

# Presentación Corporativa



**transbank.**<sup>M.R.</sup>  
APOYANDO NEGOCIOS



# Agenda

1. Transbank
  1. Transbank en una mirada
  2. Modelo de Negocio
  3. Contexto
  4. Productos y Servicios a Comercios y Usuarios
  5. Cifras del Negocio

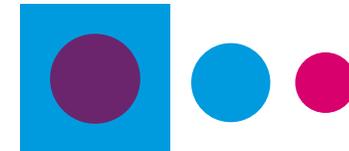


# Agenda

## 1. Transbank

1. **Transbank en una mirada**
2. Modelo de Negocio
3. Contexto
4. Productos y Servicios a Comercios y Usuarios
5. Cifras del Negocio

# Consideraciones Claves



1

Líder de Mercado

Actualmente, Transbank **posee más del 90% del mercado.**

2

Rentabilidad y Generación de Caja

Al procesar una gran cantidad de transacciones diarias logra **economías de escala y eficiencias.**

3

Cartera de Clientes

Transbank cuenta con una **amplia y diversificada cartera de clientes** transversal a todos los sectores del consumo interno .

4

Portafolio de Productos y Servicios

Ofrece un **completo portafolio** el cual es personalizado por segmentos.

5

Conocimiento del Mercado

Tiene fortalezas para cumplir **particularidades locales**, tanto del mercado como del sistema normativo.

6

Gobierno Corporativo

La gobernanza de Transbank deriva de los requerimientos de **estándares de control y transparencia de sus accionistas.**

7

Alta Valoración

Es altamente **valorado por sus clientes** y sus marcas están posicionadas con valoración de seguridad.

8

Up time 99,98%

En el front-end transaccional y con dos centros de datos de procesamiento de clase mundial (Tier III)

9

Bajo Nivel de Fraude

Niveles de fraude adquirente por debajo del promedio mundial y regional.

# Transbank en una mirada

Fundada en 1994, Transbank es de propiedad de los principales emisores en Chile. Es una Sociedad Anónima cerrada y una empresa de Apoyo al Giro bancario (SAG). Constituida como Operador de Tarjetas de Pago con Licencia Adquirente propia. En la actualidad es el principal operador de medios de pago en Chile.

## Resumen de la compañía

- Transbank administra la **relación con los comercios** ubicados a lo largo del país que comercializan sus productos o servicios con tarjetas.
- Administra la **relación comercial y operación** con Marcas y Emisores.
- Proveen de una **red de transmisión electrónica** de las transacciones desde los puntos de venta.
- Posee una **amplia y diversificada cartera de clientes** de todos los tamaños, a la que ofrece una variada gama de soluciones de equipamiento y productos.
- Mantiene operaciones con las **principales marcas internacionales y locales de tarjetas de crédito, débito y prepago**.

## Highlights (Cierre diciembre 2022)



**+250.000**  
Clientes



**+3,08 billones**  
Transacciones anuales  
procesadas

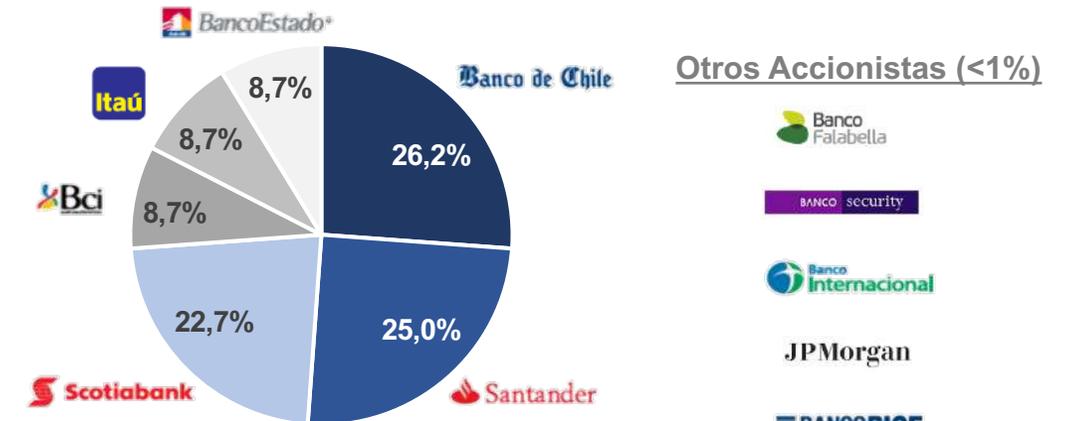


**+580.000**  
PDV\* instalados  
(\* Puntos de Venta)



**USD 91,4 billones**  
Ventas anuales totales

## Estructura de propiedad



## Estructura Organizacional (30/05/21)



(\*) + Legal, Compliance Contraloría

# Gobernanza y Administración

## Directorio



**Julio Guzmán**  
Presidente



**Juan E. Vilajuana**  
Vicepresidente



**Martín Bameule**  
Director



**Álvaro Juan Alliende**  
Director



**Alejandro Leay**  
Director



**Ricardo Fry**  
Director



**Fernando Cañas**  
Director



**Gonzalo Campero**  
Director



**Eduardo Paulsen**  
Director



**Víctor Orellana**  
Director

DIRECTORIO

COMITÉ DE  
TECNOLOGÍA

COMITÉ DE  
AUDITORÍA

COMITÉ DE  
RIESGOS

CIBERSEGURIDAD Y  
SEGURIDAD DE LA  
INFORMACIÓN

PREVENCIÓN DE  
FRAUDE Y DELITOS

COMITÉ DE ÉTICA

## Plana Gerencial



**Patricio Santelices**  
Gerente General



**Javier Aravena**  
Gerente Contraloría



**Ricardo Blümel**  
Gerente Marketing y  
Estrategia



**Andrea Álvarez**  
Gerente Administración,  
Finanzas y Procesos



**Paola Ledezma**  
Gerente Productos e  
Innovación



**María Mercedes**  
Gerente Riesgos



**Isabel De Gregorio**  
Gerente Personas, Asuntos  
Corporativos y Sostenibilidad



**Guillermo González**  
Gerente Comercial



**Vicente Tredinick**  
Gerente Operaciones y  
Tecnología



**Maureen Doren**  
Gerente Data &  
Analytics



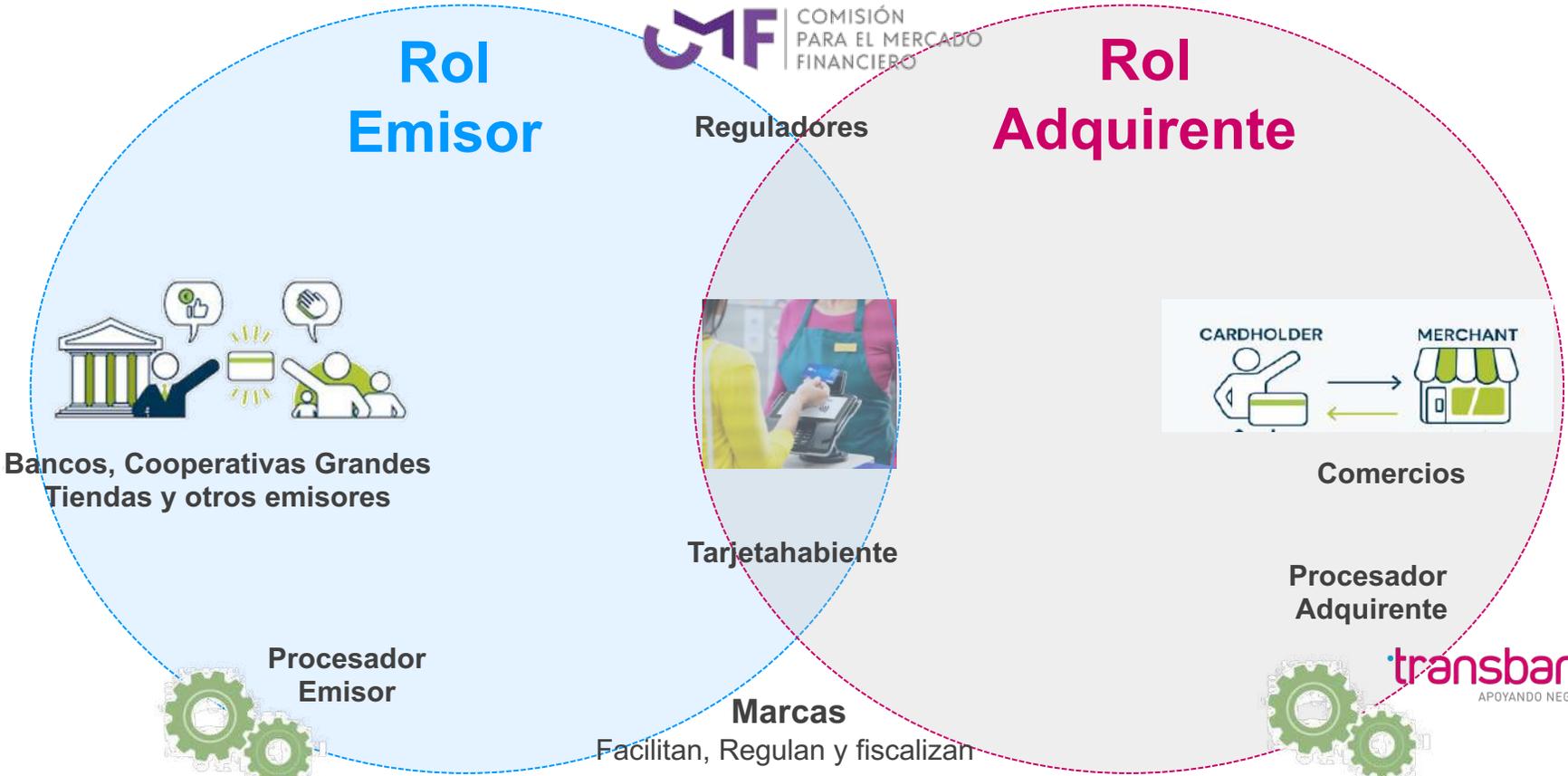
**José Miguel Bellagamba**  
Gerente de la División  
Legal y Compliance



# Agenda

1. Transbank
  1. Transbank en una mirada
  - 2. Modelo de Negocio**
  3. Contexto
  4. Productos y Servicios a Comercios y Usuarios
  5. Cifras del Negocio

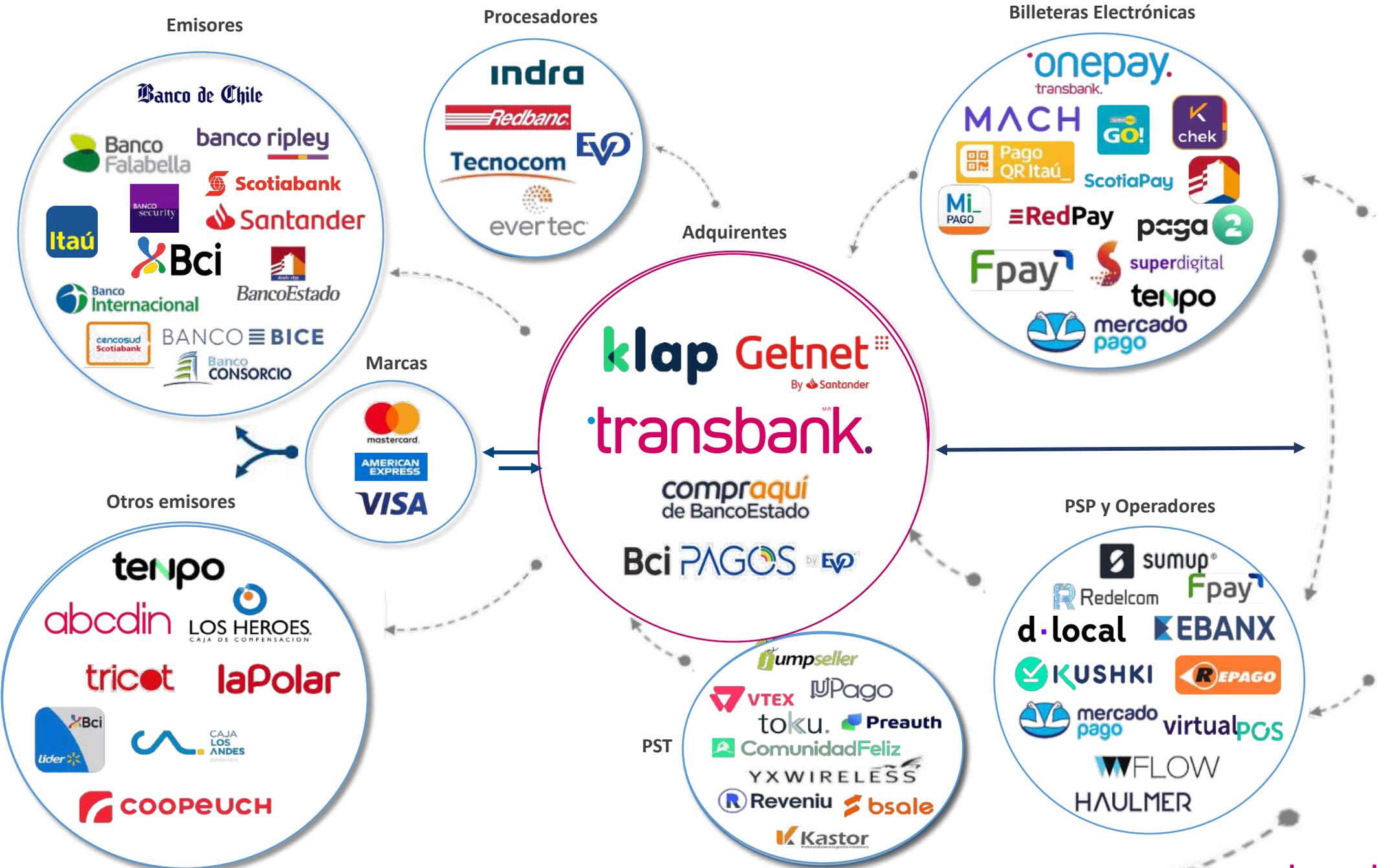
# Industria de Medios de Pago: Actores y Reguladores



# ECOSISTEMA DE PAGOS

Ejemplos de actores para cada rol

# COMERCIOS, USUARIOS, EMISORES



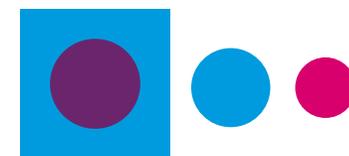
# Mayores 50 Adquirentes en el mundo 2020

Ranking por total de transacciones de compra en 2020 (Nilson Report 2022)

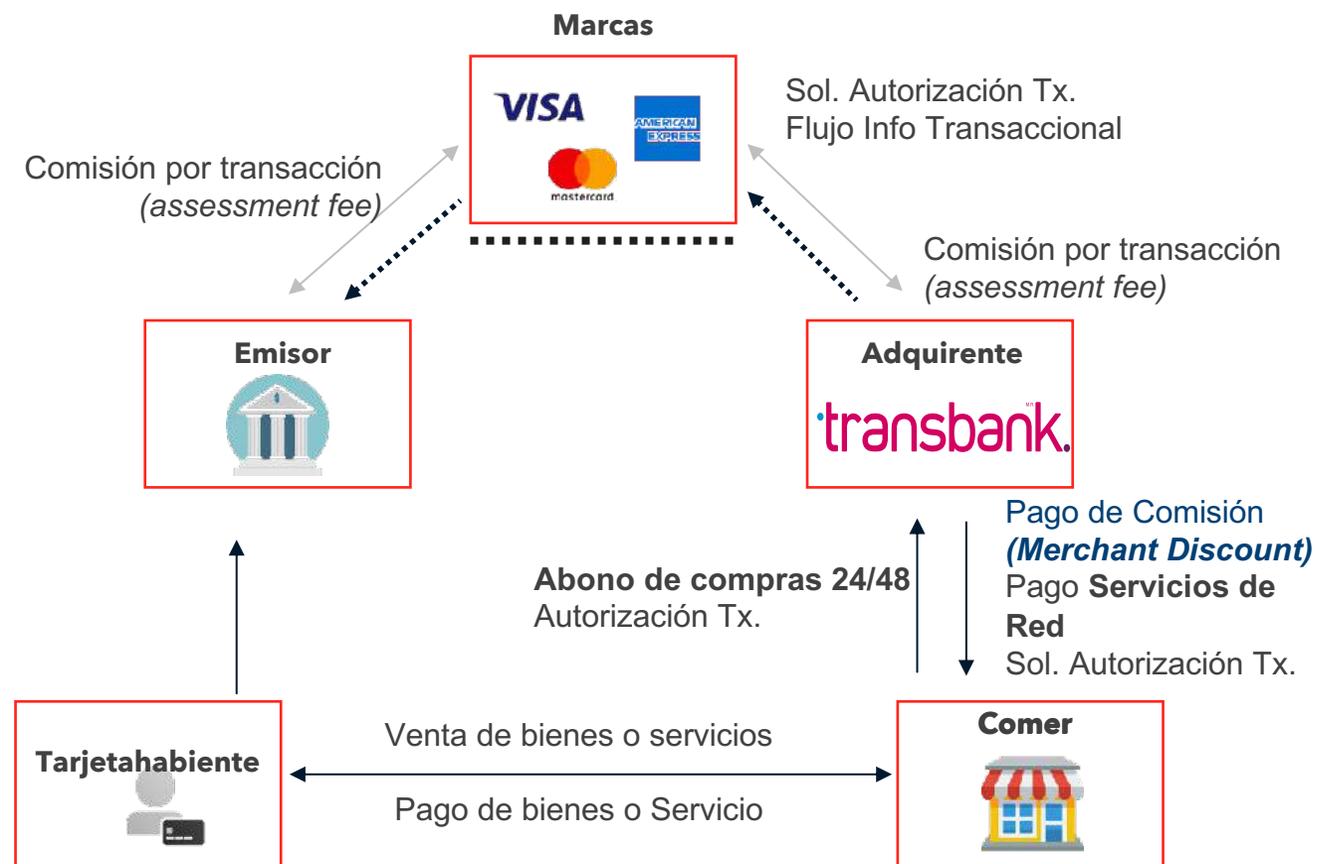
RANK	ACQUIRER, COUNTRY	(MIL.)
1	<b>FIS (Worldpay), Group</b>	38,539.0
2	<b>JPMorgan Chase, Group</b>	35,581.4
3	<b>Sberbank, Russia</b>	30,320.8
4	<b>Fiserv (First Data), Group</b>	22,235.9
5	<b>Global Payments, Group<sup>1</sup></b>	16,474.6
6	<b>China UMS, China</b>	11,746.0
7	<b>Wells Fargo, Group</b>	9,368.3
8	<b>Bank of America, Group<sup>2</sup></b>	8,096.2
9	<b>BAMS, U.S.<sup>3</sup></b>	8,063.1
10	<b>Citi Merchant Serv., U.S.</b>	7,658.8
11	<b>Behpardakht Mellat, Iran</b>	6,948.3
12	<b>Worldline, Group<sup>4</sup></b>	6,928.6
★	<b>Cielo, Group</b>	6,279.8
14	<b>Saman e-Pay, Iran</b>	5,977.3
15	<b>Elavon Group, Group</b>	5,378.2
16	<b>Parsian e-Commerce, Iran</b>	5,257.5
17	<b>BC Card, South Korea</b>	5,245.0
18	<b>Nets, Denmark</b>	4,672.9
★	<b>Rede, Brazil</b>	4,620.6
★	<b>Santander, Group</b>	4,198.3
21	<b>Adyen, Netherlands<sup>4</sup></b>	4,059.6
22	<b>Credit Agricole, France</b>	3,968.8
23	<b>Moneris, Canada</b>	3,810.0
24	<b>Credit Mutuel, France</b>	3,787.3
25	<b>Asan Pardakht Persian, Iran</b>	3,740.4

25	<b>Asan Pardakht Persian, Iran</b>	3,740.4
26	<b>EVO Payments, Group</b>	3,522.9
27	<b>KB Kookmin, South Korea</b>	3,413.2
28	<b>Swedbank, Sweden</b>	3,166.5
29	<b>Iran Kish Credit Card Co., Iran</b>	2,955.0
30	<b>JCB, Japan<sup>1</sup></b>	2,900.3
31	<b>Nexi Payments, Italy</b>	2,779.4
32	<b>BBVA, Group</b>	2,731.3
33	<b>ANZ Merchant Serv., Group</b>	2,668.6
34	<b>BPCE, France</b>	2,208.8
35	<b>BNP Paribas, France</b>	2,194.0
36	<b>Westpac, Australia</b>	2,162.4
37	<b>Commonwealth, Australia</b>	1,992.6
★	<b>Transbank, Chile</b>	1,866.5
★	<b>PagSeguro, Brazil</b>	1,864.0
40	<b>VTB Bank, Russia</b>	1,835.8
★	<b>StoneCo, Brazil</b>	1,813.0
42	<b>Samsung Card, South Korea</b>	1,789.8
43	<b>Societe Generale, France</b>	1,677.0
44	<b>Hyundai Card, South Korea</b>	1,584.7
45	<b>Mitsubishi UFJ Nicos, Japan</b>	1,434.8
46	<b>TD Merchant Solutions, Group</b>	1,429.3
47	<b>National Australia Bank, Australia</b>	1,418.1
48	<b>Sadad Elec. Payment, Iran</b>	1,308.8
49	<b>Payway (Pris. Md. Pago), Argentina</b>	1,307.3
50	<b>Garanti Bank, Turkey</b>	1,231.9

Transbank ocupa el lugar N°4 dentro de los mayores Adquirentes en Latinoamérica y el N°38 a nivel mundial



## Estructura del Modelo 4 Partes



## Diferencias entre Modelos

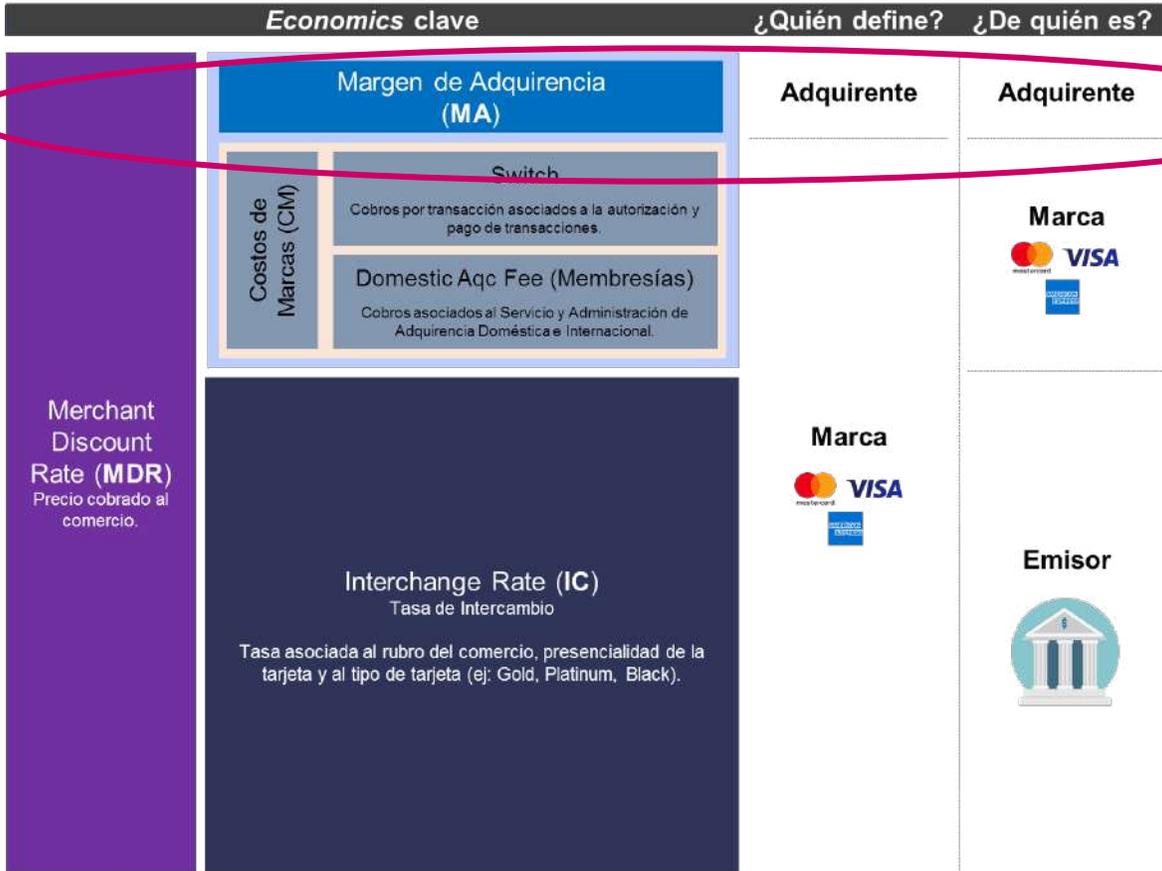
### Modelo 3 Partes

- La relación entre el banco y el adquirente es **directa**.
- La comisión al comercio (MDR) **se traspasa** en total integridad al emisor.
- La compensación entre emisor y adquirente es por medio de un **cobro fijo** por tx.
- Las **marcas no participan** del flujo transaccional.

### Modelo 4 Partes

- La compensación entre ellos es por medio de una **tasa de intercambio** definida por una comisión de tasa de intercambio.
- Las **marcas si participan** del flujo transaccional.
- La comisión al comercio (“MDR”) se compone de 3 variables:
  1. Margen Adquirente (“MA”)
  2. Costos de Marca (“CM”)
  3. Tasa de Intercambio (“IC”)

# ¿Cómo se remunera TBK en el modelo de 4P?



La mayor parte de los elementos que afectan la fijación de un MDR no dependen del adquirente.

Con fecha 22 de febrero de 2023 la Comisión Técnica para la Fijación de Límites a las Tasas de Intercambio informó los límites máximos de los ingresos que reciben los emisores de tarjetas, el cual comenzará a regir 6 meses después de su publicación en el Diario Oficial, de acuerdo con el siguiente plan de implementación gradual:

Tipo de Tarjeta	Mes 6	Mes 18
Tarjeta de Débito	Mínimo entre la Tasa de Intercambio vigente a la publicación en el Diario Oficial y 0,50%	0,35%
Tarjeta de Crédito	Mínimo entre la Tasa de Intercambio vigente a la publicación en el Diario Oficial y 1,14%	0,80%
Tarjeta de Pago con Provisión de Fondos	Mínimo entre la Tasa de Intercambio vigente a la publicación en el Diario Oficial y 0,94%	0,80%

$$MDR = MA + CM + IC$$



## Merchant Discount Rate (MDR)

Son las **tarifas que Transbank cobra a los comercios** por operar. En un modelo de cuatro partes el merchant discount que paga el comercio financia:

(i) La tasa de intercambio, (ii) El cobro que hacen las marcas y (iii) Margen de Adquierecia



## Margen de Adquierecia (MA)

Es la remuneración que recibe Transbank por las actividades necesarias para realizar la adquierecia. Es el resultante luego de restar al MDR los costos correspondientes a la Tasa de Intercambio y los Costos de Marca.



## Costo de Marcas (CM)

Son los costos asociados a las transacciones que cobran las Marcas Internacionales (Visa, MasterCard y American Express) para remunerar su operación. Estos costos los definen las Marcas y corresponden al Switch y a las Membresías. Son pagados por el adquirente y el emisor a las Marcas.



## Tasa de Intercambio / Interchange Rate (IC)

Es el pago o tarifa con la cual la marca remunera a los Emisores de las tarjetas, a través de los flujos de dinero del adquirente a fin de compensarlo por el valor y por los beneficios que reciben los comercios al aceptar pagos electrónicos de los emisores de tarjetas (bancos, cooperativas, cajas de compensación, otras entidades financieras). Hoy está definida por las Marcas Internacionales.

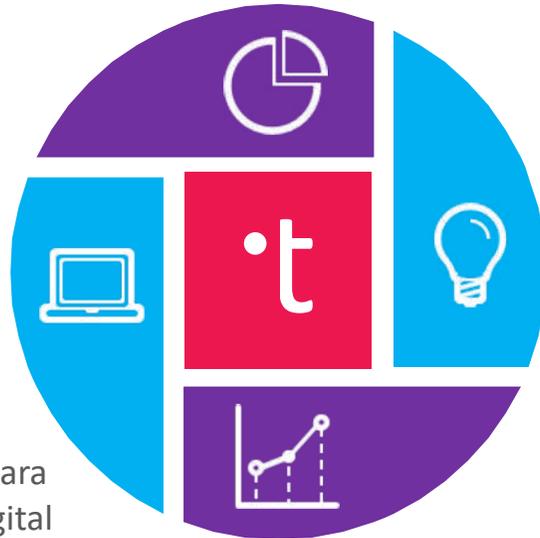


# Agenda

1. Transbank
  1. Transbank en una mirada
  2. Modelo de Negocio
  3. **Contexto**
  4. Productos y Servicios a Comercios y Usuarios
  5. Cifras del Negocio

# Contexto de Nuestro Negocio para los Próximos 3 años

1. **Competencia**  
Entrada de nuevos competidores impactará la disputa por clientes e impulsará la generación de nuevos negocios y servicios.
2. **Soluciones completas para el Comercio**  
Transbank debe entregar servicios que solucionen problemáticas tecnológicas, contables y financieras.
3. **Foco en Pequeñas Empresas**  
Desarrollo de soluciones de pago de bajo costo y creación de servicios tecnológicos y financieros para ellas, aportando a la disminución de la brecha digital y fortalecimiento de nuestra cobertura.
4. **Empresa Extendida**  
La integración de nuestros negocios con los Proveedores es una oportunidad de generar mejores soluciones y una constante diferenciación de nuestra oferta con el mercado.



5. **Experiencia de Compra Comercios y Personas**  
Ambos esperan que el acto de compra sea simple, sin fricciones, rápido y seguro.
6. **Nuevo liderazgo**  
Co-creación de futuro a través de la innovación, fomentar el emprendimiento, movilizar barreras en la experiencia de pago y transformarnos en una marca que propone, participe y comunique activamente en el mercado.
7. **Nuevos Segmentos de Clientes**  
El negocio tradicional con comercios se ve transformado por la aparición de nuevos segmentos: usuarios finales, comercios informales, B2B, entre otros

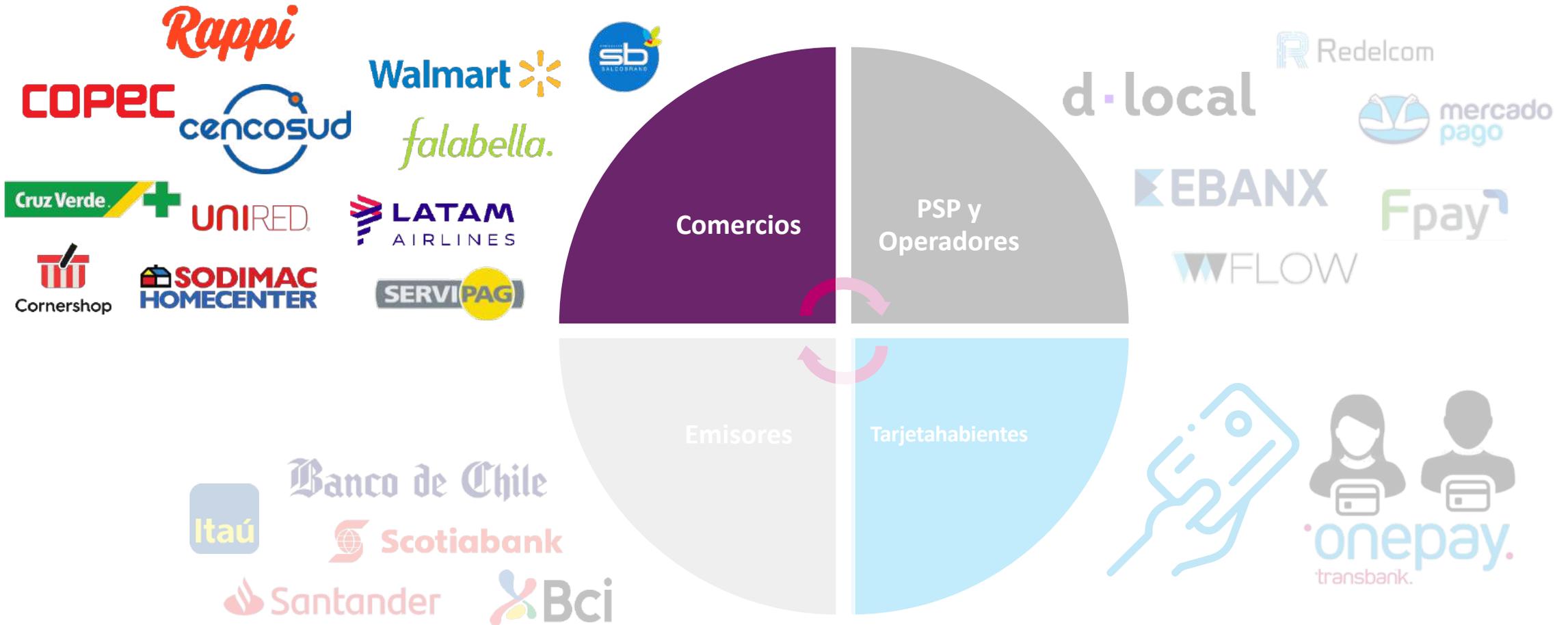


# Agenda

1. Transbank
  1. Transbank en una mirada
  2. Modelo de Negocio
  3. Contexto
  4. **Productos y Servicios a Comercios y Usuarios**
  5. Cifras del Negocio

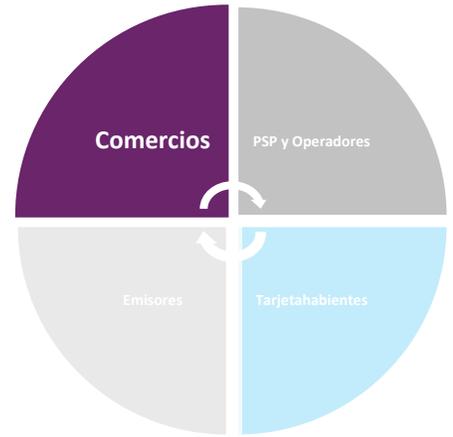
# Propuesta de Valor para los Comercios

Estamos construyendo una **sólida propuesta de valor** para los clientes en diferentes líneas de negocio



# Soluciones de Pago Transbank

Con soluciones para todos los segmentos y de acuerdo a sus distintas necesidades



<b>POS Estándar arriendo</b>	<b>Mobile POS arriendo</b>	<b>POS Integrado</b>	<b>Host to Host</b>
<b>Autoservicio</b>	<b>Mobile App QR</b>	<b>Pinpad Bluetooth</b>	<b>Mobile POS Venta Equipo</b>

## Soluciones Presenciales

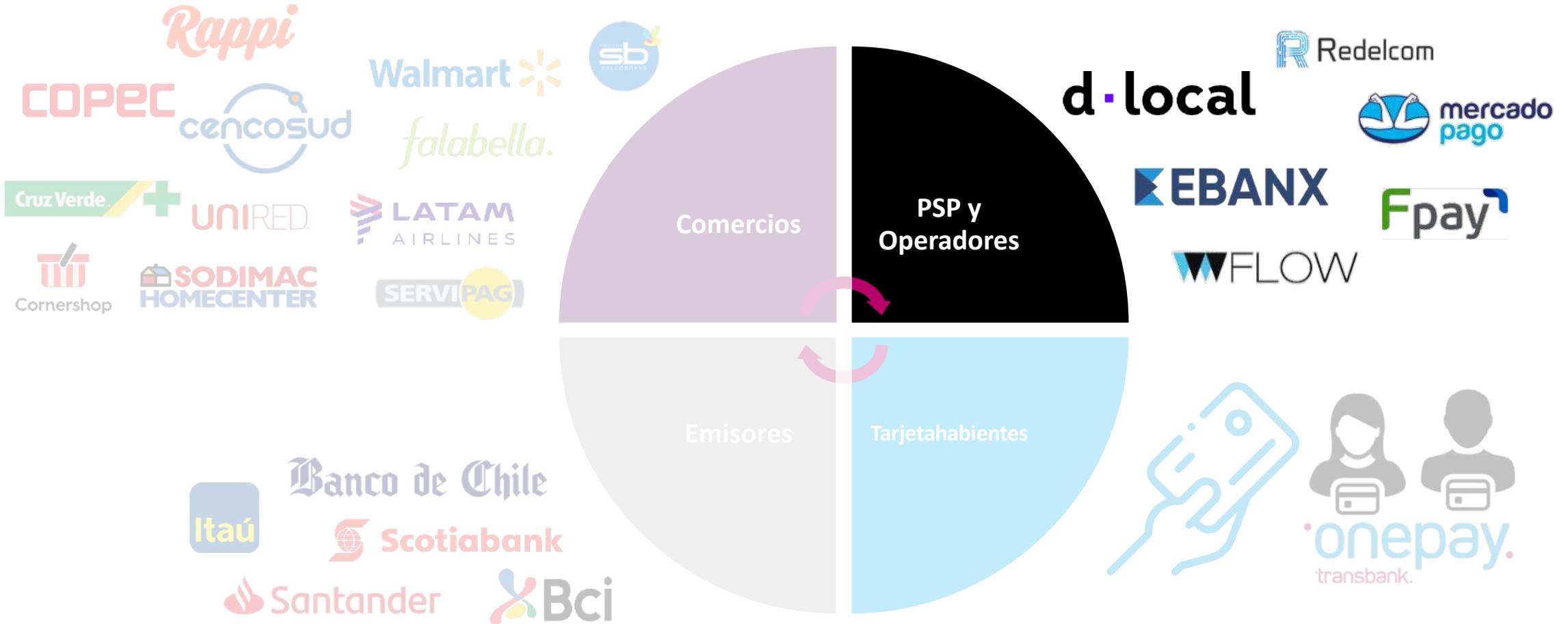
<b>webpay.PLUS</b> transbank.	<b>webpay.ONE CLICK</b> transbank.	<b>webpay.CL</b> transbank.
<b>webpay. TRANSACCION COMPLETA</b> transbank.	<b>webpay.MODAL</b> transbank.	<b>Pat Pass.</b>

## Soluciones No Presenciales

<b>Boleta Electrónica</b>	<b>Reportes Estratégicos</b>	<b>Manejo Financiero</b>	<b>Páginas Web</b>	<b>Gestión de Anulaciones</b>	<b>Adelanto de Flujos de Venta a Comercios</b>
---------------------------	------------------------------	--------------------------	--------------------	-------------------------------	------------------------------------------------

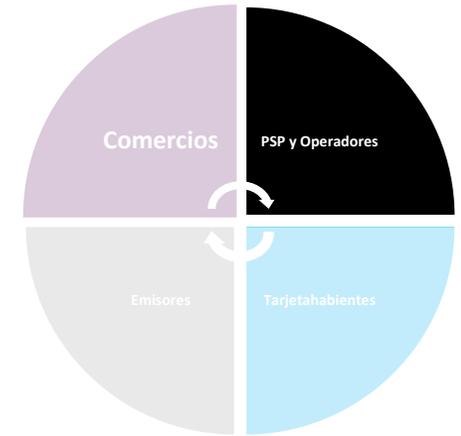
# Propuesta de Valor para los PSP y Operadores

Estamos construyendo una **sólida propuesta de valor** para los clientes en diferentes líneas de negocio



# Propuesta de Valor para los PSP y Operadores

Transbank ha desarrollado una nueva línea de negocio: la Subadquirencia a través de la figura de Proveedores de servicios de Pagos (PSP) y Operadores



## PSP PLATFORM

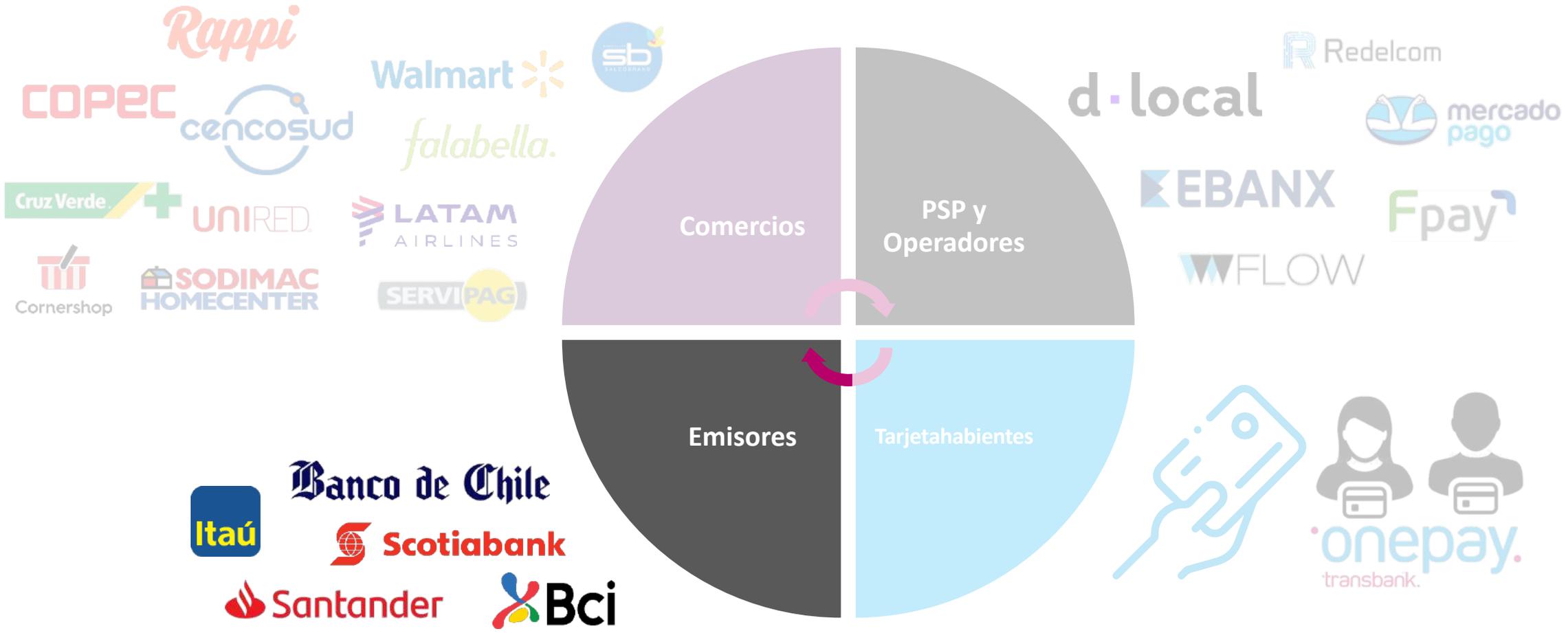


- Oferta de Productos Omnicanal
- Servicio al cliente especializado
- Modelo Operacional customizado
- Reportes de información



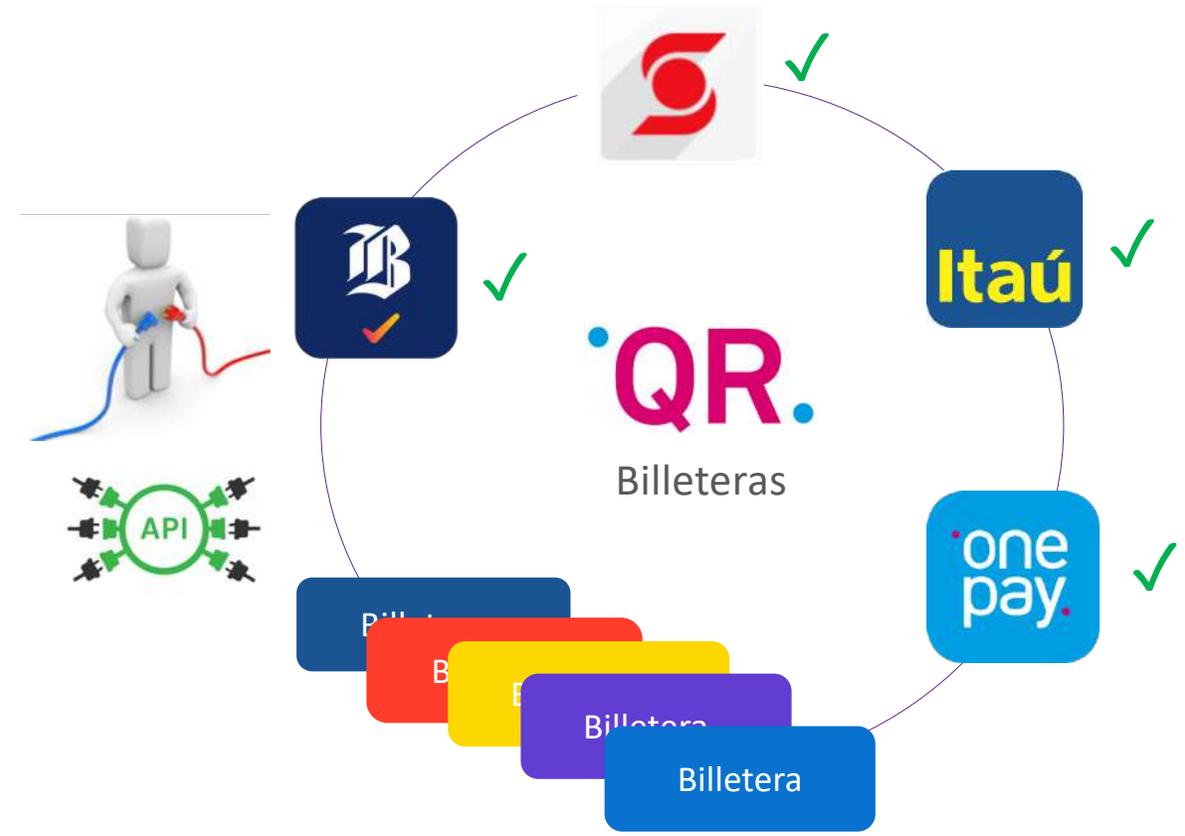
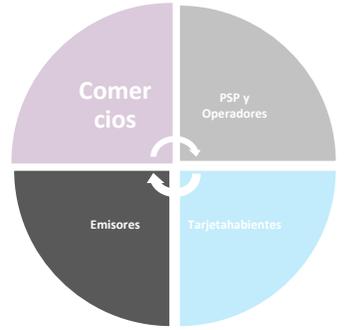
# Propuesta de Valor para los Emisores

Estamos construyendo una **sólida propuesta de valor** para los clientes en diferentes líneas de negocio



# Propuesta de Valor para los Emisores

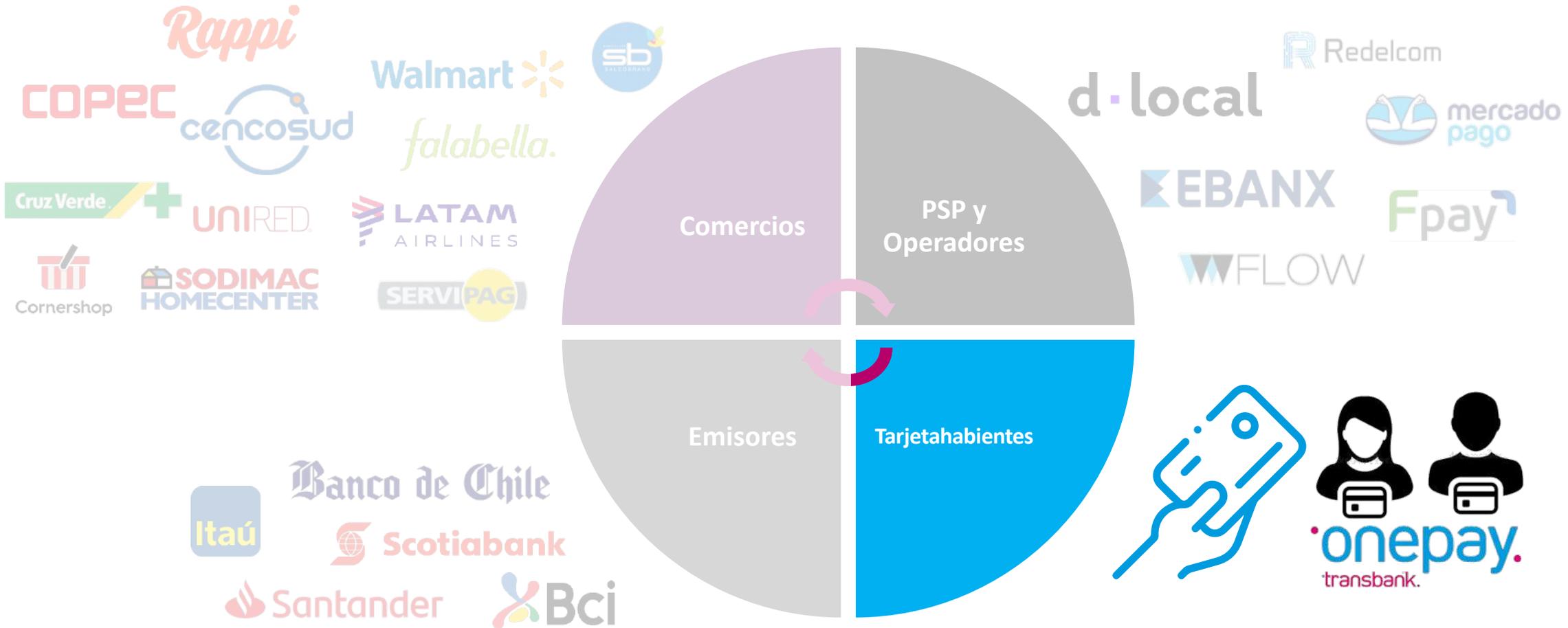
## Potenciando la innovación en nuevas líneas de negocios



\*Estos son algunos de los ejemplos de Billetera QR.

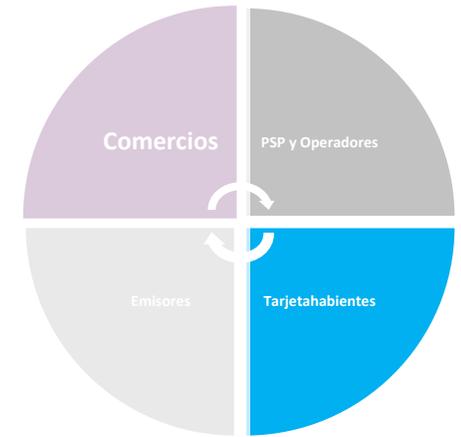
# Propuesta de Valor para los Tarjetahabientes

Estamos construyendo una **sólida propuesta de valor** para los clientes en diferentes líneas de negocio



# Propuesta de Valor para los Tarjetahabientes

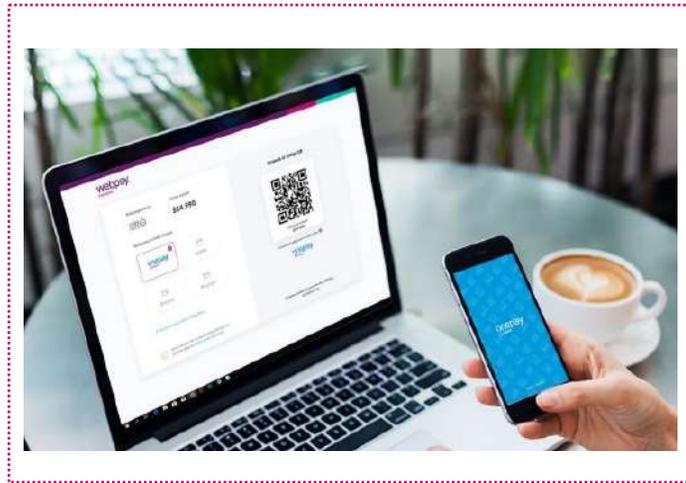
Hemos desarrollado una **propuesta de valor cada vez más inclusiva** conectando a personas y comercios



## Billetera Digital Oney



**oney**.  
transbank.



Permite **pagos con teléfono celular** en toda la red de comercios afiliados a Transbank en el mundo presencial y online a través de **tecnología QR**. Acepta todas las tarjetas de crédito, débito y prepago. Incluye la opción de pagos en cuotas.

## Servicios de Transferencias Internacionales



Permite a los usuarios transferir dinero a 8 países del mundo.

Esta funcionalidad está disponible en versión website y en la billetera digital Oney.



# Agenda

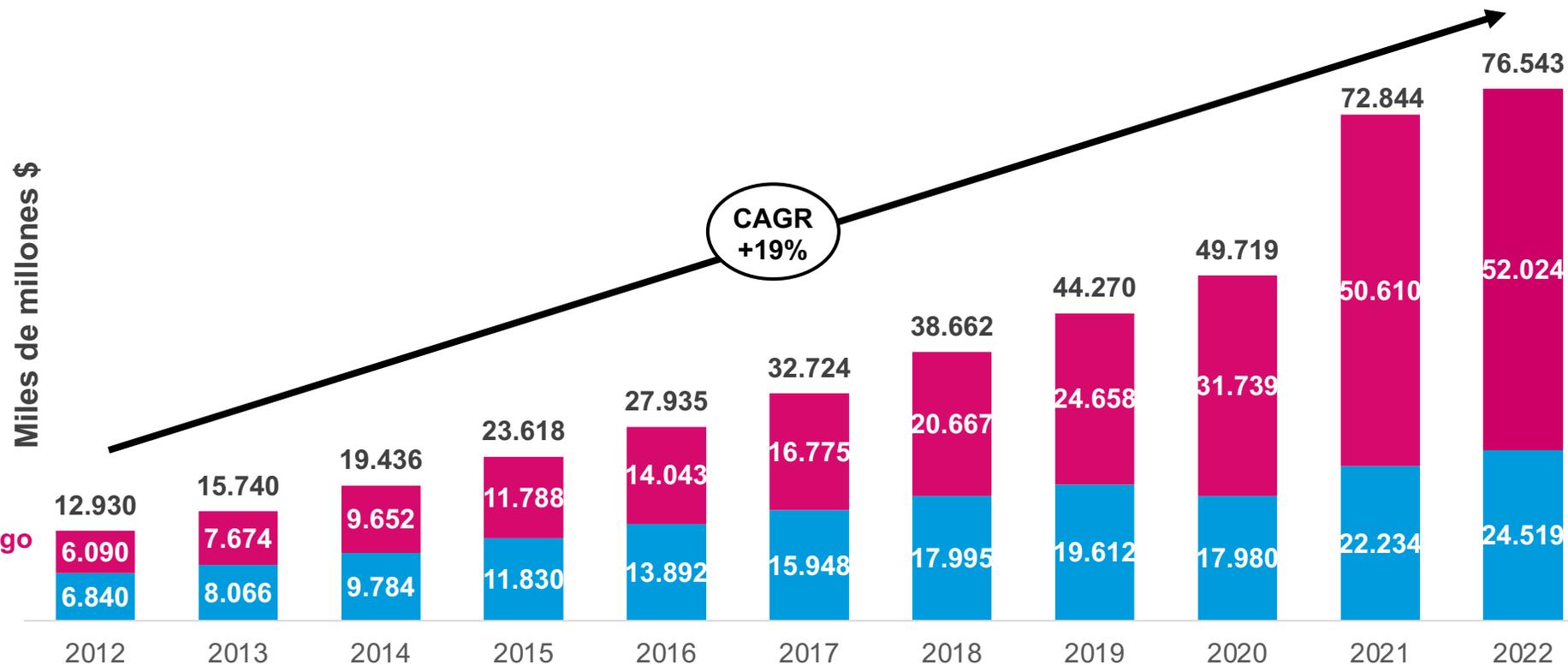
1. Transbank
  1. Transbank en una mirada
  2. Modelo de Negocio
  3. Contexto
  4. Productos y Servicios a Comercios y Usuarios
  5. **Cifras del Negocio**

# Evolución Ventas de Comercios

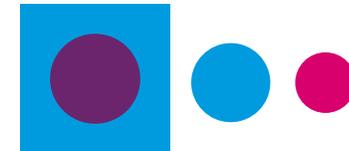
Los medios de pago en Chile han crecido rápidamente en los últimos años, impulsado principalmente por el incremento de las ventas online y la preferencia de medios de pagos electrónicos sobre el efectivo.

## Ventas con Tarjetas de Débito/Prepago y Tarjetas de Crédito

El mercado de ventas con tarjetas ha crecido en más de un 19% durante los últimos 10 años. Lo anterior impulsado fuertemente por crecimiento de las ventas con tarjetas de débito/prepago.

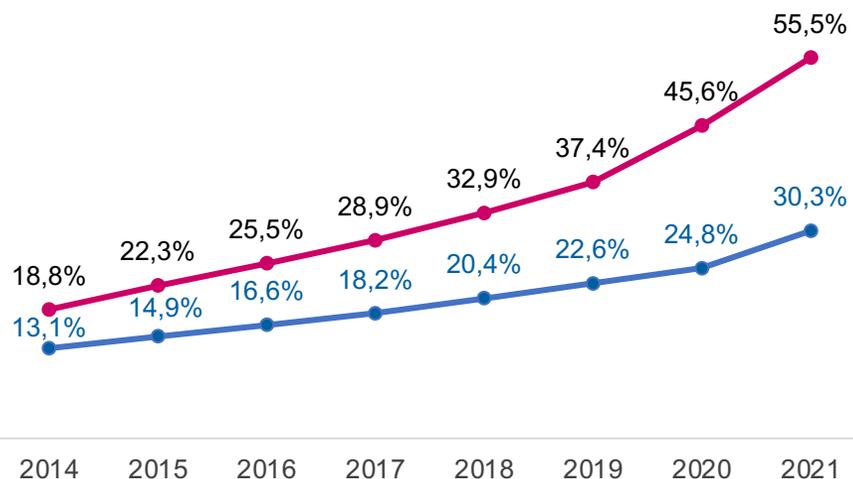


# Evolución del Mercado

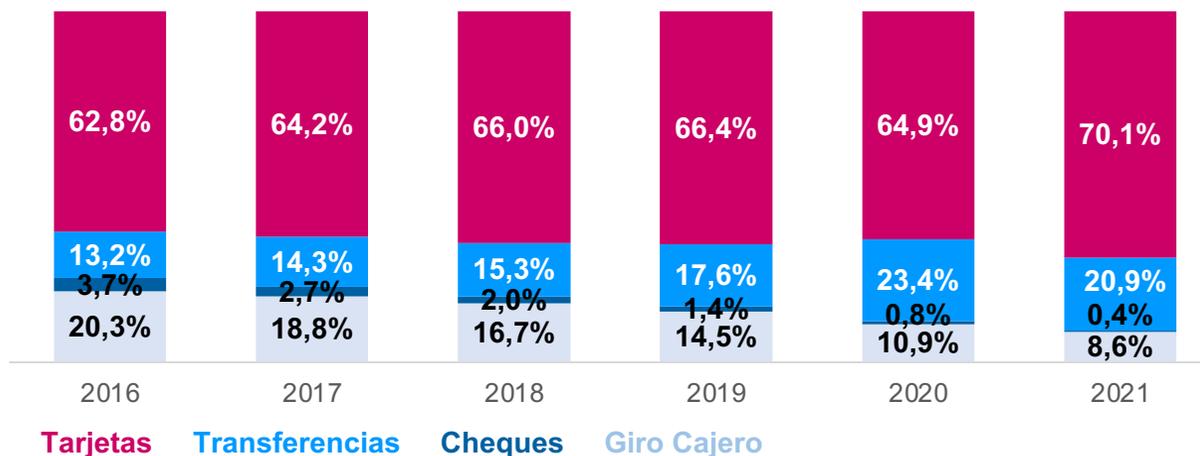


Transbank es líder en la industria de pagos. El volumen de venta 2021 representa un 30% del PIB y el 56% del consumo privado. El pago con tarjetas y ecommerce han crecido en la última década, mientras que el giro de cajeros se ha reducido a un 1/3 y los cheques a casi 0.

Participación de Transbank (%)

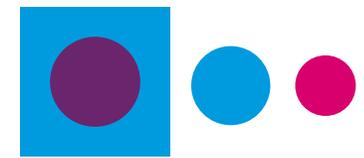


Participación Métodos de Pago (%)



Fuente: Transbank en base a última información disponible BCCh 2021

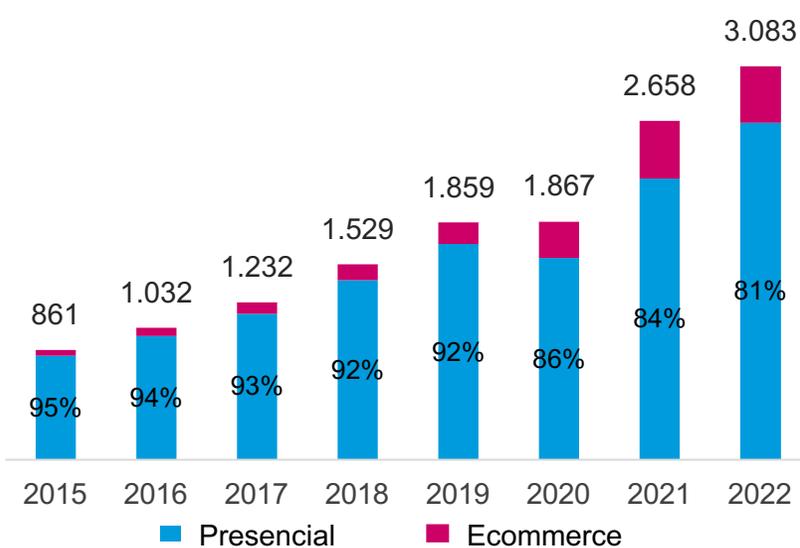
# Evolución del Mercado



El mercado en Chile tiene una alta presencia física en términos de transacciones, pero la venta ecommerce ha crecido en términos de ingresos.

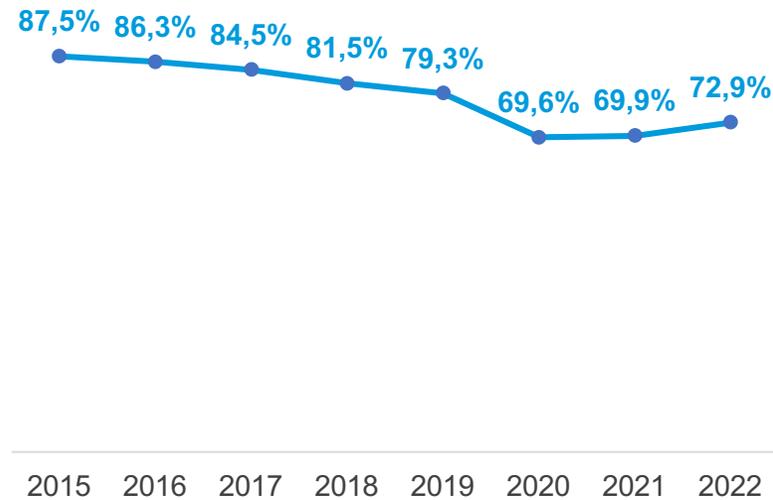
Las ventas ecommerce se han duplicado en comparación al año 2015 y se han triplicado en términos de transacción en el mismo período.

## Transacciones por Canal

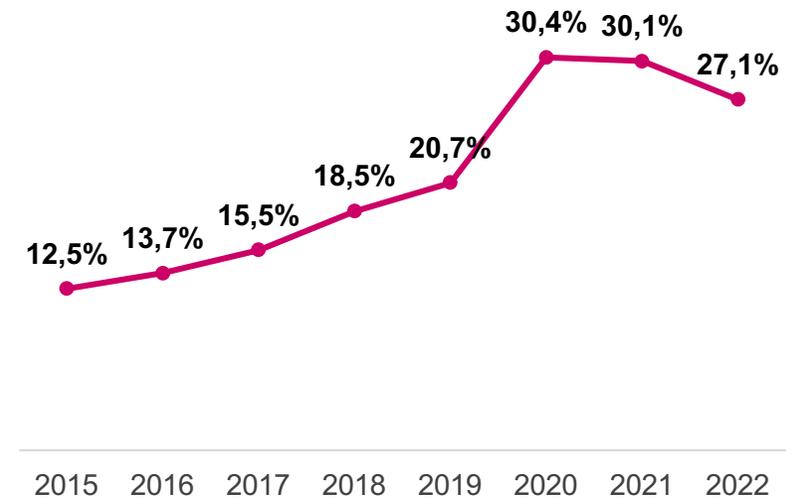


Fuente: Transbank

## Evolución Venta Presencial

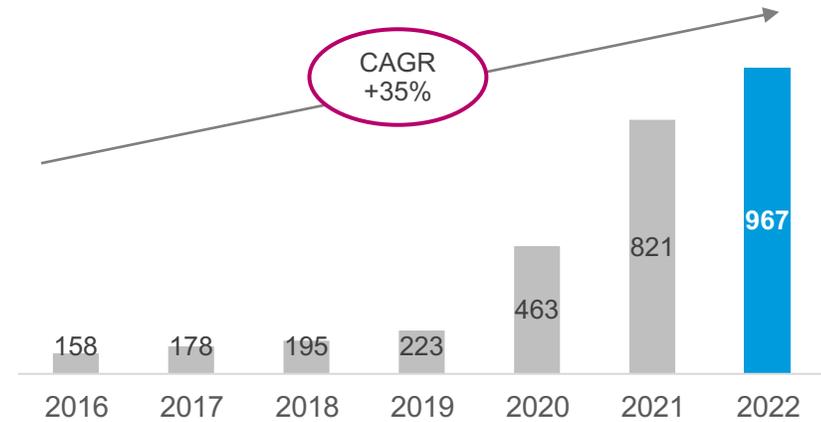


## Evolución Venta Ecommerce



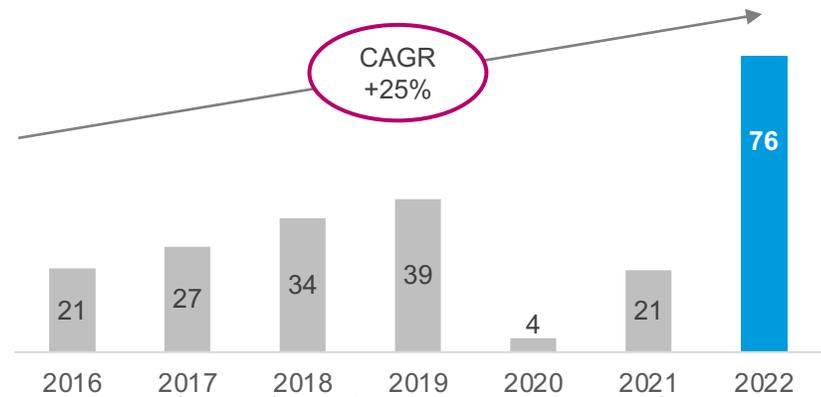
# Información Financiera

## Evolución de los Ingresos\* (CLP MMM)



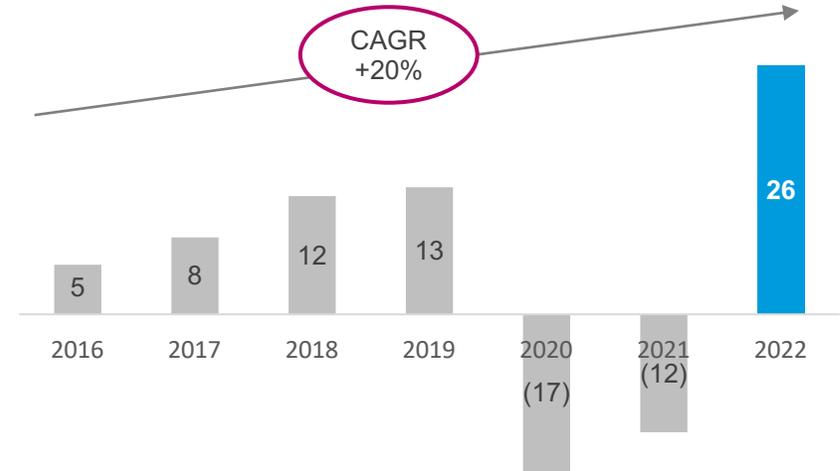
\*Ingreso por intereses y reajustes + Ingreso por comisiones y servicios

## Evolución del EBITDA (CLP MMM)

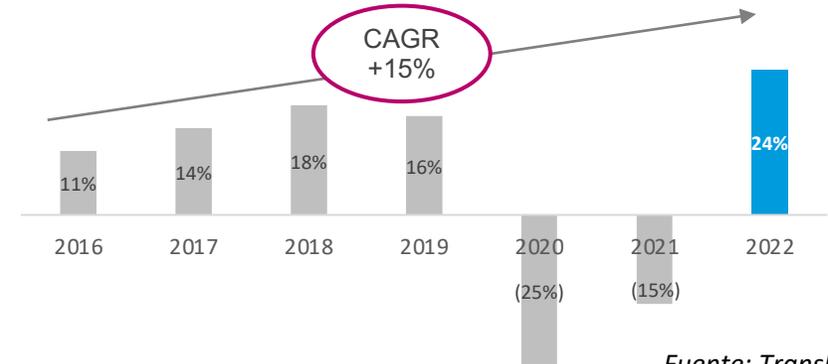


\* Para mayor información pueden encontrar los estados financieros en nuestro sitio web o en el sitio web de la CMF

## Evolución de la Utilidad Neta (CLP MMM)



## Evolución del ROE (CLP MMM)



Fuente: Transbank



• onepay.  
transbank.

transbank.<sup>MR</sup>  
APOYANDO NEGOCIOS

