



Análisis

JORGE HERMANN
Economista

METROPAGO: ¿VALE LA PENA?

Imagine un mundo donde Metro, un emblema del transporte público, cambia su esencia para aventurarse en el sector financiero. Desde su inicio en septiembre de 1975, con la inauguración de la Línea 1 del transporte subterráneo, Metro ha crecido a 6 líneas con 640 millones de viajes y ha logrado un 91% de satisfacción ciudadana. Pero ahora, justo cuando enfrenta su mayor expansión, ¿es adecuado que Metro desvíe su atención hacia el negocio financiero con su nueva iniciativa, MetroPago?

El dilema es evidente: una empresa estatal de transporte incursionando en la creación de tarjetas de pago con provisión de fondos. La pregunta es: ¿vale la pena? La respuesta, por varias razones, es un rotundo no. Primero, a partir de octubre del 2016, la Ley N° 20.950 permitió a entidades no bancarias, incluyendo a Metro, emitir y operar tarjetas de prepago para fomentar la inclusión financiera. Sin embargo, desde entonces, el mercado de medios de pagos se ha vuelto altamente competitivo con 10 empresas emisoras de tarjetas de prepago no bancaria, fijación de límites de las tasas de intercambio y la implementación del modelo de cuatro partes con 7 redes de adquirencia, incluido el ahora extinto monopolio de Transbank. Segundo, Banco Estado ha cumplido el rol de bancari-

zar a la población con cerca de 15 millones de clientes en la Cuenta RUT, 540 sucursales y 43 mil puntos CajaVecina. Además, el banco ya ofrece un servicio de pago para transporte público mediante código QR, similar a una tarjeta de prepago.

Tercero, Metro debe concentrarse en su negocio principal, porque está enfrentando su mayor expansión con nuevas líneas y la modernización de las actuales con una inversión de US\$ 9.500 millones. Además, la empresa presenta pérdidas financieras todos los años, por ejemplo, la pérdida acumulada es 73,3 millones de UF (US\$ 3.000 millones) en la última década.

Cuarto, a partir del modelo de negocio de MetroPago se observa que Metro obtendría beneficios de una red de pagos subvencionada por el Estado, obliga a la reciprocidad de servicio y a una tarifa recíproca única con empresas de tamaño y costos distintos. A su vez, se establece un margen de rentabilidad sobre capital del 19,1%, que es excesivo para una empresa con casi nula probabilidad de quiebra por la garantía estatal sobre su deuda, entre otros aspectos.

Por lo tanto, como dice el refrán: "zapatero a tus zapatos". Metro debe centrarse en lo que conoce y en lo que es experto, en lugar de aventurarse en áreas donde no tiene experiencia alguna.