

Presentación al Comité para la Fijación de Límites a las Tasas de Intercambio

SMU S.A.

Junio 2022



Disclaimer

Esta presentación puede contener proyecciones estimadas. Hemos basado cualquier proyección estimada principalmente en nuestras expectativas y proyecciones actuales en relación a eventos o tendencias financieras que puedan afectar a nuestro negocio y/o industria en el futuro. Si bien la administración considera que estas proyecciones son razonables, en base a la información que se posee actualmente, existen distintos factores que podrían llevar a que nuestros resultados difieran en significativamente con respecto a lo esperado, de acuerdo a nuestras proyecciones estimadas. Las palabras “creer”, “buscar”, “esperar”, “estimar”, “proyectar”, “planificar”, “debería”, “anticipar” y otras palabras similares, buscan expresar proyecciones estimadas. Estas proyecciones estimadas incluyen información acerca de los resultados posibles o esperados de nuestras operaciones, estrategias de negocio, planes de financiamiento, posición financiera, condiciones del mercado, potenciales oportunidades de crecimiento y los efectos del marco regulatorio y la competencia en el futuro. .

Es de la esencia de las proyecciones estimadas, que estas involucren numerosos riesgos e incertidumbres, tanto generales como específicas, incluyendo el riesgo inherente que tienen las proyecciones o expectativas, que son básicamente que éstas finalmente no se lleven a cabo. En virtud de los riesgos e incertidumbres antes descritos, los eventos y/o circunstancias a futuro y que se presentan en esta presentación, pueden ocurrir o no y en ningún caso son garantías de desempeño de SMU en el futuro. Por lo tanto, advertimos a los lectores que no deben basar exclusivamente sus decisiones u opiniones en estas declaraciones. Las proyecciones estimadas son válidas solamente en la fecha en que se realizan, y SMU no asume ninguna obligación para actualizar o modificar cualquiera de las proyecciones estimadas contenidas en esta presentación, ya sea por existir nueva información o tratarse de hechos posteriores u otros factores nuevos.

Agenda

01 Un Vistazo a SMU



02 Resumen ideas ya formuladas: Importancia de regular



03 Resumen ideas ya formuladas: Tendencias Débito y Crédito



04 Efecto modelo 4 partes y Tasas de Intercambio provisionarias



05 Conclusiones Generales



SMU Visión & Fortalezas

Queremos ser la red de supermercados más cercana para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, aprovechando nuestros múltiples formatos, amplia cobertura geográfica y de población, y profundo conocimiento de nuestros clientes



Profundo conocimiento de clientes

Múltiples formatos



378 Tiendas

Estamos en todas las regiones
Llegamos a más del 80% de la población de Chile

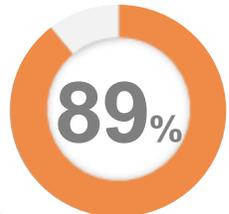


24.500

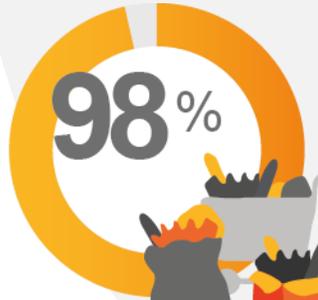
Colaboradores a nivel nacional



Somos una radiografía de la sociedad Chilena



C2C3D



Foco en alimentos: representan el 98% de nuestras ventas



Somos la 3° cadena supermercadista en Chile, con un 18,3% de participación

3er



SMU en su presentación de octubre 2021 indica los siguientes puntos a considerar respecto a la importancia y efectos de la regulación en el M4P:

Un mercado que requiere regulación

El mercado de tarjetas por su naturaleza debe ser necesariamente **regulado en pos de generar un modelo económicamente eficiente para todos los actores de mercado**, incluyendo consumidores y comercios.

El rol de las marcas

Es posible notar que las **marcas no tienen correctamente alineados sus incentivos** para regular una tasa de intercambio que reparta en forma justa el valor de los servicios de pago

En ausencia de un marco regulatorio, se estima que las plataformas tendrán incentivos a establecer merchant discounts no competitivos, lo que ya fue demostrado con los ajustes realizados en abril, en el marco de las tasas provisionarias.

La experiencia Internacional

En Chile el Merchant discount TC es 2,5 veces mayor al de Australia y Reino Unido,. Para TD es 1,2 veces el de Australia y más del doble que en el Reino Unido

En México se ha procedido ha distinguir a su vez por tipo de comercio (ej. supermercados), con sub límites inferiores para cada uno de ellos.

01

Mismo servicio, alza tarifaria sin justificación

No es lógico, que por cambio de modelo (M3P a M4P) **las tarifas aumenten** por el mismo servicio

Se aceptan las mismas tarjetas, mismo propósito, no existe una diferencia sustancial para el comercio, pero si con un costo sustancialmente mayor para el comercio

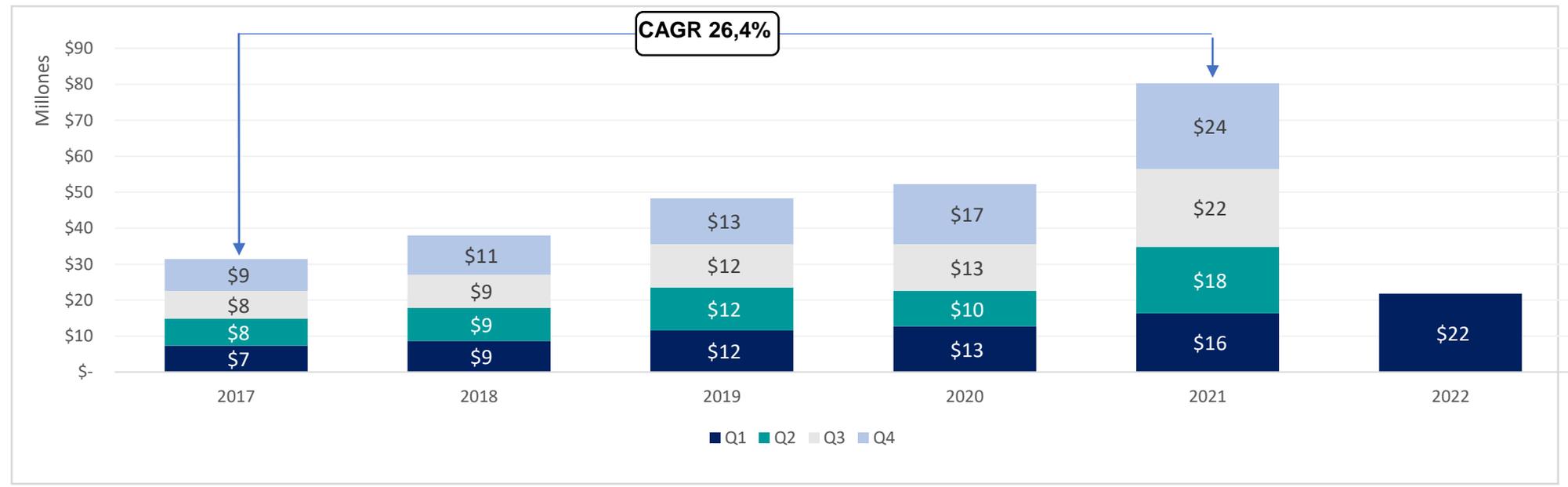
02

Efectos negativos en consumidores

El alza de tasas tiene un **efecto directo sobre el costo para los comercios** por aceptar tarjetas y sobre los precios finales que paguen los consumidores. Esto termina siendo un sobrecosto **para todos los clientes**, incluso aquellos que no participan de estos medios de pago.

De acuerdo a datos de la CMF, durante el 1Q 2022 los pagos tarjeta de débito y crédito mantienen un acelerado crecimiento, con un mercado que proyecta triplicarse en el periodo 2017-2022

Evolución ventas con TC y TD a nivel nacional



Año	Monto Venta en MMM\$			Variación vs AA			Variación Acumulada
	TD	TC	Total	TD	TC	Total	
2017	\$ 16.265	\$ 15.130	\$ 31.394				
2018	\$ 19.781	\$ 18.198	\$ 37.979	22%	20%	0%	21%
2019	\$ 23.723	\$ 24.572	\$ 48.295	20%	35%	27%	54%
2020	\$ 29.618	\$ 22.613	\$ 52.230	25%	-8%	8%	66%
2021	\$ 51.680	\$ 28.559	\$ 80.239	74%	26%	54%	156%

- Las ventas a nivel nacional con TD y TC alcanzaron un total de MMM\$80.239 el año 2021 (datos CMF), esto representa un crecimiento compuesto de 26,4% en los últimos cuatro años.
- Recordemos que el crecimiento de la compañía es de un 2,7% en el período comparable 2017-2020
- El 1Q 2022 tiene una variación de un 30% respecto a mismo periodo 2021, por lo nuevamente se proyecta niveles récord de venta, creciendo por sobre el promedio de los últimos años.

Con tasas que ya habían aumentado en el inicio del M4P, la promulgación de la propuesta preliminar de límites a las tasas de intercambio de febrero del 2022 las marcas optaron por aumentar aun más las tasas de intercambio aprovechando el espacio que se les generó afectando el sistema de pagos en general

Fijación tasas de intercambio provisorias



Detalle	Débito	Crédito	Prepago
Original	0,40%	1,05%	0,40%
Nuevas TI	0,45%	1,10%	1,04%
Var Simple	0,05%	0,05%	0,64%
Var %	12,5%	4,8%	160,0%



Detalle	Débito	Crédito	Prepago
Original	0,45%	1,05%	0,40%
Nuevas TI	0,60%	1,05%	1,04%
Var Simple	0,15%	0,00%	0,64%
Var %	33,3%	0,0%	160,0%

01

Los límites provisorios **generó** todo el **incentivo MasterCard y VISA a aumentar las tasas de intercambio** afectando a distintos rubros y el modelo de pagos en general.

02

En **tarjetas de prepago**, siendo un medio de pago similar al débito en cuanto a características, vemos que **se fijan límites que prácticamente duplican al Débito**, lo cual bajo nuestra visión no tiene justificación, sobre todo considerando que el prepago está en pleno desarrollo en la industria nacional.

03

Mastercard elimina la segmentación por tamaño para los supermercados sin justificación alguna, estandarizando el rubro en la tarifa máxima provisorio, nuevamente aprovechando todo el espacio dado por la propuesta preliminar.

04

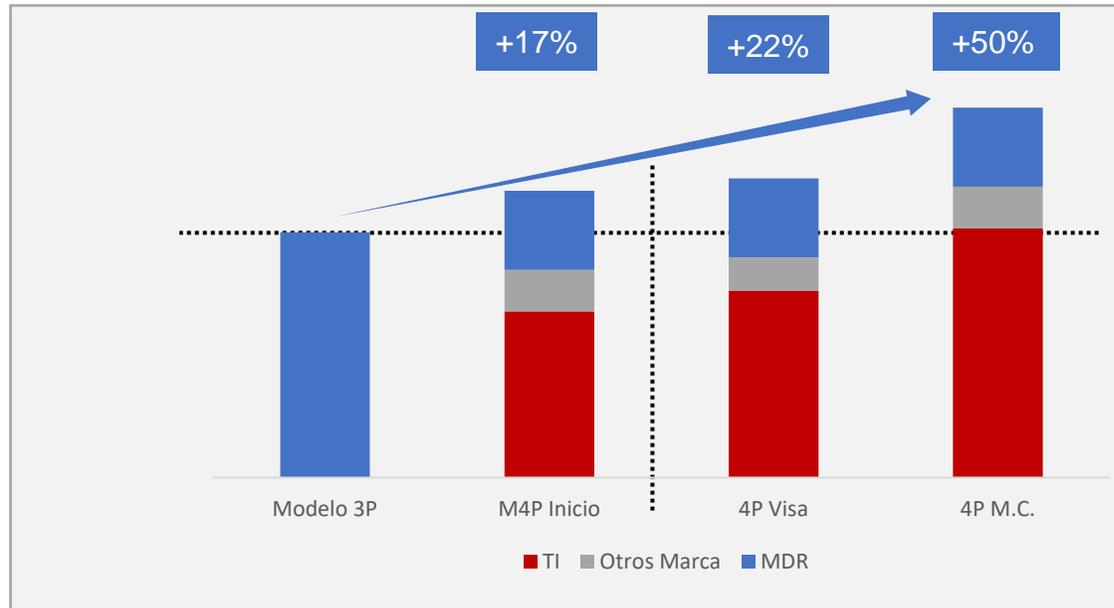
VISA y MasterCard han modificado e **incrementado múltiples TI** luego de la la propuesta preliminar de límites a las tasas de intercambio de febrero del 2022 con respecto al inicio del M4P, con la que finalmente se termina afectando directamente a la industria de supermercados (como a otras industrias), y en específico a nuestra compañía.

Efecto M4P y Tasas provisionarias

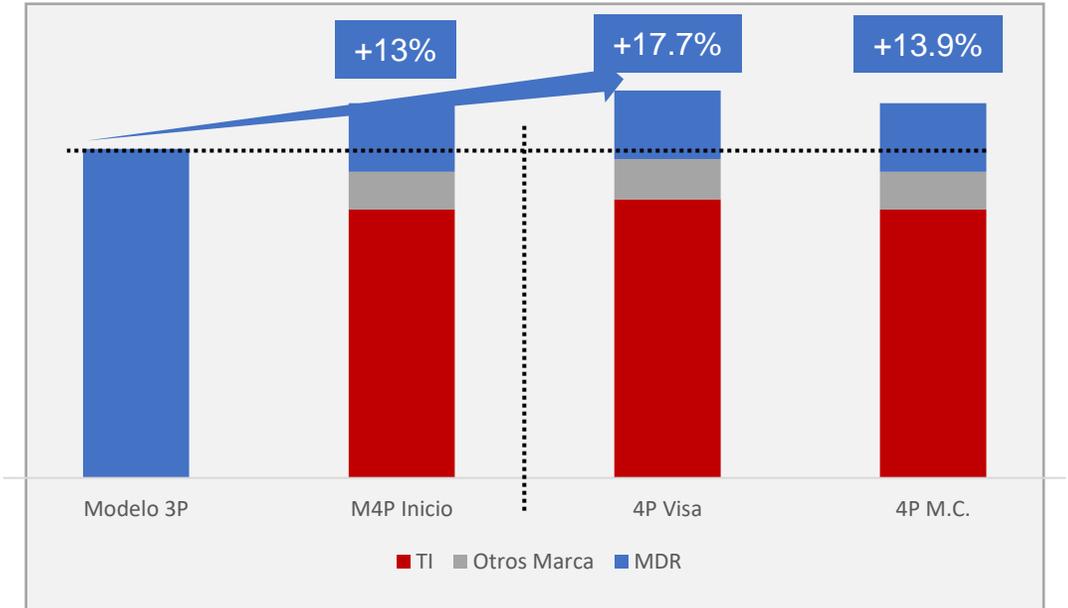
Con el inicio del M4P se tuvo un aumento de 17% en débito y 18,5% en crédito. Luego de la propuesta preliminar de límites a las tasas de intercambio de febrero 2022 esto volvió a aumentar.

1. Efecto Real: Alza de 50% (MC) y 22% (Visa) en la tasa de débito y de 17,7 y 18,4% en crédito respectivamente

Modelo de 3P y Modelo de 4P Débito



Modelo de 3P y Modelo de 4P Crédito



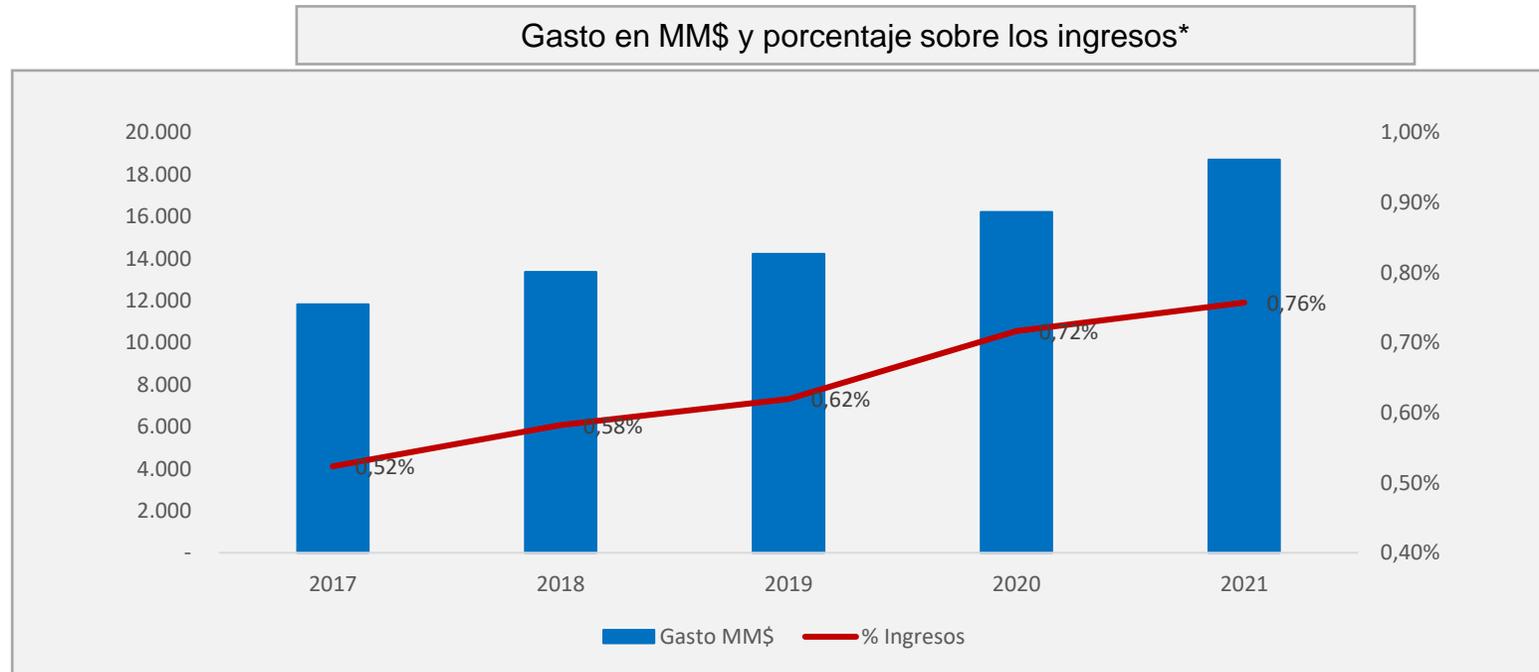
2. La Tasa de Intercambio de MC por si sola representa el 101% de la tarifa en M3P en débito y el 81,5% en crédito, y de 76,27 y 84% respectivamente para Visa. Sumado a los costos adicionales de la marca casi igualan e incluso sobrepasan (Débito MC) el antiguo costo del M3P.



Para lograr el efecto deseado de bajar los merchants en el M4P, insistimos en que se deben bajar radicalmente las TI, considerando rubros y tamaños de compañías

Este aumento de tarifas sumado al crecimiento en la participación significó un mayor gasto por MM\$2.500 durante el 2021, y si consideramos el primer trimestre del 2022 ya ha significado un mayor gasto por MM\$1.200

1. Efecto Real: Aumento hasta un 0,76% sobre los ingresos en 2021



El efecto de un mayor gasto sobre los ingresos, termina siendo remarcado en los precios lo que no permite, a nuestro entender, un traspaso correcto a los clientes ya que este termina siendo traspasado a los precios generales.

El aumento en las TI, debe ser cobrado por los emisores a los usuarios de forma directa, de modo que este sea pagado por los usuarios de las tarjetas y no por todos.

Dado el precedente de las marcas respecto a la fijación de sus tasas transitorias, se hace urgente la necesidad industria de implementar un modelo que sea acorde a los tamaños de mercado, que permita eficiencias en costos , y que sea claro y transparente en su aplicación

01

Los efectos buscados de las condiciones tarifarias

Un cambio que buscaba traspasar las eficiencias propias de las economías de escala, dadas no solo por los crecimientos de las distintas industrias sino que además por el cambio dramático en la penetración de los pagos digitales, debe significar en una dilución relevante de los costos fijos los que deben reflejarse en una disminución de costo del servicio unitario para las industrias que lo utilicen.

02

Los efectos de las condiciones tarifarias

A cambio de estas eficiencias está resultando ser un servicio más caro, donde la TI por si sola supera al precio del antiguo M3P en Débito. Este aumento de tarifas sumado al crecimiento en la participación significó un mayor gasto por MM\$2.500 durante el 2021, y si consideramos el primer trimestre del 2022 ya ha significado un mayor gasto por MM\$1.200, sin que se hayan aun reflejado el efecto de los límites provisorios.

03

El rol de las marcas

Con un mercado en sostenido crecimiento, **las marcas no tienen incentivos a ajustar sus precios en pos de un mercado competitivo**, sino que han aprovechado el espacio que ha entregado la propuesta preliminar para la fijación de las tasas máximas aumentando sus ingresos en desmedro de los comercios

04

Requerimientos del modelo de tarificación

Un modelo de clasificación transparente, con tarifas inferiores al que se tenía con el modelo cerrado de 3 partes y que se refleje claramente el **tamaño de las distintas compañías**. Deben ser **objetivamente determinadas y públicas** en cuanto a sus criterios y demás aspectos relacionados (rubros, categorías, segmentos), para poder garantizar que se cumplan efectivamente los límites de las mismas.

05

Factor Clave: Alcance de la regulación

Este modelo transparente **debiese ser extensivo a los costos de marca y demás del MD**, lo que solicitamos también sea abordado por el Comité TI, en caso contrario, es **altamente probable que las marcas utilicen este factor a su beneficio económico**, con el consiguiente riesgo para los comercios y finalmente para todos los clientes

Presentación al Comité para la Fijación de Límites a las Tasas de Intercambio

SMU S.A.

Junio 2022

