





# Tasas de Intercambio: Complejidad y riesgos de regular un mercado en transformación

Andrea Butelmann



## ¿Porqué estamos regulando Tasas de Intercambio?

- Ley 21.365 *"determinación se efectuará con el objetivo de establecer condiciones tarifarias orientadas a la existencia de un mercado de tarjetas **competitivo, inclusivo, transparente y, con fuerte penetración y que asimismo considere el resguardo del eficiente y seguro funcionamiento del sistema de pagos minoristas.**"*
- No hay pruebas de que las TI actualmente fijadas por las marcas para Chile impidan el logro de cualquiera de los objetivos establecidos en la ley que creó el Comité. Por el contrario, con las tasas actualmente vigentes ya se ha notado la entrada tanto de nuevos adquirentes y emisores en el mercado (más competencia), lo cual trae consigo mayor penetración e inclusión financiera.
- Adicionalmente, Oxera (*Merchant Indifference Test* a Chile) se muestra que las TI actualmente vigentes están dentro de rangos razonables, e incluso podrían ser más altas si se consideran las externalidades del efectivo.
- Frente a este escenario, a menos que el Comité luego de un estudio acabado del mercado llegue a la conclusión inequívoca de que una TI más baja podría impulsar de mejor manera los objetivos perseguidos por la ley (estudio que estimamos desde ya toma más tiempo que el establecido para determinar los límites transitorios), lo prudente sería que dichos límites transitorios no se desviarán de las condiciones actualmente vigentes en el mercado a objeto de evitar las consecuencias no deseadas ya enunciadas.



# Tasa actual, tasa implícita y test del turista ajustada para Chile (OXERA crédito)

Tasas promedio

Tasa Mastercard (vol. 2021):  
**1,39%**

## Test del turista (EU) ajustada Chile

	CP	CNP
<b>MDR after initial adjustments (e.g. labour costs, inflation etc.)</b>	<b>0.63%</b>	<b>1.31–1.37%</b>
+ crime adjustment	+22bp	–
+ contactless payments adjustment	+2bp	–
<b>MDR after additional adjustments</b>	<b>0.86%</b>	<b>1.31–1.37%</b>
+ extension of credit adjustment	94bp	62–66bp
+ social cost of cash	14bp	–
+ tax evasion	7–10bp	–
<b>MDR after all adjustments</b>	<b>2.02–2.04%</b>	<b>1.97–1.99%</b>
Acquirer margin	47bp	47bp
<b>MIT IF after all adjustments<sup>1</sup></b>	<b>1.55–1.57%</b>	<b>1.50–1.52%</b>

Nota: 53% del volumen es CNP (año 2021).

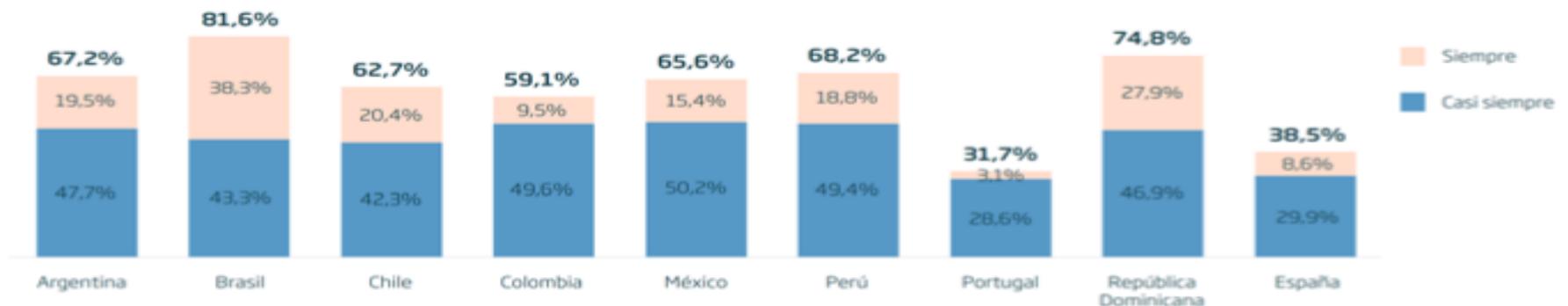
Prom. CP&CNP (ajuste x crédito, crimen, contactless): **1,4%**



# Importancia del crédito

- Heterogeneidad de ahorro por no usar efectivo; es distinto para distintos comercios (¿Europa se ahorró el problema? 7 años de estudios)
- Uso de la tarjeta: **el turista no requiere crédito, (no vuelve a la tienda)** el consumidor sí. El test de indiferencia para transacciones con crédito dará un resultado mayor que el de manejar efectivo

## Frecuencia de uso de la tarjeta de crédito para pagar a plazo o a crédito (2018)



n: Total tenedores de tarjeta de crédito por país  
Sobre las barras apiladas se encuentra el sumatorio de: siempre + casi siempre  
Fuente: elaboración propia a partir de investigación

Fuente: *Tendencias en Medios de Pago 2018*, Minsait. Disponible en [https://www.minsait.com/sites/default/files/newsroom\\_documents/tendenciasmediosdepago\\_2018.pdf](https://www.minsait.com/sites/default/files/newsroom_documents/tendenciasmediosdepago_2018.pdf).



# Regulación que equilibre el mercado: no se ha hecho

- La regulación de precios, incluso en mercados más simples, es compleja: información de costos de inversión y operacionales, costo de capital, demanda, elasticidades y tasa de crecimiento. + CMg decrecientes, es necesaria regla para autofinanciamiento. Recalculo al cambiar condiciones de competencia. ¿regular o no? ¿viene competencia?
- En un **mercado de dos lados**, los requisitos de información se multiplican: saber efecto de externalidades indirectas entre lados –¿cuánto reacciona la demanda de un lado cuando aumenta el número de usuarios del otro?
- + **heterogeneidad**, la reacción en cada lado depende no sólo del número, sino que del tipo de consumidores que se sumen a la plataforma.

## → TI distintas por:

- **sectores del comercio** (si supermercados no reciben, es menos atractivo tener y usar tarjeta)
- **productos** (tarjetas comerciales vs. tarjetas premium versus tarjetas estándar, generan distintos tickets promedio)
- **tipo de transacciones** (presencial o remota → costos distintos y disposición a pagar distintas)



## Mercado Inmaduro

Disposición a pagar, si no hay “must have”

- ➔ Muchos comercios no estarán dispuestos a pagar más de lo que ahorran por no recibir efectivo.

TI del mercado=TI regulatorio (indiferencia).

- ➔ Otros comercios ven beneficios extra (calidad de servicio), TI óptima es podría ser menor a TI de las marcas, pero hay maneras de reducir poder de mercado sin tarificar:

Alternativas a la tarificación, incluso con *must have* o beneficios internalizados

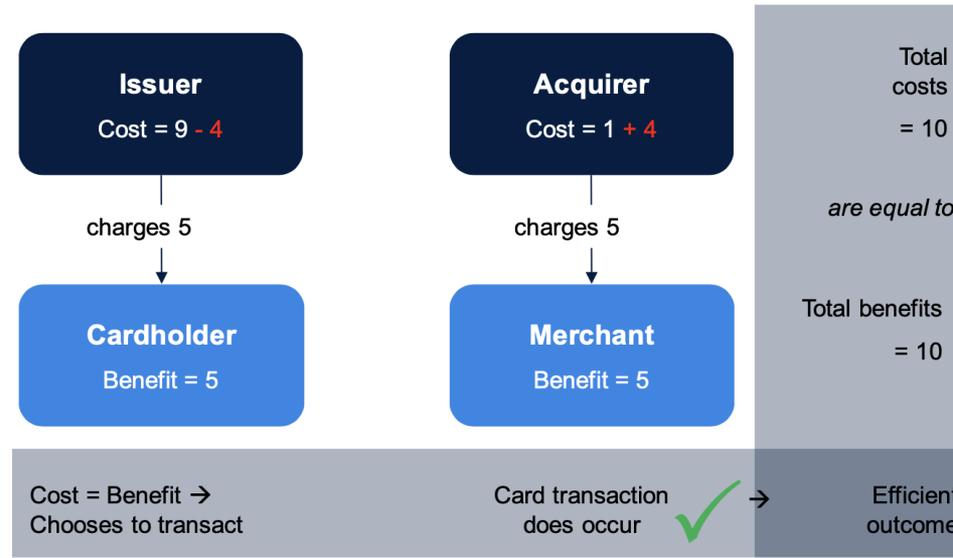
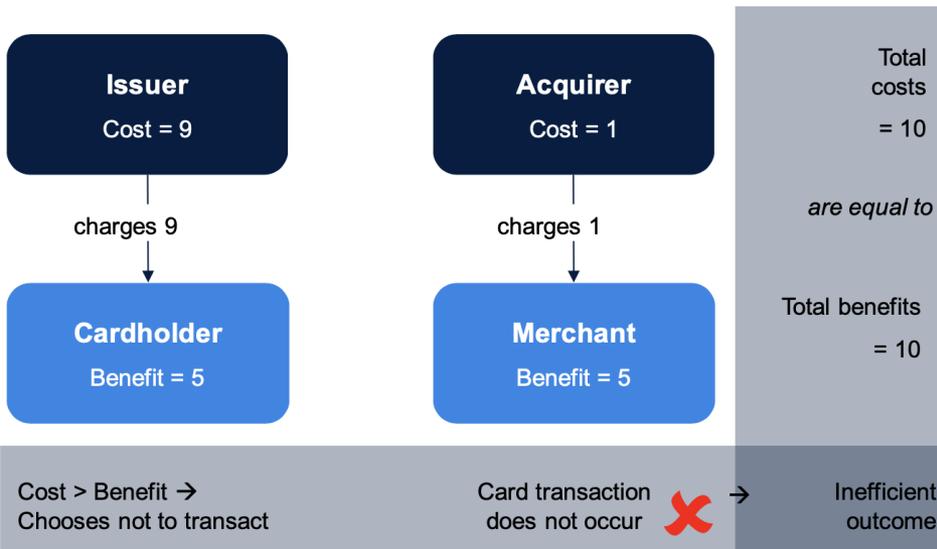
Surcharge o descuento

Multihoming: comercio decide qué medios aceptar y cuáles no → poder de negociación de cara a los adquirentes → **presión a marcas para reducir TI.**





# Tarificación a costo versus TI





¿Es urgente regular?

Ni siquiera sabemos cómo se configurará el mercado

➤ **Escenario original:** la TI era fijada por Transbank para todas las marcas, con los incentivos clásicos del monopolio. **max PQ**

➤ **Escenario actual:** cada marca fija la TI que reciben los bancos con el objetivo equilibrar ambos lados de este mercado. **max Q**

Todavía en transición ya que partieron de lo que había: subsidios cruzados desde pequeños a grandes comercios.

➤ **Escenario final competitivo:**

- a) competencia en adquirencia ( todavía ralentizada por subsidios cruzados en margen adquirente de Transbank y largo proceso de autorregulación)
- b) aceptación de los comercios por cada marca, no empaquetadas,
- c) competencia en emisión: aumenta posibilidad de *multihoming* a bajo costo, gracias a tarjetas de prepago y otros medios de pagos nuevos (ACH).

Si regulamos TI ahora.... **NO llegamos a ese escenario final.**

Regular tiene el efecto contrario al que se busca: reduce la entrada. Por ello, la regulación se hace en mercados donde la entrada es imposible!



## ¿Puede haber competencia? ¿Aún con "must have"? R: Sí

- Aun con "*must have*"- mayor disposición a pagar de los comercios-, puede haber competencia que impida explotación de tal disposición. ¿Cómo?\*
- a) *surcharge* y/o descuentos o,
- b) comercio decide qué medios aceptar y cuáles no (marca) → poder de negociación de cara a los adquirentes → **presión a marcas para reducir TI.**
- b) requiere *multihoming, i.e., que* el consumidor cuente con distintos medios de pagos. Si c/consumidor tiene una marca, comercio obligado a tener todas → menor competencia (entre marcas).
- En un mercado aún no maduro, "*must have*" es débil. Con una TI no regulada, las marcas pueden incentivar el uso y la emisión, sobre todo de emisores no bancarios que no reciben otros ingresos, se expande el mercado, más comercios aceptan tarjetas, más gente la usa. Hasta alcanzar un mercado maduro.
- En un mercado maduro, recién, evaluar si regular o si hay competencia
- Dado que hay entrada de nuevos medios de pagos probablemente no lo sea. Open Banking-TRANSFERENCIAS CUENTA A CUENTA, nuevas marcas (UnionPay), dinero electrónico del BC, cryptomonedas, etc.



## Alternativas regulatorias simplificadas: costo emisor

➤ Mercado de dos lados, no tiene sentido regular TI por costo. La TI debe equilibrar los dos lados del mercado: comercio y consumidores. Es decir, si hay una transacción en que la suma de los beneficios de esos usuarios de usar tarjeta es mayor que el costo de implementar la transacción, esta debe llevarse a cabo.

➤ Ejemplo numérico:

➤ costo conjunto del servicio es **\$10** por transacción= costo emisor **\$5** + costo adquirente **\$5**;

➤ valoración servicios de **\$7** para el comerciante y de **\$3** para el tarjetahabiente.

Si se cobra \$3 al consumidor y \$7 al comercio, el costo está pagado, la transacción se lleva a cabo y todos están mejor.

Emisor incurrió en un costo de \$5 y el tarjetahabiente no está dispuesto a pagar más de \$3; con la tarifa de intercambio, el adquirente le paga al emisor los \$2 faltantes. Si no existiera la tasa de intercambio sería necesario cobrar una tarifa de \$5 a cada uno de ellos y la transacción no se haría → tarificar a costo es ineficiente socialmente.

**Reduce las transacciones más allá del óptimo.**



## Test de indiferencia o test del turista

- La idea de esta regulación es dejar indiferente al comercio, ya que éste no podría decidir qué medio de pagos se usa en la transacción.
- Se le cobra al comercio sólo el costo de manejar medios de pagos alternativo. Ejemplo: efectivo
- Consumidor, el que decide con cuál medio pagar, paga el costo residual, para tener los incentivos correctos en su decisión.

**Suena bien....pero....**



## Problemas del test del turista

---

- Costos no considerados: CRÉDITO; CNP
- Externalidades: costo de emitir efectivo, formalidad y recaudación de IVA y otros impuestos



**Table 5.1** Different payment methods in Chile for CNP transactions and their respective costs to merchants

<b>Instrument</b>	<b>Description</b>	<b>Lower bound</b>	<b>Upper bound</b>
Mercado Pago	Digital wallet available online and in app. Allows for registration of cards and addition of money, so the user can purchase digital services, pay bills and subscriptions, and make QR code payments.	2.95%	2.95%
MACH Pay	MACH is a digital bank that offers a digital wallet, MACH Pay, that allows for the creation of virtual pre-paid cards for online transactions and QR code payments.	1.50%	1.50%
Khipu	ACH-based payment method that allows customers to pay using their bank account. When completing an online purchase, an app or pop-up webpage appears asking them to log in to their bank, enter a two-factor authentication code from the bank and a cypher code, and then click to pay. Khipu initiates the transfer to pay the merchant instantly.	1.00%	1.00%
ServiPag	Cash-by-coupon service that allows customers to pay for online purchases with cash. The customer receives a payment voucher via email containing instructions on how to make the payment. The shopper can take the voucher to an affiliated outlet to pay with cash.	2.89%	3.19%
MultiCaja	Identical to ServiPag.	2.9% + 168 CLP	3.2% + 168 CLP



---

**Muchas gracias**

---



---

[www.butelmann.cl](http://www.butelmann.cl)

Tel: +56 2 2233 3195 // Callao 2970, Oficina 1109, Las Condes, Santiago, Chile