tener por acreditados dichos requisitos podría disuadir o hacer más compleja la entrada de nuevos actores.
629. Otro aspecto relevante de la aprobación del Seremi de Salud respectivo para la instalación y luego para el funcionamiento del cementerio o crematorio, es el plazo que tarda dicha autoridad en realizar la revisión correspondiente y aprobar los proyectos.
630. Para ilustrar lo anterior, uno de los crematorios encuestados señaló que una de las principales dificultades para instalar o expandir crematorios fue la *“falta de definición y regulación de los procedimientos”* y que *“las autoridades no cumplen con lo establecido y los plazos de obtención de permisos demoran mucho más de lo establecido.”* Otro crematorio señaló que la Seremi de Salud ponía *“trabas”* y que le tardó *“4 años instalar un negocio de este tipo”*. Otro cementerio destacó los *“requerimientos constantes”* que aplican las *“entidades públicas involucradas”*³⁴⁹.
631. Por parte de los cementerios, las respuestas a la encuesta fueron similares, destacando la falta de plazos de los procedimientos de la Seremi de Salud. A modo de ejemplo uno de los actores destacó *“el largo tiempo de puesta en marcha de un cementerio (...) que se debe en gran parte a la tramitación de los permisos administrativos necesarios”*. Otro cementerio señaló la *“dificultad para la obtención de autorizaciones sanitarias por parte de la Seremi de Salud”* en particular las *“demoras en revisión de solicitudes y entrega de respuestas tardías, sumado a cambios en aplicación de criterios”*. En particular, de las respuestas se desprende que los permisos ante la autoridad sanitaria son especialmente más lentos, por ejemplo, cuando un cementerio indica como dificultad para la instalación *“los permisos en general, pero principalmente los sanitarios”*³⁵⁰.
632. El análisis en esta sección permite concluir que los procedimientos que se desarrollan ante las Seremi de Salud podrían ser modificados para reducir barreras a la entrada regulatorias en el mercado fúnebre. Dichas dificultades derivan de dos aspectos: una falta de uniformidad en los requisitos exigidos para instalar un crematorio y/o cementerio; y, un plazo excesivo en la resolución de aprobación de instalación y luego de funcionamiento. Por lo anterior, exploramos posibles recomendaciones en este sentido.

³⁴⁹ Respuestas a Oficio Circ. Ord. N° 55, consistente en una encuesta realizada a todos los crematorios en la base de datos entregada por el Ministerio de Salud.

³⁵⁰ Respuestas a Oficio Circ. Ord. N° 54, consistente en una encuesta realizada a todos los cementerios de la Región Metropolitana, Anexo F.

iii. Requisitos excesivos e injustificados para instalar un crematorio.

633. En la sección III.A.iv.a, se analizaron los requisitos específicos que se deben cumplir para operar un crematorio en Chile. Si bien a primera vista dichos requisitos parecen ser razonables para efectos de garantizar su adecuado funcionamiento, una mirada más minuciosa de los mismos apunta a que algunos de los requisitos exigidos son excesivos e injustificados, irguiéndose como barreras regulatorias a la entrada innecesarias.
634. El ex gerente general de una empresa que fabricaba ataúdes, que trabajó en distintos sectores del mercado fúnebre, señaló que los requisitos exigidos por el Reglamento General de Cementerios impedirían la entrada de nuevos crematorios. En particular, señaló que el requisito de contar con dos hornos crematorios para operar, así como tener que contar con una chimenea de 30 metros o, alternativamente, un terreno de 10.000 metros cuadrados, no responderían a justificaciones técnicas, serían distintas a las exigidas en otros países, e impedirían la entrada de nuevos actores³⁵¹.
635. El artículo 69 del Reglamento General de Cementerios, señala los requisitos que se deben cumplir para instalar un crematorio. Para evaluar si los requisitos contemplados son razonables y no generan barreras regulatorias a la entrada, comparamos la regulación con la existente en España. Elegimos este país para realizar la comparación ya que otros países analizados tienen una regulación demasiado escueta de los crematorios (Estados Unidos, Reino Unido, Argentina y Perú). Por el contrario, España tiene una regulación detallada y es uno de los países con más hornos crematorios en Europa, con un total de 487 crematorios al año 2021. Además, la cremación ha aumentado de manera sistemática, pasando del 16% en 2005 al 45.54% en el año 2020³⁵².
636. En España, la regulación de los crematorios se produce a nivel de cada Comunidad Autónoma. Un intento de unificar la normativa común en torno a los servicios funerarios llevó a la dictación de la Guía de Consenso sobre Sanidad Mortuoria del año 2018³⁵³.
637. Para una revisión más detallada de los requisitos exigidos a los crematorios, analizamos la regulación aplicable a cada una de las 17 Comunidades Autónomas y realizamos una comparación en torno a 5 aspectos regulatorios: (i) las aprobaciones necesarias por parte de las autoridades locales o sectoriales; (ii) los requisitos que debe cumplir el terreno del crematorio; (iii) la altura que debe tener la chimenea; (iv) el número de hornos crematorios exigidos; y, (v) el número o capacidad de cámaras frigoríficas exigido.

³⁵¹ Reunión con el ex gerente general de una fábrica de ataúdes tradicionales, realizada el día 16 de mayo de 2022.

³⁵² Funos. «Informe tendencias del sector funerario.» *Las 12 tendencias que marcarán el futuro del sector funerario*. 2021. <https://funos.es/wp-content/uploads/2021/10/Informe-Funos-12-tendencias-que-marcaran-el-futuro-del-sector-funerario-2021-v2.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

³⁵³ Grupo de Trabajo de Sanidad Mortuoria (España). «*Guía de Consenso sobre Sanidad Mortuoria*.» 24 de julio de 2018. https://www.sanidad.gob.es/profesionales/saludPublica/sanidadExterior/docs/GUIA_CONSENSO_SANIDAD_MORTUORIA.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

638. Lo anterior nos permitió llegar a ciertas conclusiones. Respecto de los requisitos que debe cumplir el terreno, destacamos que, a diferencia de Chile, las Comunidades Autónomas no exigen que el terreno tenga una extensión mínima, sino que se limitan a detallar la distancia que deben tener con asentamientos humanos o las zonas en las cuales deben emplazarse. En cuanto a la altura de la chimenea, ninguna de las Comunidades Autónomas españolas exige una altura mínima absoluta³⁵⁴. Por último, ninguna señala un número mínimo de hornos crematorios.
639. Para evaluar si los requisitos respecto del terreno, de la altura de la chimenea y del número de hornos pudiesen limitar o impedir la entrada de nuevos competidores al mercado, sostuvimos reuniones con actores que habrían ingresado proyectos de crematorios recientemente.
640. En una reunión sostenida con el representante de una funeraria de la Región de los Lagos, este señaló que la exigencia de instalar dos hornos crematorios es excesiva e innecesaria, ya que, conforme a el costo de los hornos crematorios y una estimación del costo total para instalar un crematorio, un horno adicional aumentaría en 38% el costo de instalación³⁵⁵.
641. Además, la exigencia de que los crematorios cuenten con dos hornos podría estar generando una diferencia injustificada entre los incumbentes y los posibles entrantes al mercado. La exigencia de contar con dos hornos crematorios fue introducida el año 2014³⁵⁶. Previo a esa modificación, no se especificaba el número de hornos. Hasta la fecha, existen crematorios que operan con un solo horno, por ejemplo, el Cementerio Municipal de Punta Arenas Sara Braun.
642. Una posible justificación técnica a la exigencia de contar con dos hornos crematorios podría ser la de garantizar la continuidad del servicio. De esta forma, si falla uno de los hornos, el crematorio debiese tener otro horno disponible para garantizar que se realizará la cremación. A pesar de lo anterior, una mejor forma de resolver ese problema podría ser programar mantenciones periódicas de los hornos.

³⁵⁴ La única Comunidad Autónoma que hace referencia a la altura de la chimenea es Valencia, y esta no hace referencia a una altura fija, sino que se determina de manera relativa al punto de vertido. En particular, dicha regulación señala que “la altura de la chimenea deberá ser suficiente para garantizar la correcta dispersión en condiciones normales de operación. Como criterio general se considera aceptable si no hay ningún elemento estructural que sobrepase la altura del punto de vertido menos dos metros en el área determinada por un círculo con centro en la propia chimenea y diámetro igual a 10 veces su altura.” Véase el artículo 2.1 del Anexo VIII, Condiciones técnicas mínimas exigibles para las instalaciones en las que se desarrolle la actividad de incineración de cadáveres humanos o restos de exhumación, Comunidad Autónoma de Valencia, contenido en el Decreto N° 228/2018, de 14 de diciembre, del Consell, por el que se regula el control de las emisiones de las actividades potencialmente contaminadoras de la atmósfera de la Comunidad Autónoma de Valencia (España).

³⁵⁵ Reunión con un representante de una funeraria en la Región de los Lagos, realizada el 20 de julio de 2022.

³⁵⁶ Decreto número 69 del Ministerio de Salud, publicado el 17 de febrero de 2014, que aprueba modificación del decreto N° 357, que aprueba el reglamento general de cementerios.

643. Por lo demás, la regulación comparada corrobora que se trataría de un requisito excesivo. En ninguno de los países estudiados (incluyendo Estados Unidos, Reino Unido, España, Perú y Argentina) se exige un mínimo de hornos crematorios, lo que es indiciario de que se trataría de un requisito excesivo, injustificado, y que podría estar limitando la entrada al mercado de nuevos actores.
644. En cuanto al requisito de la extensión del terreno y/o la altura de la chimenea, el primer requisito puede explicarse en la necesidad de contar con instalaciones necesarias para realizar los servicios, como capillas, además de tener espacio suficiente para estacionamientos, ya que en cada servicio implicaría la necesidad de estacionar entre 20 a 30 vehículos³⁵⁷. Por otra parte, podría exigirse para contar con una distancia razonable entre la fuente de emisión de los crematorios y zonas pobladas. A pesar de lo anterior, existen maneras menos costos de alcanzar los objetivos señalados. A modo de ejemplo, respecto de los estacionamientos, bastaría señalar que estos deben ser suficientes o exigir un número mínimo. Respecto de las zonas pobladas, se podría fijar una distancia que el crematorio o su chimenea debe tener respecto de estas.
645. En cuanto al requisito relativo a la altura de la chimenea, estimamos que la exigencia de que la chimenea tenga una altura de 30 metros es arbitraria e injustificada. No hay antecedentes técnicos públicos que permitan sostener que una chimenea de 30 metros es más segura o que tiene un efecto ambiental distinto que una de menor altura. Por otra parte, a partir de nuestra investigación de la regulación comparada, notamos que existen países con altos estándares de regulación ambiental, como España o Inglaterra, que no detallan una altura fija de la chimenea, sino que sus requisitos se determinan por la autoridad ambiental o es calculada en conformidad a parámetros de referencia, por ejemplo, su distancia con respecto a asentamientos humanos.
646. En conclusión, existen antecedentes suficientes para sostener que los requisitos para la aprobación de la instalación de un crematorio contemplados en el Reglamento General de Cementerios serían, en ciertos casos, excesivos e injustificados. Por lo anterior, realizamos ciertas recomendaciones para modificar el Reglamento General de Cementerios.

iv. Falta de planificación y recursos para la instalación de cementerios municipales

647. Conforme al artículo 10 del Reglamento General de Cementerios, corresponde a las municipalidades fundar cementerios en aquellas localidades en que no hay cementerios o cuando estos son insuficientes. Actualmente no existen datos oficiales respecto de las capacidades de los cementerios, y, por lo tanto, existe un desconocimiento respecto a si estos son insuficientes. A pesar de lo anterior, ciertos antecedentes públicos apuntarían a que, existiría una insuficiencia de este servicio en ciertas comunas.

³⁵⁷ Reunión con un representante de una funeraria en la Región de los Lagos, realizada el 20 de julio de 2022.

648. Existe cierta evidencia que daría cuenta de que el colapso o falta de capacidad de los cementerios municipales. Un estudio privado publicado en octubre de 2020 por el arquitecto Tomás Domínguez, denominado “Estudio de Capacidad de los Cementerios Públicos Chilenos para 100 Ciudades de más de 15.000 habitantes”³⁵⁸, señalaba que la mitad de los cementerios municipales estudiados estaban saturados o lo estarían en los próximos 2 años³⁵⁹. En particular, 47 de los 100 cementerios estudiados se encuentra completamente saturados, 34 de esos cementerios pueden ampliarse para ganar capacidad de largo plazo y sólo 8 cementerios disponen de más de 20% de su superficie interior sin utilizar³⁶⁰.
649. Lo anterior es preocupante considerando que existen ciertas localidades en que no habría una oferta de cementerios, tanto municipales como privados. En cuanto a los cementerios municipales, su falta de instalación o expansión podría ser consecuencia de las restricciones presupuestarias y los altos costos hundidos asociados a la instalación de estos establecimientos. Por lo demás, actualmente no es claro si las comunas pueden instalar y expandir este tipo de establecimientos en conjunto. En otros países, por ejemplo, en ciertas Comunidades Autónomas de España, se contempla la obligación de instalar cementerios municipales, añadiéndose en algunos casos que dicha obligación puede cumplirse tanto por el municipio mismo o por una agrupación de ellos.
650. Considerando los antecedentes expuestos, estimamos que es necesario realizar recomendaciones para atender la falta de conocimiento respecto de una potencial insuficiencia de cementerios en ciertas localidades, así como para facilitar que las municipalidades puedan instalar estos establecimientos en sus comunas.

v. Recomendaciones para eliminar barreras regulatorias a la entrada

a. Mejorar la planificación para la instalación y expansión de cementerios y crematorios

651. Una recomendación para resolver la falta de planificación respecto de lugares en donde podrían emplazarse cementerios o crematorios es incorporar a los cementerios y/o los crematorios en los instrumentos de planificación urbana. Dicha inclusión debiese hacerse en base a un catastro o un índice que refleje el estado de capacidades de los distintos cementerios, así como el nivel de saturación de la capacidad de los hornos crematorios.

³⁵⁸ Domínguez, Tomás. *Estudio de Capacidad de los Cementerios Públicos Chilenos para 100 Ciudades de más de 15.000 habitantes*. Proyecto privado, Santiago: Proyecto Ciudad de los Muertos, 2020.

³⁵⁹ Domínguez, Tomás. *Estudio de Capacidad de los Cementerios Públicos Chilenos para 100 Ciudades de más de 15.000 habitantes*. Proyecto privado, Santiago: Proyecto Ciudad de los Muertos, 2020: 3.

³⁶⁰ Domínguez, Tomás. *Estudio de Capacidad de los Cementerios Públicos Chilenos para 100 Ciudades de más de 15.000 habitantes*. Proyecto privado, Santiago: Proyecto Ciudad de los Muertos, 2020: 2.

652. En este sentido, recomendamos que se realice un estudio de capacidades de los cementerios a nivel nacional, para estimar qué comunas requieren la construcción o expansión de cementerios. Este estudio podría ser realizado directamente por un organismo de la administración el Estado o adjudicado a un tercero mediante un proceso competitivo. Este estudio es relevante para efectos de estimar en qué lugares podría existir una falta de disponibilidad de este servicio, que puede ser considerado como esencial. Recomendamos que el Ministerio de Salud, en coordinación con el Ministerio de Vivienda y Urbanismo, realicen o encarguen este estudio de capacidades.
653. A su vez, recomendamos que exista una mayor coordinación entre los municipios de una misma región, en particular entre sus Secretarías de Planificación y Direcciones de Obras Municipales, para la instalación de cementerios. En este sentido, recomendamos que, en aquellos lugares donde se evidencie una escasez de cementerios en conformidad al estudio de capacidades ya señalado, los municipios realicen una mesa de planificación en conjunto con los otros municipios de la región. Dichas mesas de planificación debiesen tener el objetivo de definir los lugares en los cuales es posible expandir o construir cementerios y/o crematorios, e incluirlos en el Plan Regulador Comunal o Intercomunal. Recomendamos que lo anterior sea coordinado por el Ministerio de Vivienda y Urbanismo a través de sus Seremis.
654. En el caso de los cementerios y crematorios municipales, las municipalidades tienen el mandato de instalar cementerios en donde estos sean insuficientes, consagrado en el artículo 10 del Reglamento General de Cementerios. Dicho cuerpo normativo no especifica, sin embargo, los instrumentos o mecanismos de los cuales pueden valerse las municipalidades para fundar o expandir los cementerios.
655. Actualmente, las municipalidades podrían tener herramientas limitadas para gestionar por su cuenta la instalación o expansión de cementerios públicos. Lo anterior, por la falta de recursos para cubrir los costos hundidos, falta de conocimientos específicos sobre el funcionamiento del mercado, así como una dificultad en la determinación de los precios adecuados para hacer el servicio rentable. Por lo anterior, las municipalidades, por sí solas, podrían encontrar dificultades para fundar o expandir cementerios, en aquellas localidades donde los cementerios privados son insuficientes.
656. Para resolver lo anterior, es posible pensar en soluciones que permitan la participación de entidades privadas en la prestación de servicios fúnebres, en particular el de cementerio. Para estos efectos, las municipalidades cuentan con diversas herramientas, por ejemplo, mediante el uso de concesiones y licitaciones, para garantizar la ejecución de obras y/o la prestación de servicios municipales como lo son los servicios de cementerio y/o crematorio.
657. En cuanto a la concesión municipal, esta corresponde el acto administrativo mediante el cual una municipalidad entrega, por un tiempo determinado y en las condiciones definidas, la gestión de un servicio municipal a particulares, a fin de que realicen las actividades conducentes a satisfacer la necesidad respectiva. A su vez, las municipalidades pueden otorgar la concesión de bienes específicos mediante un derecho preferente de uso temporal sobre un bien municipal o nacional de uso público que administre el municipio, incluido el subsuelo. Por otra parte, las municipalidades

podrían realizar licitaciones, por ejemplo, para la ejecución de una obra como lo es la construcción de un cementerio o crematorio.

658. En caso de que las municipalidades usen herramientas como la concesión o licitación para instalar, expandir o administrar cementerios, sería muy relevante que los procesos para adjudicar dichos contratos sean competitivos. Lo anterior, implica poner atención a las bases de licitación, para promover una competencia por la cancha, que permita adjudicar la licitación o la concesión al oferente más eficiente.
659. Para efectos de lo anterior, recomendamos que el Reglamento General de Cementerios señale expresamente que las municipalidades podrán concesionar o licitar a privados la construcción, expansión o administración de cementerios, en aquellos lugares donde exista una insuficiencia de este servicio, mediante un proceso competitivo.
660. Por otra parte, las municipalidades podrían morigerar algunas de las dificultades para instalar o expandir cementerios si realizaran estas obras de manera conjunta con otras municipalidades. Actualmente la Ley Orgánica Constitucional de municipalidades señala que las municipalidades podrán asociarse entre ellas para el cumplimiento de sus fines propios. En particular, el artículo 137 de ese cuerpo normativo dispone que dos o más municipalidades podrán constituir asociaciones municipales, para efectos de facilitar la solución de problemas que les sean comunes, o lograr el mejor aprovechamiento de los recursos disponibles, pudiendo dichas asociaciones gozar de personalidad jurídica de derecho privado. Por lo anterior, las municipalidades debiesen poder agruparse para solucionar una posible escasez de sepulturas.
661. Para aclarar lo anterior, recomendamos que el Reglamento General de Cementerios señale expresamente que las municipalidades o un conjunto de estas, podrán formar asociaciones para administrar cementerios municipales, en aquellos lugares donde exista una insuficiencia de este servicio.

b. Mejorar los requisitos y el proceso de evaluación de los proyectos de crematorio y cementerios

662. Para mejorar la predictibilidad en la evaluación de los proyectos de cementerios y crematorios por parte de las autoridades administrativas, y de esta forma reducir las barreras regulatorias a la entrada, recomendamos revisar y uniformar los requisitos exigidos por todas las Seremis de Salud para la instalación de cementerios y crematorios, haciendo más claro de antemano los criterios para la evaluación y los antecedentes necesarios para acreditar cada requisito. Para estos efectos, recomendamos que el Ministerio de Salud, en conjunto con las Seremi de Salud, defina un listado único de requisitos exigibles, y modifique el Reglamento General de Cementerios en ese sentido.
663. Adicionalmente, recomendamos que el Reglamento General de Cementerios señale un plazo de duración para los procedimientos de la autorización de instalación de cementerios y crematorios llevados a cabo por la Seremi de Salud, debiendo estos ser de máximo de 6 meses. El procedimiento debiese ser normado de manera más

detallada, contemplado plazos para que la autoridad haga comentarios u observaciones a los proyectos presentados, y para que los solicitantes corrijan los mismos en caso de ser necesario.

664. A su vez, estimamos que solo se debiese contemplarse la autorización administrativa de aprobación de instalación por parte de la Seremi de Salud. Esta última debiese ser reemplazada por fiscalizaciones posteriores y sanciones relevantes en caso de ejecutar el proyecto de una forma distinta al aprobado.
665. Por otra parte, respecto de los crematorios, recomendamos modificar los requisitos para su instalación. En particular, recomendamos eliminar el requisito de que su chimenea deba tener 30 metros de alto o deba encontrarse emplazado en un terreno de 10.000 metros cuadrados. En su lugar, proponemos que las características técnicas que deba tener la chimenea y la distancia que debe tener el foco de emisión respecto de asentamientos humanos sean definidos por una autoridad en materia ambiental (ej. Ministerio del Medioambiente o Servicio de Evaluación Ambiental) en conjunto con el Ministerio de Salud. Lo anterior, ya que estos requisitos no se encuentran fundados técnicamente, y actuarían como barreras a la entrada regulatorias.
666. De manera general, recomendamos que el Ministerio de Salud realice una revisión de los procedimientos que se desarrollan ante la Seremi de Salud, para determinar si los requisitos exigidos en el Reglamento General de Cementerio son necesarios, y en caso contrario, modificarlos o eliminarlos. Todos los procedimientos ante la Seremi de Salud debiesen contemplar plazos, y se debiese indicar las vías de comunicación con las autoridades respectivas a través de los medios informativos como páginas web, para efectos de agilizar los procedimientos de aprobación.

C. Regulación de los cementerios: aspectos contractuales

- i. **Hipótesis y análisis de factores regulatorios que afectan la competencia en el mercado de los cementerios y crematorios**
 - a. **Falta de determinación de la naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de la sepultura**

667. Uno de los aspectos de la regulación de los cementerios que podría estar afectando la libre competencia es la falta de determinación que existe de respecto de la naturaleza jurídica de los derechos que se tienen sobre las sepulturas. Actualmente, no existe claridad sobre si el derecho que se tiene respecto de una sepultura es un derecho real (ej. de propiedad) o un derecho personal que se puede hacer valer contra el cementerio

(ej. un derecho de ser sepultado y recibir los servicios conforme son detallados en el contrato)³⁶¹.

668. Dicha indeterminación podría tener los siguientes efectos sobre la libre competencia: primero, las personas podrían valorar de manera diferenciada ciertas sepulturas por el mero hecho de creer que en ciertos casos adquieren un derecho real. Segundo, su determinación afecta la manera de hacer la transferencia y los costos de transacción asociados. Tercero, si se tiene un derecho real respecto de estas, los consumidores debiesen tener derechos adicionales que hoy no ejercen y que podrían impactar el proceso de adquisición (ej. constituir garantías sobre las sepulturas para obtener un crédito para su pago, subarrendar, entre otros).
669. Respecto del primer punto los adquirentes de las sepulturas podrían estar asignando un mayor valor a ciertos tipos de sepulturas, o prefiriendo aquellos cementerios que señalan hacer dueños a los adquirentes de las sepulturas. Lo anterior podría implicar al menos tres posibles efectos: (i) que las personas asignen un mayor valor a las sepulturas cuando creen que adquieren derechos reales sobre las mismas, y no un derecho personal en relación al cementerio; (ii) que las personas tengan una mayor disposición a pagar por aquellas sepulturas en las cuales los cementerios dicen hacer dueños a los adquirentes —o cuando no se especifica y las personas creen ello—, lo que se puede ver acentuado cuando dicho derecho es perpetuo; (iii) que las personas se encuentren menos dispuestas a vender una sepultura sobre la cual creen tener un derecho real, al tener una mayor aversión a la pérdida de esta.
670. De esta forma, podría esperarse que las personas se encuentren dispuestas a pagar más por una sepultura respecto de la cual esperan hacerse dueños, incluso si en los hechos, sus derechos no difieren respecto de aquellos adquirentes que esperan adquirir un derecho personal respecto del cementerio, sin adquirir propiedad sobre las sepulturas.
671. Respecto de los costos de transacción, la constitución o transferencia de derechos personales tiene menos requisitos que la de derechos reales. Los derechos reales por regla general requieren que se encuentren contemplados en una escritura pública y que los mismos sean inscritos en el conservador de bienes raíces respectivo. En particular, para realizar la compraventa de un bien raíz de deben seguir una serie de formalidades que sirven para dar la publicidad a la misma, así como otorgar autenticidad a lo pactado entre las partes.
672. A diferencia de los derechos reales, los derechos personales no requieren de formalidades especiales para su constitución. Como ocurre en la mayoría de los actos que no son solemnes, estos son celebrados mediante instrumentos privados. En cuanto

³⁶¹ Para revisar un análisis sistemático de la doctrina sobre este tema véase Mihovilovic, Ariel. «Naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de una sepultura.» *Actualidad Jurídica* (Universidad del Desarrollo), n° 19 (2009): 535-577.

a la transferencia, este requeriría la autorización del cementerio, asimilándose a los principios aplicables a las cesiones de contratos³⁶².

673. Un mayor número de formalidades es relevante desde una perspectiva de libre competencia ya que podrían limitar el desarrollo de venta de ciertos canales, por ejemplo, los canales online, al requerir trámites presenciales y podrían asociarse a mayores costos de transacción, al requerir una escritura pública de venta y trámites notariales, disuadiendo su transferencia.
674. Por último, en la definición de la naturaleza jurídica de los derechos sobre las sepulturas podría ser relevante en cuanto a los derechos adicionales que podrían ejercer los consumidores, que hoy no ejercen y que podrían impactar el proceso de adquisición. Si el derecho sobre la sepultura fuese uno de propiedad, y la sepultura se trata de un inmueble, sus adquirentes podrían constituir garantías sobre las mismas para obtener un crédito para su pago, subarrendarlas, entre otros.
675. Todo lo anterior es sin perjuicio de que estimamos que es relevante desde una perspectiva de derecho del consumidor que los adquirentes de las sepulturas sepan qué es exactamente lo que están adquiriendo, en virtud de su derecho a obtener de los proveedores una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos. Considerando el alto costo que tiene este bien, así como la carga emocional y social que tienen la muerte, identificar qué es lo que adquieren las personas parece ser relevante para transparentar la relación jurídica que estos tienen con el cementerio.
676. Nuestro estudio de este aspecto nos indica que la indeterminación de la naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de una sepultura es consecuencia de una falta de regulación expresa en la ley. A lo anterior, se le suma la ambigüedad y falta de precisión en el uso de términos jurídicos del Reglamento General de Cementerios, así como la falta de una interpretación judicial o administrativa que se pronuncie sobre la naturaleza jurídica de tales derechos. Por último, es importante señalar que dependiendo de si los cementerios y crematorios son privados o municipales, se aplicará un régimen jurídico diferenciado a los bienes que componen dichos recintos³⁶³, lo que dificulta aún más una teoría unificada en torno a su naturaleza.
677. A pesar de las dificultades identificadas, se ha desarrollado cierta doctrina sobre la naturaleza que tendrían tales derechos, que se puede categorizar, a grandes rasgos, en dos teorías sobre la naturaleza jurídica de los derechos de sepultura: (i) las doctrinas mayoritarias que sostienen que se trataría de un derecho real, ya sea de aquellos contemplados expresamente en el Código Civil (ej. derecho de propiedad o de uso), o un derecho real *sui generis* con limitaciones especiales; (ii) una doctrina minoritaria que señala que se trataría de un derecho personal que da origen al derecho de sepultación,

³⁶² Mihovilovic, Ariel. «Naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de una sepultura.» *Actualidad Jurídica* (Universidad del Desarrollo), nº 19 (2009): 566.

³⁶³ En el caso de los crematorios y cementerios municipales, dichos recintos y las sepulturas formarán parte del patrimonio de la municipalidad, mientras que, en el caso de los crematorios y cementerios privados, dichos bienes que se rigen por las normas generales del Código Civil.

que obligaría al cementerio a proveer una sepultura y otros servicios, y al adquirente a pagar el precio de esta, entre otras obligaciones. En las secciones siguientes explicaremos en términos generales estas teorías, evaluaremos sus consecuencias prácticas y explicaremos cuál parece ser más apropiada para resolver los posibles problemas de competencia identificados previamente.

Doctrina del derecho real sobre la sepultura

678. La mayoría de la doctrina nacional ha señalado que los derechos que se tiene respecto de una sepultura son derechos reales, ya que los titulares de los derechos sobre la misma pueden usar, gozar y disponer de la misma, siempre que con ello no contravengan la ley o el derecho ajeno³⁶⁴. La doctrina de los derechos reales respecto de las sepulturas se subdivide, distinguiendo entre las teorías que reconocen un derecho real de aquellos contemplados en el Código Civil, en particular el de dominio (o propiedad) o el de uso, y aquellas que reconocen un derecho real *sui generis* o especial, que se sujeta a limitaciones importantes.
679. En términos resumidos, los argumentos para sostener que los derechos que se tienen respecto de una sepultura son derechos reales son: (i) su sustento en el Reglamento General de Cementerios, que hace referencia a un “dominio” o “propiedad” sobre las sepulturas en sus artículos 39 y 46 respectivamente; (ii) los contratos de sepultura de algunos cementerios, así como las inscripciones que deben realizarse, que se asemejan a aquellas realizados en la compraventa de bienes raíces³⁶⁵; y, (iii) el hecho de que un derecho real otorga protección eficaz, dando lugar a acciones reales, lo que permite reclamar el derecho sobre la sepultura de forma directa y no a través del cementerio³⁶⁶.
680. La doctrina de los derechos reales es criticable por distintos motivos³⁶⁷: (i) la venta de las sepulturas no se hace mediante escritura pública y no se inscribe en el Registro de Propiedad del Conservador de Bienes Raíces, siendo este un elemento esencial para la tradición de derechos reales constituidos sobre inmuebles; (ii) el derecho de propiedad de sepultura tendría limitaciones relevantes, ya que no se pueden hipotecar

³⁶⁴ Los referentes en la doctrina que sostienen que se trata de un derecho real son, entre otros: Manuel Somarriva, Marta Morales Álvarez, Leonor Cid Clavero y Sergio Rubio Chacón. Para una exposición resumida de tales posturas, véase Mihovilovic, Ariel. “Naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de una sepultura.” *Actualidad Jurídica (Universidad del Desarrollo)*, nº 19 (2009): 554-558.

³⁶⁵ En el caso del dominio (derecho de propiedad), este se puede adquirir por la tradición del bien, que corresponde a un modo de adquirir mediante la entrega que el dueño hace de ellas a otro, habiendo por una parte la facultad e intención de transferir el dominio, y por otra la capacidad e intención de adquirirlo. Para que la tradición de bienes raíces tenga efecto, se requiere una escritura pública en la que debe constar el contrato (título) e inscripción en el Conservador para verificar la tradición (modo de adquirir).

³⁶⁶ Para una exposición más detallada de estos argumentos véase Mihovilovic, Ariel. “Naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de una sepultura.” *Actualidad Jurídica (Universidad del Desarrollo)*, nº 19 (2009): 555-558.

³⁶⁷ Para una exposición más detallada de estos argumentos véase Mihovilovic, Ariel. “Naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de una sepultura.” *Actualidad Jurídica (Universidad del Desarrollo)*, nº 19 (2009): 559-565.

y el ejercicio de la transferencia se encuentra limitado por la autorización de la administración del cementerio; (iii) esta doctrina no sería aplicable a los cementerios municipales, ya que se trataría de una verdadera forma de privatización de bienes municipales; y, (iv) acorde con criterios de la Contraloría General de la República, el derecho en relación a las sepulturas “*es distinto del derecho de propiedad definido en el artículo 582 el Código Civil.*”³⁶⁸

681. Conforme a esta doctrina, el derecho real sobre una sepultura tampoco podría ser un derecho de uso ya que: (i) el otorgamiento de los derechos reales de uso sobre bienes raíces se hace mediante escritura pública y se inscribe en el Registro de Propiedad del Conservador de Bienes Raíces; (ii) el uso de la sepultura está circunscrito y delimitado de una forma muy amplia (solo a la inhumación); y, (iii) conforme al artículo 819 del Código Civil “ (...) *los derechos de uso y habitación son intransmisibles a los herederos y no pueden cederse a ningún título, prestarse ni arrendarse*”, lo que contraviene la práctica de que en los hechos los herederos se hacen titulares de los derechos sobre las sepulturas del difunto.
682. Por último, se sostiene por esta doctrina que el derecho que se tiene sobre la sepultura tampoco sería un derecho real *sui generis*, ya que: (i) en Chile no se pueden crear más derechos reales que aquellos que se encuentran expresamente en la ley; (ii) aceptar que se trata de un derecho real contravendría distintos artículos del Reglamento General de Cementerios, en particular: (a) el artículo 42 señala que toda transferencia de una sepultura debe ser autorizada por el Director del cementerio, sin que exista libertad para enajenar el bien; (b) el artículo 40, que señala que el incumplimiento del pago de las cuotas de mantención da derecho al cementerio a suspender el derecho a sepultación (ej. demoler la tumba o reducir los restos yacentes), lo que implicaría que el derecho real quedaría sujeto a causales de extinción por incumplimiento de una obligación; y, (c) el artículo 43 que señala que los terrenos de un cementerio que se encuentran abandonados por 50 años o más, vuelven a dominio del cementerio, nuevamente extinguiendo el derecho real por su falta de uso, lo que parece contrariar su naturaleza de derecho real.
683. En resumidas cuentas, la doctrina de los derechos reales pareciera otorgar mayor protección o certeza jurídica a quienes adquieren las sepulturas, al hacerlos titulares de acciones reales directas sobre las mismas. Sin embargo, esta teoría es contraria en muchos sentidos con la construcción jurídica y doctrinal de la naturaleza de los derechos reales, tratándose de una “*propiedad desmembrada, un dominio imperfecto o un uso y goce limitados con afectación determinada y normativa*”³⁶⁹ que no se ajusta de forma adecuada a las categorías de derechos reales existentes.

³⁶⁸ Dictamen número 17396 pronunciado por la Contraloría General de la República con fecha 12 de mayo de 1999.

³⁶⁹ Morales, Marta. «Sepulcros y cementerios.» Memoria para optar al grado de licenciada en derecho, 1949: 80.

Doctrina del derecho personal de sepultación

684. Frente a la incapacidad de la doctrina de los derechos reales de entregar una respuesta jurídicamente congruente con los derechos reales existentes, una doctrina minoritaria ha sostenido que los derechos que se tienen respecto de una sepultura son en realidad derechos personales³⁷⁰.
685. Los derechos personales relacionados a la sepultura nacen en virtud de un contrato innominado que es celebrado entre el primer adquirente de estos derechos (el propietario fundador) y el cementerio. En virtud del derecho de sepultura, el cementerio se encuentra obligado respecto del titular de dicho derecho a una serie de obligaciones, entre las cuales destaca la principal, que es poner a disposición del fundador un determinado lugar en el cual puedan ser inhumados un cierto número de cadáveres. Adicionalmente, el cementerio se obliga a inhumar los cadáveres designados por el propietario fundador, y a mantener el entorno del lugar en condiciones de aseo y ornato.³⁷¹
686. En contrapartida a las obligaciones del cementerio, el titular de estos derechos se encuentra fundamentalmente obligado a pagar el precio por sus derechos y a cubrir los gastos de mantención ordinarios que digan relación con la sepultura y su entorno. Por lo anterior, el titular de un derecho de sepultura tiene derecho a enterrar y no un derecho a ser enterrado. En otras palabras, tiene derecho a “*decidir libremente respecto de quiénes, una vez fallecidos, podrán ser enterrados en la sepultura sobre la cual adquirió sus derechos.*”³⁷² Conforme a la doctrina, estos derechos personales serían transferibles, transmisibles y embargables³⁷³.
687. De esta forma, la doctrina de los derechos personales sostiene que el cementerio es dueño exclusivo de todas las sepulturas en todo momento, y los contratos celebrados respecto de las sepulturas solo dan lugar a una obligación exigible por la persona que adquiere derechos de sepultura y aquellos designados para usarla, los que son transmitidos a sus herederos tras su muerte.
688. En términos resumidos, los argumentos para sostener que los derechos que se tienen respecto de una sepultura son derechos personales son: (i) las inscripciones que se realizan en los cementerios no implican que se trate de un derecho real, sino que asemejan a aquellas que se deben hacer para la transferencia de un crédito (ej. cesiones en el Código Civil); (ii) las sanciones contempladas en el artículo 40 del Reglamento General de Cementerios son consistentes con esta doctrina, y una

³⁷⁰ Esta es la tesis sostenida en Mihovilovic, Ariel. «Naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de una sepultura.» *Actualidad Jurídica* (Universidad del Desarrollo), nº 19 (2009): 535-577.

³⁷¹ Mihovilovic, Ariel. «Naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de una sepultura.» *Actualidad Jurídica* (Universidad del Desarrollo), nº 19 (2009): 546.

³⁷² Mihovilovic, Ariel. «Naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de una sepultura.» *Actualidad Jurídica* (Universidad del Desarrollo), nº 19 (2009): 547.

³⁷³ Mihovilovic, Ariel. «Naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de una sepultura.» *Actualidad Jurídica* (Universidad del Desarrollo), nº 19 (2009): 548.

manifestación de la excepción de contrato no cumplido³⁷⁴; (iii) es consistente con la posibilidad de perder tales derechos por no ejercerlos, ya que los derechos personales admiten caducidad; y, (iv) los derechos de sus titulares no quedan menos protegidos, sino que se tutelarían sus derechos en virtud de la responsabilidad contractual, dirigiéndose en contra del cementerio en caso de incumplimientos, lo que por lo demás admite acciones de daños contra terceros que interfieran o interrumpen el cumplimiento del contrato³⁷⁵.

689. En contra de la doctrina de los derechos personales pueden señalarse los siguientes argumentos: (i) se trataría de un crédito excesivamente largo, que torna inverosímil que se trate de un mero derecho personal; (ii) representa una menor protección de los derechos sobre las sepulturas, al no poder ejercerse las acciones reales; (iii) es inconsistente con el Reglamento General de Cementerios, ya que este alude al concepto de “propiedad” y “dominio” al referirse a los derechos que se tienen sobre la sepultura; y, (iv) los derechos personales no serían oponibles a terceros de la misma manera que un derecho real.
690. En cuanto a las consecuencias de que se trate de un derecho personal, se destaca por la doctrina que la desprotección del titular del derecho no sería tal, ya que este contaría con diversas acciones para protegerlo, a saber: la acción de protección, acciones fundadas en reglas de responsabilidad contractual (dirigidas en contra del cementerio) y acciones el derecho de daños (en contra de terceros) fundadas en el estatuto de responsabilidad extracontractual³⁷⁶.

Derecho comparado sobre la naturaleza jurídica de los derechos sobre las sepulturas

691. En otras jurisdicciones, los derechos sobre las sepulturas tampoco se encuentran claramente regulados, existiendo controversia respecto de la naturaleza y extensión de los derechos sobre las sepulturas.

³⁷⁴ La excepción de contrato no cumplido o *exceptio non adimpleti contractus*, es aquella que corresponde al deudor en un contrato bilateral y que le faculta para negarse a cumplir su obligación mientras la otra parte no cumpla o se allane a cumplir la suya. Su sustento normativo se encuentra en el artículo 1552 del Código Civil.

³⁷⁵ Dichas acciones tendrían lugar bajo el estatuto de responsabilidad extracontractual.

³⁷⁶ Mihovilovic, Ariel. «Naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de una sepultura.» *Actualidad Jurídica* (Universidad del Desarrollo), nº 19 (2009): 568.

692. En el caso de Estados Unidos³⁷⁷ y Reino Unido³⁷⁸, si bien la naturaleza del derecho sobre la sepultura no es del todo clara, por lo general se entiende que este no es un derecho de propiedad, sino que se trataría de una servidumbre (*easment*) o una licencia para el uso del sitio del cementerio que es otorgado por los cementerios a las personas naturales.
693. En España, se sostiene por parte de la doctrina que los cementerios serían bienes demaniales³⁷⁹, por lo que prestan un servicio público. Las personas tendrían derechos de uso y/o concesión de uso (temporal o perpetua) sobre las sepulturas, siendo este un derecho real administrativo, salvo por las sepulturas antiguas concedidas en el régimen de propiedad a perpetuidad. De manera similar, en Perú respecto de los cementerios públicos se entiende que hay una concesión de uso temporal o perpetua sobre las sepulturas³⁸⁰. Por lo anterior, se entiende que el derecho se asemejaría más a uno de uso (derecho real) que uno personal.
694. Argentina es quizás el país con una definición más clara, consagrándolo como un derecho real. Los cementerios públicos pertenecen al dominio público municipal, quedando los inmuebles fuera del comercio privado dado que son inenajenables, inembargables, e imprescriptibles. El derecho sobre las sepulturas constituye una concesión de índole administrativa y los actos vinculados con la actividad funeraria están regidos por el poder de policía³⁸¹. En cuanto a los cementerios privados, estos se encuentran regulados en el artículo 2107 del Código Civil y Comercial, que expresamente contempla la existencia de un derecho real de sepultura³⁸².

³⁷⁷ Si bien la naturaleza jurídica en este país no es clara, en casi todos los estados, quien compra y se le entrega un lote en un cementerio público no adquiere el derecho sobre el suelo, sino que adquiere un derecho de sepultura en el mismo que ha sido diversamente designado como un derecho de acceso a propiedad ajena o servidumbre (*easment*) o como una licencia o privilegio. Para estos efectos véase *Quesenberry v. Meginniss*, 70 Md. App. 320 (Md. Ct. Spec. App. 1987); *Boyd v. Brabham*, 414 So. 2d 931 (Ala. 1982).

³⁷⁸ En el Reino Unido, la naturaleza del derecho sobre la sepultura tampoco es clara. La doctrina mayoritaria descarta un derecho de propiedad y se inclina por una servidumbre (*easment*) o una licencia. Los parientes de los difuntos se hacen dueños de las construcciones realizadas en los sitios de las sepulturas y de los objetos insertados en las mismas. Se consagra en la ley un derecho de sepultura exclusivo (*exclusive right of burial*) que es otorgado por los cementerios a las personas naturales. Véase: Muinzer, Thomas L. "The Law of the Dead: A Critical Review of Burial Law." *Oxford Journal of Legal Studies* 38, n° 4 (2014): 791-818 y *Cementeries Clauses Act 1847*, disponible en: Legislation Gov.uk. *Cementeries Clauses Act 1847*. s. f. <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/Vict/10-11/65> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

³⁷⁹ Bienes y activos de dominio público, ya sea mediante titularidad pública, sometido al uso general o público y para disfrute colectivo.

³⁸⁰ En el caso de los cementerios privados no existe una norma expresa, pero el Reglamento de la Ley de Cementerios y Servicios Funerarios señala la existencia de "*cesiones en uso o de transferencias*" de sepulturas- Véase el artículo 20 letra e) de la Ley N° 26.298 de Cementerios y Servicios Funerarios del lunes 28 de marzo de 1994.

³⁸¹ Abreut de Begher, Liliana, y María Cristina Espinosa de Benincasa. "Régimen jurídico de los sepulcros en los cementerios públicos y privados." *La Ley*, 1989: 975.

³⁸² El Código señala expresamente las facultades del titular del derecho de sepultura (ej. construir sepulcros en parcelas, acceder al cementerio, utilizar los lugares comunes del cementerio, etc.), contemplados en el.

695. El panorama internacional permite extraer dos grandes conclusiones: (i) la mayoría de los países analizados no ha resuelto por vía legislativa la naturaleza de los derechos de sepultura; y, (ii) la mayoría se inclina por reconocer una forma de derecho real, ya sea mediante una servidumbre o derecho de uso, sobre la sepultura, tolerando limitaciones significativas al ejercicio de dicho derecho real en virtud de la normativa administrativa que lo consagra.

Análisis de la naturaleza jurídica que tiene las sepulturas en los contratos de compraventa y en los reglamentos internos de los cementerios

696. Para efectos de comprender la naturaleza jurídica que se tiene respecto de las sepulturas, solicitamos la copia de cada uno de los formatos de contratos y sus anexos que fueron celebrados entre el cementerio y los adquirentes de una sepultura en 2021³⁸³ a cinco cementerios³⁸⁴.
697. Tras analizar los contratos tipo que son celebrados entre los adquirentes de las sepulturas y los cementerios, es claro que los contratos están lejos de tener una definición uniforme en cuanto a la naturaleza jurídica del derecho que se transfiere o se constituye respecto de la sepultura.
698. Los contratos contienen definiciones variadas. Las definiciones entregadas señalan que se trataría de: un derecho de uso³⁸⁵, un “*derecho de propiedad funeraria*”³⁸⁶, un “*derechos de sepultación*”³⁸⁷, o no especifican si se adquiere un derecho personal o real, limitándose a señalar que se transfieren derechos sobre la sepultura³⁸⁸. Por lo anterior, es claro que no existe una tendencia clara respecto a la naturaleza jurídica.
699. Para efectos de dilucidar cuál es la comprensión de la naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de las sepulturas, oficiamos a los cinco cementerios ya señalados. Les solicitamos precisar la naturaleza jurídica que tienen los derechos que son adquiridos respecto de las sepulturas, así como acompañar todas las minutas, informes o presentaciones que hubiesen preparado o encargado sobre el análisis jurídico de dicha naturaleza³⁸⁹.

³⁸³ Nos referimos a los modelos de contratos o contratos tipos usados durante 2021, no a los contratos individuales efectivamente celebrados entre el cementerio y cada uno de sus clientes.

³⁸⁴ Dicha información fue solicitada mediante los Oficios Ord. N° 497, 498, 499, 507 y 508.

³⁸⁵ Respuesta del Cementerio General al Oficio Ord. N° 507-22 enviado por la Fiscalía.

³⁸⁶ Respuesta del Grupo Sendero al Oficio Ord. N° 499-22 enviado por la Fiscalía.

³⁸⁷ Respuesta de Nuestros Parques al Oficio Ord. N° 497-22 enviado por la Fiscalía.

³⁸⁸ Respuesta del Cementerio Metropolitano al Oficio Ord. N° 508-22 enviado por la Fiscalía.

³⁸⁹ En particular, la pregunta realizada a los cinco cementerios fue: “*Respecto de las sepulturas que su representada comercializa: (i) señale la naturaleza jurídica que tienen los derechos que son adquiridos por sus clientes respecto de las sepulturas¹, distinguiendo en el caso de la compra de una sepultura perpetua y una de uso temporal; y (ii) acompañe todos los informes, estudios, minutas o presentaciones -sea cualquiera de estos internos o externos- que se hubieren preparado o encargado sobre el análisis jurídico de dicha naturaleza.*”

700. En cuanto a las respuestas recibidas, podemos afirmar que dos de los cinco cementerios oficiados señalaron expresamente que estimaban que la naturaleza jurídica de los derechos adquiridos por sus clientes no era un derecho real de propiedad, sino que se trataba de derechos de uso³⁹⁰ (derecho real más limitado que el de propiedad) o un derecho de sepultura³⁹¹, que corresponde a un derecho personal. Respecto del resto de los cementerios, estos no aportaron antecedentes adicionales que permitiesen definir si los derechos adquiridos son derechos reales o personales, sino que aportaron documentos que se refieren al tratamiento tributario de la promesa de compraventa o la compraventa de las sepulturas³⁹².
701. Por otra parte, la existencia de un derecho real respecto de las sepulturas contradice diversas disposiciones de los reglamentos internos y contratos de los cementerios, los que darían cuenta de que una limitación extrema respecto del uso que pueden dar los adquirentes a las sepulturas. A modo de ejemplo, varios de los reglamentos internos contemplan normas respecto de las construcciones o modificaciones que pueden hacerse a las sepulturas, debiendo estas ser autorizadas o llevadas a cabo de forma exclusiva por el cementerio³⁹³. Las mantenciones de las sepulturas se realizan de forma exclusiva por el personal del cementerio³⁹⁴. Por último, algunos cementerios contemplan en sus contratos el cambio unilateral de la sepultura por una equivalente, en caso de no poder abrir la sepultura originalmente adquirida, por motivos de fuerza mayor³⁹⁵.
702. Los aspectos señalados llevan a concluir que el derecho que adquieren los clientes de los cementerios respecto de las sepulturas difícilmente se puede enmarcar dentro de un derecho real, ya que admite limitaciones y condiciones que no pueden apreciarse en ningún otro derecho real de aquellos contemplados en el Código Civil. Por otra parte, es difícil sostener que las personas adquieren un derecho directamente sobre las sepulturas, cuando las condiciones de uso de las sepulturas están fijadas y supervisadas de forma extensa por los cementerios.

³⁹⁰ Respuesta al Oficio Ord. N° 918-22 enviado por la Fiscalía.

³⁹¹ Respuesta al Oficio Ord. N° 920-22 enviado por la Fiscalía.

³⁹² Respuesta al Oficio Ord. N° 919-22 enviado por la Fiscalía; respuesta de al Oficio Ord. N° 916-22 enviado por la Fiscalía; y al Oficio Ord. N° 917-22 enviado por la Fiscalía.

³⁹³ Excepcionalmente, el Cementerio Metropolitano y el Cementerio General tienen normativa especial referida a los terceros contratistas que pueden realizar obras dentro del cementerio. En el resto de los cementerios, los reglamentos internos señalan que quedan prohibidas las construcciones salvo aquellas realizadas por el propio cementerio, terceros designados por este o autorizadas por el mismo.

³⁹⁴ Los reglamentos internos de los cementerios fueron entregados mediante las respuestas a los Oficios Ord. N° 497, 498, 499, 507 y 508.

³⁹⁵ A modo de ejemplo, una de estas cláusulas señala: "Cuando por razones de fuerza mayor debidamente acreditadas un lugar de sepultación no pudiere ser abierto en el sitio que corresponde a su titular, se le entregará al Cliente o a quien(es) sus derechos represente(n), según corresponda, otra sepultura en el mismo sector y del mismo tipo y características, elegida por éste de entre las opciones singularizadas previamente por [nombre del cementerio], dejándose constancia escrita de tal circunstancia."

703. Tomando en consideración lo anterior, si bien formalmente algunos cementerios señalan que sus clientes adquieren un derecho real sobre la sepultura, las condiciones en los cuales este derecho se desenvuelve hacen inverosímil sostener que se trata de un derecho real en el sentido estricto del término y en concordancia con la doctrina tradicional de los derechos reales del Código Civil.
704. Para efectos de dilucidar cuál es la comprensión de la naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de las sepulturas oficiamos a los cinco cementerios ya señalados. Les solicitamos precisar la naturaleza jurídica que tienen los derechos que son adquiridos respecto de las sepulturas, así como acompañar todas las minutas, informes o presentaciones que hubiesen preparado o encargado sobre el análisis jurídico de dicha naturaleza.
705. En cuanto a las respuestas recibidas, podemos afirmar que dos de los cinco cementerios oficiados señalaron expresamente que estimaban que la naturaleza jurídica de los derechos adquiridos por sus clientes no era un derecho real de propiedad, sino que se trataba de derechos de uso (derecho real más limitado que el de propiedad) o un derecho de sepultura, que corresponde a un derecho personal. Respecto del resto de los cementerios, estos no aportaron antecedentes adicionales que permitiesen definir si los derechos adquiridos son derechos reales o personales, sino que aportaron documentos que se refieren al tratamiento tributario de la promesa de compraventa o la compraventa de las sepulturas.
706. Lo anterior genera un problema de información de los consumidores, quienes a consecuencia de esta falta de definición no tienen claridad respecto de las cualidades esenciales de un bien de suma relevancia, las condiciones para la transferencia de sus derechos, y las obligaciones que son exigibles al cementerio.

b. Posibles términos y condiciones abusivos en la etapa de postventa de las sepulturas

707. Una vez adquirida la sepultura, el adquirente se vuelve en cierta medida cautivo del cementerio elegido, sin poder hacer un cambio de forma inmediata. Por lo anterior, las condiciones en las cuales una persona puede realizar la transferencia de sus derechos sobre la sepultura o la cesión del contrato de compraventa también son relevantes, en cuanto podrían constituir barreras o costos de cambio para los adquirentes que quieran trasladarse a otro cementerio.
708. Estimamos necesario analizar tres hipótesis de falta de competencia en el mercado de los cementerios vinculadas a posibles términos y condiciones abusivas en la etapa de postventa de las sepulturas: (i) si los cementerios se encuentran aplicando términos o condiciones de contratación que perjudican de manera desproporcionada a los adquirentes de sepulturas; (ii) las condiciones de transferencia y cesión de los derechos que tienen los consumidores respecto de las sepulturas, lo que podría generar barreras o costos de cambio; y, (iii) los precios de los servicios secundarios, que podrían ser excesivos. Lo anterior se enmarca en un análisis general de los términos y condiciones de la etapa de postventa de las sepulturas.

709. Al oficiar a los cinco cementerios que constituyeron nuestra muestra en este segmento, solicitamos la copia de cada uno de los formatos de contratos y sus anexos que fueron celebrados entre el cementerio y los adquirentes de una sepultura en 2021³⁹⁶⁻³⁹⁷.
710. Analizamos los contratos tipo que se ofrecieron a los clientes de los cementerios, para evaluar: (i) si los cementerios se encuentran aplicando términos o condiciones de contratación posiblemente abusivos para sus clientes; (ii) las condiciones que enfrentan los clientes para realizar la transferencia y cesión de los derechos que tienen respecto de las sepulturas; y, (iii) los precios o tarifas de los servicios secundarios.
711. Sobre el primer punto, una primera observación sobre los contratos es que estos son contratos de adhesión, es decir, contratos predefinidos por el proveedor (en este caso, cada cementerio), donde el consumidor debe adherir o aceptar lo propuesto, sin que se acepten modificaciones, fuera de las contempladas en los mismos formularios³⁹⁸. Si bien esta característica puede parecer obvia, es importante considerarla para efectos de entender la asimetría contractual entre los adquirentes de sepulturas en relación con los cementerios.
712. Tras analizar los contratos, se detectó la existencia de cláusulas que se referían a la resolución del contrato por incumplimiento, que, en la mayoría de los casos, contemplan sanciones particularmente gravosas para los clientes. Al menos cuatro de los cinco cementerios oficiados incluyeron en sus contratos una cláusula de resolución del contrato de compraventa de la sepultura en caso de que los clientes dejaran de pagar las cuotas del precio de la sepultura o las cuotas de mantención. Conforme a dichas cláusulas, la resolución del contrato habilita a los cementerios a recuperar los derechos sobre la sepultura y a exhumar el cadáver para trasladarlo e inhumarlo en la fosa común. A su vez, tres cementerios señalan que la totalidad de los pagos realizados por el cliente se estiman como una valuación anticipada de los perjuicios causados por el incumplimiento³⁹⁹.
713. Respecto del monto de la valuación anticipada, solo uno de los cementerios oficiados contempla un límite o tope a la indemnización, siendo esta equivalente al 30% del valor

³⁹⁶ Nos referimos a los modelos de contratos o contratos tipos usados durante 2021, no a los contratos individuales efectivamente celebrados entre el cementerio y cada uno de sus clientes.

³⁹⁷ Dichos contratos fueron entregados mediante las respuestas a los Oficios Ord. N° 497, 498, 499, 507 y 508.

³⁹⁸ Es importante notar que todos los cementerios que fueron oficiados enviaron contratos de adhesión que contienen condiciones predefinidas de contratación.

³⁹⁹ A modo de ejemplo, una de estas cláusulas señala: "En caso de terminación anticipada de esta Promesa de Compraventa por incumplimiento grave del Promitente Comprador según lo establecido en la cláusula precedente (...) el Promitente Comprador incurrirá en una multa a favor del Promitente Vendedor, equivalente al monto que hubiera pagado por concepto de precio, hasta el momento en que haya operado la terminación anticipada de la Promesa de Compraventa." Este mismo contrato señala más arriba que "(...) el cumplimiento de la obligación de pago de Cuota Anual de Mantención, será un elemento determinante para que el Vendedor celebre el Contrato y por tanto, su incumplimiento constituirá una infracción grave."

de la sepultura. En cuanto al número de cuotas impagas que dan lugar al incumplimiento, estas van de una sola cuota a cinco.

714. En cuanto al procedimiento para considerar que existe un incumplimiento del pago de las cuotas, tres de los cuatro cementerios cuyos contratos contenían este tipo de cláusulas detallaban un procedimiento para declarar el incumplimiento. Sin embargo, cada uno difiere en los medios de comunicación que se emplearán para notificar al cliente del atraso en el pago y el plazo para pagar⁴⁰⁰.
715. Lo anterior tiene consecuencias relevantes para los adquirentes, ya que en caso de no pagar una de las cuotas, estos podrían perder tanto el derecho de usar la sepultura como todo lo invertido en la misma. Esta situación es particularmente sensible considerando el precio que tiene una sepultura, así como el valor subjetivo y simbólico que tiene este espacio. Lo anterior refleja una relación contractual asimétrica, ya que dicha norma podría favorecer de manera desproporcionada a los cementerios en desmedro de los clientes.
716. Por lo demás, existe una norma en el Reglamento General de Cementerios que podría ser aplicable a estas situaciones de incumplimiento. El artículo 39 del Reglamento General de Cementerios señala que en caso de desocupación de un nicho perpetuo o temporal, por haber sido trasladados los restos a otro dentro del mismo cementerio, el dominio vuelve al cementerio, pero el propietario (el cliente) tiene el derecho a que el cementerio le reembolse una parte proporcional del valor de su adquisición equivalente a un 40% si la desocupación se produce antes del término de los primeros 5 años de la compra de la sepultura y de un 20% si la desocupación se efectúa antes de los 10 años. Después de 10 años de ocupación de una sepultura perpetua o temporal de largo plazo, no habrá derecho a devolución alguna. Tampoco habrá devolución cuando se desocupe una sepultura individual para trasladar los restos existentes en ella a otro cementerio.
717. Es importante notar que el Reglamento no distingue si la desocupación se produce de forma voluntaria por parte del propietario de la sepultura, o si, por el contrario, es producto de la exhumación realizada por el cementerio, debido al incumplimiento de las obligaciones del adquirente. Por lo anterior, es posible interpretar que el artículo 39 del Reglamento sería aplicable incluso en casos de un incumplimiento, lo que obligaría al cementerio a restituir parte del precio pagado por la sepultura, dependiendo del plazo que haya transcurrido desde la compra.
718. Más allá de la interpretación que pueda darse al artículo 39 del Reglamento General de Cementerios, estimamos que existen formas menos lesivas y proporcionales de evaluar los perjuicios derivados del incumplimiento por parte de los clientes. Las cláusulas podrían contemplar un procedimiento de cobranza, y señalar que todas las cuotas que no sean pagadas durante el transcurso de dicho procedimiento se indemnizarán con el monto pagado por el cliente hasta la fecha en que inició el incumplimiento. Adicionalmente, el cementerio podría estimar el costo de iniciar un procedimiento como

⁴⁰⁰ A modo de ejemplo, el plazo otorgado para pagar las cuotas antes de que se considere que existe un incumplimiento es de 30 o 60 días.

este, así como un eventual procedimiento judicial, en caso de que sea aplicable. Dicho monto no necesariamente es equivalente al monto total pagado por la sepultura.

719. En cuanto a la transferencia o cesión de los derechos sobre las sepulturas, en el caso de algunos cementerios sus contratos no son claros en señalar si los clientes pueden ceder o transferir sus derechos, lo que podría constituir una barrera a la salida para los clientes. En concreto, solo dos de los cinco cementerios oficiados señalan en sus contratos de adhesión que se puede ceder el contrato de promesa de compraventa de la sepultura a un tercero. Lo anterior podría limitar el cambio de los clientes a otros cementerios, por creer que no pueden transferir los derechos adquiridos.
720. Por último, en cuando al último punto analizamos los precios de los distintos servicios secundarios cobrados por los cementerios, conforme fue detallado en sus respectivos reglamentos internos. Constatamos que los precios cobrados por dichos servicios varían de forma importante. A modo de ejemplo, una exhumación interna o una reducción pueden costar desde aproximadamente 3 UF a 15 UF, por otra parte, las exhumaciones externas pueden costar desde 4 UF a 36 UF.
721. Si bien esta diferencia podría responder a una diferencia en los costos, que dependerán de cada sepultura, parece improbable que dichos costos sean hasta 9 veces más altos en un cementerio que en otro. Es más, en algunos casos el costo de la exhumación es más elevado cuando el traslado del cadáver es realizado fuera del cementerio, siendo que la lógica indica que la exhumación para el traslado interno debiese tener costos similares, al realizarse de un modo similar.
722. Las observaciones realizadas sobre los términos contractuales y condiciones de servicio reflejan una asimetría relevante entre la posición contractual de los cementerios y la de sus clientes. La diferencia en los precios de los servicios secundarios también llama la atención, especialmente considerando que dichos pagos deben ser realizados por los clientes que, en cierta medida, se encuentran cautivos del cementerio. Todo lo anterior es especialmente relevante si se considera el contexto de compra de los clientes, que suele ser uno de extrema vulnerabilidad y en tiempos acotados.
723. En el derecho comparado, en particular en el derecho europeo de la libre competencia, se ha configurado una doctrina en torno a los términos contractuales injustos (*unfair contract terms*). Los términos contractuales injustos serían una forma de explotación abusiva de una posición dominante. Estas se han identificado en el derecho europeo mediante una prueba genérica, que intenta examinar “(...) *si la cláusula es una que se impondría y aceptaría en condiciones competitivas, y si las ganancias en eficiencia, si se comparten o transmiten, son suficientes para compensar el efecto oneroso para las otras partes obligadas por la cláusula*”⁴⁰¹.

⁴⁰¹ O'Donoghue, R., y A. J. Padilla. *The law and economics of Article 82 EC*. Oxford: Hart, 2006: 640. Traducción libre de la cita original: “*whether the clause is one that would be imposed and accepted in competitive conditions, and whether the gains in efficiency, if they are shared or passed on, are sufficient to outweigh the onerous effect for the other parties bound by the clause.*”

724. La situación anterior se explica en que “[E]n determinadas circunstancias, la existencia de poder de mercado y el grado de independencia de acción que confiere la dominancia pueden dar lugar a la imposición de términos contractuales que no podrían imponerse por una empresa no dominante. En otras palabras, si una cláusula no puede imponerse en condiciones competitivas, bien puede ser abusiva.”⁴⁰² De esta forma, los términos contractuales injustos se vinculan a la libre competencia en cuanto son una manifestación de un abuso de posición dominante explotativo por parte de las empresas que los imponen.
725. Respecto de la posición dominante que tienen los cementerios, estimamos que al momento de firmar los contratos de promesa o de compraventa, los clientes que compran por necesidad inmediata se encuentran, en el mejor de los casos, limitados en sus opciones. Es poco realista sostener que los cementerios compiten entre sí para entregar mejores términos y condiciones en la etapa de postventa a los consumidores. Por lo demás, la inclusión de cláusulas abusivas en el contrato de venta seguramente no dará lugar a un cambio inmediato por parte de los clientes.
726. A partir de lo señalado en esta sección, estimamos que es necesario realizar una fiscalización en profundidad de los contratos de adhesión de los cementerios, para evaluar si estos tienen cláusulas abusivas, así como realizar un permanente monitoreo de los precios cobrados por los servicios secundarios.

ii. Recomendaciones para solucionar los aspectos contractuales de los cementerios.

a. Aclarar la naturaleza jurídica del derecho que tienen los adquirentes respecto de la sepultura

727. Como se señaló anteriormente, la naturaleza jurídica de los derechos que tienen los adquirentes respecto de la sepultura no es clara. Lo anterior podría tener efectos respecto del valor asignado a las mismas, la transferencia de su derecho, y el ejercicio de derechos que pueden realizar las personas. Por lo anterior, recomendamos aclarar si se trata de un derecho real o uno personal.
728. En el caso de que se defina como un derecho real, este se debiese incluir expresamente en el Código Civil, así como establecer sus límites de forma clara. Esta opción tendría el beneficio de que podría facilitar que se constituyan garantías sobre las sepulturas para otorgar créditos para su pago por entidades externas a los cementerios. Esta opción exigiría que la venta se realice mediante una escritura pública y una posterior inscripción en el Conservador de Bienes Raíces, lo que supone un mayor costo de transacción que su mera cesión. Por otra parte, esta alternativa entraría en conflicto con ciertas disposiciones del Reglamento General de Cementerios que habilitan a la

⁴⁰² O'Donoghue, R., y A. J. Padilla. *The law and economics of Article 82 EC*. Oxford: Hart, 2006: 657.

exhumación del cuerpo en caso de incumplimiento de ciertas obligaciones con el cementerio, por lo que exigiría una revisión de este.

729. Por otra parte, si se define como un derecho personal, se debiese señalar expresamente en el Reglamento General de Cementerios que los adquirentes no son dueños de las sepulturas, sin perjuicio de tener un derecho de sepultación respecto de una sepultura en particular. En este caso se debiese aclarar las obligaciones que tienen los cementerios en cuanto prestadores de servicios, así como la forma de transferir los créditos u obligaciones asociados a la sepultura. Esta alternativa también requeriría una revisión sistemática del Reglamento General de Cementerios, pero no generaría tantos conflictos con las actuales limitaciones que tiene el uso de las sepulturas.
730. Desde nuestra perspectiva, la mejor alternativa sería consagrar expresamente que dicho derecho corresponde a un derecho personal, que se exige contra el cementerio. Esta opción es la más consistente con las actuales disposiciones del Reglamento General de Cementerios y facilitaría su transferencia con menores costos de transacción.
731. Para lo anterior, bastaría que el Ministerio de Salud incluyera un artículo en el Reglamento General de Cementerios que señalara que el derecho que tienen los adquirentes respecto de las sepulturas es un derecho personal, que genera la obligación para el cementerio de resguardar el lugar de la sepultura en las condiciones en que fue adquirido, así como de asegurar el resto de los servicios vinculados a la misma.

b. Fiscalizar y regular aspectos de los contratos entre los consumidores y los cementerios

732. Tras la revisión de todos los contratos de compraventa de derechos sobre las sepulturas entre los adquirentes y los cementerios, constatamos que podrían existir ciertos problemas asociados a los mismos. En particular, el poder de mercado que ejercen estos establecimientos respecto de sus clientes produciría asimetrías en los términos contractuales que perjudican a los clientes de manera injustificada y desproporcionada.
733. Considerando lo anterior, estimamos que el SERNAC, debiese continuar fiscalizando los contratos celebrados entre los consumidores y los cementerios.
734. Estimamos que, respecto de las cláusulas que contemplan la evaluación anticipada de perjuicios en caso de incumplimiento, que el Reglamento General de Cementerios debiese indicar claramente que los contratos de adhesión no podrán considerar el total de lo pagado por los clientes como una evaluación anticipada de perjuicios, sino que dicha evaluación debe responder a una estimación realista de los daños causados a los cementerios. El cementerio debiese estar obligado a restituir parte del precio pagado por la sepultura a sus clientes, en caso de que dicho precio exceda la evaluación anticipada de perjuicios.

735. Por otra parte, estimamos que el Reglamento General de Cementerios debe señalar un procedimiento y condiciones para transferir o ceder derechos respecto de las sepulturas o los contratos, así como para realizar exhumaciones para el traslado a otro cementerio. Este procedimiento debiese evitar que existan barreras a la salida o costos de cambio injustificados para los clientes y debiese ser uniforme entre todos los cementerios, para que pueda existir una difusión común de la manera de ejercer este derecho.
736. Por último, estimamos que se necesario consagrar que las prestaciones de los cementerios y crematorios —en especial los servicios secundarios— debiesen regirse por el principio de objetividad, transparencia y no discriminación. Lo anterior, ya que los adquirentes de las sepulturas no pueden contratar tales servicios a terceros, sin que exista competencia en este segmento. En caso de que un cementerio infrinja dicha disposición, los consumidores podrán denunciar a la FNE o al SERNAC, quienes podrán iniciar la investigación correspondiente para determinar si existió un abuso de posición dominante o una infracción al derecho de los consumidores.
737. Adicionalmente, el Reglamento debiese señalar que el SERNAC tendrá la facultad para fiscalizar que los precios cobrados por los servicios secundarios no sean arbitrarios, poco transparentes o discriminatorios para los clientes.
738. Recomendamos que las modificaciones al Reglamento General de Cementerios señaladas sean realizadas por el Ministerio de Salud, previa coordinación con el SERNAC o el Ministerio de Economía.
739. Por último, una recomendación respecto de los precios de los servicios secundarios es que se incorporen ciertas reglas que eviten diferencias injustificadas en el precio de los servicios secundarios. A modo de ejemplo, se podría señalar que el precio de una exhumación para el traslado a otro cementerio no podrá ser superior al precio de una exhumación para un traslado interno, salvo que exista una justificación objetiva para tal diferencia. Lo anterior se podría complementar con una norma en el Reglamento General de Cementerios que señale que los aranceles de los servicios secundarios deberán encontrarse justificados y calcularse sobre la base de principios de objetividad, transparencia, no discriminación, y reducción de los costos de cambio para los clientes.
740. En caso de que un cementerio infrinja dicha disposición, los consumidores podrán denunciar a la Fiscalía o al SERNAC, quienes podrán iniciar la investigación correspondiente para determinar si existió un abuso de posición dominante o una infracción al derecho de los consumidores.

VI. CONCLUSIONES

741. El mercado fúnebre es muy relevante para la población, representando un gasto ineludible, muchas veces inesperado, en un momento de gran vulnerabilidad emocional. Conforme a nuestros cálculos en base a una muestra de funerarias y cementerios, el gasto promedio por un funeral completo sería de \$2.345.745, si el destino final fue una sepultura, y \$2.146.425 si fue una cremación. Este monto es relevante considerando los

ingresos promedio de la población, y lo es más aun considerando las circunstancias en las cuales adquieren estos bienes y servicios. Por estos motivos, decidimos evaluar si existían condiciones en el mercado fúnebres que podrían afectar su evolución competitiva, y eventualmente realizar recomendaciones que atendieran tales condiciones.

742. Los análisis realizados en este estudio permiten llegar a ciertas conclusiones respecto de este mercado. Respecto de los sesgos que enfrentan los consumidores, encontramos que las personas realizan una cotización insuficiente de los bienes y servicios funerarios, lo que lleva a que no elijan el mejor precio respecto de estos. Por otra parte, los consumidores pueden experimentar confusión dependiendo del ambiente en el cual toman sus decisiones. En cuanto a sus preferencias, estimamos que estos podrían beneficiarse de una mayor libertad de elección, así como un aumento en la variedad de los productos, especialmente de los ataúdes.
743. En cuanto a la regulación de estos mercados, identificamos que existen límites regulatorios al uso de los beneficios mortuorios, que impiden promover una cotización anticipada de los servicios y una mayor competencia respecto de estos. A su vez, existen barreras regulatorias para instalar y expandir cementerios y crematorios que pueden ser modificadas para promover una mayor entrada de actores al mercado. Por último, hay aspectos de las relaciones contractuales entre los cementerios y sus clientes que deben ser aclaradas y fiscalizadas.
744. En cuanto a las recomendaciones realizadas para mejorar las condiciones del mercado, estas responden a cuatro objetivos fundamentales: (i) aumentar la cotización y libertad de elección por parte de los consumidores; (ii) facilitar la entrada de nuevos actores, especialmente en el segmento de los crematorios y cementerios; y, (iii) aclarar aspectos de los contratos de adhesión celebrados entre los cementerios y sus clientes, así como fiscalizar la aplicación de algunas de sus cláusulas.
745. Considerando estos objetivos, realizamos nueve recomendaciones específicas para mejorar la evolución competitiva del mercado fúnebre corresponden, de manera resumida, a:
- i. Promover una mayor cotización de los servicios por parte de los consumidores.
 - ii. Permitir la compra de bienes y servicios fúnebres por separado, sin que estos solo se puedan adquirir empaquetados mediante planes.
 - iii. Modificar la regulación de los beneficios mortuorios.
 - iv. Regular aspectos básicos de la venta anticipada de servicios fúnebres.
 - v. Regular técnicamente las características de los ataúdes, para permitir la entrada de nuevos actores.
 - vi. Mejorar la planificación para la instalación y expansión de cementerios y crematorios.
 - vii. Mejorar los requisitos y el proceso de evaluación de los proyectos de crematorios y cementerios por parte de las autoridades administrativas.

- viii. Aclarar la naturaleza jurídica del derecho que tienen los adquirentes respecto de las sepulturas.
 - ix. Fiscalizar y regular aspectos de los contratos entre los consumidores y los cementerios.
746. En cuanto a su implementación, la gran mayoría de las recomendaciones pueden realizarse a través de modificaciones al Reglamento General de Cementerios, las que deben ser realizadas por el Ministerio de Salud.
747. Por último, de implementarse las recomendaciones, estimamos que, de forma conservadora, se podrían generar ahorros del orden de \$39 mil millones de pesos anualmente, lo que equivale a US \$45 millones.

SEBASTIÁN CASTRO QUIROZ

JEFE DIVISIÓN ESTUDIOS DE MERCADO

BIBLIOGRAFÍA

- Abreut de Begher, Liliana, y María Espinosa de Benincasa. «Régimen jurídico de los sepulcros en los cementerios públicos y privados.» *La Ley*, 1989: 975.
- Adams, W. J., y J. L. Yellen. «Commodity bundling and the burden of monopoly.» *The Quarterly Journal of Economics* 90, n° 3 (1976): 475-498.
- Alessandri, Arturo, Manuel Somarriva, y Antonio Vodanovic. *Tratado de los derechos reales*. Vol. I. Santiago: Temis S.A., 2001.
- Armstrong, M. «Price discrimination by a many-product firm.» *The Review of Economic Studies* 66, n° 1 (1999): 151-168.
- Armstrong, M., y J Vickers. «Competitive non-linear pricing and bundling.» *The Review of Economic Studies* 77, n° 1 (2010): 30-60.
- Bain, J. S. *Barreras to New Competition: Their Character and Consequences in Manufacturing Industries*. Vol. 3. Harvard University Press, 1956.
- Barron, J. M., B. A Taylor, y J. R. Umbeck. «Number of sellers, average prices, and price dispersion.» *International Journal of Industrial Organization* 22, n° 8-9 (2004): 1041-1066.
- Barros, Diego. «El entierro de los muertos en la época colonial.D.» *Estudios Histórico-Bibliográficos. Obras Completas* 10, 1911: 227-253.
- Barros, Enrique. *Tratados de responsabilidad extracontractual*. Santiago: Editorial Jurídica de Chile, 2006.
- Beggan, J. K. «On the social nature of nonsocial perception: The mere ownership effect.» *Journal of personality and social psychology* 62, n° 2 (1992): 229.
- Belleflamme, P., y M. Peitz. *Industrial organization: markets and strategies*. 2010.
- Ben-Akiva, M. «The Structure of Travel Demand Models [PhD Thesis, Massachusetts Institute of Technology].» 1973.
- Ben-Akiva, M., y S. Gershensfeld. «Multi-featured Products and Services: Analyzing Pricing and Bundling Strategies.» *Journal of Forecasting* 17, n° 3-4 (1998): 175–196.
- Bernheim, B. D., S. DellaVigna, y D. (Eds.). Laibson. *Handbook of Behavioral Economics-Foundations and Applications* 2. Elsevier, 2019.
- Berry, S., J. Levinsohn, y A. Pakes. «Automobile Prices in Market Equilibrium.» *Econometrica* 63, n° 4 (1995): 841–890.
- Berry, S., M. Gaynor, y F. Scott Morton. «Do Increasing Markups Matter? Lessons from Empirical Industrial Organization.» *Journal of Economic Perspectives* 33, n° 3 (2019): 44–68.
- Bertini, M., y L. Wathieu. «Research Note—Attention Arousal Through Price Partitioning.» 27, n° 2 (2008): 147-321.
- Bronnenberg, B. J., J.-P. Dubé, M. Gentzkow, y J. M. Shapiro. «Do Pharmacists Buy Bayer? Informed Shoppers and the Brand Premium.» *The Quarterly Journal of Economics* 130, n° 4 (2015): 1669–1726.
- Cabral, L. M. *Introduction to industrial organization*. Second Edition. Mit Press, 2017.

- Carlin, B. «Strategic price complexity in retail financial markets.» *Journal of Financial Economics* 91, nº 3 (2009): 278-287.
- Carlton, D. W., y J. M. Perloff. *Modern Industrial Organization*. Cuarta edición. Inglaterra: Person Education Limited, 2015.
- Carmon, Z., K. Wertenbroch, y M. Zeelenberg. «Option Attachment: When Deliberating Makes Choosing Feel like Losing.» *Journal of Consumer Research* 30, nº 1 (2003): 15–29.
- Chávez, Pablo, y José Julián Soto. «Publicidad mortuoria y regulación de funerales: una aproximación desde la prensa santiaguina (1862-1917).» *Revista de Humanidades* 38 (2018): 161-189.
- Chevalier, J. A., y F. M. S. Morton. «State casket sales restrictions: A pointless undertaking?» *The Journal of Law and Economics* 51, nº 1 (2008): 1-23.
- Chioveanu, I., y J. Zhou. «Price competition with consumer confusion.» *Management Science* 58, nº 11 (2013): 2450-2469.
- Church, J. R., y R. Ware. *Industrial organization: a strategic approach*. 2000.
- Competition & Markets Authority (Reino Unido). «Funeral Market Investigation: Appendix B: Regulation.» *gov.uk*. 18 de diciembre de 2020. <https://www.gov.uk/cma-cases/funerals-market-study#the-funerals-market-investigation-order-2021> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
- . «Funeral Market Investigation: Appendix F: Evidence on pre-paid and at-need funeral pricing.» *Gov.uk*. 2020. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb235ee90e071be88db5c0/Appendix_F_-_Evidence_on_pre-paid_and_at-need_funeral_pricing_18.12.20.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
- . «Funeral Market Investigation: Appendix O: Price dispersion analysis.» *Gov.uk*. 2020. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb23fbe90e071bdc56f760/Appendix_O_-_Price_Dispersion_Analysis_18.12.20.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
- . «Funeral markets investigation.» *International comparisons*. 30 de enero de 2019.
- . «Funerals Market Investigation: Final Report.» *Gov.uk*. 18 de diciembre de 2020. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5fdb557e8fa8f54d5733f5a1/Funerals_-_Final_report.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
- De Loecker, J., J. Eeckhout, y G. Unger. «The Rise of Market Power and the Macroeconomic Implications.» *The Quarterly Journal of Economics* 135, nº 2 (2020): 561–644.
- De Loecker, J., y J. Eeckhout. «Global Market Power (Working Paper No. 24768).» *National Bureau of Economic Research*, 2018.
- Dhar, R., y I. Simonson. «The Effect of the Focus of Comparison on Consumer Preferences.» *Journal of Marketing Research* 29, nº 4 (1992): 430–440.
- Diamond, P. A. «A model of price adjustment.» *Journal of economic theory* 3, nº 2 (1971): 156-168.
- Domínguez, Tomás. *Estudio de Capacidad de los Cementerios Públicos Chilenos para 100 Ciudades de más de 15.000 habitantes*. Proyecto privado, Santiago: Proyecto Ciudad de los Muertos, 2020.

- Economides, N., y S. C. Salop. «Competition and integration among complements, and network market structure.» *The Journal of Industrial Economics* 40, n° 1 (1992): 105-123.
- Eisner, C. «Rules and Regulations of the Cemetery Corporation and the Nature of the Plot Holder's Property Rights.» *Intramural Law Review of New York University* 6, n° 2 (1951): 117-125.
- Elhauge, E., y D. Geradin. *Global Competition Law and Economics*. Oxford: Hart Publishing Ltd, 2011.
- Erkkilä, T. «Ombudsman as a Global Institution.» 3-14. 2020.
- Evans, D. S., y M. Salinger. «Why Do Firms Bundle and Tie? Evidence from Competitive Markets and Implications for Tying Law.» *Yale Journal on Regulation (Forthcoming)* 22 (2005): 0-79.
- Eyzaguire, Jaime. *Historia de las Instituciones políticas y sociales*. Editorial Universitaria, 2004.
- Federal Trade Commission (Estados Unidos). «An Analysis of the Funeral Rule Using Consumer Survey Data on the Purchase of Funeral Goods and Services.» Bureau of Economics Staff Report, 1988.
- *Complying with the Funeral Rule*. s.f. <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/complying-funeral-rule> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
 - *Complying with the Funeral Rule: Sample Price Lists*. s.f. <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/complying-funeral-rule#sample-price-lists> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
 - «FTC Undercover Inspections of Funeral Homes in Nine States Test Compliance with Funeral Rule Disclosure Requirements.» 11 de marzo de 2014. <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2014/03/ftc-undercover-inspections-funeral-homes-nine-states-test-compliance-funeral-rule-disclosure> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
 - *The FTC's Funeral Rule: Helping Consumers Make Informed Decisions During Difficult Times*. s.f. <https://www.ftc.gov/news-events/topics/truth-advertising/funeral-rule> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
 - «Trade Regulation Rule; Funeral Industry Practices (16 CFR Part 453).» Federal Register, 24 de septiembre de 1982.
- FNE. «Guía para el análisis de Operaciones de Concentración Horizontales.» mayo de 2021. <https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2021/05/Guia-para-el-Analisis-de-Operaciones-de-Concentracion-Horizontales-mayo-VF.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
- «Guía para el análisis de restricciones verticales.» Junio de 2014. <https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2017/10/Gu%C3%ADa-Restricciones-Verticales.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
 - «Informe de archivo de la operación de concentración entre Promotora Camino a Canaán S.A. y Nuestros Parques. Rol F36-2014.» 18 de diciembre de 2014. https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2014/12/inpu_F36_2014.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
 - «Minuta de archivo de la denuncia en contra del Cementerio General Rol N° 2195-13.» 4 de julio de 2013. https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2013/07/minuta_denuncia_cementerio_general_rol_2195-13.pdf

- content/uploads/2013/09/inpu_035_2013.pdf (último acceso: 12 de septiembre de 2022).
- . «Minuta de lanzamiento del estudio sobre el mercado fúnebre.» 21 de diciembre de 2021. https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2021/12/minuta_em07_final_firmada.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
- Fuentes, Claudio. «Evaluación de impacto ambiental en Chile: Análisis de tendencias 1992-2017.» *Documento de Trabajo ICSO - N° 59/2019*. septiembre de 2019. https://labconstitucional.udp.cl/cms/wp-content/uploads/2020/04/ICSO_DT_59_Fuentes.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
- García, Mariano, y María del Carmen Fernández. «Los cementerios. Competencias municipales y producción documental.» *Boletín de la Confederación de Asociaciones de Archiveros, Bibliotecarios, Museólogos y Documentalistas* 44, n° 3 (1994): 55 - 85.
- Greene, W. H. «Econometric Analysis.» Cap. 13: Minimum Distance Estimation and the Generalized Method of Moments, 495. Pearson Education, 2011.
- Greppi, A., y D. Menicucci. «On bundling and entry deterrence.» *Review of Industrial Organization* 58, n° 4 (2021): 561-581.
- Grubb, M. D. «Behavioral consumers in industrial organization: An overview.» *Review of Industrial Organization* 47, n° 3 (2005): 247-258.
- Grubb, M. D. «Failing to choose the best price: Theory, evidence, and policy.» *Review of Industrial Organization* 47, n° 3 (2015): 303-340.
- Haneman, V. J. «Funeral Poverty.» *U. Rich. L. Rev.* 55 (s.f.): 387.
- Harrington, D. E. «Preserving Funeral Markets with Ready -to-Embalm Laws.» *Journal of Economic perspectives* 21, n° 4 (2007): 201-216.
- Hollander, M., D. A. Wolfe, y E. Chicken. *Nonparametric Statistical Methods*. John Wiley & Sons, 2013.
- Hong, H., y M. Shum. «Using price distributions to estimate search costs.» *The RAND Journal of Economics* 37, n° 2 (2006): 257-275.
- Hortaçsu, A., y C. Syverson. «Product differentiation, search costs, and competition in the mutual fund industry: A case study of S&P 500 index funds.» *The Quarterly journal of economics* 119, n° 2 (2004): 403-456.
- Hurkens, S., D. S. Jeon, y D. Menicucci. «Dominance and competitive bundling.» *American Economic Journal: Microeconomics* 11, n° 3 (2019): 1-33.
- Irarrázaval, Andrés. «Hacia un nuevo consenso en la regulación de los cementerios: la evolución de las normas civiles y canónicas a lo largo del S. XX.» *Revista chilena de derecho* 45, n° 1 (2018): 33-56.
- Irarrázaval, Andrés. «Los inicios del registro civil de Chile: ¿Ruptura o continuidad con las antiguas partidas eclesiásticas?» *Revista de estudios histórico-jurídicos* 36 (2014): 315-341.
- K.M., Ericson., y A. Fuster. «The Endowment Effect.» *Annual Review of Economics* 6, n° 1 (2014): 555-579.
- Kahneman, D., J. L. Knetsch, y R. H. Thaler. «Experimental tests of the endowment effect and the Coase theorem.» *Journal of political Economy* 98, n° 6 (1990): 1325-1348.

- Kim, S. H., y J. P. Choi. «Optimal compatibility in systems markets.» *Games and Economic Behavior* 90 (2015): 106-118.
- Laborde, Miguel. *Medicina chilena en el siglo XX: (reseña histórica)*. Editorial de la Corporación Farmacéutica Recalcine, 2002.
- Lewis, M. «Price dispersion and competition with differentiated sellers.» *The Journal of Industrial Economics* 56, n° 3 (2008): 654-678.
- Luco, F. «Switching Costs and Competition in Retirement Investment.» *American Economic Journal: Microeconomics* 11, n° 2 (2019): 26–54.
- McAfee, R. P., J. McMillan, y M. D. Whinston. «Multiproduct monopoly, commodity bundling, and correlation of values.» *The Quarterly Journal of Economics*, 104, n° 2 (1989): 371-383.
- Mihovilovic, Ariel. «Naturaleza jurídica de los derechos que se tienen respecto de una sepultura.» *Actualidad Jurídica* (Universidad del Desarrollo), n° 19 (2009): 535-577.
- Miller, B. J., M. C. Mandelberg, N. C. Griffith, y J. M. Ehrenfeld. «Price transparency: Empowering patient choice and promoting provider competition.» *Journal of medical systems* 44, n° 80 (2020): 1-3.
- Morales, Marta. «Sepulcros y cementerios.» Memoria para optar al grado de licenciada en derecho, 1949.
- Morewedge, C. K., L. L. Shu, D. T. Gilbert, y T. D. Wilson. «Bad riddance or good rubbish? Ownership and not loss aversion causes the endowment effect.» *Journal of Experimental Social Psychology* 45, n° 4 (2009): 947-951.
- Morewedge, C. K., y C. E. Gliblin. «Explanations of the endowment effect: an integrative review.» *Trends in cognitive sciences* 19, n° 6 (2015): 339-348.
- Motta, M. *Competition Policy: Theory and Practice*. Cambridge University Press, 2009.
- Motta, M. *Competition policy: Theory and Practice (First Edition)*. Cambridge University Press, 2004.
- Motta, M., M. Peitz, y H., (Eds.) Schweitzer. *Market Investigations: A New Competition Tool for Europe?* Cambridge University Press, 2022.
- Muinzer, T. «The Law of the Dead: A Critical Review of Burial Law.» *Oxford Journal of Legal Studies* 38, n° 4 (2014): 791-818.
- Nalebuff, B. «Bundling as an entry barrier.» *The Quarterly Journal of Economics* 119, n° 1 (2004): 159-187.
- National Funeral Directors (NFDA). *Statistics*. s.f. <https://nfda.org/news/statistics> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
- Nelson, C. R., y A. F. Siegel. «Parsimonious modeling of yield curves.» *Journal of business* 60, n° 4 (1987): 473-489.
- Niels, G., H. Jenkins, y J. Kavanagh. «Economics for competition lawyers (2nd edition).» *Oxford university press*, 2016: 204.
- Novemsky, N., y D. Kahneman. «The Boundaries of Loss Aversion.» *Journal of Marketing Research* 42, n° 2 (2005): 118-128.
- OCDE. «Competition and Barriers to Entry.» *Policy Brief*. enero de 2007. <https://www.oecd.org/competition/mergers/37921908.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
- . . «Executive Summary of the Roundtable on Price Discrimination held at the 126th meeting of the Competition Committee of the OECD.» 8 de marzo de 2018.

- [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/M\(2016\)2/ANN5/FINAL/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/M(2016)2/ANN5/FINAL/en/pdf) (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
- . «Guiding Principles for regulatory quality and performance.» s.f. <https://www.oecd.org/fr/reformereg/34976533.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
- . «Directorate for financial and enterprise affairs competition committee.» *Barriers to Exit - Background Note*. 3-4 de diciembre de 2019. [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2019\)15/en/pdf#:~:text=Barriers%20to%20exit%2C%20like%20barriers,firms%20staying%20in%20the%20market.](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2019)15/en/pdf#:~:text=Barriers%20to%20exit%2C%20like%20barriers,firms%20staying%20in%20the%20market.) (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
- O'Donoghue, R., y A. J. Padilla. *The law and economics of Article 82 EC*. Oxford: Hart, 2006.
- Ortega, Erick. «Los derechos privados constituidos sobre sepulturas. Reflexiones desde su problemática actual.» *Derechos en Acción* 12, n° 12 (2019): 830-847.
- Peitz, M. «Bundling may blockade entry.» *International Journal of Industrial Organization* 26, n° 1 (2008): 41-58.
- Pepall, L., D. Richards, y G. Norman. *Industrial organization: Contemporary theory and empirical applications*. John Wiley & Sons, 2014.
- Pew Research Center. *U.S. Public Becoming Less Religious*. 3 de noviembre de 2015. <https://www.pewresearch.org/religion/2015/11/03/u-s-public-becoming-less-religious/> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
- Piccione, M., y R. Spiegler. «Price competition under limited comparability.» *The quarterly journal of economics* 127, n° 1 (2012): 97-135.
- Pierce, B., y H. Winter. «Pure vs. mixed commodity bundling.» *Review of Industrial Organization* 11, n° 6 (1996): 811-821.
- Piwonka, Gonzalo. «John Miers (1789-1879), viajero crítico de los chilenos en los comienzos de la república.» *Cuadernos de Historia* 30 (2009): 149-191.
- RS. «The Cemetery Lot: Rights and Restrictions.» *University of Pennsylvania Law Review* 109, n° 3 (1961): 378-400.
- Seim, K., M. A. Vitorino, y D. M. Muir. «Do consumers value price transparency?» *Quantitative Marketing and Economics* 15, n° 4 (2017): 305-339.
- SERNAC. «Reporte sobre Publicidad de Cementerios y Funerarias en Internet, donde se investigaron los sitios web de 31 proveedores de servicios funerarios.» 2014. https://www.sernac.cl/portal/619/articles-7089_archivo_02.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
- Stigler, G. J. «The economics of information.» *Journal of political economy* 69, n° 3 (1961): 213-225.
- . *The organization of industry*. University of Chicago Press, 1983.
- Subsecretaría de Salud Pública. «Protocolo de Funerales en Contexto de pandemia por COVID-19.» 2020. <https://www.colegiomedico.cl/wp-content/uploads/2020/04/Protocolo-de-Funerales-en-Contexto-de-Pandemia-por-COVID-19-1.pdf.pdf> (último acceso: 22 de noviembre de 2022).
- Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF). «Ahorro a Plazo en el Sistema Financiero.» enero de 2018. https://www.sbif.cl/sbifweb3/internet/archivos/publicacion_11980.pdf (último acceso: 24 de noviembre de 2022).

- Tirole, J. *The theory of industrial organization*. MIT press, 1988.
- Train, K. E. «Discrete Choice Methods with Simulation.» 42-52. Cambridge University Press, 2009.
- Train, K. E. «Discrete Choice Methods with Simulation.» Cap. II. Cambridge University Press, 2009.
- UNESPA (Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras). «El seguro de decesos en 2020.» 2020. <https://www.unespa.es/main-files/uploads/2021/10/El-seguro-de-decesos-en-2020-FINAL.pdf> (último acceso: 24 de noviembre de 2022).
- Völckner, F., A. Rühle, y M. Spann. «To divide or not to divide? The impact of partitioned pricing on the informational and sacrifice effects.» *Marketing Letters* 23, nº 3 (2012): 719-730.
- Whinston, M. D. «Tying, Foreclosure, and Exclusion.» *American Economic Review* 80, nº 4 (1990): 837-859.
- Wilson, C. M. «Ordered search and equilibrium obfuscation.» *International Journal of Industrial Organization* 28, nº 5 (2010): 496-506.
- Wolitzky, A., y J. Ellison. «A search cost model of obfuscation.» *The RAND Journal of Economics* 43, nº 3 (2012): 417-441.
- Woodward, S. E., y R. E. Hall. «Diagnosing consumer confusion and sub-optimal shopping effort: Theory and mortgage-market evidence.» *American Economic Review* 102, nº 7 (2012): 3249-76.
- Xia, L., y K. B. Monroe. «Price partitioning on the Internet.» *Journal of Interactive Marketing* 18, nº 4 (2004): 63-73.
- Zhang, A., K. H. Prang, N. Devlin, A. Scott, y M. Kelaher. «The impact of price transparency on consumers and providers: a scoping review.» *Health Policy* 124, nº 8 (2020): 819-825.
- Zhou, J. «Competitive bundling.» *Econometrica* 85, nº 1 (2017): 145-172.
- Zhou, J. «Mixed bundling in oligopoly markets.» *Journal of Economic Theory* 194 (2021): 194.
- Zhou, J. «Reference dependence and market competition.» *Journal of Economics & Management Strategy* 20, nº 4 (2011): 1073-1097.