

Presentación al Comité de Fijación de Tarifas de Intercambio

Andrea Butelmann
Butelmann Consultores



- Metodología de costos y mercado de dos lados
 - ¿Es un monopolio el que estamos regulando?
 - Si fuera monopolio ¿cuál sería la tarifa monopólica?
 - Costos fijos vs costos variables: ¿incentivar uso o tenencia?
 - Cambio tecnológico que aumenta inversión

- Heterogeneidad de externalidades y de costos



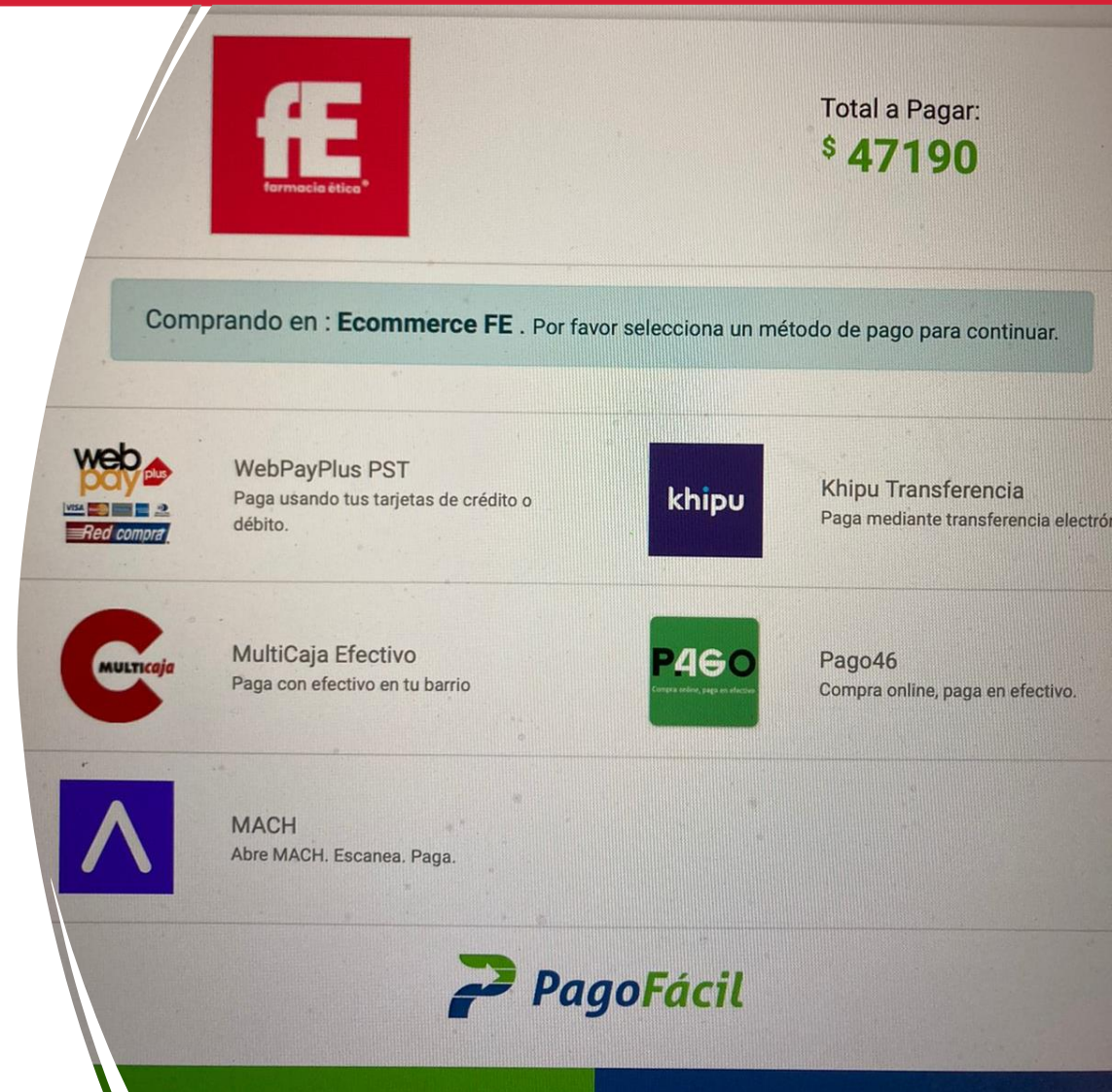
- La literatura: tarifificar vía costos un mercado de dos lados es un error. Se pierden transacciones que aumentan el bienestar al ignorar las externalidades indirectas que aporta cada usuario de la plataforma.
- Es verdad que un monopolio “podría” imponer tasas distintas a las óptimas y, en algunos escenarios, incentivar demasiado el uso de estos medios, pero:
 - a) No hay monopolio: podemos discrepar sobre el grado de concentración de mercado de medios de pagos, pero ya no hay monopolio
 - b) Un monopolio fijará una tasa que puede ser mayor o menor a la óptima social



¿Hay un monopolio?

No es monopolio: varias marcas de tarjetas + otros medios de pagos. Incluso en el subdesarrollado mercado chileno que deja atrás el monopolio total que ejercía Transbank

E, incluso, en *e-commerce*, las tarjetas tienen sustitutos.





Monopolio vs óptimo en mercado de dos lados → *Spence Distortion*

➔ **Precio óptimo** (P^i) = Costo de cada actor en el lado i - valorización de las transacciones perdidas por todos los del otro lado ($N^{\text{de transacciones}}=N^i N^j$). Por cada persona que se va del lado i , al subir P^i , los del lado j pierden bienestar. Así, el precio óptimo será distinto al costo.

$$P^i = \underbrace{C^i + cN^j}_{\text{costo total}} - \underbrace{\overline{b^j N^j}}_{\text{beneficio externo en el lado } j}$$

➔ **Precio monopolista** (P_m^i) = Costo+margen monopolístico-la valorización marginal

➔ Es decir, al monopolista le importa el beneficio marginal. Por eso, el precio del monopolio ¿sería? mayor que el óptimo por ambos efectos: margen monopolístico y la diferencia entre beneficio medio y beneficio marginal.

$$P_m^i = \underbrace{C^i + cN_m^j}_{\text{costo}} + \underbrace{\frac{P_m^i}{\epsilon_m^i}}_{\text{markup}} - \underbrace{\widetilde{b_m^j N_m^j}}_{\text{beneficio externo } \textit{marginal} \text{ en el lado } j}$$

PERO...



Lo que corrige Wright y Tan (2021)

$$\begin{aligned} \rightarrow P_m^i = & \underbrace{C^i + cN^j - \bar{b}^j N^j}_{\text{precio socialmente óptimo}} + \underbrace{\frac{P_m^i}{\epsilon_m^i}}_{\text{markup}} + \underbrace{(\bar{b}^j - \tilde{b}^j) N^j}_{\text{Distorsión de Spence}} + \underbrace{(\tilde{b}^j - \tilde{b}_m^j) N^j}_{\text{Displacement distortion}} + \underbrace{(\tilde{b}_m^j - c)(N^j - N_m^j)}_{\text{Scale distortion}} \end{aligned}$$

➔ Lo rojo es lo cubierto por Weyl. Lo negro, tiene que ver con el hecho de que N^j y N_m^j son distintos y también lo son \tilde{b}^j y \tilde{b}_m^j . Es decir, la distorsión de Spence no considera que el número de usuarios cambia- al cambiar el precio- y que la valoración marginal también cambia.

➔ Ese es error de Weyl, que lo llevó a concluir que la TI siempre será mayor que la óptima. (error reconocido por él mismo, después de la crítica de Wright y Tan, Weyl (2018): *A Price Theory of Multi-Sided Platforms: Reply*. American Economic Review 2018, 108(9): 2761-2762).



Costos fijos vs costos variables: ¿incluir unos y no otros?

- El consultor asume, sin evidencia, que los costos fijos son pagados por tarjetahabientes → la TI sólo debe cubrir costos variables del uso de tarjetas. Pero, en un mercado inmaduro, para incentivar el uso de tarjetas también se debe incentivar la tenencia. Tal como vimos en las ecuaciones del precio óptimo, se considera el costo total, no el marginal por operación. (Tan y Wright, 2021).
- Los emisores más efectivos, en inclusión financiera son precisamente los que no cobran pagos fijos. Basta ver el caso de la cuenta RUT del *BancoEstado* con 13+ millones de cuentas RUT y otros emisores de tarjetas de prepago.
- De hecho, los ejemplos usados por el consultor -Australia y EE. UU.- ratifican aprehensiones por los efectos negativos que éstas generaron: incremento de los costos al consumidor (mayor precio/menores beneficios), exclusión financiera de grupos de menores ingresos. (ver Bureau para la Protección del Consumidor Financiero de los EE. UU., evaluación de la Enmienda Durbin, para la regulación de las TI de débito.)



Mercado maduro: cambio tecnológico que aumenta costos

- Aún si hubiera plena penetración, no tiene ningún sentido económico tarificar a costo marginal de corto plazo.
- En los mercados de un solo lado se tarifica a costo marginal de largo plazo o costo incremental de desarrollo. De otra manera, la inversión se ve desincentivada, lo que es particularmente grave en una industria de innovación y con de desafíos de seguridad crecientes que requieren aumentar la inversión para mejorar el nivel y calidad del servicio.
- La industria de pagos está en la mitad de un proceso de evolución y se requieren los recursos para incentivar las inversiones. Entre las muchas tecnologías que están en implementación y que requieren de un complejo proceso de desarrollo por parte de todos los eslabones de la cadena (emisores, adquirente, facilitadores, etc), están los mecanismos de autenticación activa y pasiva (Ej. Biometría), códigos QR, implementación de nuevas interfaces de usuario digitales.



Heterogeneidad: falta desarrollo académico

- Incluso la literatura más reciente no alcanza para cubrir las dificultades de fijar las TI y los desafíos a los que se ven enfrentadas las marcas al determinarlas
- Volviendo al precio óptimo, vemos que supone que la externalidad depende del número de participantes en el lado J . Ello se deriva del supuesto que cada miembro en el lado i efectúa una transacción con cada miembro del lado j .

$$p^i = \underbrace{c^i + cN^j}_{\text{costo total}} - \underbrace{\bar{b}^j N^j}_{\text{beneficio externo en el lado } j}$$

- Pero la realidad es más compleja: no todos transan con todos y a algunos comercios les interesan más un tipo de consumidores sobre otros. Es por tal heterogeneidad que se justifican TI distintas para distintos rubros, productos (colores de tarjeta), distintas transacciones (CP vs CNP).
- Tanto es así, que aún en la estricta regulación europea quedó fuera las tarjetas comerciales que son muy atractivas para los comercios que las reciben, para las empresas que se las entregan a sus empleados o las usan para capital de trabajo.



Heterogeneidad por rubro

- Un restaurant de lujo aporta poca externalidad a la plataforma porque poca gente estará incentivada a tener tarjeta sólo para ir a ese tipo de restaurant. Por otra parte, la aceptación en una cadena de supermercados atrae mucha gente a la plataforma, es decir, su N_j es enorme y paga una TI mucho menor.

Heterogeneidad por tipo de tarjeta

- Las tarjetas de alta gama, traen externalidades a los comercios al posibilitar las compras de alto valor. Es decir, les traen distintas externalidades los distintos tipos de tarjetas y está dispuesto a incentivar el uso de las más “exclusivas”.

Heterogeneidad por tipo de transacción

- En la diferenciación CP y CNP: hay diferencias en costos por seguridad y hay que incentivar a los emisores a adoptarlas y a las plataformas a desarrollarlas.



Heterogeneidad y test del turista

La importancia de la heterogeneidad debe ser destacada y enfatizada.

- Ésta seguirá siendo gravitante en un futuro ejercicio de tarificación con el método del test de indiferencia. El test de indiferencia también se basa en costos e ignora las externalidades; la diferencia es que en vez de fijarse en el costo del emisor se enfoca en el costo de manejar efectivo para el comerciante. Así, al correr esa metodología también nos encontraremos con la necesidad de ponderar otro conjunto de heterogeneidades, lo que no se hizo en el caso europeo (mercado maduro). Diferencia de costos de manejar medios de pagos alternativos de distintos comercios.
- Una tasa máxima general (que no considera heterogeneidad) comprime la distribución de tasas y genera efectos sub-óptimos, como puede ser la reducción a los rubros que menos externalidades positivas generan a la plataforma y el aumento a aquellos rubros que realmente le importan a la mayoría de los tarjetahabientes. Todo lo anterior podría reducir el uso de la plataforma y consecuentemente el bienestar social.
- Ese bienestar social se compone tanto de los beneficios que obtienen los partícipes de la plataforma como la población en general, al reducirse las actividades asociadas a evasión tributaria, corrupción, fraudes y crimen, y costos de emisión y distribución de efectivo.



- Al limitar la entrada, se reduce la probabilidad de que alcancemos altos niveles de competencia que convengan al regulador de lo innecesario que es regular.



www.butelmann.cl

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