

# AMERICAN EXPRESS

Comité para la Fijación de Límites a las Tasas de Intercambio

23 de junio de 2022

AMEX

# Alrededor

## DEL MUNDO



172 años de historia  
199 Bancos Licenciados  
180+ Países



Empleados  
64K+



Tarjetas Emitidas  
121M+



Facturación anual mundial  
\$ 1.2 Trillones



Ingresos Anuales  
\$ 42.3B



Líder en segmento  
Premium, Corporativo  
y de Viajes



Customer  
Service Award  
8 años consecutivos

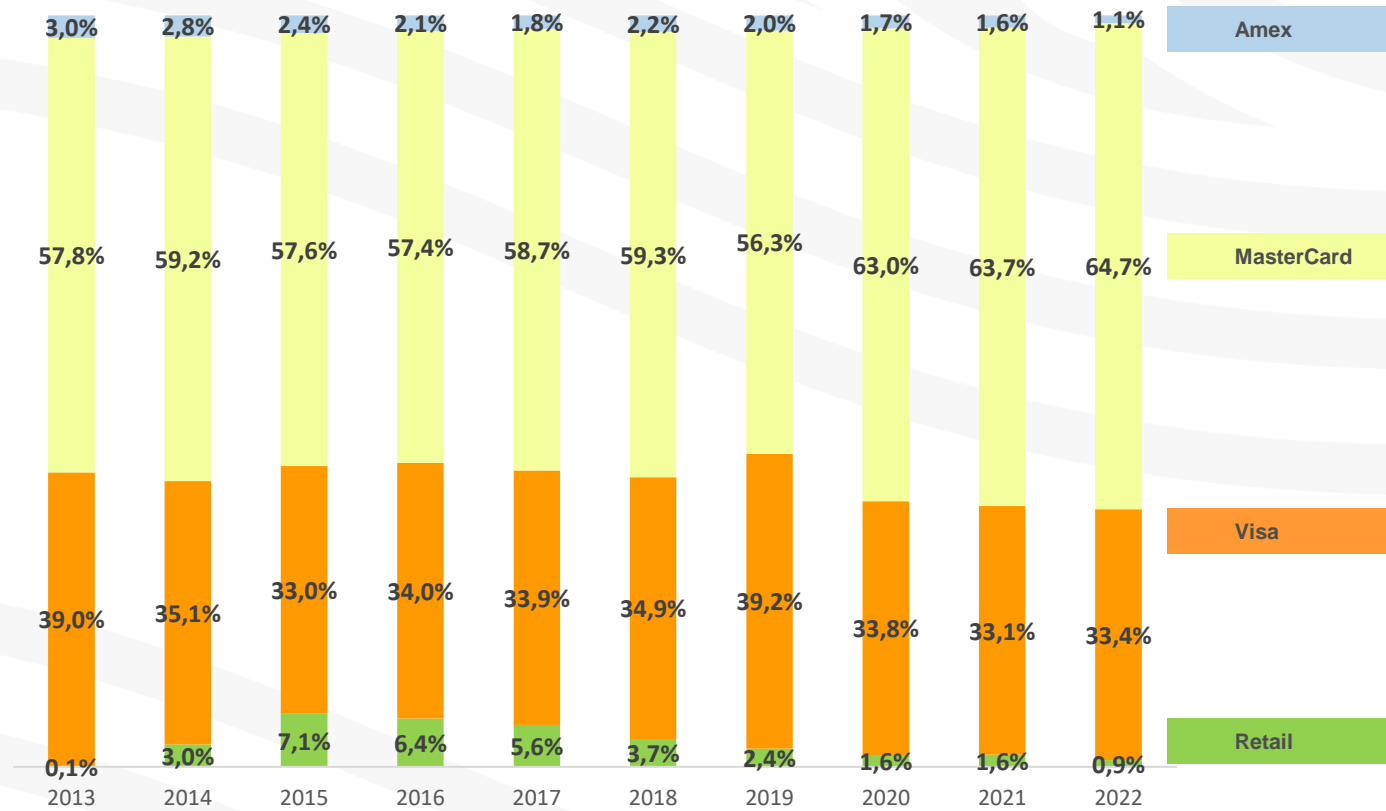


INTERBRAND  
# 1 Servicios Financieros  
# 24 Best Global Brands  
# 1 Emisor a Nivel Global



Datos de 2021  
Fuente: Reporte Anual 2021

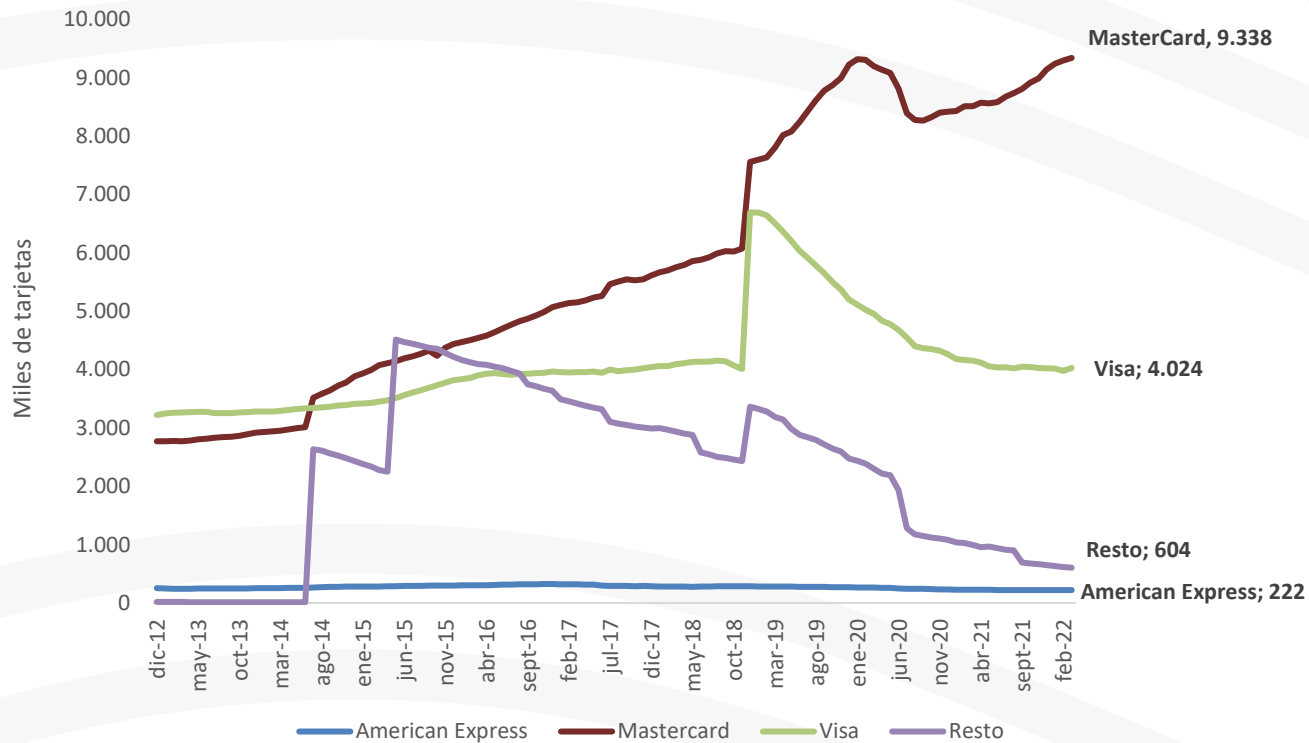
## Participación de marcas en el segmento de tarjetas de crédito (2013-2022)



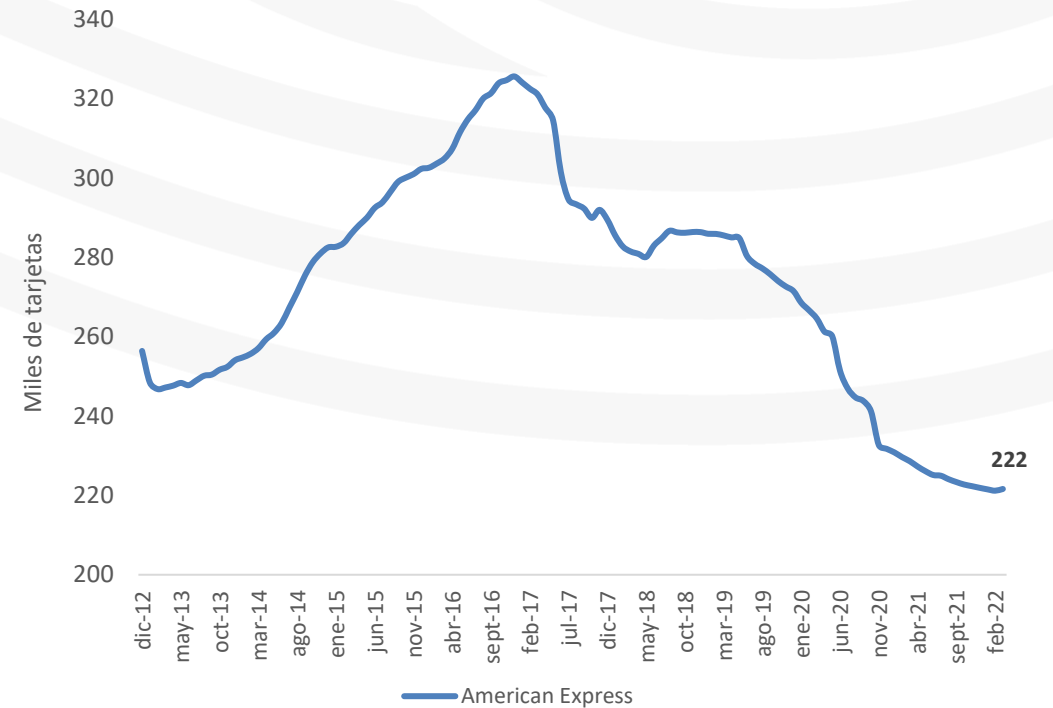
Fuente: Elaboración propia en base a las fuentes públicas de la CMF.

# Segmento de tarjetas

## Tarjetas vigentes: American Express, MasterCard, Visa y Resto



## Tarjetas vigentes: American Express



Fuente: Elaboración propia en base a las fuentes públicas de la CMF.

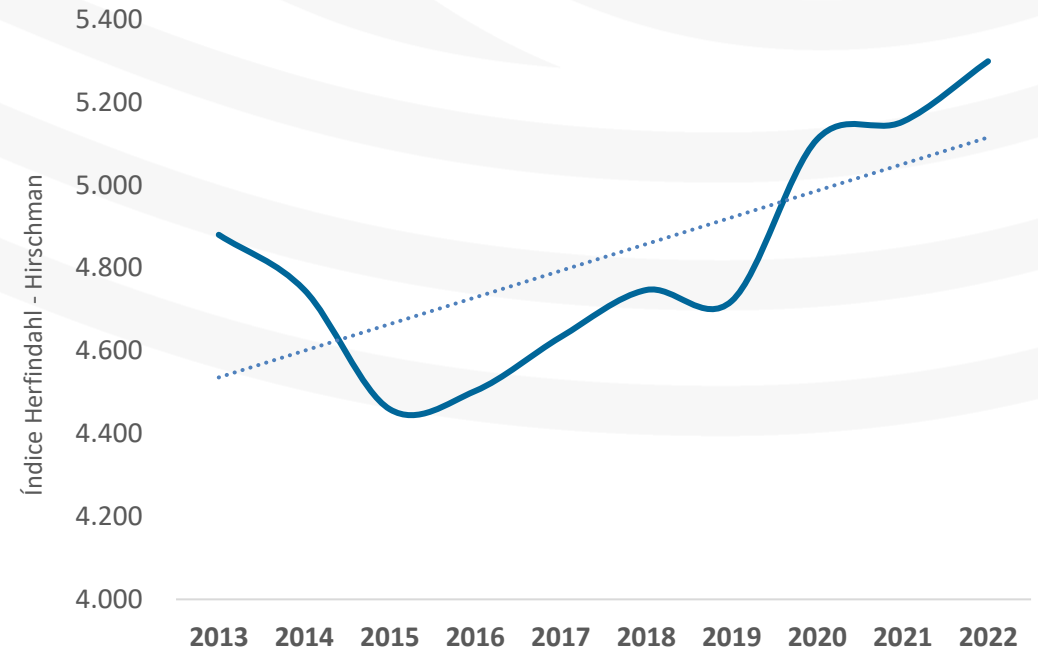
## Participación de marcas por banco o institución financiera emisora

Bancos e Instituciones Financieras Emisoras	Marcas		
	MasterCard	Visa	American Express
Banco Santander	X	X	X
Banco de Chile	X	X	
Scotiabank	X	X	
BCI	X	X	
Itaú	X	X	
Bice		X	
Banco Security	X		
Banco Estado	X	X	
Banco Falabella	X	X	
Banco Ripley	X		
Banco Internacional	X		
Cencosud Scotiabank	X	X	
CMR Falabella		X	
Lider BCI	X		
Consortio		X	
Tricard (Tricot)		X	
Corona	X	X	
Coopeuch	X	X	
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>1</b>

Fuente: Elaboración propia en base a las fuentes públicas de la CMF.

- Barreras estructurales
  - Economías de escala de los grandes jugadores
  - Mercado altamente concentrado
- Dificultad para sumar emisores dado su bajo volumen de transacciones de AmEx, por tanto no justifica la inversión

Índice de concentración del mercado (Índice Herfindahl-Hirschman, 2013-2022)



- Según la Federal Trade Commission y la Fiscalía Nacional Económica, puede considerarse que un mercado es altamente concentrado cuando el HHI supera los 2500 puntos, valor que Chile casi duplica en el segmento de tarjetas de crédito.

- Barreras Adicionales
  - Costo para el emisor de incorporar una nueva marca en desarrollo de sistemas y recursos
  - Costo de oportunidad frente a otros proyectos
  - Imposibilidad de diferenciación de las marcas, que se agrava para los jugadores pequeños

- Transición al M4P fue prometedora, pero los límites preliminares congelaron las negociaciones con potenciales emisores
- Rentabilidad incierta por el impacto de incluso unos pocos puntos básicos en un volumen bajo de transacciones
- Amex mantuvo sin cambios las tasas que ya se encontraban debajo del límite



- Exención para marcas entrantes o de baja participación
- Marcas por debajo de 20% de market share eximidas de los topes
- Incentivo para un mercado más competitivo, inclusivo e innovador

# AGRADECIMIENTO Y DATOS DE CONTACTO

Clara Gómez – Manager and Counsel, Latinoamérica – [Clara.I.Gomez@aexp.com](mailto:Clara.I.Gomez@aexp.com)

Cintya Martínez – Directora, Relaciones Gubernamentales, Latinoamérica – [cintya.martinez@aexp.com](mailto:cintya.martinez@aexp.com)

Carolin Morales – Gerente de negocio, Chile – [carolin.morales@aexp.com](mailto:carolin.morales@aexp.com)

Alejo Quiroga – Director de negocio, Región Andina – [alejo.e.quiroga@aexp.com](mailto:alejo.e.quiroga@aexp.com)

Ricardo Albino – Vicepresidente de finanzas. Latinoamérica – [ricardo.m.albino@aexp.com](mailto:ricardo.m.albino@aexp.com)

Lucas Barreiros – consultor externo – [lucas@quipuadvisors.com](mailto:lucas@quipuadvisors.com)



DON'T *do business* WITHOUT IT™