

LEONARDO CÁRDENAS

La llegada de Metro de Santiago al negocio de los medios de pago, con su tarjeta Metro Pago —un producto de débito, respaldado por Visa— ha generado oposición en la industria. Aunque la tarjeta servirá para pagar pasajes en el tren subterráneo, también se podrá usar para compras en comercios y servicios.

El 12 de febrero de 2025, la Empresa de Transporte de Pasajeros Metro S.A. presentó una consulta al Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC). En el marco de este proceso es que distintos actores han comenzado a manifestar sus reparos y apoyo a la iniciativa.

A las críticas de Tenpo, Unired y la Fiscalía Nacional Económica (FNE) se sumaron Copec, Mercado Pago, American Express, Mastercard y la caja Los Héroes. Todos advierten que MetroPago tiene una ventaja injusta: el uso exclusivo de la infraestructura del Metro, como boleterías y máquinas de autoservicio, financiadas con recursos públicos. Eso le baja los costos, a diferencia de los otros emisores que deben invertir en su propia red.

También critican que Metro exija a los otros emisores ofrecer puntos físicos de carga y recaudación similares a los suyos. Para muchos, eso es imposible, sobre todo para los que operan solo en digital. Según AMEX y Mastercard, esa exigencia puede dejar a varios fuera del mercado. Coopeuch, por su parte, plantea que ya no tiene sentido justificar esta entrada como una forma de fomentar la inclusión financiera, ya que hoy existen más de once millones de tarjetas de prepago activas y el mercado es mucho más competitivo que cuando se dictó la ley que permitió la operación de MetroPago en 2016.

Mastercard sostuvo en el TDLC que “mientras MetroPago se podrá beneficiar sin limitaciones de la amplia Red de Carga de su matriz para la recaudación de dinero y carga de fondos en Tarjetas de Prepago de su propia emisión, la propuesta, en la práctica, priva al resto de los participantes del mercado de esa posibilidad, consolidando de ese modo una ventaja competitiva significativa a favor de MetroPago, como emisor, que ningún otro actor será capaz de replicar”.

Copec añadió: “La consultante cuenta con acceso privilegiado a una infraestructura de carga pública, financiada con recursos fiscales, que no puede ser replicada por otros Medios de Pago con Provisión de Fondos (MPPF). Esto incide en forma directa en su estructura de costos y le otorga una ventaja comparativa muy difícil o imposible de igualar”.

American Express cuestionó a Metro por el proceso de selección de la marca internacional para su tarjeta de prepago, pues, a su juicio, “debió cumplir con criterios dotados de mayor objetividad, razonabilidad y transparencia”.

La empresa sostiene que, pese a haber sido invitada a participar en la licitación privada convocada por MetroPago, el proceso fue

Mastercard, American Express y Copec se lanzan en picada contra el ingreso de Metro al mercado de tarjetas

La tarjeta Metro Pago genera críticas por el uso exclusivo de la red de carga del Metro, lo que, según actores del mercado, le da una ventaja injusta. Mientras el Ministerio de Transportes respalda el proyecto que, dice, tiene condiciones equitativas, Visa aclaró que solo actúa como marca.



declarado desierto sin mayores explicaciones y luego reabierto de forma informal, con nuevas condiciones. AMEX sostiene que, aun cuando presentó una oferta competitiva, se enteró por la prensa de que la adjudicación se habría hecho a Visa. Según plantea, este tipo de procedimientos no se condice con los estándares que debería observar una empresa pública que accede a infraestructura financiada con recursos del Estado.

BUENA FE

Mercado Pago, la filial financiera de Mercado Libre, también apuntó a MetroPago, por lanzar su tarjeta de prepago sin esperar la aprobación del TDLC. Según la empresa, hacerlo sería ir en contra de la buena fe, ya que la propia MetroPago había dicho antes que necesitaba ese visto bueno para comenzar a operar.

A juicio de Mercado Pago, avanzar sin esa autorización no solo rompería con lo que la misma MetroPago planteó anteriormente,

sino que además le daría una ventaja difícil de igualar al resto de los actores del mercado. Por eso, pide que el tribunal intervenga y exija que el proyecto se detenga hasta tener todo aprobado formalmente.

“Entrar al mercado de MPPF sin previa resolución de la presente consulta, sería un actuar contrario a la buena fe y a los actos propios de MetroPago, en tanto ha dicho que la ‘Regla de resguardo a la libre competencia’ —entendiendo por ella la previa aprobación de la PGC por parte de este H. Tribunal—, es uno de los requisitos para ingresar como emisor no bancario al mercado de MPPF”, acotó.

EN DEFENSA DE METRO

Mientras, el Ministerio de Transportes apoyó la propuesta de MetroPago y explicó que este tipo de servicios deben cumplir reglas claras: condiciones justas, transparentes y parejas para todos los actores. Como Metro usa infraestructura pública para ofrecer estos servicios, el ministerio recalzó que debe

seguir normas que garanticen competencia y no se aproveche de su posición.

Además, el ministerio recordó que Metro, por ley, puede prestar servicios como la recarga de tarjetas, pero siempre bajo reglas que aseguren que otros también puedan acceder a esas redes sin ser discriminados. Para el MTT, la clave es que todos compitan en igualdad de condiciones.

Visa, en tanto, aclaró que su única relación con MetroPago es como marca de la tarjeta, y que no participa en los acuerdos comerciales con otros emisores. Su rol se limita a permitir que las transacciones con esa tarjeta se procesen a través de su red VisaNet.

También valoró que MetroPago haya separado sus negocios: uno para emitir su propia tarjeta (donde participa Visa) y otro para prestar servicios a otras empresas. Para Visa, esto ayuda a que haya claridad en los costos y se eviten ventajas injustas.

MetroPago sale al paso de las críticas

MetroPago defendió su ingreso al mercado de tarjetas apelando a que cumplió con la normativa legal, pasando por la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) y el Subregistro de Emisores de Tarjetas de Pago con Provisión de Fondos.

“Confirma el cumplimiento de todos los requisitos legales y normativos para iniciar su gestión comercial en Chile”, dijo en su comunicado.

MetroPago también comentó que la consulta presentada ante el TDLC busca “fijar condiciones generales para un servicio complementario que se relaciona al uso de boleterías de Metro por parte de otros emisores distintos a MetroPago, bajo reglas claras y no discriminatorias que fomenten la libre competencia, tal como la ley lo exige”.

“La consulta al TDLC no condiciona ni interfiere de ningún modo la autorización operativa ya otorgada por la CMF”, agregó.

Al cierre de su declaración, MetroPago resaltó que ellos no vienen a afectar la competencia, sino que, “viene a sumarse como una alternativa adicional, ampliando las opciones disponibles para los usuarios”.