

ANEXO

INSTRUCCIONES DE CARÁCTER GENERAL N°5 (VERSIÓN FINAL)

I. INSTRUCCIONES

1. Interoperabilidad técnica:
 - a. Los emisores de tarjetas de crédito, débito y provisión de fondos (“Emisores” y “Tarjetas”, respectivamente) deben conectarse al *switch* de las marcas licenciantoras de Tarjetas (“Marcas”), y deberán completar la migración en un plazo máximo de 6 meses.
 - b. Quienes desarrollen labores de procesamiento de emisión y adquisición, en un plazo de 60 días hábiles deberán adoptar las medidas necesarias para permitir la interoperabilidad total de American Express, así como de cualquier otra Marca que ingrese en el mercado.
2. Calidad de la interoperabilidad en transacciones no presenciales domésticas: protocolo de autenticación:

Los Emisores y adquirentes o subadquirentes deberán adoptar el protocolo de autenticación establecido por las Marcas (i.e., protocolo 3DS) en un plazo máximo de 90 días hábiles. Sin perjuicio de ello, se hace presente que lo anterior no implica que los emisores y adquirentes deban utilizar como única alternativa dicho protocolo de autenticación.

3. Calidad de la interoperabilidad en las transacciones domésticas. Cuotas comercio y cuotas promoción emisor:

Los Emisores o las empresas en quienes estos hubieren delegado los procesos de habilitación de cuotas comercio y cuotas emisor, tales como Redbanc o Nexus, deben adoptar las medidas necesarias, respecto de las transacciones domésticas, para habilitar la funcionalidad cuotas comercio y cuotas promoción emisor, en un plazo de 90 días hábiles. Además, deben ofrecer esta funcionalidad en términos objetivos y no discriminatorios.

4. Reglas de las Marcas:
 - 4.1. *Regla de no adquisición sin emisión o no acquiring without issuing (“NAWI”):*
 - a. Las Marcas deberán explicitar en sus reglas la prohibición de la regla NAWI en Chile, esto es, que para otorgar una licencia de adquisición, no pueden exigir el desarrollo

del giro de emisión o haber emitido al menos cierta cantidad de Tarjetas antes de poder ser adquirente.

- b. Las Marcas que mantengan una posición de dominio (i.e., Visa y MasterCard) deberán aplicar condiciones públicas, objetivas y no discriminatorias en las solicitudes de licencia que reciban. Asimismo, dichas Marcas dominantes deberán enviar a la Fiscalía Nacional Económica (“FNE”) todas las solicitudes de contratos de licenciamiento adquirente que reciban en un plazo de 15 días hábiles contados a partir de su recepción.

4.2. *No surcharge rule (regla de no discriminación o recargo, o “NSR”):*

La NSR consiste en la regla establecida por las Marcas que impide a los comercios afiliados a su red de Tarjetas a establecer descuentos a aquellos consumidores que utilicen el efectivo, o, lo que es lo mismo, impide establecer un recargo a aquellos consumidores que paguen con Tarjetas.

Respecto a la NSR, se establece que, respecto de las transacciones presenciales, como las no presenciales, las Marcas deberán aplicar la NSR, y, en consecuencia, los comercios no podrán imponer recargos a las transacciones realizadas con Tarjetas, sea que se trate de operaciones presenciales o no presenciales.

4.3. *Regla honor all cards (“HAC”) y, particularmente respecto de la regla honor all products (“HAP”):*

Las Marcas deberán aplicar la regla HAP, quedando prohibido a los comercios que acepten el pago con Tarjetas distinguir entre sus clases o tipos (i.e., débito, crédito o provisión fondos),

4.4. *Reglas de las Marcas aplicables a proveedores de servicios de procesamiento de pagos (“PSP”):*

- a. Acceso a información estratégica de los PSP y operadores no licenciatarios por parte de operadores licenciatarios. Se ordena adoptar los siguientes resguardos conductuales en un plazo de 90 días hábiles:
 - Los operadores, en los términos indicados en el Capítulo III.J.2 del Compendio de Normas Financieras del Banco Central, solo podrán exigir a los PSP la información que se indica en la normativa sectorial aplicable, esto es, aquella información que revista el carácter de “estrictamente indispensable” para cumplir con las exigencias regulatorias.

- Las Marcas deberán modificar sus reglas de manera de que sean coherentes con el punto anterior.
 - Los operadores deberán adoptar un mecanismo de cortafuegos, cuyo objetivo es evitar que el área que se relaciona con los comercios acceda a información comercial sensible de los PSP, de modo de atenuar los riesgos asociados al intercambio de información estratégica de los PSP.
 - La información estrictamente indispensable entregada por los PSP a los operadores adquirentes no podrá ser utilizada con una finalidad diversa al cumplimiento de los deberes regulatorios y contractuales que pesan sobre estos últimos, y deberá ser devuelta a su origen tan pronto como aquel fin sea satisfecho.
- b. Exigencias sobre la afiliación de comercios que participan en rubros considerados riesgosos:
- Las Marcas y los procesadores adquirentes o adquirentes integrados deberán establecer condiciones y exigencias públicas, generales, objetivas y no discriminatorias respecto de los rubros de los comercios secundarios que estimen riesgosos. Así, las Marcas, los procesadores adquirentes y adquirentes integrados deberán, en un plazo de 60 días hábiles, publicar los rubros comerciales que estimen más riesgosos y las condiciones que deben cumplir los subadquirentes si desean afiliarse a comercios que participen de dichos rubros; ello, fundándose en requerimientos normativos o técnicos, tales como la seguridad o adecuada gestión de los riesgos que afecten el normal funcionamiento del sistema de Tarjetas respectivo.
 - Si una Marca, procesador adquirente o adquirente integrado requiere modificar dicho listado de rubros, deberá comunicar dicha modificación a los subadquirentes con 60 días de anticipación.
- c. Reglas que imponen el traspaso de clientes del PSP al operador:
- Las Marcas deberán adecuar a la regulación sectorial chilena los efectos y umbrales máximos de liquidación y/o pagos permitidos a los PSP, en un plazo de 30 días hábiles.
 - Las Marcas y operadores solo podrán imponer mecanismos para mitigar riesgos en la cadena de pagos, como boletas de garantía u otros instrumentos similares, que sean proporcionales al riesgo representado por el volumen de

transacciones anuales que procese un PSP o un comercio secundario, siempre bajo criterios objetivos, generales, transparentes y no discriminatorios.

4.5. *Reglas de las Marcas relativas a la adquirencia y subadquirencia transfronteriza:*

- a. Las Marcas deberán adaptar su definición de transacción transfronteriza o adquirencia transfronteriza de manera que cumplan con la normativa del Banco Central de Chile.
- b. En el evento que las Marcas prohíban la adquirencia transfronteriza o indirectamente la subadquirencia transfronteriza, deberán eliminar cualquier prohibición en un plazo de 30 días hábiles.
- c. Las Marcas que poseen una posición dominante (i.e., Visa y MasterCard), deberán enviar a la FNE en un plazo de 30 días hábiles y luego en forma semestral, los cobros asociados a los adquirentes por transacciones transfronterizas, en forma desglosada por servicios y con indicación de su fundamento, junto con los cobros asociados a las transacciones domésticas. Estas cifras deberán entregarse en un formato que permita comparar los distintos ítems que componen los cobros por transacción, por tipo o categoría de Tarjeta.

4.6. *Modificación unilateral de contratos por parte de las Marcas de Tarjetas:*

Las Marcas que posean una posición dominante, según lo expuesto por la resolución del TDLC (MasterCard y Visa), deberán adoptar las siguientes medidas:

- a. Los cambios a los estándares y sus reglas deberán fundarse en criterios objetivos, transparentes, generales y no discriminatorios.
- b. Deberán otorgar plazos razonables a los adquirentes, PSP y comercios para implementar los cambios que incorporen en sus reglas.
- c. Deberán informar los cambios a sus reglas a los licenciarios adquirentes con quienes contraten con al menos 60 días de anticipación a su implementación, explicitando la justificación de tales cambios.
- d. Las reglas deberán estar disponibles en idioma castellano.
- e. Los cambios a los estándares y sus reglas deberán ser acordados con sus destinatarios o, en su defecto, aprobados por la FNE, entidad que decidirá oyendo a los interesados.

4.7. *Procesos sancionatorios establecidos en las reglas de las Marcas de Tarjetas:*

Las Marcas que posean una posición dominante, según lo expuesto por la resolución del TDLC (MasterCard y Visa), deberán adoptar las siguientes medidas:

- a. Fundamentar la aplicación de cualquier multa o sanción que puedan imponer con motivo de incumplimientos contractuales por parte de los licenciarios.
- b. Sujetar los procedimientos sancionatorios a reglas transparentes y de general aplicación.
- c. Prever un sistema de graduación de las multas en forma acorde con la gravedad del incumplimiento.
- d. Contemplar un mecanismo de resolución de reclamos o de impugnación de sus decisiones ante un tercero imparcial, que las Marcas definan, sin exigir el pago previo de una tarifa por ello.
- e. Las medidas y sanciones impuestas por las Marcas no podrán ejecutarse sin previo agotamiento de los mecanismos recursivos dispuestos en favor de los afectados, derecho a ser ejercido ante órganos o entidades con domicilio en Chile.

5. Publicidad de las tasas de intercambio (medidas a adoptarse en un plazo de 30 días):

- a. Las Marcas deberán publicar en su sitio web las tasas de intercambio desglosadas según rubro de comercio, tipo de Tarjeta, categoría de Tarjeta, canal de venta o cualquier otra variable que utilicen como mecanismo de diferenciación para las tasas de intercambio. Adicionalmente, deberán publicar la composición y descripción de cada rubro de comercio que hayan definido, identificando claramente los *merchant category code* (“MCC”) que lo componen.
- b. Los adquirentes y subadquirentes deberán informar al comercio su rubro y el código MCC bajo el cual han sido afiliados. Adicionalmente, deberán comunicar por escrito cualquier cambio que se genere con respecto a las tasas de intercambio que estos cobran.

6. Costos de Marca:

- a. Enviar a la FNE, con una periodicidad anual, sus costos de Marca para transacciones domésticas, presenciales y no presenciales, indicando cuáles servicios comprenden y desglosados por categoría de Tarjeta de pago.

- b. Si aumenta cualquiera de los componentes de los costos de Marca, las Marcas deberán justificar tales aumentos en base a consideraciones objetivas y no discriminatorias; ello implica que deberán indicar de qué manera los aumentos o la instauración de nuevos cobros dentro de la categoría de costo de Marca propenden a aumentar la calidad de los servicios de las Marcas o a mejorar el funcionamiento del sistema de pagos con Tarjetas. Para estos efectos, deberán comunicar a la FNE y a sus licenciatarios adquirentes dichas justificaciones, con una antelación de 60 días a la fecha que pretenden implementar los cambios en los costos de Marca.
7. Transparencia en información sobre cobros (“Merchant Discount”):
- a. Las Marcas no podrán impedir a sus licenciatarios adquirentes que estos entreguen información sobre costos de Marca y tasas de intercambio a los comercios y subadquirentes correspondientes.
 - b. Los licenciatarios adquirentes y subadquirentes deberán otorgar a sus comercios afiliados la posibilidad de optar por una estructura de precios desglosada que identifique cada componente del *Merchant Discount*.
 - c. Los licenciatarios adquirentes y subadquirentes deberán entregar de forma mensual a sus comercios la siguiente información con respecto a cada transacción: (i) fecha de la transacción; (ii) monto de la transacción; (iii) Marca de Tarjeta; (iv) categoría de la Tarjeta; (v) canal de venta; (vi) *Merchant Discount*; (vii) costos de Marca; (viii) tasa de intercambio y (ix) margen adquirente.
 - d. Las Marcas deberán categorizar a los comercios y operaciones en MCC según criterios públicos, de general aplicación, objetivos, y carentes de discriminaciones arbitrarias.

II. PROPUESTAS DE MODIFICACIÓN NORMATIVA

- 1. Condiciones más favorables para PSP en relación con los adquirentes:
 - a. Que los PSPs que realicen actividades de liquidación y/o pago se sujeten a la Ley N°19.913 y a la fiscalización de la Unidad de Análisis Financiero; y,
 - b. Que los PSPs, ya sea que realicen o no actividades de liquidación y/o pago, se sometan a la fiscalización de la Comisión para el Mercado Financiero.
- 2. Costos de marca: que se regulen los costos de marca, teniendo en consideración lo expuesto en el acápite E, sección 2.4 de la parte considerativa de la sentencia del TDLC.

3. Destinatarios y giro exclusivo de las sociedades de apoyo al giro bancario (SAG):
 - a. Que se permita que las SAG que realizan actividades relacionadas con los medios de pago puedan prestar sus servicios a entidades, sean bancarias o no bancarias, que participen del mercado de sistemas de pago con Tarjetas, independiente de si se encuentran sometidas o no a la fiscalización de la Comisión para el Mercado Financiero. Para esos efectos, la referida Comisión deberá establecer las obligaciones operacionales y de seguridad aplicables; y,
 - b. Que se indiquen las actividades complementarias que pueden desarrollar las SAG que son operadores de Tarjetas de pago, en virtud de lo dispuesto por el Título III, párrafo 3, numeral ii. del Compendio de Normas Financieras del Banco Central.