

Comisiones se perciben como principal obstáculo en el comercio:

Hasta 2% por venta: El costo que frena el pago electrónico

J. AGUILERA

El costo de aceptar pagos con tarjeta se ha instalado como una de las principales barreras del comercio para aceptar medios electrónicos, de acuerdo con una reciente encuesta de ChilePay y la Cámara Nacional de Comercio (CNC). Según la medición, aunque el rubro reconoce que hay una tendencia de los consumidores a exigir la disponibilidad de más plataformas, la prevalencia que todavía tienen las transferencias directas o el pago en efectivo —especialmente en microempresas— se explica mayormente por el costo asociado a implementar esta tecnología.

Para aceptar pagos con tarjeta, los comercios necesitan un dispositivo electrónico conocido como "POS", que es provisto por las empresas de adquirencia. Además de "arrendar" estas máquinas, los vendedores deben pagar una comisión por su uso, conocida como el "merchant discount". Esta tarifa se compone de tres elementos: la tasa de intercambio (es fija y se paga al emisor de la tarjeta), el costo de marca (dirigido a Visa o MasterCard, que definen el precio) y el margen adquirente, la parte que descuentan las compañías que ponen a disposición las máquinas.

En los hechos, según la encuesta, la red de adquirencia más utilizada por el comercio es Transbank, que fue mencionada por un 61,4% de los encuestados. La siguen de lejos en el segundo puesto Getnet, de Banco Santander

Aunque la industria reconoce la importancia de adaptarse a diferentes medios de pago, el descuento por transacción se ve como el mayor desincentivo a implementar tecnologías.



La comisión que pagan los comercios por ventas con tarjetas se reparte entre los emisores, la red adquirente y las "marcas" de cada tarjeta.

(25,4%); Mercado Pago (10,6%); Compañía de Comercio (6,2%); BCI Pagos (4,8%); SumUp (4,3%) y Haulmer (2,8%) y Klap o sus filiales (2,2%).

TRANSBANK
 Es la red de adquirencia más utilizada, según la encuesta de ChilePay y la CNC.

Vanessa Facuse, socia de Bofill Escobar abogados y cofundadora de Red Procompetencia, añade que "a estos factores se suma la posibilidad de negociación: los descuentos varían según el tipo de comercio, su ticket promedio, el medio de pago utilizado y el operador —o subadquirente— con el que se contrata. En el caso de Transbank,

por ejemplo, el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia autorizó un esquema mixto que combina un componente fijo según tipo de cliente con otro variable según el valor del ticket".

Costo de comisiones

Respecto de Transbank, la red más utilizada, hay una tarifa fija que corresponde al margen adquirente, que va desde 0,0018 UF a 0,0019 UF por venta para tarjetas nacionales, donde el cobro más alto aplica a las tarjetas de crédito. La tarifa variable es de 0,66% para tarjetas de débito, 1,16% para tarjetas de prepago y de 1,35% para tarjetas de crédito.

Según el simulador disponible en la web de la compañía, esta estructura implica que, para el caso de una panadería, la comisión a cobrar por una venta presencial de \$30.000 es de \$319, es decir, un 1,06%. La comisión por la misma venta sube a 1,7% cuando se compra con una tarjeta de prepago, y hasta 1,9% cuando se trata de tarjetas de crédito.

Para la misma transacción, la segunda más utilizada del mercado, Getnet, ofrece una comisión en torno a 0,8% para tarjetas de débito, y de 1,78% para crédito. Otras firmas, como BancoEstado a través de "Compraquí", ofrecen un merchant discount que va desde 1,29% a 2,3%.