

Se viene la inclusión financiera en medios de pagos electrónicos

Patricio Arrau
Ph. D. Economía, Universidad de Pennsylvania
Consejero y Vicepresidente Ciudadanos
Investigador Asociado Centro de Estudios
Plural

(Columna de opinión La Tercera, 21 de mayo de 2016)

El martes recién pasado, la Comisión de Hacienda del Senado despachó por 4 votos a favor y 1 en contra el Proyecto de Ley que permite la Emisión de Medios de Pago con Provisión de Fondos por Entidades no Bancarias. Las llamadas tarjetas o sistemas de prepago serán una realidad en Chile. Este es un proyecto de gran importancia, que cambiará la vida a millones de chilenos, tanto personas como comerciantes, que han estado excluidos de los medios de pago modernos y condenados al efectivo. Es una nueva revolución del dinero en el planeta donde Chile se estaba quedando atrás. Dos son las razones por las que Chile estaba rezagando, una es regulatoria. Quizá Chile era el único país en el mundo donde la emisión de estos medios de prepago estaba limitada por ley a los bancos. En muchos lugares han aparecido plataformas web y móviles para cargar dinero y pagar desde ellas, pero en Chile estaba prohibido. Muchos emprendedores han desarrollado estos sistemas pero mientras no contaran con una autorización legal no podían expandirlas. Hoy es totalmente posible aspirar a una universalización de pagos digitales, para todas las personas, todos los comercios, en todos los rincones de Chile. ¿Por qué entonces, si existe un buen caso de negocios, los bancos no han expandido estos medios de pagos en forma masiva?. Otra pregunta relacionada, ¿por qué el único banco que si lo hizo, Bancoestado, ha tenido un mal caso de negocios con la tarjeta RUT?. En efecto, al cierre del 2015 existen 8,3 millones de tarjetas Rut en Chile.

Para poder responder a estas preguntas se requiere avanzar en conceptos adicionales. Si bien la tecnología para transacciones de bajo monto rentable a través de teléfonos celulares inteligentes se encuentra disponible hace varios años, para que las nuevas tecnologías se traduzcan en productividad y expansión masiva de los servicios se requieren modelos de negocios y de competencia que estimulen esa expansión. El modelo transaccional bancario desarrollado desde hace 25 años no provee esos incentivos. Estaba concebido en las tecnologías antiguas, donde era necesario tender un “par de cobre” para llegar a los comercios y si no existía suficiente volumen de transacciones no se podía rentabilizar la inversión. Las redes eran un monopolio natural. Así ese modelo introdujo las llamadas tablas de descuento por volumen para adherir comercios, lo que incentiva que se adhieran los grandes comercios y se resistan los pequeños. El caso de negocios fue rentable pero no incentivaba la expansión masiva del lado comercial. Sin desafiantes la banca no tenía incentivo para cambiar su modelo de negocios que data desde 1991. La nueva competencia de los entrantes a la industria de medios de pagos obligará a este cambio. ¿Y el Bancoestado?. En un modelo de negocios que no adhería muchos comercios, por el odioso



descuento por volumen, regalar 8,3 millones de tarjetas Rut terminó siendo un dolor de cabeza. Además el banco, en lugar de incentivar a muchos adquirentes a buscar la adhesión de los comercios, decidió integrarse verticalmente en su Caja Vecina. Aquí el banco se equivocó. Después de muchos años tiene solo 15.000 puntos, y cientos de giros de cajeros automáticos. La esencia del sistema de pagos es mirar los dos lados, y Bancoestado sólo vio un lado. Es decir, 8,3 millones de tarjetas y 15.000 puntos de Caja Vecina no son un calce adecuado de ambos lados. El costo de un giro de cajero para Bancoestado es \$ 500 y la comisión de giro es \$ 300. La solución no es subir la comisión a \$ 500 pesos, la solución es universalizar los comercios con adhesión a los sistemas de pagos y ello se logra incentivando competencia en la adhesión, con multiplicidad de plataformas y sistemas, donde los teléfonos móviles son el camino, no los caros POS del modelo antiguo. Los costos transaccionales hoy son muy inferiores a los mencionados

La entrada de nuevos actores a la industria de medios de pagos electrónicos también significa un nuevo desafío para la autoridad. Particularmente, para potenciar rápidamente la universalización de estos medios, es indispensable que la autoridad, en particular el Banco Central, se decida de una vez a supervigilar las tasas de intercambio entre los emisores y los nuevos adquirentes que emergerán en el mercado. Dejar aquello a la negociación bilateral no funciona. También es hora de declarar de una vez como discriminación de precios los llamados descuentos por volumen, algo que debe hacer la Fiscalía Nacional Económico y el Tribunal de Libre Competencia. En todo caso, el calibre de los nuevos entrantes, entre los cuales estarán las casas comerciales, Cajas de Compensación, Cooperativas y Metro S.A. permiten abrigar esperanzas de que un nuevo modelo competitivo e inclusivo sustituya al antiguo paradigma selectivo y excluyente.