FUNDACION PARA LA EDUCACION SUPERIOR Y EL DESARROLLO

MERCADO DE TARJETAS EN COLOMBIA Y EL DEBATE SOBRE LA TARIFA DE INTERCAMBIO

Informe Final para comentarios

FEDESARROLLO

María Angélica Arbeláez
Adriana Nieto

Mayo de 2006

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción 3
2. Los mercados de tarjetas a nivel internacional 5
2.1 Descripción general de los mercados de "dos lados" y de tarjetas 5
2.1.1 Instrumentos disponibles 7
2.1.1.1 Tarjetas de crédito 7
2.1.1.2 Tarjetas débito 8
2.1.1.3 Tarjetas débito offline 8
2.1.2 Actores del mercado: interrelaciones, incentivos y costos 9
2.1.3 Transferencias y subsidios cruzados 12
2.2 Formación de precios en la industria de tarjetas 13
2.2.1 Determinación de precios en mercados de dos lados 13
2.2.2 Formación de precios en el mercado de tarjetas de pago 14
2.2.2.1 Sistemas unitarios o tarjetas de almacenes. 14
2.2.2.2 Beneficio privado versus bienestar social 16
2.2.2.3 Sistemas de múltiples partes y Tarifa de Intercambio 17
2.3 El debate en torno a la Tarifa de Intercambio: Análisis teórico 19
2.3.1 Competencia en los sistemas de tarjetas 20
2.3.1.1 Competencia inter-red e intrared 21
2.3.1.2 Cooperación vs. Competencia en los sistemas de pagos 23
2.3.2 Regulación y Tarifa de Intercambio 23
2.3.2.1 Negociaciones bilaterales versus multilaterales 24
2.3.2.2 Tarifa de intercambio basada en costos 25
2.3.2.3 Tarifa de Intercambio de cero 25
2.3.2.4 Reglas de no sobrecarga o de discriminación de precios 27
2.3.2.5 Reglas de aceptación de tarjetas 28
2.3.2.6 Revelación de información 28
2.4 Experiencia internacional 28
2.4.1 Tarifa de Intercambio 29
2.4.1.1 Regulación 29
2.4.1.2 Revelación de Información 34
2.4.2 Regla de "Honrar Todas las Tarjetas" 35
2.4.3 Regla de "No Sobrecarga" 37
2.4.4 Regla de "Exclusión" 38
2.4.5 Reglas de gobierno "governance" en las asociaciones de tarjetas 39
3. El mercado de tarjetas en Colombia 40
3.1 Características de "dos lados" de los sistemas de tarjetas colombianos 40
3.1.1 Actores en el mercado de tarjetas 40
3.1.2 Externalidades en de red: profundización y penetración 41
3.1.3 Precios y asimetría 44
3.1.4 Concentración vs. Competencia 45
3.1.4.1 Concentración o competencia inter-red 46
3.1.4.2 Concentración o competencia intrared 46
3.1.4.3 Poder de mercado al interior de la red 49
3.1.5 Algunas conclusiones 50
3.2 Tarjetas de crédito y débito: características y evolución 50
3.2.1 Penetración, profundización y precios 50
3.2.2 Diferencias regionales 53
3.3 Importancia del uso de tarjetas de crédito y débito 55
3.3.1 Efecto sobre el consumo 55
3.3.2 Impacto fiscal 56
3.4 El debate reciente 58
3.4.1 Antecedentes 58
3.4.2 Esquema de fijación de precios ¿qué aporta del nuevo modelo? 60
3.4.2.1 Esquema anterior: fijación por parte de las redes 61
3.4.2.2 Nuevo esquema de Tarifa Interbancaria de Intercambio 61
4. Conclusiones y recomendaciones 63
4.1 Conclusiones 63
4.2 Recomendaciones 67

1. INTRODUCCIÓN

Las tarjetas de débito y crédito han tenido un prominente ascenso dentro de los medios de pago alrededor del mundo. Sin embargo, la proliferación del uso de estos instrumentos en muchos países ha estado acompañada con grandes debates alrededor del funcionamiento del sistema, e incluso, algunos aspectos del mismo han sido objeto de nuevas regulaciones por parte de las autoridades.

Por las razones anteriores, muchos analistas han estudiado a fondo las relaciones que existen entre los agentes de este mercado y las reglas que lo dominan, tanto desde una perspectiva jurídica como académica. De hecho, muchos académicos han mostrado un gran interés en esta industria, que por sus características debe ser entendida y evaluada como un caso típico de un mercado de dos lados, más específicamente de múltiples lados. Los resultados tanto teóricos como empíricos expuestos en la literatura resultan de gran utilidad para entender con mayor precisión el comportamiento de esta industria en Colombia.

En presente estudio hace un análisis completo de los mercados de tarjetas a nivel internacional, su estructura y la formación de precios desde una perspectiva teórica, e ilustra los debates en torno a estos aspectos que han tenido lugar en países desarrollados y en América Latina así como las diferentes soluciones adoptadas. Se advierten también las motivaciones de las regulaciones adoptadas y los efectos de las mismas, no sólo desde un ámbito empírico sino también teórico.

Con base en este enfoque internacional, se analiza el mercado de tarjetas en Colombia. En el diagnóstico de los sistemas de tarjetas en el país se evalúa si la estructura, funcionamiento y esquemas de precios siguen los patrones internacionales, lo que permite aplicar las conclusiones y recomendaciones que brinda la teoría y la evidencia empírica de otros países. En especial, se estudia la situación de competencia (concentración) que existe entre las redes y sus participantes, el nivel y la estructura de precios con énfasis en la tarifa de intercambio y las comisiones cobradas al comercio.

También se indaga sobre el nivel de profundización en un contexto internacional, es decir el estado de avance del mercado, un elemento fundamental para tener en cuenta a la hora de tomar medidas regulatorias respecto del mercado y sus precios. Finalmente, se hace un recuento sobre la evolución del debate en el país en torno a las posibles prácticas anticompetitivas y a los precios (comisiones, nuevo modelo de Tarifa Interbancaria de Intercambio), y las soluciones que han sido adoptadas.

Estas dos grandes secciones, y en especial una buena comprensión de los mercados internacionales y colombiano, permiten abordar uno de los principales objetivos del estudio, que consiste en proveer recomendaciones sobre medidas que deben tomar tanto la industria como las autoridades, con el fin de alcanzar una industria de tarjetas en el país más eficiente, más profunda y con un efecto mayor en materia de bienestar privado y colectivo.

De los resultados del estudio se destacan algunos aspectos: en primer lugar, los sistemas de tarjetas en el mundo se comportan como mercados que la teoría denomina de "dos lados", cuyas características muy particulares hacen que deban ser analizados bajo una

óptica diferente a los mercados tradicionales unilaterales. Se trata de mercados donde la concentración en ciertas instancias y etapas del desarrollo es no sólo necesaria sino deseable, así como son esenciales los acuerdos entre los participantes del sistema para garantizar su funcionamiento. En este orden de ideas y en presencia además fuertes externalidades propias de estos mercados, los esquemas de formación de precios, que responden a estas características, difieren sustancialmente de aquellos de otras industrias. Estas condiciones especiales deben ser tenidas en cuenta por los gobiernos al momento de diseñar medidas regulatorias, pues en muchos casos no se trata de fallas del mercado sino de características particulares, y en cambio una regulación excesiva o equivocada puede poner en tela de juicio el desarrollo e incluso la viabilidad de las redes abiertas de tarjetas, con un importante costo para la sociedad en su conjunto.

En el caso de Colombia se destaca que, en términos generales, los sistemas siguen los mismos patrones internacionales, tanto en la estructura como en los precios -tarifa de intercambio determinada en forma multilateral con asimetría en la asignación de precios-. Existe una importante concentración a nivel de las redes, un aspecto cuyo impacto negativo es discutible de acuerdo con la literatura, máxime en el país donde el desarrollo del mercado de tarjetas aún está en una etapa incipiente. Los debates y las soluciones que han adoptado, tanto por parte de las autoridades como por parte de la misma industria -en especial la adopción del nuevo modelo de Tarifa Interbancaria de Intercambio- han conducido sin duda a un esquema de precios más eficiente y competitivo con niveles más bajos. A pesar de lo anterior, hoy siguen discusión algunos elementos derivados de los acuerdos alcanzados entre el gobierno y la industria que aún no han culminado, y que el rumbo que tomen será crucial para determinar un adecuado desarrollo de los mercados de tarjetas en el país. Además, existen otras opciones de regulación del mercado están siendo exploradas por parte del gobierno, cuya bondad plantea serios interrogantes. En síntesis, Colombia está en un nivel temprano de desarrollo de la industria de pagos con plásticos, y sin duda una sobre-regulación del mismo iría en contravía de los esfuerzos por formalizar la economía y por ampliar la cobertura.

El trabajo se divide como sigue: el primer gran capítulo está dedicado a los mercados de tarjetas a nivel internacional. En una primera sección se describe su funcionamiento, los instrumentos disponibles, los actores que intervienen y las interrelaciones entre ellos. La segunda sección se concentra en la formación de precios, lo que necesariamente conlleva a una caracterización de los mercados de "dos lados" o de "múltiples lados". Estos principios sirven para explicar los esquemas de precios en los mercados de tarjetas, donde el énfasis está puesto en la tarifa de intercambio y en el beneficio privado versus el bienestar social. La siguiente sección hace un recuento sobre el debate en torno a la tarifa de intercambio, mencionando cómo la misma se altera cuando cambian las condiciones de competencia entre los actores del sistema, así como las medidas regulatorias resultantes, destacando los efectos de algunas de ellas. Finalmente, la última sección contiene un recuento de las discusiones sobre los mercados de plásticos en diferentes regiones y países, y las soluciones adoptadas para hacerle frente.

El segundo capítulo se concentra en el caso colombiano. En la primera sección se analizan las características y evolución del mercado, así como las condiciones de competencia en las que operan los actores del sistema. En la segunda sección se resume el debate de los últimos años en el país explicando en detalle el nuevo esquema de tarifa de intercambio. La tercera sección presenta las conclusiones y recomendaciones del estudio.

2. LOS MERCADOS DE TARJETAS A NIVEL INTERNACIONAL

2.1 Descripción general de los mercados de "dos lados" y de tarjetas

El mercado de tarjetas como medio de pago tiene ciertas particularidades que lo diferencian de otros mercados más comunes y más conocidos. Cuando regularmente se hace referencia al "mercado del bien X" se asume que existen dos tipos de actores (oferentes y demandantes) para intercambiar un mismo bien. Dichos mercados son unilaterales y las necesidades de cada uno de los actores se concretan en transacciones que se llevan a cabo de manera directa en un mismo entorno.

En los mercados de tarjetas es necesaria la participación de un tercer actor para que la transacción se lleve a cabo, llamado "plataforma", esta hace posible que los usuarios de tarjetas "se encuentren". En estas condiciones, los mercados de tarjetas constituyen un tipo de mercado de "dos lados" donde están presentes dos tipos de demandantes diferentes que interactúan entre sí y una plataforma que, al vender el servicio de intermediación, actúa como el oferente (Rochet y Tirole 2004).

Dentro de esta categoría se encuentran otros mercados con características similares como los de juegos de video, navegadores de Internet, sistemas operativos (Windows, MacOS o Linux), periódicos, telecomunicaciones, centros comerciales, finca raíz, servicios de negocios por Internet (e-business), entre otros. El objetivo de este tipo de mercados es ofrecer un servicio de "conciliación" entre dos actores a través de la plataforma. Las plataformas son indispensables para que exista el servicio y para asegurar el funcionamiento de estos mercados, pues en todos ellos está presente una fuerte complementariedad entre los agentes que intervienen en la transacción (Rochet y Tirole 2002).

En el caso de los mercados de tarjetas de pago, los demandantes del servicio son los compradores (usuarios de las tarjetas) y los comerciantes (quienes aceptan pagos con tarjeta). Ambos actores reciben un beneficio mutuo cuando se vinculan al mercado, generándose así la complementariedad entre ellos. El hecho de que existan compradores con tarjeta hace que el comercio quiera formar parte de esta red de medios de pago y, de la misma manera, si varios establecimientos comerciales aceptan pagos con tarjeta muchos consumidores se interesarán en adquirir una tarjeta de pago. Por el contrario, si ningún comprador es usuario de una determinada tarjeta, ningún comerciante va a estar interesado en vincularse a la red de esa tarjeta en específico y viceversa.

En estas condiciones, el éxito de una plataforma está en lograr vincular a los dos actores a la misma[1], es decir, "poner ambos lados a bordo" (Rochet y Tirole, 2003). La retroalimentación entre los distintos demandantes del servicio se conoce en el ámbito teórico como "externalidad de red" (Economides 2001); la labor de la plataforma es internalizar dicha externalidad, ya que los consumidores no están en capacidad de hacerlo por sí solos. Evans (2003) y Rochet y Tirole (2003) describen este fenómeno, indican que la tarea de la empresa que funciona en un mercado multilateral es balancear la presencia

[1] Por ejemplo, en el caso de finca raíz, las agencias inmobiliarias deben reunir a quienes quieren comprar una propiedad y a quienes están interesados en venderla, donde el negocio de finca raíz como tal no existiría si no cumple con la meta de reunir a ambos tipos de actores. En el mercado de periódicos, las plataformas reúnen a lectores y anunciantes, y para los videojuegos, a los usuarios de consolas y a quienes desarrollan los juegos.

de los dos tipos de demandas, donde el objetivo último es alcanzar una masa crítica que haga sostenible el mercado.

El volumen del mercado está por lo tanto determinado por las externalidades presentes en el mismo y su crecimiento está endógenamente determinado por el número de usuarios de la plataforma (Katz y Shapiro, 1992). Como se mencionó, las externalidades de red se manifiestan cuando aumentos en la cantidad de actores de un grupo determinado se traducen en incrementos en el valor del servicio para el otro conjunto de consumidores. En esta medida, se habla de externalidades cruzadas, ya que ambos grupos de actores (en este caso, consumidores y comerciantes) reciben un beneficio ante un aumento en el número de afiliados del grupo opuesto[2].

Por otra parte las externalidades se pueden clasificar dentro de dos conjuntos, externalidades de adopción y externalidades de uso (Hunt, 2003). En el primer caso, el sólo hecho de que un agente se vincule a la red genera un beneficio para el otro actor. De otra parte, las externalidades de uso se refieren a la frecuencia con la que los agentes pertenecientes a la red efectivamente demanden los servicios ofrecidos por la plataforma.

Los argumentos expuestos ponen de presente que la estructura de este tipo de mercados difiere de manera significativa de otros mercados más comunes. En ellos, no sólo existen externalidades positivas, sino que además se presentan efectos de red. Por lo tanto es evidente que su modelación es particular, y que deben ser analizados bajo criterios especiales. Por ejemplo, el análisis del comportamiento de este mercado se aleja del concepto tradicional de "mercado competitivo"[3], así como de las condiciones usuales que conducen a resultados eficientes y/o socialmente deseados.

En particular, la formación de precios en mercados de dos lados difiere sustancialmente de aquella en los mercados unilaterales. Según Baxter (1983) en los primeros no sólo importa el nivel de precios sino también la estructura de los mismos -es decir la proporción del precio que recae sobre cada uno de los dos consumidores-, y ésta debe ser tal que nivele de la manera más adecuada el volumen de participación de cada uno de los actores dentro de la red, teniendo en cuenta la interdependencia de las dos demandas. Típicamente, en un mercado con externalidades de red el precio que los potenciales usuarios de la red están dispuestos a pagar está determinado por el tamaño de la red (Brynjolfsson y Kemerer 1996). Por lo tanto, los precios reflejan no sólo el costo de la transacción, sino también son una consecuencia de las externalidades y los efectos de red presentes en el mercado.

Por ello, existe un consenso en la literatura en el sentido en que es necesario "cambiar de paradigma" y explorar y entender mejor las bases económicas detrás de los mercados multilaterales o de múltiples lados.

Con el fin de caracterizar mejor el mercado de tarjetas, en las siguientes secciones se presenta una descripción detallada de los instrumentos hoy ofrecidos en el mismo y los actores y sus funciones e interrelaciones.

---

[2] Incrementos en el número de usuarios de una plataforma (VISA, MasterCard, American Express) incrementan el valor que los comerciantes perciben al afiliarse a dicha red de tarjetas.

[3] Donde el equilibrio está descrito por un punto óptimo en el cual el precio es igual al costo marginal.

2.1.1 Instrumentos disponibles

En el mercado de tarjetas plásticas ha desarrollado una amplia gama de productos, que se incrementa a la par del desarrollo tecnológico y el comercio electrónico. Cada una ofrece servicios y beneficios diferentes a los consumidores y por lo tanto implica costos específicos asumidos por la plataforma, además de los costos iniciales de instalación de la red y los básicos de funcionamiento de la misma. De igual forma, cada tarjeta es percibida y valorada de manera diferente por los consumidores (Lee et.al 2002)[4].

Los instrumentos más importantes son las tarjetas de crédito, de débito, de crédito/débito, las tarjetas de marca privada[5], las prepagadas y las recargables. Por su importancia dentro del mercado, este estudio se concentra en las tarjetas crédito y débito.

2.1.1.1 Tarjetas de crédito

Las tarjetas de crédito ofrecen dos servicios: el de pagos a cargo y el de pagos a cuotas. El primero se refiere a pagos que se cobran en su totalidad un mes después de la realización de la compra, mientras que en el segundo los pagos se pueden diferir en varios plazos. Por otra parte, las tarjetas de crédito ofrecen a los consumidores amplios esquemas de beneficios como premios, programas de millas, avances de efectivo, seguros de viaje, seguros para automóviles, asistencia médica exterior y diversos servicios de asistencia al hogar.

Estas tarjetas, denominadas también "tarjetas de propósito general", se diferencian también según usuario. Existen, por ejemplo, tarjetas comerciales, corporativas, empresariales y tarjetas para clientes preferenciales, donde cada una ofrece un esquema de beneficios diferente (Federal Reserve System, 2002; y VISA, 2005). Además de lo anterior, el costo varía según la forma de pago, es decir si las tarjetas son utilizadas exclusivamente como un medio de pago -donde los pagos por las compras se cancelan mes a mes- o si representan un medio de financiamiento (con lo cual se incurre en un costo adicional).

En el ofrecimiento de estas tarjetas, las plataformas acarrean tanto costos fijos como variables. Un ejemplo de costos fijos es la instalación del sistema RTF[6] (descrito a continuación) que permite realizar las transacciones.

En cuanto a los usuarios de tarjetas de crédito, en general éstos deben asumir un cargo fijo mensual más pagos por intereses si difieren sus pagos en el tiempo. De otra parte, los comerciantes deben cancelar una tarifa que puede ser fija o que varía según el monto de la transacción realizada con la tarjeta.

En comparación con las tarjetas débito, las de crédito son más onerosas pues su costo incluye el riesgo crediticio que acarrea prestar el servicio de financiación. Por otra parte,

---

[4] Lee et al 2002 demuestran que las tarjetas de crédito son percibidas como un medio de financiación, mientras que las débito se asocian más con funciones de pago inmediato.

[5] Son aquellas tarjetas ofrecidas a nivel individual por los comercios. Son precisamente éstos últimos quienes incurren en los costos de instalación, funcionamiento y mantenimiento del servicio. Ofrecen muchas veces esquemas de premios y descuentos. Un ejemplo de ello sería que el almacén "Grandes ofertas" emitiera su propia tarjeta sin la colaboración de un banco ni una red.

[6] Red de Transmisión de Fondos.

el establecimiento de la plataforma como tal es mucho más costoso, ya que el servicio de tarjetas débito viene de cierta manera "empaquetado" dentro de los servicios bancarios que ofrece una entidad financiera, mientras que ni los consumidores ni los comerciantes están vinculados per sé a una red de tarjetas de crédito.

2.1.1.2 Tarjetas débito

Las tarjetas débito son ofrecidas por las entidades bancarias como un producto adicional a los depósitos en cuentas de ahorro o corriente. Cuando una persona decide abrir una cuenta en una entidad financiera, ésta puede escoger si desea obtener una tarjeta débito o no. El tarjetahabiente accede a cuatro servicios específicos al disponer de una tarjeta débito:

- Realizar pagos directamente con la tarjeta en los establecimientos comerciales que cuenten con la infraestructura POS [7]
- Pedir un excedente en efectivo al realizar compras en establecimientos comerciales
- Realizar retiros de efectivo en cajeros automáticos. Dichos cajeros pueden pertenecer a la entidad bancaria a la cual se encuentra vinculado el tarjetahabiente ó, según las disposiciones del banco, a otras entidades[8]
- En algunos casos puede realizar pagos de servicios públicos, tarjetas de crédito, Internet y celulares.

Estas tarjetas funcionan debitando de manera inmediata la cuenta del tarjetahabiente en el momento mismo en que se realiza la transacción. El costo del servicio para el tarjetahabiente varía de acuerdo al banco donde tiene la cuenta. Por lo general, existe un cargo fijo mensual junto con una tarifa fija que se causa por cada retiro de efectivo realizado en cajeros no pertenecientes al banco que emite la tarjeta. Por su parte, el comerciante está sujeto a una tarifa fija por transacción realizada a través de la tarjeta.

Estas tarjetas se conocen también como tarjetas débito *online*, cuyos pagos requieren de un PIN pad ofrecido por la tecnología POS. Con la clave se da validez al acceso remoto a la cuenta y de esta manera a la transacción. Si la venta es aprobada, la cuenta del tarjetahabiente es debitada automáticamente. La infraestructura necesaria para ejecutar una transacción con tarjeta débito es independiente de las RTF's de las tarjetas de crédito.

2.1.1.3 Tarjetas débito offline

Las tarjetas débito offline son un nuevo servicio ofrecido por las redes de tarjetas de crédito en asociación con los bancos. La diferencia principal con las tarjetas online es que las transacciones realizadas con las offline se realizan a través de las RTF de las plataformas de tarjetas de crédito.

Existen tres diferencias básicas: i) cuando el tarjetahabiente realiza una compra, el dinero no se debita de manera inmediata y la transacción se completa en un plazo de uno a tres días; ii) no permiten retiros de excedentes de efectivo en el momento en el cual se

---

[7] Las siglas POS corresponden a "Punto de venta" (Point of sale, en inglés). Esta infraestructura consiste en los equipos y tecnología necesarios para que un comerciante pueda recibir pagos con tarjetas.

[8] Por ejemplo un tarjetahabiente de Megabanco puede realizar retiros de efectivo en cualquier cajero perteneciente a la red de Servibanca o cajeros de bancos vinculados a la red.

realizan las compras; y iii) no tienen la función especial de pago de servicios públicos ni otros servicios.

Los costos de estas tarjetas son mayores que las débito online, pues incluyen todos (o algunos) de los beneficios adicionales ofrecidos por las tarjetas de crédito. A esto se suma la libertad de fondos al tarjetahabiente, dado que el valor de las compras no se debita de manera automática. Por su parte, los comerciantes pagan una tarifa basada en el tamaño de las ventas.

2.1.2 Actores del mercado: interrelaciones, incentivos y costos

Es importante hacer énfasis en el rol de los diferentes actores dentro del mercado para entender mejor los incentivos y costos que cada uno enfrenta. Por otra parte, en las interrelaciones entre ellos está presente un elemento fundamental, las externalidades, que se reflejan incluso dentro de las funciones de demanda de cada participante[9].

Los incentivos, que se refieren a las motivaciones que llevan a un agente a tomar una decisión respecto de una transacción, son particularmente importantes en mercados multilaterales, pues su impacto se refleja no sólo a nivel individual sino también a nivel de red. Así, los estímulos que cada agente tiene para vincularse o no a una plataforma, hacer uso de sus tarjetas o incluso suscribirse a redes competidoras afecta los resultados finales del mercado como un tódo. Esto se debe a que las demandas de los diferentes consumidores son interdependientes, de tal modo que las decisiones de un agente afectan a los demás. Dado que el tamaño del mercado es una función del número de participantes dentro de una red, los incentivos también afectan el equilibrio final del mercado.

Una descripción detallada de los diferentes actores del mercado permite entender los motivos que los conducen a vincularse a una plataforma (en el caso de consumidores y comerciantes) y mantenerse dentro de la misma[10], o bien a asociarse a ella (para el caso de bancos interesados en participar en el mercado de tarjetas).

Consumidores: son todos los individuos que utilizan las tarjetas plásticas como medio de pago. Los consumidores pueden clasificarse en dos categorías: consumidores "convenientes" y "rotadores de pasivos". Los convenientes son aquellos que no tienen restricción de liquidez, es decir que cuentan con el efectivo suficiente para realizar todos sus pagos, y por ende utilizan las tarjetas como un medio de pago más práctico, seguro y cómodo. Los consumidores "rotadores de pasivos" son aquellos que utilizan las tarjetas de crédito como medio de financiación. Dado que no disponen del efectivo necesario para cumplir con sus obligaciones, acuden a las tarjetas como una fuente de recursos para expandir sus posibilidades de gasto.

---

[9] Autores como Jean Charles Rochet y Jean Tirole plantean funciones de demanda para cada uno de los actores en las cuales la demanda del agente A es función de la demanda del agente B. Por ejemplo, en un modelo con funciones de demanda lineales tenemos:
$DA = c - \eta * p + \delta * DB$, Donde p es el precio, η la razón a la cual los agentes reaccionan al precio y δ el parámetro que mide en que proporción los agentes tipo A reaccionan a variaciones en la demanda de los agentes tipo B.

[10] Muchos estudios han mostrado que los participantes en los mercados de tarjetas son particularmente sensibles a productos sustitutos (otros medios de pago disponibles), esquemas de beneficios y variables de mercado relacionadas con el bien a comprar (Hahn, et.al 2004).

Los consumidores también pueden clasificarse según su capacidad de compra y su historia dentro de la plataforma. Existen consumidores "estrella", quienes tienen un alto volumen y/o monto de transacciones y consumidores "fieles", que se vinculan a una única red -VISA ò MasterCard, por ejemplo-. Estos consumidores resultan atractivos para las redes, pues les permite diferenciarse entre el conjunto de redes disponibles, constituyendo así una herramienta de mercadeo.

Comerciantes: son los dueños de establecimientos comerciales que se vinculan a una plataforma de tarjetas. Los principales beneficios que reciben al afiliarse a una red consisten en aumentar sus ventas de manera segura. Les permite realizar ventas que de otra manera no se llevarían a cabo (en el caso de los usuarios rotadores de pasivos) e incrementar el volumen de sus ventas al permitir que los consumidores convenientes paguen con tarjeta. Los comerciantes aceptan pagos en tarjetas de crédito pues, de lo contrario, sus ganancias esperadas serían menores (Chakravorti, 2003).

Las tarjetas de crédito también pueden servir como un medio publicitario para un determinado establecimiento comercial -promoviendo el incremento de sus ventas- y son una herramienta de competencia entre comerciantes, pues muchas veces los consumidores tienden a ir a las tiendas que aceptan todos los medios de pago (Chakravorti y Emmons, 2003). Por otra parte, vincularse a una red en particular puede atraer clientes estrella a sus negocios, asegurándoles ventas de alto valor por transacción.

Banco adquiriente: es el banco vinculado al establecimiento comercial y a una red, y ofrece el servicio de ejecutar los pagos realizados con tarjeta. Además, tramita los flujos de desembolsos de los consumidores hacia los comerciantes.

Siguiendo el esquema 2, la ejecución del pago implica que el banco adquiriente capta los pagos que los consumidores realizan por sus compras (a través del banco emisor), descontados de una tarifa que el adquirente debe pagar al banco emisor. El banco adquirente pone a disposición dichos ingresos en las cuentas de los comerciantes afiliados, debitando antes la comisión que le corresponde por ejecutar dicha transacción. Los pagos se llevan a cabo a través de la red, en asociación con el banco emisor.

La única fuente de ingresos que tiene un banco adquirente es la comisión cobrada a los comerciantes. Con ella deben cubrir los gastos de funcionamiento y los costos de ejecución de la transacción (dentro de los cuales se encuentra la tarifa de intercambio). Los gastos de funcionamiento se refieren a todos los costos que implica mantener las relaciones con el sector comercio y bancos emisores, la afiliación a la red y el mantenimiento de la misma (en cuanto a su volumen). Por su parte, los costos de transacción se refieren a la tarifa de intercambio y a costos específicos relacionados con la ejecución de la transacción como tal.

Banco emisor: ofrece los servicios de uso de la tarjeta como tal y, por lo tanto, vende a los consumidores el acceso a este medio de pago. El banco emisor se relaciona con el banco adquiriente vía la red (RTF) para completar la transferencia de recursos entre acreedor (comerciante) y deudor (consumidor). Los bancos emisores, a través de las tarjetas de crédito, funcionan como una fuente de recursos a corto plazo.

El banco emisor cobra una tarifa por los servicios ofrecidos a través de las tarjetas y un interés si los pagos se difieren a plazos. Además, la red ofrece una serie de beneficios que son comercializados a los usuarios de tarjetas vía el banco emisor.

Como se mencionó, este banco se queda con una porción del pago por la compra – conocida como tarifa de intercambio - antes de transferirlo en su totalidad al adquirente (Ver esquema 2). Esta tarifa es motivada por la necesidad de nivelar el peso de los costos totales dentro de la red, pues es evidente que el banco emisor debe responder por la totalidad de los desembolsos que efectúe el consumidor, independientemente de si éste cancela o no sus deudas con dicho banco. Por otra parte, los emisores tienen un alto gasto en promoción de las tarjetas y cuidado de sus clientes (mucho mayor que el que implican las relaciones comerciales entre adquiriente y sector comercio) (Hunt, 2003).

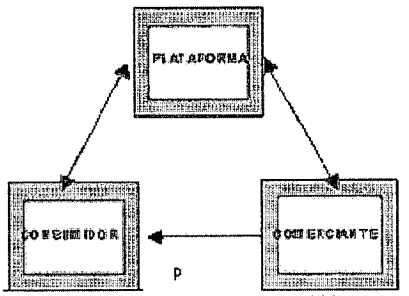
Teniendo en cuenta que aumentos en el número de usuarios de tarjeta benefician a los comerciantes y simétricamente incrementos en el número de clientes de los bancos emisores se traducen en beneficios para los bancos adquirientes-, el costo de mantenimiento de una masa crítica de tarjetahabientes debe ser también respaldado por el banco adquiriente.

Esquemas de oferentes o modelos de negocios: en el mercado de tarjetas participa, además de consumidores (tarjetahabientes) y comerciantes, una plataforma que puede ser abierta o cerrada. En las plataformas cerradas o unitarias existe una única organización que atrae tanto a consumidores como comerciantes y ejecuta por sí misma las transacciones involucradas en una compra con tarjeta (Ver esquema 1). Algunos ejemplos son American Express, Discover y Diners Club. Bajo este esquema no existe ningún otro tipo de intermediador, aunque hoy en día las plataformas unitarias están conformando nuevas formas de negocio bajo la figura de outsourcing. Funcionan como empresas privadas que maximizan ganancias.

Inicialmente sólo existían plataformas unitarias en el mercado de tarjetas. A partir de 1966 se adoptó un sistema de franquicias que separaba las funciones de emisión y adquirencia de tarjetas, el cual posteriormente evolucionó hacia Asociaciones (corporaciones de miembros) en 1970, denominadas plataformas abiertas.

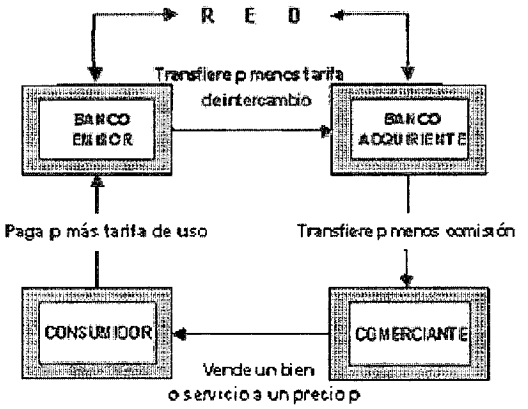
Una plataforma abierta está conformada por dos bancos, el banco adquiriente y el emisor, y las transacciones se realizan entre dichos bancos y una red de transferencia de fondos (RTF) como VISA o Master Card. El modelo corporativo de este tipo de plataformas es el de organizaciones sin ánimo de lucro. El esquema 2 refleja los actores involucrados en una plataforma abierta.

Esquema 1
Actores involucrados en el mercado de tarjetas de crédito
Sistema Cerrado



Fuente: Rochet y Tirole (2002)

Esquema 2
Actores involucrados en el mercado de tarjetas de crédito
Sistema Abierto (Asociaciones Bancarias)



Fuente: Rochet y Tirole (2002)

En una transacción típica con tarjeta de crédito se debita la cuenta del consumidor y se acredita la del comerciante, lo cual es posible gracias a las RTF's que controlan el flujo de información y transacciones. El banco emisor debe responder por el gasto realizado por el consumidor dentro de un límite de 48 horas, independientemente de la forma de financiación escogida por este último (si difiere o no su compra a cuotas). De esta manera, el banco emisor transfiere al banco adquiriente los fondos correspondientes al valor de la compra y los deposita en la cuenta del comerciante.

2.1.3 Transferencias y subsidios cruzados

La naturaleza misma de los mercados de dos lados hace que los bancos socios de la red (emisor y adquiriente) deban trabajar "en equipo", máxime teniendo en cuenta que comparten la misión "tener ambos lados (comerciantes y tarjetahabientes) a bordo". Esto genera costos de conformación y mantenimiento de la plataforma, que deben ser asumidos por los dos lados. La literatura demuestra que la asignación de costos entre un lado u otro del mercado es relativamente irrelevante (Evans 2003), lo que se debe

básicamente al hecho de que las funciones de demanda de cada uno de los actores presentes en el mercado son interdependientes. Esto tiene implicaciones bastante importantes, entre ellas la existencia de subsidios cruzados dentro de la red, lo que quiere decir que frecuentemente un grupo de demandantes financia al otro, o dicho de otra forma, paga más que el otro grupo (Chakravorti y Emmons, 2003).

Esto conduce directamente a la discusión sobre la "estructura de precios" que debe diseñar una plataforma, donde las asociaciones de tarjetas deben decidir unos niveles y estructura de precios tales que permitan atraer al mercado un número adecuado de consumidores y comerciantes (Rochet y Tirole, 2003).

2.2 Formación de precios en la industria de tarjetas

El objetivo principal de los mercados de dos lados (o múltiples lados), tanto desde una perspectiva de negocio como social, es lograr poner a los dos lados (tarjetahabientes y de comerciantes) "a bordo" a través de balancear sus demandas, las cuales son interdependientes. De hecho, los sistemas de tarjetas de pago son intermediarios que agregan valor sólo si, a través de estrategias y mecanismos, son capaces de juntar a los dos grupos, coordinar en forma adecuada sus demandas y lograr una participación balanceada de ambos lados. Tener en cuenta estos objetivos, que en última instancia sustentan el negocio de tarjetas, es crucial para entender la razón de ser de los diferentes esquemas de formación de precios que se han establecido (Rochet y Tirole, 2003; Evans y Schamalensee, 2005).

2.2.1 Determinación de precios en mercados de dos lados

El mercado de tarjetas de pagos ha seguido, desde su surgimiento en los años cincuenta, una estructura de precios típica de una plataforma de dos lados. La literatura teórica sobre formación de precios en plataformas o mercados de dos lados parte de varios elementos.

Primero, existen precios variables y fijos que se aplican a los dos lados del mercado, esto es que las plataformas pueden realizar un cobro fijo por el acceso o una cuota de membresía, y/o pueden establecer un precio variable o por transacción.

Segundo, la literatura hace una clara distinción entre la estructura de precios y su nivel. El nivel de precios, aquel que maximiza beneficios, depende de los costos de prestar el servicio a los dos grupos, de las sensibilidades de las dos demandas a los precios y de los efectos indirectos de red. A su vez, y como en cualquier mercado, la sensibilidad de las demandas a los precios depende de los precios y de la cantidad disponibles de bienes sustitutos, así como de otros factores como la presencia de competidores en el sistema. Por otra parte, la estructura de precios (la proporción del precio que paga un lado del mercado frente al otro) que maximiza beneficios también depende de los costos, de la sensibilidad a los precios y de la forma en que la participación de uno de los grupos afecta la demanda del otro grupo.

Un aspecto particular en la mayoría de modelos de plataformas de dos lados consiste en que el mecanismo de determinación de los precios que maximiza los beneficios es asimétrico, en el sentido en que uno de los lados del mercado paga por el servicio y el otro no lo hace o lo hace en una proporción muy inferior. De hecho, uno de los grupos

paga un precio cercano o incluso por debajo del costo marginal y la mayoría del margen bruto[11] es obtenido a través del servicio prestado al otro grupo[12] (Evans y Schamalensee 2005).

Este sesgo se explica por la presencia de las externalidades positivas indirectas de red entre los dos grupos, ya que entre mayor es el uso del servicio por parte de uno, más atractivo es para el otro. En estas condiciones, tiene sentido prestarle el servicio gratuitamente a uno de los grupos para atraer el otro; y los costos marginales positivos en los que se incurre en el primer caso son compensados con beneficios cuando se logra atraer un número suficiente de consumidores del otro grupo que paga por el servicio[13].

2.2.2 Formación de precios en el mercado de tarjetas de pago

2.2.2.1 Sistemas unitarios o tarjetas de almacenes.

Los esquemas de formación de precios en mercados de dos lados (o de múltiples lados) tienen aplicación directa a la industria de tarjetas de pago. A continuación se analiza el caso de los sistemas unitarios[14].

Una representación de los flujos de ingresos y pagos en los que incurren los diferentes actores del mercado se presenta en el Esquema 1. Como se mencionó, en los sistemas unitarios (cerrados) la red es sólo un intermediario en el pago de transacciones con tarjeta entre el tarjetahabiente y el comerciante. El comerciante le vende al comprador con tarjeta a un precio p (el valor total de la compra), el sistema paga al comerciante el precio menos una comisión (p-m) y el tarjetahabiente paga al sistema el precio p más una tarifa cobrada por el emisor al consumidor (p+f). A su vez, el sistema incurre en un costo (c) por efectuar las transacciones.

En el mercado de tarjetas, los costos que enfrentan comerciantes y tarjetahabientes por la participación en el sistema pueden ser fijos o variables. La evidencia muestra que los comerciantes incurren en un costo fijo (generalmente bajo) por el acceso al "terminal" (para la aceptación de las tarjetas) más una comisión variable por transacción con este medio de pago. Del otro lado del mercado, los tarjetahabientes pagan (algunas veces) una cuota de manejo o tarifa de afiliación fija y los costos variables para ellos son generalmente neutros o incluso negativos si se tienen en cuenta los beneficios que obtienen con las tarjetas[15].

---

[11] El margen bruto corresponde a los ingresos menos los costos variables de un lado específico.

[12] Vale la pena anotar que, en estricto sentido, no es correcto atribuir los beneficios totalmente a un solo lado del mercado, en la medida en que los dos lados deben estar "a bordo" para que se produzcan beneficios y por ello los costos de los negocios de plataforma deben entenderse como conjuntos entre los dos lados.

[13] Esta es una característica que se presenta en la mayoría de mercados de dos lados. Ejemplos de lo anterior son los centros comerciales que ofrecen parqueo gratis a los consumidores y obtienen los ingresos a través de cobros a los comerciantes; la industria de páginas amarillas, donde los directorios son distribuidos gratuitamente y todos los ingresos son obtenidos de los pagos hechos por los comerciantes para quedar listados; Microsoft y Apple, por ejemplo, no cargan tarifas a quienes desarrollan aplicaciones de software y todos los ingresos provienen de los usuarios finales de sistemas de computadores; los fabricadores de consolas de juegos de video las venden a los usuarios finales a precios iguales o inferiores a los costos y el margen bruto los obtienen de las tarifas de las licencias pagadas por quienes desarrollan los juegos. Otros ejemplos los constituyen los servicios de información, donde un lado paga menos que el otro, o los periódicos, donde los lectores pagan poco y la mayoría del ingreso proviene de la publicidad.

[14] Por ejemplo BankAmericard antes de convertirse en una franquicia.

[15] Por ejemplo las millas, seguros, entre otros.

Los niveles de la tarifa cobrada a los consumidores (f) y de la comisión (m) son escogidos por los propietarios del sistema de manera que maximicen sus beneficios. Sin embargo, la fijación de los niveles de estas tarifas es compleja, ya que tiene en cuenta varios factores: el costo de la transacción para el sistema (c) -incluyendo a las actividades de emisión y de adquirencia-, la competencia que enfrenten con otras redes de tarjetas y aquella entre bancos emisores y adquirentes, y finalmente las elasticidades de las demandas de tarjetahabientes y de comerciantes a los precios (Rochet y Tirole, 2004). La determinación de precios en función de las elasticidades de la demanda es un elemento común a otras industrias; pero dadas las externalidades positivas entre diferentes usuarios puede suceder que uno de los lados obtenga el servicio enteramente gratis mientras el otro pague la totalidad o la mayoría de los costos. Esto da lugar a los subsidios cruzados dentro de la red, lo que quiere decir que frecuentemente un grupo de demandantes financia al otro, o dicho de otra forma, paga más que el otro grupo (Chakravorti y Emmons, 2003).

De hecho, en los sistemas unitarios la evidencia empírica de la relación entre los precios pagados por los comerciantes (comisión variable por valor transado y en algunos casos costo fijo de acceso a la red) y los precios relacionados con las transacciones pagados por los consumidores (en la forma de cuota anual y otras tarifas) sugiere que estos sistemas han adoptado estructuras de precios asimétricas y obtienen la mayor parte de sus ingresos de los pagos hechos por los comerciantes más que de los consumidores.

Dado que los costos relacionados con las transacciones son menores del lado de la adquirencia del negocio que de la emisión, la estructura de precios que maximiza los beneficios para el sistema, es decir aquella que pone y mantiene los dos grupos de consumidores "a bordo" y a la vez permite que tanto adquirentes como emisores sean rentables, es una en la cual los comerciantes pagan un precio variable por la transacción relativamente alto, mientras los tarjetahabientes pagan precios de transacción de cero o ligeramente negativos más unas cuotas de manejo bajas, y por lo tanto la mayoría de los beneficios provienen del lado de los comerciantes[16].

Algunos ejemplos de esta situación son la primera plataforma de pagos de dos lados introducida por Diners Club en 1950, donde inicialmente la tarjeta se ofreció sin costo para los consumidores, pero posteriormente se estableció un modelo de negocio en el cual los tarjetahabientes pagan una cuota anual y asumen costos de transacción ligeramente negativos, mientras que los comerciantes pagan una tarifa variable de por cada transacción[17]. Un modelo similar adoptaron American Express[18] y Bank of America en 1958, donde la mayoría de los ingresos provenían de las cargas a los comerciantes.

Finalmente y para efectos comparativos, vale mencionar que en el caso de las tarjetas de almacenes, un sistema que corresponde a un mercado de un lado, el esquema óptimo de

---

[16] Se puede decir que este fue el esquema de precios "competitivo" (en el sentido de no colusivo o monopolístico) introducido por estos sistemas unitarios, ya que, al menos en sus comienzos éstos tenían un poder de mercado muy reducido.

[17] En los años 50 y 60, Diners Club obtuvo cerca del 70% de sus ingresos (y probablemente la mayoría de su margen bruto) del negocio por el lado de los comerciantes.

[18] Según Evans y Schmalensee (2005), en 2004 el 84% de los ingresos relacionados con las transacciones provinieron del comercio, excluyendo los ingresos del financiamiento a los tarjetahabientes. Cuando estos se incluyen, el porcentaje se reduce a 63% y esta medida es de 71% si se excluyen cargas financieras sobre préstamos con tarjetas amparadas o garantizadas.

fijación de precios es aquel en el cual los tarjetahabientes no incurren en un cobro específico por la compra con la tarjeta, y el único costo que asumen es el interés que pagan cuando financian sus compras en el tiempo. Así, en términos generales, las ganancias de las tarjetas de almacenes se derivan del financiamiento a los clientes, mientras que los servicios de la transacción con las tarjetas pueden entenderse como que tienen un precio variable negativo y cero costo de acceso. Las tarjetas de almacenes incrementan las compras en la medida en que reducen las restricciones de liquidez de corto plazo[19].

2.2.2.2 Beneficio privado versus bienestar social

Una discusión relevante tiene que ver con si la estructura de precios establecida por estos sistemas, además de resultar en un beneficio privado, también favorece el bienestar social, en otras palabras, si los precios en un mercado de dos lados que son óptimos desde el punto de vista privado también son socialmente óptimos.

De acuerdo con la teoría (resumida en Evans y Schamalensee, 2005), en un mercado común de un lado y bajo supuestos normales (e incluso en presencia de algún poder de mercado), la disposición de los compradores a pagar por una unidad adicional del producto provee una medida del valor social de este producto. En consecuencia, el óptimo social ocurre a un nivel de producto en el que el precio es igual al costo marginal, puesto que a menores niveles de producto los compradores están dispuestos a pagar más que el costo marginal para el producto adicional, mientras que a niveles superiores de producto están dispuestos a pagar menos que el costo marginal. Sin embargo, en un mercado de dos lados, donde hay una interdependencia de las demandas entre los dos lados, el aumento en el producto en un lado (A) provee beneficios positivos a los compradores del otro lado (B), que no se reflejan en la curva de demanda del lado (A). En este sentido, si los precios igualan al costo marginal en los consumidores del grupo A, es en todo caso socialmente benéfico aumentar el producto a A, dados los beneficios (la externalidad) que a la vez se conceden a los miembros del grupo B (situación que no ocurre en un mercado de un lado).

En general, las comparaciones de la estructura de precios de los mercados de tarjetas[20] que maximiza beneficios privados, el bienestar social y los precios Ramsey (que incluye la maximización del bienestar social sujeto a la restricción de que la firma no pierda dinero) sugieren que: primero, ni los precios que maximizan el bienestar ni los precios Ramsey son basados únicamente en costos, y más bien la estructura de precios óptima también depende de la sensibilidad de las demandas a los precios y de las externalidades entre los dos lados del mercado; segundo, la relación entre la maximización de beneficios y la estructura de precios Ramsey es compleja, raramente son iguales, pero el signo de las diferencias entre ellas depende de la demanda total, de los costos pero también de los parámetros de externalidad de estos mercados (Evans y Schamalemsee 2005).

---

[19] De hecho, esta es una de las principales motivaciones para que comerciantes al acepten tarjetas de "múltiples propósitos".

[20] En los modelos con una firma en mercados de dos lados y economías perfectamente competitivas.

2.2.2.3 Sistemas de múltiples partes y Tarifa de Intercambio

El tercer caso a analizar en la industria de pagos con tarjetas[21] son los sistemas de múltiples lados[22], en los que interactúan bancos emisores, bancos adquirentes, establecimientos comerciales y compradores, todos ellos agrupados alrededor de una marca de tarjetas que es manejada por una red.

Como se ilustra en el Esquema 2, cuando se habla de sistemas abiertos se deben sumar tres elementos a los flujos de los sistemas unitarios (cerrados): la tarifa que paga el banco adquirente a la red, la que paga el emisor a la red y el pago que hace el emisor al adquirente que corresponde al precio menos una tarifa intercambio entre los dos (a) es decir (p-a). Vale anotar que la tarifa de intercambio (a) no va a la red sino al emisor. De igual forma, tanto las cargas al tarjetahabiente (f) como m (comisiones) (m) no son fijadas por la red, sino son el resultado de la competencia entre los bancos miembros al interior de la red en los mercados de emisión y adquirencia. Esta es una primera diferencia relevante frente a los sistemas unitarios (cerrados) donde estos dos precios son establecidos directamente por el sistema (red) y de ellos recibe los ingresos asociados.

Es estos sistemas, dado que un tarjetahabiente está servido por un banco emisor y un comerciante por un banco adquirente, para que la transacción tenga lugar es necesario que los dos tipos de bancos lleguen a un acuerdo sobre dos aspectos fundamentales: primero, quien va a asumir los riesgos, como el de no pago por parte del tarjetahabiente, el fraude con la tarjeta, la no entrega de los bienes por parte del comercio o la quiebra del comercio o del banco del comercio, entre los más destacados; y segundo, cómo van a ser compensados tanto bancos adquirentes como emisores por los costos en los que incurren al ejecutar la transacción, la cual no puede tener lugar sin la participación de los dos. Los acuerdos preestablecidos sobre quien asume los riesgos y sobre lo que cada tipo de banco va a recibir por la transacción son fundamentales, pues brindan la certeza necesaria a las partes para llevar a cabo la transacción (Boomse, 2002).

Una de las opciones para llegar a estos acuerdos es a través de las negociaciones bilaterales entre bancos, lo cual sólo es posible si hay un número reducido de ellos en sistema. En presencia de un número importante de participantes, este esquema resulta ineficiente, costoso y en general inviable. Por esta razón, desde sus inicios, las cooperativas (en las cuales participan muchos bancos) decidieron desarrollar un conjunto de reglas o contratos colectivos que definen la asignación de los riesgos y los pagos entre las partes que tienen diferentes participaciones en el negocio de emisión y de adquirencia[23].

---

[21] En la industria de tarjetas se identifican tres tipos de sistemas: tarjetas de almacenes, sistemas unitarios y sistemas de múltiples partes.

[22] Como se mencionó, los sistemas de múltiples lados se crearon en los sesenta con los sistemas de franquicia (por ejemplo BankAmericard) y con las cooperativas de bancos que acuerdan colaborar en una marca específica de tarjetas (ejemplos Visa y MasterCard).

[23] Se pueden citar ejemplos de contratos como el de NBI (la cooperativa que surgió del sistema de franquicia BankAmericard y el predecesor de VISA) en el cual, si el comercio garantizaba al adquirente autorizar apropiadamente las transacciones y chequear los números de las tarjetas frente a una lista de cuentas fraudulentas, el pago estaba garantizado; y si la transacción se tornaba fraudulenta, o el comerciante no pagaba, la responsabilidad recaía enteramente en el banco emisor. Master Charge (predecesor de Master Card) desarrolló un contrato similar con una tarifa de intercambio similar.

Precisamente, el resultado de estos acuerdos o contratos en sistemas de transacciones en las que el banco emisor y el adquirente son diferentes[24] es lo que se conoce como la tarifa de intercambio, el esquema característico de los sistemas de múltiples partes en el mercado de tarjetas de pago.

Bajo este esquema de tarifa de intercambio, la estructura y la formación de precios que resulta es similar a la descrita anteriormente de los sistemas unitarios: si en estos últimos los emisores asumen buena parte de los riesgos y los adquirentes sólo incurren en costos de transacción, en forma similar la tarifa de intercambio representa lo que el adquirente le debe pagar al emisor (por participar en la transacción) y por ende es la fuente de ingresos para el emisor y un elemento de costo para el banco adquirente. Para recuperar este costo, el banco adquirente cobra al comerciante una comisión que cubre la tarifa de intercambio más un valor adicional que cubre los costos de transacción del adquirente (Tirole y Rochet, 2003).

Dentro de este esquema, además, los emisores escogen emitir tarjetas con costos de acceso modestos y costos de transacción neutros o prácticamente negativos para los tarjetahabientes (con el fin de promover la utilización) y, como el caso de los sistemas unitarios, la mayor parte de los ingresos proviene de los comerciantes[25]. Vale decir que en las redes cooperativas, los bancos miembros tienen diferentes visiones sobre la determinación de la tarifa de intercambio, dependiendo de si son emisores o adquirentes, pero el interés colectivo de la asociación es maximizar el beneficio total de sus miembros.

A manera de síntesis, las tarifas de intercambio son tarifas que los bancos adquirentes le pagan a los bancos emisores por a las transacciones entre sus respectivos clientes - comerciantes y tarjetahabientes, respectivamente-. En ausencia de negociaciones bilaterales, las asociaciones de tarjetas de pago como Visa o MasterCard establecen valores por defecto (predeterminados) para estas tarifas, las cuales aplican a todas las transacciones al interior del sistema. No son un precio ordinario, sino un elemento de un contrato estándar que un sistema de múltiples lados establece para sus miembros. En estas condiciones, y por su misma lógica, las tarifas de intercambio difieren entre países y entre tipos de transacción. No reflejan exclusivamente los costos (riesgos), sino por el contrario, tienen relación con la sensibilidad de las demandas a los precios y con las externalidades de red.

Como en el caso de los sistemas unitarios, ha surgido un debate en torno a si el esquema de tarifa de intercambio que resulta de maximizar el beneficio privado (de todos los miembros del sistema) también maximiza el bienestar social.

Al respecto, la literatura señala que, a pesar de que las asociaciones de tarjetas tienen un objetivo social consistente en poner "a bordo" tanto a compradores como a vendedores, no se puede decir que la industria escoge una tarifa de intercambio que sea el óptimo social -pero esto no ocurre únicamente en esta industria: no hay una industria que suscite decisiones socialmente óptimas . Por ello, como en los sistemas cerrados, se puede

---

[24] En el caso en el que el banco adquirente es el mismo emisor, este determina libremente las tarifas cobradas a comerciantes (comisión) y a los tarjetahabientes (cuota de manejo, interés del financiamiento, interés de mora).

[25] Vale decir sin embargo, como lo señala Evans 2005, que a pesar de que la estructura de precios es similar en los dos sistemas, existe evidencia de que con la creación de las cooperativas y la correspondiente tarifa de intercambio el nivel de precios resultó inferior a aquel establecido en los sistemas unitarios (precios de Visa inferiores a los de American Express).

concluir que las tarifas que corresponden al óptimo privado y social pueden diferir. De hecho, como se muestra en (Rochet y Tirole, 2002 y 2003; y Wright, 2001) aunque los niveles óptimos de las tarifas de intercambio dependen de los mismos factores (costos de los adquirentes y los emisores y distribución de los mismos entre los dos actores, márgenes de adquirentes y emisores, elasticidad de las demandas de comerciantes y tarjetahabientes, e intensidad de la competencia en los mercados de emisión y adquirencia y entre redes) en general no son equivalentes[26].

Sin embargo, no existe un sesgo sistemático entre ellas. De acuerdo con el desarrollo teórico y empírico sobre el tema, no hay razones para pensar que las tarifas de intercambio escogidas por una asociación son sistemáticamente muy altas o muy bajas, en comparación con los niveles socialmente óptimos. De hecho, no es del interés de las asociaciones escoger tarifas que se desvíen demasiado del óptimo social por dos razones fundamentales: primero, las externalidades de red implican que debilitar un lado del negocio reduce la demanda del otro; y segundo, la competencia entre redes implica que los comerciante y/o tarjetahabientes pueden cambiar de proveedores cuando una red decide aumentar sus precios.

En resumen, desde una perspectiva académica existe un cierto consenso en el sentido en que las estructuras de precios de las asociaciones de tarjetas de pago no son socialmente ineficientes y más bien éstas son cruciales para explotar las externalidades de red. Además, no es posible establecer que las tarifas de intercambio óptimas privadas son mayores o menores que las óptimas socialmente.

2.3 El debate en torno a la Tarifa de Intercambio: Análisis teórico

A manera de síntesis, la literatura evidencia que la tarifa de intercambio es un instrumento que permite el funcionamiento del mercado, y sin ella no podrían existir las asociaciones de tarjetas de crédito. El negocio de los oferentes de tarjetas de crédito (bancos emisores y adquirentes) es unir a dos tipos de demandantes (comerciantes y consumidores) en una misma plataforma. Dicho encuentro es factible ya que cada uno de ellos obtiene un beneficio en esta "unión", más conocido en la literatura como externalidad de red. La tarifa de intercambio es el mecanismo a través el cual se internaliza esta externalidad y por ende sin ella no habría negocio.

Esto pone de presente que no se está hablando de una industria con integración vertical[27], pues la generación de valor se da en dos instancias del mercado, cuyos demandantes dependen el uno del otro. En consecuencia, debe existir una tarifa que nivele la presencia de ambos en el mercado.

No obstante lo anterior, la tarifa de intercambio en los sistemas de tarjetas de pagos ha sido objeto de un profundo debate, debido principalmente a que la estructura de precios puede no ser óptima desde una perspectiva social -como se mencionó atrás- y además porque la misma surge de un proceso considerado no competitivo que conduce a niveles elevados de los precios. Respecto de esta percepción, se argumenta que surge más de la

---

[26] Incluso, bajo supuestos de demandas lineales y márgenes constantes, las tarifas óptimas privadamente y socialmente pueden coincidir (Tirole y Rochet, 2003)

[27] En las industrias con integración vertical existe un solo tipo de demandante y se ofrece un producto que pasa por varias etapas productivas en las cuales se va agregando valor al mismo. Por ende el precio final de este bien debe reflejar los costos acumulados en cada etapa y debe ser cargado en su totalidad al consumidor final.

falta de comprensión del funcionamiento mismo del mercado que de sus fallas, e incluso imputar la existencia de la tarifa de intercambio al ejercicio del poder de mercado es no solo inadecuado si no es una concepción errónea (Muris, 2005).

Aún así, en varios países el debate en torno a la tarifa de intercambio ha sido bastante álgido. Las asociaciones de comerciantes han presionado a las autoridades de competencia para que regulen dichas tarifas con el propósito de que éstas bajen y así se reduzcan las comisiones que el sector comercial tiene que pagar por recibir pagos con tarjetas.

La bondad de las mismas ha sido evaluada desde una perspectiva teórica, para lo cual se han propuesto diferentes esquemas para modelar el mercado de tarjetas. El ejercicio básico consiste en determinar una tarifa de intercambio "optima"[28], donde desde el punto de vista social lo deseable es que el nivel de la tarifa de intercambio consiga ofrecer el máximo beneficio tanto a consumidores como a comerciantes, dados los límites naturales[29] que enfrenta el sistema de tarjetas.

La discusión teórica en torno a la tarifa se puede dividir en dos grandes áreas: una donde se realizan consideraciones de competencia en el mercado y otra que evalúa las consecuencias de la intervención por vías regulatorias. La primera describe cómo la competencia en los diferentes niveles del mercado –dentro de las redes y entre las mismas- afecta el nivel de la tarifa de intercambio y, en consecuencia, el tamaño del mercado[30]. Por su parte, la discusión regulatoria describe el efecto de imponer distintas reglas a la tarifa de intercambio y sus efectos sobre el equilibrio final del sistema y su desempeño (desarrollo, eficiencia, entre otros aspectos).

2.3.1 Competencia en los sistemas de tarjetas

En los sistemas de tarjetas existen dos instancias para hablar de competencia, esto es dentro y fuera de las redes[31]. La competencia fuera de la red o inter-red se da entre las redes que existen en el mercado, mientras la competencia dentro de la red o intrared es aquella que se da entre los bancos que pertenecen a una asociación de tarjetas, ya sea entre emisores, entre adquirentes o entre adquirentes y emisores[32].

La discusión sobre el nivel de la tarifa de intercambio se inicia con el ejercicio de Baxter (1983), partiendo de un escenario de total competencia dentro y fuera de las redes. Concluye que la tarifa de intercambio debe ser diferente de cero, en otras palabras, la

---

[28] En este contexto la optimalidad considera la pertinencia de dicha cuota (incluyendo el nivel que tome) y la forma cómo ésta debe ser determinada.

[29] Límites en cuanto a un nivel mínimo de la tarifa de intercambio que permita el funcionamiento del mercado (tamaño óptimo de red).

[30] Para una mayor discusión sobre el papel de la tarifa de intercambio en el mercado de tarjetas de crédito ver la sección 3.4 del presente documento.

[31] Según se ilustró en el capítulo 3- los servicios de pago en tarjeta pueden ser ofrecidos por redes unitarias (p.e American Express y Diners) o por asociaciones conformadas por bancos (Visa y MasterCard)

[32] El cuadro 1 contiene una descripción detallada de todos los modelos teóricos que evalúan el efecto de las diferentes estructuras de competencia sobre la tarifa de intercambio.

tarifa de intercambio es esencial al funcionamiento del mercado[33]. También encuentra que determinar la tarifa de intercambio exclusivamente según costos no es adecuado desde una perspectiva social, pues esto conduce a una sub-provisión del servicio. Adicionalmente, es mejor fijarla de manera central –a nivel de red- que realizar negociaciones bilaterales entre bancos, debido a que esta última opción resulta más costosa.

El escenario real es, sin embrago, pocas veces enteramente competitivo. Por ello, es importante identificar bajo qué condiciones la tarifa de intercambio presenta niveles eficientes[34] (ineficientes).

2.3.1.1 Competencia inter-red e intrared

En cuanto a la competencia al interior de las redes, la literatura es clara en concluir que es fundamental promoverla. En particular, resulta especialmente ventajoso para efectos de obtener una tarifa de intercambio más eficiente i) incrementar la competencia entre emisores, ii) evitar redes con una mayor participación de emisores relativa a la de adquirentes y iii) motivar la competencia entre adquirentes. En esencia se busca contar con mecanismos que permitan a todos los participantes en el mercado tener cierto poder de negociación, de tal manera que generen contrapesos naturales dentro del sistema que eviten que las tarifas de intercambio se fijen en niveles excesivamente altos o excesivamente bajos.

La explicación está en la función misma de la tarifa de intercambio dentro del mercado de tarjetas. La tarifa de intercambio es la cuota que relaciona el negocio de adquirencia con el de emisión (recordemos que es una transferencia de los primeros hacia los segundos) y distribuye las cargas de costos entre ambos, por ende todo cambio en la estructura de costos del lado de los bancos emisores tiene incidencia directa sobre los costos de los bancos adquirentes (y viceversa). Si, por ejemplo, se reducen los ingresos por cuenta de comisiones en el lado de adquirencia, necesariamente tendrán que subir las cuotas de manejo o disminuirse los beneficios ofrecidos a los consumidores (Chackravorti y Ronson, 2004).

La competencia entre emisores hace que dichos bancos dediquen más esfuerzos en atraer más consumidores a su negocio. Esto implica reducir los costos por el uso de tarjetas para sus clientes, lo cual sólo puede tener lugar si se incrementan los ingresos que los emisores reciben gracias a la tarifa de intercambio y, en consecuencia, se aumentan las comisiones cobradas a los comerciantes que aceptan tarjetas. Cuando los emisores tratan de obtener más ingresos de los comerciantes (afiliados a los bancos adquirentes), se genera una resistencia por parte de ellos, quienes presionarán para que las tarifas de intercambio se reduzcan. Vale aclarar que esto sólo es posible en la medida en que los usuarios tienen más de una tarjeta, pues le brinda al comerciante la posibilidad de escoger cual tarjeta recibir (rechazar).

---

[33] Esto se cumple toda vez que las elasticidades de demanda (indicador de la sensibilidad de cada uno de los demandantes a cambios en precios) de comerciantes y consumidores no sean iguales y al costo de ofrecer el servicio a cada lado del mercado lo cual siempre se cumple

[34] Hablamos de una tarifa de intercambio eficiente cuando se consigue vincular a ambos demandantes (consumidores y adquirentes) a la plataforma sin alejarse del óptimo social (entendido como la maximización de los beneficios de todos los actores).

En este orden de ideas, promover la competencia entre emisores genera mecanismos naturales (nivelación de fuerzas) que ayudan a garantizar una tarifa de intercambio adecuada –más baja- (Rochet y Tirole, 2002).

Siguiendo la línea anterior, una mayor participación de los emisores en las asociaciones (frente a los adquirentes) hace que sea más factible determinar una estructura de costos dentro de la red que les favorezca, es decir incrementar sus ingresos vía aumentos en la tarifa de intercambio. En otras palabras, permitir un mayor poder de negociación de los emisores frente a los adquirentes evidentemente hace que el objetivo de la red sea maximizar las ganancias de los emisores, lo que inmediatamente se traduce en aumentos en la tarifa de intercambio. De lo anterior se concluye que es importante nivelar la participación de adquirentes y emisores en una asociación para evitar que se fijen tarifas de intercambio en niveles excesivos.

Por último, promover la competencia entre adquirentes también es un elemento crucial, ya que hace que éstos se vean motivados a ofrecer mejores condiciones para los comerciantes (menores comisiones) lo cual permite tener tarifas de intercambio más bajas. El modelo de Gans y King (2003) confirma lo anterior, indicando que cuando los adquirentes no son competitivos (conservan un margen de ganancia en el negocio) las comisiones tienden a ser más altas.

Sin embargo, la situación puede ser diferente cuando existe más de una tarifa de intercambio en la red. Bajo esta condición, la competencia intrared puede conducir a una tarifa de intercambio mayor (Guthrie y Wright, 2005). La explicación a este fenómeno está relacionada con el comportamiento de los bancos adquirentes cuando se enfrentan a distintos tipos de comerciantes (heterogéneos). La competencia conduce a tratar de ofrecer menores comisiones a ciertos sectores que son más elásticos[35] a cambios en los precios, pero esto se hace a costa de incrementos en las comisiones del resto de sectores. El resultado final es un incremento en la tarifa de intercambio.

Finalmente, es evidente que la competencia entre redes tiene efectos positivos en el sentido de conducir a una menor tarifa de intercambio. Sin embargo, esto sólo es cierto si los tarjetahabientes portan más de una marca de tarjetas, es decir, si se encuentran afiliados a más de una red. Lo anterior permite que haya una sustitución entre tarjetas dentro del mercado, evitando la posibilidad de extraer ganancias al ejercer cualquier tipo de poder dentro del mismo (e.i. forzar precios superiores a los socialmente deseados). Por ejemplo, cuando los comerciantes deben aceptar pagos con tarjetas por razones estratégicas y los consumidores sólo tienen una tarjeta de una marca específica, los comerciantes están obligados a aceptar cualquier incremento en las comisiones pues no tienen una segunda opción. Si por el contrario los consumidores están vinculados a más de una red de tarjetas, cuando una red específica sube las comisiones, los comerciantes podrán optar por recibir únicamente las tarjetas de la red menos costosa.

En resumen, incrementar el número de redes dentro del sistema de pago con tarjetas presiona los precios del mercado a la baja (Chackarvorti y Jonson, 2004) bajo la condición de que los tarjetahabientes estén afiliados a más de una red. Este mismo resultado se obtiene cuando el mayor la competencia entre bancos adquirentes, pero

---

[35] Lo cual indica su disposición a aceptar las tarjetas, comerciantes con mayor elasticidad de demanda reaccionan de manera más fuerte a incrementos en los precios disminuyendo su demanda por los servicios de aceptación de tarjetas.

especialmente cuando aumenta la competencia entre emisores y cuando se reduce el peso relativo de estos últimos al interior de la red.

2.3.1.2 Cooperación vs. Competencia en los sistemas de pagos

Es importante tener en cuenta que la naturaleza misma del mercado hace conveniente que exista un cierto grado de cooperación dentro del mismo, y de hecho es una característica deseable en los sistemas de pago en general (Kempainen 2000). Esto permite obtener ganancias en eficiencia, visibles en menores costos de operación, mayor desarrollo tecnológico e innovación y competencia en precios y servicios[36].

Adicionalmente, a nivel teórico, en los sistemas de tarjetas la concentración es recomendable, por cuanto permite que las redes exploten las externalidades en su totalidad. Esto se debe a la naturaleza misma del mercado, donde existen economías de escala y altos costos de implementación de las redes. Sin embargo, se advierten los peligros de las prácticas antimonopólicas (Mac Andrews y Rob, 1996).

Dado lo anterior y los mencionados beneficios de la competencia entre redes, existe un trade-off importante entre cooperación y competencia que debe ser tenido en cuenta por las autoridades al diseñar políticas aplicadas a los sistemas de pagos con tarjetas. En situaciones en las que el sistema de pagos no se encuentra plenamente desarrollado o esté en una etapa inicial, las intervenciones en la dirección de evitar la concentración o cooperación (promover la competencia) pueden conducir a un estancamiento del mercado, impidiendo aumentar la cobertura y profundización, o incluso teniendo efectos perversos sobre la bancarización.

Este dilema ha sido analizado en muchos países. De la experiencia es posible concluir que se reconoce la importancia de la competencia entre redes dentro de un mercado, pero se es consciente también de los beneficios de la cooperación dentro de los sistemas de pago. Por ello, se concluye que la competencia más deseable es la que se da al interior de las redes.

2.3.2 Regulación y Tarifa de Intercambio

Tal como se ilustró en la sección anterior, no existe ningún modelo teórico que defina de manera contundente una tarifa de intercambio óptima. Tampoco hay modelos que muestren que es más o menos apropiado determinar esta tarifa de forma colectiva, central o bilateral, aunque hay un cierto consenso en torno a los inconvenientes de llevar a cabo negociaciones bilaterales. Además, aunque la tarifa de intercambio fijada a nivel privado en raras ocasiones coincide con la socialmente óptima, tampoco hay evidencia de que se encuentre distante del óptimo social, ni de que exista un sesgo sistemático entre el óptimo privado y el social en alguna dirección.

Ante la gran incertidumbre, Evans y Schamalensee (2005) proponen centrarse en la evidencia empírica. Sugieren que el incremento tan significativo en el uso de "medios de pago plásticos" que se ha registrado a nivel mundial (Ver anexo 1), no es más que el reflejo de las decisiones de los consumidores y comerciantes de usar este medio de pago y de preferirlo frente a otros. En esta dirección, García, Hahn y Layne-Farrar (2005)

---

[36] Este tipo de competencia se motiva vía la competencia intrared.

evalúan la conveniencia de usar tarjetas como medio de pago, cuantificando los costos y beneficios respecto de otras alternativas disponibles, y encuentran que los pagos con tarjetas no son relativamente más costosos para la sociedad e incluso ofrecen ganancias sustanciales.

Con estos antecedentes y frente a los debates en torno al funcionamiento del mercado de tarjetas y a los esquemas de formación de precios, Rochet y Tirole (2003) insisten en que cualquier intervención pública sólo se justifica si existe una base teórica sólida. Para ello, los autores sugieren que se deben tener en cuenta al menos dos aspectos: por una parte, identificar teóricamente de las fallas severas del mercado y validar su relevancia empírica, es decir, poner en evidencia que las distorsiones que se generan tienen un impacto negativo y significativo en el bienestar; y, por otra parte, determinar la vía menos distorsionante para manejar estas fallas del mercado y probar que con la regulación la sociedad está en mejor condición que sin ella.

Desde una perspectiva académica, y de cara a los debates y soluciones internacionales, la literatura ha analizado las ventajas y desventajas de diferentes alternativas en relación con la tarifa de intercambio.

2.3.2.1 Negociaciones bilaterales versus multilaterales

Por razones de competencia, se argumenta que las negociaciones bilaterales entre emisores y adquirentes deben ser el mecanismo utilizado para establecer los términos de las transacciones de dos lados, más que las acciones colectivas.

En relación con esta propuesta, varios autores insisten en que ésta no es una solución práctica en sistemas en los que participan muchos bancos por razones de eficiencia y de costos de transacción.

Continuamente se ha demostrado que la negociación bilateral tiene mayores costos para los actores del mercado (Baxter 1983, Rochet y Tirole 2003 y Evans y Schamalensee 2005), lo cual se traduce en resultados ineficientes (i.e. una sub-provisión del servicio). Por ejemplo, Schamalensee (2002) demuestra que negociar la tarifa de intercambio de manera bilateral reduce el valor total del sistema, lo cual sucede ya que las negociaciones bilaterales hacen menos claras las reglas de juego, causando a su vez que las transacciones no sean sólo menos probables sino, además, más costosas.

Adicionalmente, en situaciones concretas donde las redes aplican la regla de "honrar todas las tarjetas", es decir cuando los comerciantes están obligados a aceptar todas las tarjetas de los emisores, las negociaciones bilaterales ponen en desventaja al adquirente frente al emisor: mientras este último tiene asegurada la aceptación de sus tarjetas, los adquirentes no tienen garantía de los pagos que recibirán por la transacción. Precisamente, esta garantía sólo se da cuando los términos de este pago se han especificado previamente y no son objeto de negociaciones una vez se produce la transacción, es decir cuando se ha adoptado un estándar para las tarifas de intercambio.

De otro lado, dada la asimetría implícita en este tipo de mercados en la formación de precios, no hay razón para pensar que las negociaciones bilaterales pueden conducir a tarifas de intercambio más bajas en promedio o a comisiones inferiores frente a acciones multilaterales a nivel de asociación.

El caso inglés también nos muestra como aún ante la posibilidad de realizar este tipo de negociaciones, los bancos optan por adoptar las tarifas determinadas a nivel central (Vickers, 2005).

2.3.2.2 Tarifa de intercambio basada en costos

Otra alternativa utilizada consiste en fijar la tarifa de intercambio en función de los costos en que incurren los actores de los sistemas de tarjetas. Vale resaltar que en relación con esta medida la literatura no ha encontrado racionalidad económica, e incluso se sugiere que podría imprimir distorsiones sustanciales en la industria y que no es claro que termine siendo más favorable para los comerciantes.

Implementar esta medida es desconocer el funcionamiento mismo de los mercados multilaterales (Evans y Schamalensee 2005, RBA 2005, Rochet y Tirole 2003 y Katz 2001). La tarifa de intercambio no debe entenderse como el pago por un servicio sino como un balance necesario de las demandas de comerciantes y tarjetahabientes, sin que tenga una relación con la noción contable de asignación de costos[37]. Como se mencionó, los costos intervienen en la estructura de precios, pero son sólo un elemento de la determinación de los mismos. Para recordar, la elasticidad de las demandas y las externalidades de red son también elementos cruciales. Por ejemplo, la tasa de intercambio afecta no sólo el costo marginal de los comerciantes, sino también el tamaño de la clientela de tarjetahabientes y el uso de las tarjetas.

Otro argumento teórico importante consiste en que imponer una regulación basada en costos se justifica en la medida que en la industria en cuestión existe una integración vertical, y claramente este no es el caso de las asociaciones de tarjetas[38] (Rochet y Tirole, 2003).

Por lo anterior, insistir en determinar la tarifa de intercambio exclusivamente según los costos de prestar el servicio imprime una clara distorsión al sistema. Dicha práctica frena el desarrollo de los sistemas de pago en tarjetas lo que a su vez los hace más costosos. Esto genera un círculo vicioso pues esquemas más costosos impiden avances en cobertura, dificultando así la promoción de un entorno más competitivo en el mercado.

Por otra parte esta medida pone a las redes abiertas en desventaja con respecto a las redes unitarias. Adoptarlas ha hecho que las asociaciones se muevan hacia esquemas de negocios cerrados, lo cual no es deseable para la sociedad pues la evidencia muestra que dichos esquemas tienen niveles de precios superiores a los presentes bajo esquemas abiertos (Evans 2005).

2.3.2.3 Tarifa de Intercambio de cero

---

[37] En forma más general, los mercados de plataformas de múltiples lados tienen estructuras de precios que no están relacionadas con la asignación tradicional de costos.

[38] Una regulación basada en costos asume un modelo en el cual una unidad de más arriba (upstream unit) ofrece un insumo intermedio a una unidad de más abajo (downstream unit) la cual, a su vez, le presta el servicio a un consumidor final. Esto, en un sistema de tarjetas se refleja en un emisor (unidad de arriba) que presta un servicio (garantizar una transacción) a un adquirente (unidad de abajo), el cual ofrece un servicio al comerciante. El problema con este enfoque vertical es que ignora que el emisor también presta un servicio a la unidad final, el tarjetahabiente, y en este sentido no puede tratarse como una unidad de arriba o "upstream unit" ni el problema como una estructura vertical.

El argumento de fondo para la adopción de esta alternativa radica en que una tarifa de intercambio más baja resulta en una comisión más baja. Esta opción tiene sin embargo múltiples inconsistencias y dificultades. Al igual que en el caso anterior, esto incide directamente sobre el funcionamiento del mercado y esta medida obstruye la ejecución de la labor principal de las redes que consiste en unir a comerciantes y consumidores en una misma plataforma.

En primer lugar, no hay razones económicas para concluir que una tarifa de intercambio de cero es mejor o peor para la sociedad que cualquier otro porcentaje aleatoriamente escogido (Evans y Schamalensee, 2005).

En segundo lugar, si la tarifa se establece en cero el emisor deja de tener esta fuente de ingreso y, para compensar esta situación, debe aumentar el precio para el tarjetahabiente[39]. Aunque esto podría tener alguna lógica, no hay bases económicas en una industria de dos lados para presumir que este tipo de estructura de precios es más (o menos) eficiente que aquella en la que se imponen mayores precios a los comerciantes (como es la de los sistemas unitarios)[40]. Además, una reducción en la comisión compensada con un aumento en las tarifas para los tarjetahabientes, puede ir en detrimento de los mismos comerciantes: cuando la elasticidad de la demanda de los tarjetahabientes es alta, incluso un pequeño aumento de los tarifas para ellos puede resultar en grandes reducciones en el uso de las tarjetas por parte de los tarjetahabientes, y por lo tanto en el valor económico de las tarjetas para los comerciantes[41].

En estricto sentido, con una medida de este estilo se estaría imponiendo una estructura de precios particular en la cual los precios específicos de un lado del mercado están estrechamente ligados a los costos específicos de ese lado. Como se señaló, este no es el principio de los mercados de dos lados que se caracterizan por una asimetría que busca promover la demanda de un lado (a través de bajos costos) para aumentar la demanda del otro. Además, en estos sistemas los precios no se determinan únicamente en función de los costos, sino más bien en ellos intervienen factores de sensibilidad de la demanda a los precios y efectos de red.

En tercer lugar, fijar una tarifa de cero tiene efectos sobre la competencia entre sistemas. El imponer una menor flexibilidad en los precios en las cooperativas que emergen las pone en desventaja frente a los sistemas unitarios que hubieran escogido sus precios, sin restricciones, en forma diferente. Esto genera distorsiones en la competencia entre sistemas unitarios y aquellos de múltiples partes, la cual debe ser sopesada por las autoridades frente a los beneficios que se presume produce este tipo de medidas.

Finalmente, con una tarifa de intercambio de cero es posible que los sistemas de múltiples lados dejen de ser viables. De hecho, en los últimos tiempos se está poniendo en tela de juicio la viabilidad de estos sistemas en la medida en que muchos emisores buscan

---

[39] De acuerdo con Evans 2005, este fue el caso de los predecesores de Visa y Master Card en los años setenta que tenían una tarifa de intercambio de cero y tuvieron que aumentar las cuotas de las tarjetas en cerca de US$18 dólares actuales para compensar las pérdidas de los ingresos de la tarifa de intercambio.

[40] Incluso hay industrias en las cuales la tarifa de intercambio va del emisor al adquirente (Evans, nota 35).

[41] En un sentido contrario, el interés de los tarjetahabientes sería una tarifa de intercambio alta, dado que su reducción conduciría a un aumento en las tarifas que ellos asumen. En caso de existir presión por parte de este grupo, sería hacia un aumento de la tarifa de intercambio pues sus beneficios aumentarían. Sin embargo, esto también tiene un límite en la medida en que es indispensable que las tarjetas sean aceptadas por los comerciantes.

pasarse a sistemas de tarjetas (nuevos o existentes) que están organizados de tal forma que sean capaces de reemplazar la tarifa de intercambio, o que no sean objeto de este tipo de regulaciones resultantes de políticas anti-competencia.

2.3.2.4 Reglas de no sobrecarga o de discriminación de precios

Debido a que la aceptación de pagos con tarjetas tiene costos adicionales para los comerciantes –con relación a otros medios de pago como el efectivo o los cheques-, una alternativa utilizada en algunos países (Australia, por ejemplo), ha sido la de permitir a los comercios cobrar una "sobrecarga" o sobreprecio a los pagos con tarjeta. Sin embrago, esta medida de permitir la discriminación de precios resulta muy controversial.

La literatura económica ha demostrado que la discriminación de precios es indeseable en escenarios no competitivos, pues conduce a una sub-provisión del servicio de pagos con tarjetas. El argumento central es que los consumidores se ven desincentivados a realizar pagos con tarjetas cuando los comerciantes discriminan precios. Básicamente, los compradores deben pagar un valor más alto por los bienes adquiridos a través de tarjetas, viéndose de esta manera motivados a realizar sus pagos en efectivo. En consecuencia, impedir realizar sobrecargas a los pagos con plásticos favorece el uso de los mismos, lo que ofrece un beneficio para la sociedad como un todo (García et.al, 2004). Dichos beneficios crecen con el tamaño de las redes, pues de esta manera generan un mayor valor para sus usuarios (Hunt, 2003). Además, incrementar la cobertura y disponibilidad de tarjetas promueve la competencia y reduce los costos efectivos de uso y aceptación de las tarjetas como medio de pago. Por esto, realizar discriminación de precios no tiene sentido en mercados de sistemas de pagos que apenas se están desarrollando, pues por definición no cuentan con una estructura plenamente competitiva. Por otra parte, la discriminación de precios sólo es efectiva si el mercado de tarjetas fuese cien por cien competitivo (Evans y Schamalensee, 2005) pues hay un traspaso uno a uno del costo de la comisión a los usuarios de tarjetas; sin embargo en el contexto real, este no es el caso.

Aún siendo conscientes del resultado anterior, algunos autores objetan que impedir la discriminación de precios puede generar un sobre-uso de tarjetas. En particular se postulan los siguientes argumentos: i) Es factible que las personas que pagan con efectivo subsidien el uso de tarjetas, puesto que el comerciante puede tener precios altos indistintamente de la forma de pago utilizada; y ii) Si los comerciantes no suben los precios y por ende estos asumen el costo de la comisión, el sobre-uso estará financiado por los comerciantes[42]. Lo anterior sucede sólo para niveles excesivamente altos de la tarifa de intercambio (Chackarvorti y Emmons, 2003). Si se analiza esta situación con detenimiento se encuentra que a las asociaciones de tarjetas no le conviene adoptar esta estrategia pues los mecanismos naturales del mercado harían que los comerciantes rechazaran las tarjetas como medio de pago. Un argumento en contra del planteamiento anterior sería proponer una situación en la cual los oferentes del servicio de pago en tarjetas contaran con poder de mercado, pero en sistemas de pago incipientes no existe tal poder de mercado. De tener sistemas plenamente establecidos podría permitirse la discriminación, sin embrago se ha demostrado que el sector comercial no es propiamente partidario de esta opción (Evans y Schamalensee, 2005).

---

[42] Normalmente los comerciantes están dispuestos a incurrir en el costo de la comisión, sin embargo, cuando el uso de dicho medio de pago es excesivo este costo se vuelve dañino para el sector comercial.

Mas aún, la experiencia de países como EEUU e Inglaterra muestra que incluso permitiendo tal discriminación, los comerciantes no han utilizado esta herramienta. Este hecho revela la preferencia de los comerciantes por aceptar pagos en tarjetas y demuestra la existencia de unos costos implícitos en la discriminación de precios. Por otra parte, Evans y Schamalensee (2005) muestran que al permitir la discriminación, el bienestar económico podría ser inferior al nivel que maximiza los beneficios sociales, aún cuando el uso de tarjetas sea excesivo.

Existen entonces tres razones de peso para concluir que, en general, discriminar precios no es conveniente: primero, el escenario real no es del todo competitivo, segundo, que los comerciantes podrían usar las sobrecargas como una herramienta para realizar discriminación[43] por encima del diferencial que implica la comisión y por último las motivaciones estratégicas de las redes van en contravía de niveles excesivamente altos de la tarifa de intercambio.

2.3.2.5 Reglas de aceptación de tarjetas

Indica que los comerciantes están obligados a recibir todos los instrumentos de pago plásticos que ofrezcan las redes, una vez acepten uno de sus productos. En algunos países esta regla ha sido abolida, resultando incluso en indemnizaciones; en otros la regla aún se encuentra vigente. El argumento del sector comercial en contra de esta regla es que es una consecuencia del ejercicio del poder de mercado por parte de las redes. Desde el punto de vista teórico no hay tal aprovechamiento, pues los efectos de red lo impiden (Rochet y Tirole, 2003).

2.3.2.6 Revelación de información

Los requerimientos de información han sido implementados en varios países. El caso de Estados Unidos evidencia que proporcionar más información de mejor calidad facilita el funcionamiento del mercado (Durkin 2002).

Los estudios de caso han mostrado que en países en los que no se ha intervenido de manera directa sobre la tarifa de intercambio no ha habido ninguna imposición con respecto a la revelación de información. Por el contrario donde la regulación directa se ha hecho efectiva, se han emitido también reglas que obligan a los emisores a publicar los niveles de las tarifas de intercambio.

2.4 Experiencia internacional

En esta sección se presenta un recuento de las experiencias internacionales sobre las normas que gobiernan el manejo de las tarjetas de crédito y los debates existentes en torno a ellas. Se concluye que las diferentes autoridades tienen un manejo diferente en cuanto a las intervenciones en estos mercados como lo mencionan Weiner y Wright (2005) y Negrín (2005), pero también se observan reglas y soluciones comunes en diferentes países.

---

[43] La teoría económica ha encontrado que la discriminación de precios para un mismo producto conduce a resultados socialmente ineficientes. En nuestro, resultaría nocivo que los comerciantes usaran esta estrategia para cobrar precios excesivamente elevados (por encima incluso del costo de la comisión).

Se resumen los aspectos más destacados de las decisiones adoptadas por los países, donde las más importantes tienen que ver con la regulación en relación con la tarifa de intercambio, las soluciones en torno a las reglas de "honrar todas las tarjetas", la "no sobrecarga", la "exclusión", la "emisión neta", la "dualidad" y con algunos otros temas sobre los cuales las autoridades se han pronunciado[44]. Una mayor explicación sobre las decisiones se encuentra en la matriz del anexo.

2.4.1 Tarifa de Intercambio

En cuanto a los debates sobre la tarifa de intercambio, los países o regiones han tomado medidas en dos direcciones: primero, la fijación de un nivel; y segundo, el diseño de criterios, ya sean detallados o generales, para efectos de su determinación. En los casos en los que las autoridades establecen un nivel, se busca que la tarifa de intercambio no supere estos valores, y cuando se definen criterios, por lo general se pretende que la tarifa responda a una serie de costos, frecuentemente relacionados con la transacción, en los que incurren los sistemas de tarjetas. Incluso, en muchos casos, un tema objeto de debate consiste precisamente en la identificación de los costos admisibles dentro de la tarifa de intercambio.

Por otra parte, se han tomado decisiones en torno a la obligación de que la tarifa de intercambio sea difundida o publicada, con el propósito de lograr una mayor transparencia en el mercado.

2.4.1.1 Regulación

Australia

Australia es uno de los países donde las autoridades han intervenido de manera más decidida en el mercado de tarjetas, se han adoptando medidas en varios aspectos, tal y como se menciona en cada unas de las áreas analizadas a continuación.

En lo referente a la regulación de la tarifa de intercambio, en Julio de 2003 el Banco de la Reserva de Australia estableció que el promedio de la tarifa multilateral de intercambio (en adelante TMI) debe ser menor a un referente o *benchmark* fijado por cada red[45]. A su vez, este referente debe ser determinado de acuerdo con unos costos establecidos por los expertos de las redes abiertas. Cada una de las tres redes determina su propio *benchmark*, pero los costos que lo soportan deben ser definidos conjuntamente. Los costos elegibles descritos de manera general que se utilizan para calcular el *benchmark* incluyen la autorización del emisor, los costos de procesamiento, los costos de fraude y el costo de provisionamiento de las deudas de los clientes.

---

[44] La regla de no sobrecarga prohíbe a los comerciantes cargar a los consumidores cuando paguen con tarjetas de crédito. Honor all Cards, obliga a los comerciantes que aceptan tarjetas de crédito y de débito de una misma red. La regla de emisión neta requiere que los bancos adquirentes cumplan con una cuota de emisión de tarjetas para que pertenezcan al sistema. La regla de dualidad se relaciona con el permiso de emisión a un banco tarjetas de crédito o débito de VISA, que también emita MasterCard. Finalmente la regla de exclusión corresponde con la prohibición de los bancos a emitir tarjetas como Diners, Discover, American Express si emiten VISA o MasterCard.

[45] Esta metodología empezó a regir a partir del 31 de Octubre de 2003.

Esta medida se hizo efectiva a partir de Octubre 30 de 2003, como consecuencia de ella las tarifas de intercambio promedio se redujeron de 0.95% del valor de la transacción con tarjeta de crédito a 0.55 %.

En Noviembre de 2005 la autoridad Australiana promovió una nueva reforma, en la cual determinó que el nuevo *benchmark* será calculado por el RBA como un promedio ponderado de los *benchmarks* calculados por cada una de las redes. Para ello, el banco usará como ponderador la participación de cada una de las ellas en el valor total de las transacciones con tarjetas de crédito[46].

Unión Europea

Siguiendo una demanda de EuroCommerce (la organización europea de comerciantes minoristas) la Comisión Europea inició una investigación sobre las tarifas de intercambio transfronterizas cobradas por VISA y MasterCard.

En una decisión adoptada en el año 2002 sobre el caso VISA[47] la Comisión concluyó que la tarifa multilateral de intercambio (TMI) restringe la competencia[48] La Comisión argumentó que VISA podía fijar la tarifa multilateral de intercambio en cualquier nivel deseado, sin tener en cuenta un objetivo o referente (*benchmark*), lo cual incrementaba los costos de los comerciantes minoristas.

Con base en estas consideraciones, la Comisión Europea garantizó un período de acuerdo sujeto a las siguientes condiciones. Primero, VISA debía introducir una mejora en las TMI antes de septiembre de 2002; segundo, VISA estaría obligado a llevar a cabo un estudio de costos derivados únicamente del proceso de pago con tarjetas (no otros costos del sistema); tercero, no se permitía fijar las tarifas de intercambio multilaterales a un nivel que fuera más alto que el calculado en el estudio de costos; y cuarto, VISA tendría que notificar a la Comisión Europea antes de un mes si la TMI seria sujeta a modificaciones.

Como resultado de esta decisión, VISA redujo gradualmente el nivel de la tarifa de intercambio multilateral para operaciones transfronterizas con las tarjetas de crédito y débito diferidas, hasta llegar a un promedio ponderado 0.7% del valor de la transacción en 2007. Para las tarjetas débito, en 2003 se introdujo una carga fija por transacción. Se estableció además que el nivel de las TIM podrá estar basado en los costos actuales de los servicios prestados a los comerciantes, pero se adquirió un compromiso de ser ajustada de acuerdo a unas categorías de costos: 1) Procesamiento de las transacciones (los correspondientes a ejecutar la transacción), 2) Período de cobertura financiera gratuita a los titulares de las tarjetas (el período libre de tasa de interés para los tarjetahabientes); 3) Provisión de la garantía del pago al comerciante.

El caso en contra de MasterCard no se ha terminado.

España

---

[46] Este esquema se hará efectivo a partir de noviembre de 2006.

[47] Caso No COMP/29.373 – VISA Internacional – Tarifa de Intercambio Multilateral. Decisión de la Comisión. 24 Julio 2002.

[48] De acuerdo con lo establecido en el Artículo 81 del tratado de las Comunidades Europeas

En abril de 1999 la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo creó una comisión para el estudio de los problemas derivados de la utilización de las tarjetas como medio de pago, en la cual participaron las asociaciones de comerciantes, las redes de tarjetas y expertos independientes. Ante la dificultad de actuar sobre las comisiones, se acordó una disminución de las tarifas de intercambio máximas de las tarjetas de la siguiente manera: un nivel de 3.5% a partir de julio de 1999 y posteriormente una reducción anual de 0,25% de la tarifa en forma escalonada hasta llegar a 2,75% en julio de 2002. Este acuerdo fue autorizado por el Tribunal de la Defensa de la Competencia en abril de 2000[49].

Posteriormente, tras la decisión adoptada por la Comisión Europea en 2002 respecto de las tasas multilaterales de intercambio de VISA aplicadas a las operaciones transfronterizas, las redes de bancos Servired y 4B[50] solicitaron aplicar los principios de dicho acuerdo. En 2005 el Tribunal de la Defensa de la Competencia rechazó la solicitud, argumentando la falta de transparencia en la fijación de la tarifa y el hecho de que no se encuentra suficientemente justificada con los costos; que la TMI es la misma para las operaciones con tarjeta de crédito y tarjetas débito; que las TMI máximas son fijadas arbitrariamente; y finalmente que el sistema cuenta con una discrecionalidad para dar ciertos beneficios a unos comercios frente a otros (según sectores) sin que éstos estén justificados en costos diferenciales para cada tipo de comercio.

El Tribunal consideró importante promover futuros acuerdos para la fijación de la TI sobre la base de las siguientes condiciones inexcusables: 1) que las TI relacionadas con las transacciones efectuadas con tarjetas de débito sean distintas de las de tarjetas de crédito; 2) que las TI correspondientes a las tarjetas de débito incluyan, como máximo, los costos de autorización y procesamiento de las transacciones -se determinará como una cantidad fija de la transacción-; 3) que las TI ajustadas a las compras con tarjetas crédito, incluyan como máximo los costos de autorización y procesamiento de las transacciones -se determinará como una cantidad fija de la transacción-; y el riesgo de fraude -se determinará periódicamente como un porcentaje del volumen de la transacción; 4) que se pueden contemplar tarifas de intercambio diferentes para las operaciones correspondientes a las compras por correo o por teléfono, así como las efectuadas a través de Internet, siempre que se justifiquen sus diferencias en forma objetiva; y 5) que las tarifas de intercambio sean públicas.

En respuesta a lo resuelto por el Tribunal, se dio un acuerdo entre las entidades financieras y las asociaciones de comercios, el cual establece un nuevo sistema multilateral de fijación de tarifas de intercambio para los próximos cinco años[51]. El acuerdo supone una rebaja importante de las tarifas máximas hasta ahora vigentes: en 2005 de 2.32%, pasarían a 1.4% en 2006, a 1.3% en 2007 y a 1.1% en el 2008. Adicionalmente se contempla un período de transición de tres años, entre 2006 y 2008, que va a permitir realizar un estudio de costos que servirá para el cálculo de las tarifas para los dos años siguientes[52].

---

[49] El Banco de España realiza un seguimiento de las tarifas de intercambio para evaluar el cumplimiento del acuerdo.

[50] Propietarias de las franquicias Visa y MasterCard

[51] Acuerdo entre las Asociaciones del Sector Comercial y de las Entidades de Crédito para la Reducción de las Tasas Multilaterales de Intercambio en los Pagos realizados con Tarjeta. Secretaria de Estado de Turismo y Comercio. Dirección General de Política Comercial. Ministerio de Industria Turismo Y Comercio. Diciembre de 2005.

[52] El nuevo sistema será sometido al Servicio de la Defensa de la Competencia. La seguridad jurídica del acuerdo permitirá al sector financiero realizar inversiones tecnológicas necesarias para la expansión del sistema de pagos con

Reino Unido

En el año 2002 la autoridad de la competencia británica, OFT (Oficina de Comercio Justo) inició una investigación de las tarifas de intercambio multilaterales sobre las tarjetas de crédito de VISA y MasterCard. En el caso de MasterCard, la OFT concluyó en 2005[53] que la fijación colectiva de las tarifas de intercambio multilaterales[54] es una restricción a la competencia, aunque no impuso multa alguna[55]. Se argumentó que las TMI fijan el nivel mínimo de la tarifa que los comerciantes pagan a los adquirentes, y mencionó que es importante que éstas sean usadas como un pago por los costos externos y no directamente relacionados con el mantenimiento de la plataforma MasterCard.

Sin embargo, la OFT reconoció que la TMI, tal y como hoy se establece, puede ser también una ventaja para los consumidores. En el caso de una TI bilateral, los bancos adquirentes pueden refutar las medidas de pagos usadas por ciertos bancos emisores, mientras una TI multilateral contribuye a garantizar que los comerciantes acepten los medios de pagos electrónicos de los bancos emisores, haciendo que estos medios sean más valiosos para los consumidores.

En el caso en contrade VISA, la OFT[56] advirtió que las tarifas de intercambio fijadas colectivamente por VISA y sus miembros restringen la competencia. Sin embargo, la discusión sigue en curso.

Estados Unidos

EEUU marca una diferencia importante frente a la mayoría de experiencias internacionales, pues a pesar de las demandas legales en relación con la tarifa de intercambio, no se ha adoptado ninguna medida regulatoria en particular.

National Bancard Corp vs. VISA (Caso privado)

En 1986 la Corporación Nacional de Bancard (Nabanco), bancos no emisores de tarjetas de crédito, alegaron que la determinación colectiva de la tarifa de intercambio multilateral implicaba la fijación de precios en niveles excesivos[57]. El Juzgado Distrital de los Estados Unidos para el Distrito Sur de la Florida falló a favor del demandado[58].

La reclamación de Nabanco fue rechazada por los siguientes motivos: a) de acuerdo con la Corte, la tarifa de intercambio es necesaria para compensar el costo de riesgo de fraude

---

tarjetas. Adicionalmente las partes han solicitado que se cree un observatorio para realizar un seguimiento y difusión de los medios de pago electrónico en el sector comercial en España. También las entidades procesadoras de pagos con tarjetas se comprometen a provisionar un fondo de tres millones de euros durante el período 2006-2008, con el fin de realizar acciones de expansión de la utilización de tarjetas como medio de pago.

53 Septiembre de 2005.

54 En el periodo de marzo 1 de 2000 hasta noviembre 18 de 2004.

55 OFT. CA98/05/05. Companion paper to decision "Investigation of the multilateral interchange fees provided for in the UK domestic rules of Mastercard UK Members Forum Limited (formerly known as MasterCard/Europay UK Limited)."

56 Octubre de 2005.

57 El Juez tenía que determinar, entre otras cosas, si la decisión en el caso Nabanco vs. VISA es aplicable a estos casos (Balto y Ryan, 2005).

58 En una acción que alegaba que el demandado violó el Artículo 1 de la Ley Sherman, 15 U.S.C.S., Artículo 78t(a).

y el seguro por el uso del medio de pago; b) el nivel de la tarifa interbancaria se ha revisado por una firma independiente; y c) la corte no considera que la fijación de las tarifas de intercambio bilaterales sea la mejor alternativa que la fijación multilateral. Se argumentó que, debido al gran número de miembros afiliados a VISA, los costos de transacción de las negociaciones bilaterales podrían ser muy altos. Por ello, la Corte concluyó que la tarifa de intercambio multilateral debe ser considerada como la transferencia que restablece el balance entre costos y beneficios (Financial Sector Monitor, 2005).

La sentencia fue apelada posteriormente por Nabanco, pero el tribunal confirmó, en 2005, la sentencia inicial del Juez, "sosteniendo que las prácticas empresariales del demandado no llegaban a constituir una práctica restrictiva legal"[59].

Comerciantes vs. VISA y MasterCard (Casos privados)

Existen dos casos privados en contra de las redes VISA y MasterCard, consignados en la Corte Federal de San Francisco. En los dos, los comerciantes afirman que las tarifas de intercambio fijadas por los bancos afiliados a estas redes son anticompetitivas, alegando acuerdos en la fijación de precios[60]. La Corte concluyó que no existe evidencia suficiente de que VISA y MasterCard cobren comisiones excesivas por el servicio al comercio (Financial Sector Monitor, 2005).

México

En México la tarifa de intercambio es fijada por los miembros de la Asociación de Banqueros Mexicanos. Sin embargo, ésta ha registrado un descenso a raíz de un acuerdo realizado en marzo de 2005 entre la Asociación y el Banco de México.

Recientemente el Congreso Mexicano aprobó la ley de transparencia y de ordenamiento de los servicios financieros, en la cual se establece que el Banco de México "promoverá el sano desarrollo de los sistemas de pagos. A este efecto está facultado para regular, mediante disposiciones de carácter general, el cobro de comisiones y cuotas interbancarias que llevan a cabo las Entidades Financieras"[61]. Con ello, se autoriza al Banco de México intervenir en alguna medida en los niveles de las comisiones y tarifas de intercambio. De hecho, "las Entidades Financieras deberán informar al Banco de México cada vez que pretendan establecer o modificar las Comisiones que cobran por los servicios de pago que ofrecen al público"[62]. Como resultado de estas disposiciones, la Asociación de Banqueros Mexicanos en Febrero de 2005 redujo las tarifas de intercambio en promedio 43 puntos básicos, y adicionalmente disminuyeron los niveles más altos para las tarjetas de crédito.

Argentina

---

[59] Tribunal de apelación del décimo primer circuito de los Estados Unidos. Corporación Nacional Bancard (NaBANCO), una sociedad de la Florida, Demandante - Apelante, v. VISA U.S.A. INC., Demandado No. 84- 5818. 10 de enero de 2005.

[60] Ver Balto y Ryan (2005)

[61] Art. 4.

[62] Art. 7.

En 1999, mediante una ley[63] que estableció las normas que regulan el sistema de Tarjetas de Crédito, Compra y Débito, se prohibió explícitamente cualquier práctica que implique una discriminación entre comerciantes. Esto es, que el emisor no puede efectuar descuentos superiores a un cinco por ciento (5%) sobre las liquidaciones presentadas por el comerciante. El objetivo de esta disposición fue eliminar prácticas que vayan en detrimento de los pequeños y medianos comerciantes.

Sin embargo, en 2005 una nueva ley[64] modificó la anterior disposición[65] y estableció dos medidas importantes: por una parte se redujeron las comisiones de 5% a 3% en la tarjeta de crédito y del 2% al 1.50% en débito, y por otra parte se prevé que el emisor no podrá establecer diferencias arancelarias en comercios que pertenezcan a un mismo rubro o en productos o servicios iguales o similares.

2.4.1.2 Revelación de Información

El manejo de la información sobre la tarifa de intercambio también ha sido objeto de debate en las experiencias internacionales. En algunos países la tarifa debe ser publicada pero no su estructura de cálculo, mientras en otros se requiere además dar a conocer los componentes del tope máximo de la tarifa (Australia, España, Unión Europea).

Se concluye que los países que han adoptado regulaciones referentes a los topes o referentes de las tarifas de intercambio, han impuesto simultáneamente la obligación de que éstas sean publicadas al público. Este es el caso de Australia, Unión Europea y España, entre los más destacados. En contraste, en los países donde las tarifas de intercambio no han sido reguladas explícitamente (Chile y México), sólo es explícita la necesidad de publicar las comisiones.

A continuación se muestran las decisiones tomadas por los diferentes países objeto de estudio sobre el particular.

Australia

En la actualidad, las redes publican su propio *benchmark* de tarifas de intercambio en las páginas Web correspondientes, o a través de cualquier otro medio disponible al público[66]. A partir de noviembre de 2006, el *benchmark* común (promedio ponderado) de las tarifas de intercambio que representa el tope de las mismas, calculado por el Banco de la Reserva de Australia, será publicado cada vez que sea recalculado.

Unión Europea

En un comunicado del 7 de Mayo de 2004 la Comisión Europea manifestó la satisfacción por el incremento a la transparencia sobre las tarifas de intercambio transfronterizas de VISA y MasterCard. Textualmente "La Comisión Europea le da la bienvenida al anuncio de VISA y MasterCard de publicar las tarifas inherentes al uso de las tarjetas de crédito

---

[63] Ley 25.065 promulgada en enero de 1999.

[64] Mediante la ley 26.010 promulgada el 10 de enero de 2005.

[65] El Articulo 15 de la Ley 25.065.

[66] Reserve Bank of Australia. "Common Benchmark for the Setting of Credit Cards Interchange Fees". Noviembre de 2005.

por fuera del país donde fue emitida. Esas tarifas no son directamente pagadas por el tenedor de la tarjeta pero si por los comercios, restaurantes y otros negocios que aceptan VISA y MasterCard como pago de bienes o servicios que ellos venden".

España

En el acuerdo establecido en Diciembre de 2005 entre los comercios y las asociaciones de tarjetas con la mediación de la Secretaría de Industria y Comercio, y en aras de lograr una mayor transparencia en la fijación de las tarifas multilaterales de intercambio, se decidió que las tarifas de intercambio deben ser públicas.

Chile

Chile no tiene una regulación particular para la tarifa de intercambio[67]. Sin embargo, existe la obligación desde 2002[68] para las entidades financieras de proporcionar al público la información relativa a los intereses y las comisiones que se cobran sobre el uso de las tarjetas de crédito. Cada banco, a través de unos cuadros, debe indicar las tasas mínimas y máximas de los intereses por los créditos derivados del uso de las tarjetas y las comisiones que se cobran por la administración de ellas, en términos anuales. Estos cuadros se deben mantener en los tableros de información al público, así como en las páginas de Internet que cada institución tenga.

México

Mediante una Ley promulgada en junio de 2004, en la cual el Banco de México adoptó un conjunto de reformas al sistema de pagos minorista buscando introducir una mayor transparencia, entre otras disposiciones dispuso que las entidades financieras deben informar[69] al Banco de México sus tasas y comisiones cobradas por los servicios de pago electrónico que ofrecen, así como los cambios en las mismas. Adicionalmente, las entidades deben dar a conocer al público dichas tasas y comisiones, según el mecanismo que defina el Banco de México[70].

2.4.2 Regla de "Honrar Todas las Tarjetas"

De acuerdo con la regla de HAC (Honor All Cards), los comerciantes que acepten una tarjeta emitida por un banco que pertenezca a una red están obligados a aceptar todas las tarjetas pertenecientes a esta red. Esta regla, en muchos casos, puede ser vista como una práctica de monopolio por parte de las redes de tarjetas. Esto ha dado lugar a una serie de demandas antimonopolio en países como Estados Unidos, Australia y en la Unión Europea.

Australia

---

[67] Aunque en Chile no se regulen las tarjetas de crédito de las redes abiertas (VISA y MasterCard), el 30 de abril de 2006 se comenzará a regular casi ocho millones de tarjetas otorgadas por casas comerciales, multitiendas y supermercados locales.

[68] Carta Circular N°9-8, de abril 1 de 2002, el Banco Central de Chile y circular emitida por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (Bancos # 3.185 Financieras # 1.456) el 26 de julio de 2002.

[69] Con al menos dos días hábiles de anticipación de su entrada en cumplimiento.

[70] Art.7.

Los comerciantes que aceptan tarjetas de crédito VISA deben también aceptar las tarjetas de débito de la misma red. MasterCard tiene la misma regla, pero en la actualidad no emite tarjetas debito dentro de Australia. En una reforma expuesta por el Banco de la Reserva de Australia[71] se menciona que ninguna regla del esquema ni un participante (banco) en el sistema de debito de VISA o de crédito de VISA puede obligar a un comerciante a aceptar tarjetas de débito (crédito) VISA como condición para que éste acepte tarjetas de crédito (débito) VISA.

Esta nueva reforma empezará a aplicarse a partir del 1 de Julio de 2006. La administración del sistema VISA deberá certificar por escrito al RBA el 30 de septiembre de cada año que cada participante del esquema ha cumplido con esta disposición para el año financiero previo[72].

Unión Europea

En Agosto de 2001 la Comisión Europea permitió a VISA mantener la regla de honrar todas las tarjetas (y la de no sobrecarga). La Comisión encontró que, a pesar que esas reglas restringen la libertad de los comerciantes, la evidencia empírica de Suecia y Holanda, donde esas reglas se eliminaron, muestra que tienen un efecto muy poco significativo.

Estados Unidos

En Octubre de 1996 un grupo de comerciantes minoristas liderados por Wal-Mart atacó la regla de HAC impuesta por las redes VISA y MasterCard. El grupo está compuesto por todos los comerciantes en los Estados Unidos que hayan admitido tarjetas de débito y de crédito VISA y MasterCard para pagos realizados en algún momento durante el período comprendido entre el 25 de octubre de 1992 y el 21 de junio de 2003.

La regla establece que los comerciantes que aceptan tarjetas de crédito VISA y MasterCard deben aceptar también los productos de débito VISACheck y Mastermoney. El problema radica en que estas últimas tienen unas tarifas de intercambio muy altas comparadas con las tarifas de las tarjetas de crédito.

En un acuerdo celebrado en abril de 2003, las redes VISA y MasterCard admitieron eliminar la regla de HAC, y se acordó realizar un pago por compensación a las prácticas monopólicas realizadas por las redes. El monto del arreglo fue de $3.05 billones de dólares[73]. En enero de 2005 la Corte de Apelaciones confirmó esta decisión, mediante la cual los comerciantes no están obligados a aceptar tarjetas débito de una asociación si reciben tarjetas de crédito de la misma[74].

---

[71] El Standard 5, articulo 10.

[72] Reform of the EFTPOS and Visa Debit Systems in Australia. February 2005. Chapter 3 The "Honor All Cards Rule". Reserve Bank of Australia.

[73] Bajo los términos del acuerdo, VISA pagará $2.025 billones a los comerciantes y MasterCard pagará $1.025 billones. Cada asociación también deberá disminuir las tarifas para las transacciones con tarjetas débito para Agosto de 2003. En enero de 2004, los comerciantes obtienen la libertad de elegir si aceptan tarjetas de débito de VISA y MasterCard basado en el concepto del Juez Jhon Gleson que garantiza y aprueba el acuerdo final en diciembre 19 de 2003.

[74] Ver sitio Web. http://www.constantinecannon.com/visa_check_case/visa_check_case.html.

México

En un trabajo conjunto entre el Banco de México y la Asociación de Banqueros, se ha logrado que la regla de HAC sea modificada con el fin de hacerla más flexible. Hoy en día los comerciantes pueden decidir si aceptan sólo tarjetas crédito, sólo débito o bien ambos tipos de tarjetas. Sin embargo, si aceptan un tipo de tarjetas, están en la obligación de aceptar todas las tarjetas emitidas de esas características.

2.4.3 Regla de "No Sobrecarga"

La regla de no sobrecarga impide a los comerciantes cobrar a los consumidores por el uso de las tarjetas de crédito como medio de pago. También prohíbe cualquier discriminación de precios en contra de las compras realizadas con tarjetas de crédito (Weiner y Wrigth, 2005). Los países han adoptado diferentes decisiones en relación con la aplicación de esta regla con resultados de las mismas muy disímiles. En Europa, por ejemplo, la evidencia indica que la eliminación de la regla no produce resultados significativos. Sin embargo, en Australia las autoridades de este país han prohibido su aplicación[75].

Australia

En 2003 el Banco de la Reserva de Australia resolvió eliminar la regla de no sobrecarga. Como resultado de esta disposición los comerciantes tienen una posibilidad de cobrar mayores precios a los consumidores que pagan con tarjetas. Las autoridades australianas han considerado que la abolición de esta regla era necesaria, a pesar de las distorsiones en los precios (Lowe y Macfarlane, 2005).

España

La regla de no sobrecarga tiene aplicación para las tarjetas emitidas con VISA. En el caso de MasterCard, a pesar que esta permitida, los bancos no la utilizan.

México

La regla de no sobrecarga puede ser vista desde dos ópticas diferentes. La primera de no ponerle un sobreprecio al comprador cuando utiliza tarjeta y la segunda de ofrecer descuentos por pagos en efectivo. En un acuerdo realizado por la Comisión Federal de Competencia en 1993, se autorizó a los comerciantes a realizar descuentos a los pagos con efectivo. Sin embargo, los bancos están permitidos en prohibir sobrecarga en las compras con tarjeta de crédito. Por este motivo, la regla de no sobrecarga no ha sido modificada en la reciente reforma de 2004.

Venezuela

En septiembre de 2005 se promulgó la ley de Tarjetas de Crédito y Débito, con el objetivo de establecer todas las normas que regulan aquellos aspectos relacionados con el

---

[75] Para ver la referencia hecha por la Comisión Europea sobre la regla de no sobrecarga ver la sección de honrar todas las tarjetas en el aparte dedicado a la Unión Europea.

sistema de operaciones de Tarjetas de Crédito, Compra, Débito y su financiamiento. Las relaciones entre el emisor, los comercios afiliados al sistema y el titular, con la finalidad de garantizar el respeto y protección de los derechos de los usuarios de estos medios de pago, obliga a que las entidades que realizan los créditos a dar información oportuna, real y clara a los consumidores.

A pesar de su aprobación por parte de la Asamblea Nacional de Venezuela el Ejecutivo no la sanciono devolviéndola a la entidad legislativa para que se tuvieran en cuenta algunas consideraciones. El Parlamento aceptó las propuestas de cambio hechas por el Ejecutivo a los artículos 2, 27, 58 y 59.

La ley dictamina[76] que está prohibido "establecer a cargo del tenedor de la tarjeta, el cobro de comisiones o recargos por la compra de bienes, avances o retiro de dinero en efectivo, en ocasión al uso de servicios con la utilización de tarjetas de crédito, débito, prepagadas y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico."

Los comerciantes no pueden establecer recargos para el uso de la tarjeta de crédito débito, prepagadas y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico. Tampoco pueden establecer montos mínimos de compras, ni eliminar descuentos por el uso de tarjeta crédito, tarjeta débito, prepagadas y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico. Los comercios tienen prohibido adoptar cualquier disposición que pueda llevar o ser entendida como un practica discriminatoria entre los consumidores[77].

2.4.4 Regla de "Exclusión"

La regla de exclusión impide a los bancos que emiten tarjetas de crédito VISA y MasterCard emitir otro tipo de tarjetas, por ejemplo American Express, Diners, Discovery.

Estados Unidos

VISA U.S.A y Mastercard (Departamento de Justicia)

En 2001 VISA y Mastercard perdieron un caso antimonopolio relacionado con la regla de exclusión. El Departamento de Justicia concluyó que las reglas de exclusividad deben ser consideradas como anticompetitivas. La corte reafirmó lo dicho por el DoJ, argumentando que VISA y MasterCard tienen poder de mercado en el mercado de tarjetas de crédito. La regla de exclusividad, de acuerdo con la Corte, restringe el uso de las tarjetas de crédito como medio de pago, y por lo tanto las redes están obligadas a abolir esta práctica. Las redes apelaron la decisión, pero en 2003 la Corte de Apelaciones del segundo circuito reafirmó la anterior sentencia. Así, VISA y Mastercard no pueden exigir exclusión a las tarjetas American Express, Diners Club o de redes cerradas[78].

---

[76] Artículo 24.

[77] Artículo 46.

[78] United States Court of Appeals for the Second Circuit.United Status of America vs. VISA U.S.A. , INC, VISA Internacional Corporation and MasterCard Internacional Incorporated Ver www.justice.gov.

2.4.5 Reglas de gobierno "governance" en las asociaciones de tarjetas

Un debate que han tenido que enfrentar las asociaciones propietarias de las redes de tarjetas tiene que ver con la forma en que éstas se gobiernan. En general un banco está afiliado a varias redes a la vez –i.e. emite tarjetas de distintas marcas . Dado que las juntas directivas de las mismas están compuestas por los bancos afiliados, existe la posibilidad de que haya acuerdos en fijación de precios. En respuesta a lo anterior algunos países han optado por imponer "reglas de exclusividad", de acuerdo a las cuales un banco sólo puede emitir tarjetas de una única red.

En EEUU, por ejemplo, el Departamento de Justicia impuso una demanda en contra de Visa y Mastercard en la que se argumentaba que estas redes realizaban prácticas anticompetitivas (Chakravorti y Emmons, 2003). Sin embargo, la corte falló a favor de las redes al establecer que las estructuras de gobierno de VISA y MasterCard no afectaban la competencia y el bienestar de los consumidores.

3. EL MERCADO DE TARJETAS EN COLOMBIA

Una vez analizado el funcionamiento de los mercados de dos lados y con un cuadro completo de actores e incentivos que en él intervienen, en este capítulo se caracteriza el mercado de tarjetas en Colombia. Además de caracterizar el mercado de tarjetas de crédito y débito y mostrar su evolución en los últimos años, se trata de identifica si las particularidades del caso colombiano se ajustan a la lógica general de los mercados de dos lados, lo que permite extender a nuestro mercado las conclusiones y recomendaciones que se derivan de los estudios teóricos y empíricos internacionales. Con este objetivo y utilizando la información disponible, en las siguientes secciones se ilustra la estructura, características y evolución del mercado de tarjetas en el país.

3.1 Características de "dos lados" de los sistemas de tarjetas colombianos

Siguiendo la caracterización general de los mercados multilaterales de tarjetas, en esta sección se analizan, para el caso colombiano, cuatro factores típicos de esos mercados.

Primero, se estudian los actores del mercado, con énfasis en la presencia de dos tipos de demandantes y uno o varios oferentes, cuyo objetivo es propiciar un encuentro entre los primeros. Segundo, se presenta una aproximación de la existencia de externalidades de red[79]. Tercero, se ilustra la asimetría en la estructura de precios entre los distintos tipos de demandantes. Finalmente, se analizan aspectos relacionados con la competencia y concentración entre las redes existentes así como entre los participantes de las mismas (bancos emisores y adquirentes). Cada una de las áreas de análisis es ilustrada con ejercicios numéricos y con datos estadísticos descriptivos. Los ejercicios de las primeras secciones se basan en el mercado de tarjetas de crédito y la última sección describe el comportamiento de las tarjetas débito.

3.1.1 Actores en el mercado de tarjetas

En Colombia los servicios de uso y aceptación de tarjetas como medio de pago son ofrecidos por cuatro redes: American Express, Diners, MasterCard y Visa, los dos primeros siendo sistemas unitarios y los demás multipartidarios. En estos últimos los miembros de las asociaciones son bancos que cumplen dos funciones en el mercado: ofrecer tarjetas de crédito a los consumidores (emisores) y ofrecer el servicio de recepción de pagos con tarjetas a los establecimientos comerciales (adquirentes). Por la importancia en el mercado y debido al objeto del estudio, los análisis se concentran en estas redes abiertas.

Actualmente dos compañías de financiamiento comercial y 24 bancos participan en el negocio de tarjetas de crédito en el país. De éstos, 16 están vinculados a la red de MasterCard (todos con funciones de emisión y adquirencia[80]) y 22 a la de Visa Colombia (21 con funciones de emisión y 17 de adquirencia). Por su parte, American Express y

---

[79] En nuestro caso, el uso de tarjetas como instrumento de pago por parte de los consumidores tiene un efecto directo sobre la valoración de los comerciantes con respecto a la aceptación de las mismas y viceversa.

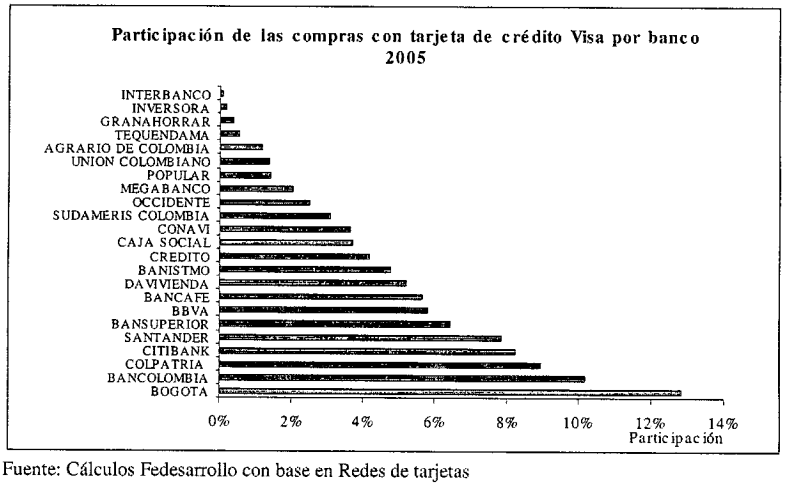
[80] Cumpliendo con la regla de cartera balanceada, donde todo adquirente debe cumplir con un monto mínimo de emisión.

Diners, al ser redes unitarias, tienen presencia en el mercado colombiano a través de Bancolombia y el Banco Superior, respectivamente.

Actualmente MasterCard participa con el 32.5% de las compras del sistema, Visa con el 48.6%, Diners con el 12.6% y American Express con el 3.6%.

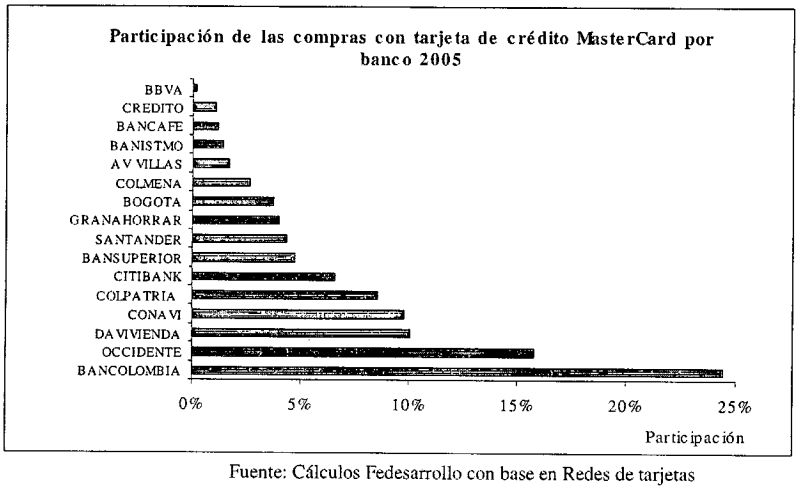
Los siguientes gráficos ilustran la participación de cada banco dentro de las compras con tarjeta de crédito para cada una de las franquicias. Se observan diferencias notorias en la participación por bancos, aunque ambas redes tienen la misma media en este indicador (4.35%). Sin embargo en MasterCard la participación del banco con más compras prácticamente dobla la del banco mayoritario en Visa.

Gráfico 1



Fuente: Cálculos Fedesarrollo con base en Redes de tarjetas

Gráfico 2



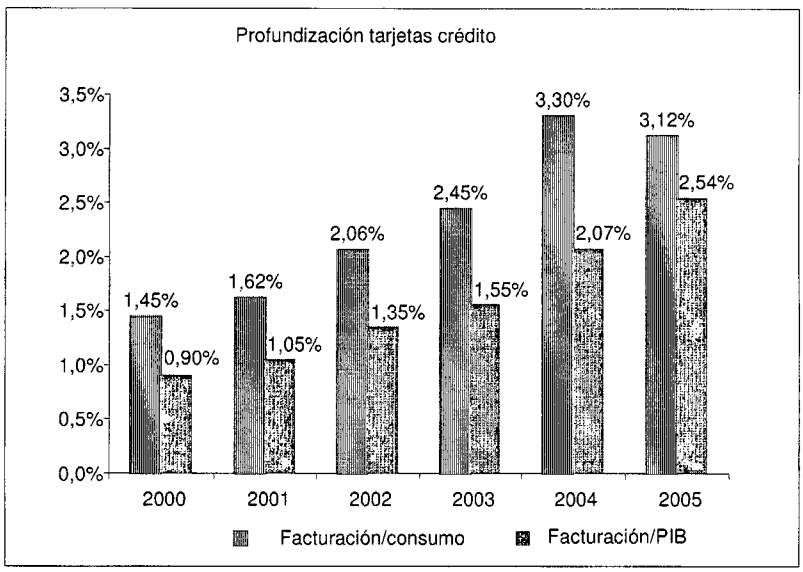
Fuente: Cálculos Fedesarrollo con base en Redes de tarjetas

3.1.2 Externalidades en de red: profundización y penetración

Medir las externalidades de red es una tarea difícil, pues el aumento del beneficio neto para los consumidores cuando más comerciantes aceptan tarjetas (y viceversa) no sólo es cuantitativo sino también cualitativo. Sin embargo, los diversos indicadores que muestran aumentos en el uso -y por ende aceptación- de tarjetas son una buena aproximación a la idea de que ambos lados reciben un beneficio neto por participar en el mercado de tarjetas[81].

Una evidencia de lo anterior es el comportamiento de la profundización del mercado, medida como la participación del consumo con tarjetas de crédito en el consumo de los hogares, o en el PIB. El aumento de este indicador en los últimos cinco años ha sido contundente, indicando que los colombianos han incrementado el uso de las tarjetas de crédito como medio de pago (Gráfico 3).

Gráfico 3

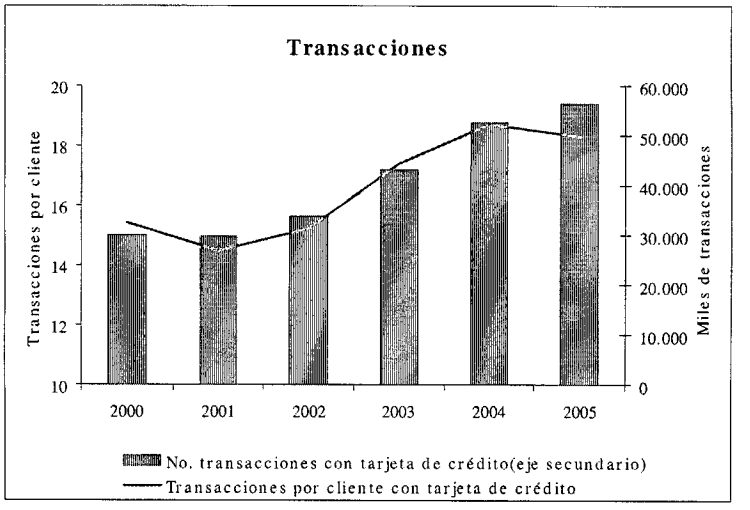


Fuente: Cálculos Fedesarrollo con base en Redes de tarjetas y Dane

El número de transacciones realizadas confirma el hecho anterior, pues no sólo se evidencia un aumento en el monto de las transacciones sino también en su volumen. En el (Gráfico 4) ilustra el notorio incremento en el uso de tarjetas, donde el número de transacciones realizadas con tarjetas de crédito creció de 15.45 en 2002 a 18.3% en 2005, presentando un crecimiento promedio anual de 4.3%.

81 De no ser así no habría incentivos para participar en el mercado de tarjetas. Dado que el beneficio que los consumidores reciben depende de la aceptación de las tarjetas por parte de los comerciantes y viceversa, todo incremento en el uso de las mismas revela la presencia de externalidades.

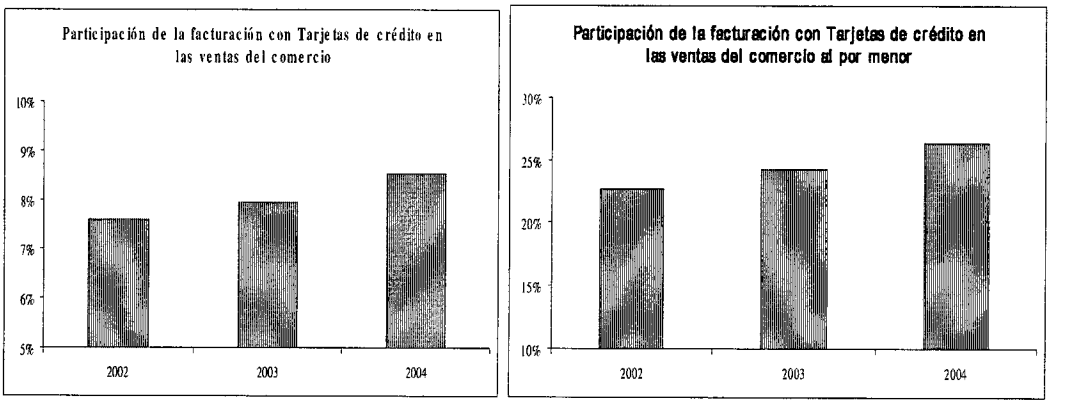
Gráfico 4



Fuente: Cálculos Fedesarrollo con base en Redes de tarjetas

El comportamiento de los establecimientos comerciales muestra además una aceptación cada vez mayor de las mismas, ya que esto les permite incrementar las ventas sin asumir riesgos. En efecto, los pagos con tarjetas de crédito han tenido una mayor participación en las ventas del sector comercial[82], pasando de 7,5% en 2002 a 8,5% en 2004. En el caso de las ventas al por menor, la participación es muy superior, con porcentajes de 22.6% en 2002 y 26.3% en 2004, con un incremento promedio anual de 7.8% (Gráfico 5).

Gráfico 5



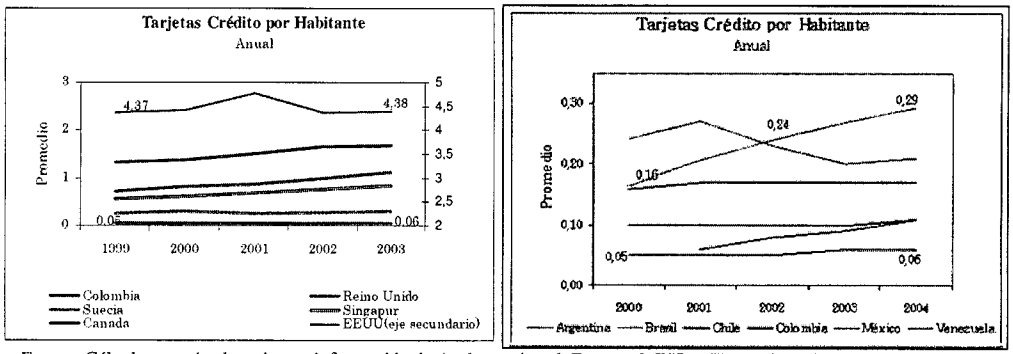
Fuente: Redes de tarjetas y DIAN (Incluye ventas del sector servicios hoteleros y restaurantes)

A pesar del dinamismo de los últimos años, es evidente que el mercado de tarjetas colombiano presenta aún un importante rezago frente países desarrollados e incluso frente a América Latina. Este es evidente a través de indicadores de penetración, donde se aprecia que mientras en Estados Unidos y el Reino Unido, por ejemplo, cada habitante tiene en promedio casi 4 tarjetas de crédito, en Colombia no alcanza a llegar a la unidad. Igualmente, en el contexto de América Latina Colombia se ubica muy por debajo de

[82] comercio al por mayor, menor y ventas en hoteles y restaurantes

países como Brasil y Argentina, donde en promedio cada cien habitantes tienen entre 3 a 2 tarjetas, respectivamente (Gráfico 6).

Gráfico 6

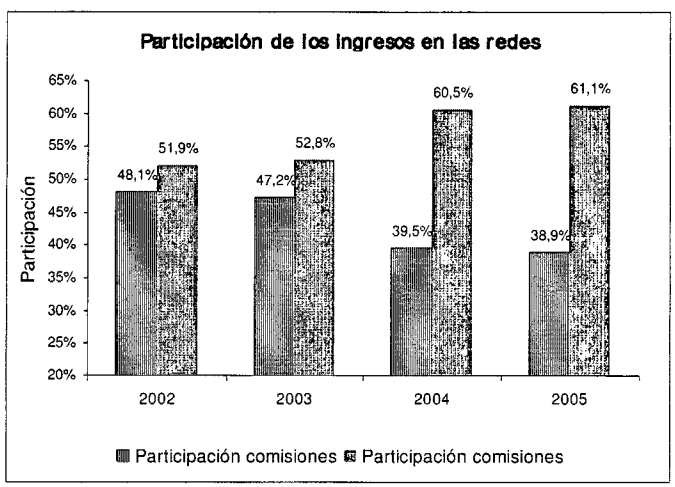


Fuente: Cálculos propios basados en información de Asobancaria , el Dane y el BIS, y "La evaluación de los sistemas de pago en América Latina" , The Economist.

3.1.3 Precios y asimetría

Los mercados de tarjetas (y en general los de dos lados) se caracterizan por una asimetría en la estructura de precios, con niveles sustancialmente superiores para comerciantes frente a los tarjetahabientes. Para comprobar este hecho en el caso colombiano, se calculó la participación de los ingresos por comisiones y aquellos por cuotas de manejo en el total de ingresos del sistema de tarjetas de crédito. Se observa que en 2002 el 48% de dichos ingresos se originaron en las cuotas de manejo -provenían del lado de los consumidores-, mientras que restante el 52% se derivaba de las comisiones -el lado de los comerciantes-. Esta asimetría se ha hecho más pronunciada con el tiempo, y en 2005 los comerciantes generaron el 61% de los ingresos, mientras que los consumidores sólo aportaron el 39% (Gráfico 7).

Gráfico 7



Fuente: Cálculos Fedesarrollo con base en Redes de tarjetas

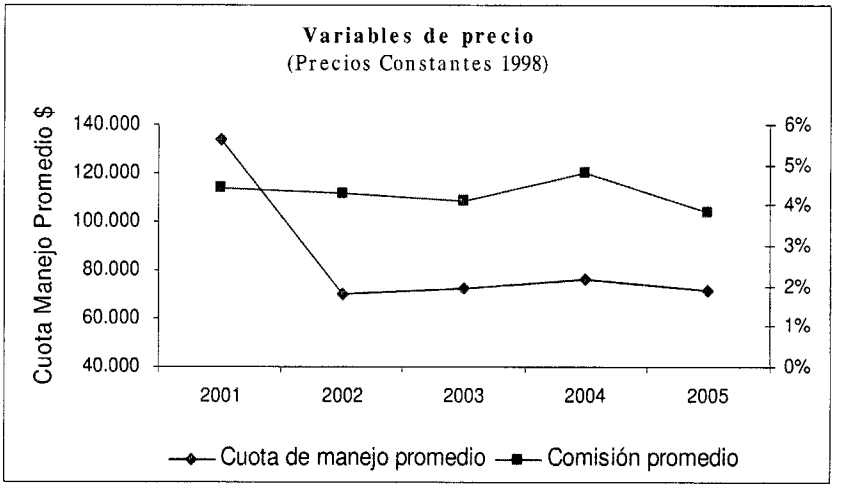
De acuerdo a los resultados obtenidos en 2004 y 2005 los ingresos por cuota de manejo han caído (6,5% entre los dos años), mientras que aquellos por comisiones crecieron 98% (Cuadro 1). Por su parte los precios mostraron una tendencia a la baja, sin embargo la dinámica para las cuotas de manejo es mucho más pronunciada que para las comisiones (Gráfico 8).

Cuadro 1

Año	No transacciones	No. de tarjetas	Comisión promedio por transacción	Cuota de manejo promedio (real)	Crecimiento real cuota de manejo promedio	Crecimiento real ingresos promedio por comisiones
2004	52.684.142	1.221.505	248,78	117131,11		
2005	56.163.920	1.512.978	517,40	114885,34	-6%	98%

Fuente: Cálculos Fedesarrollo con base en Redes de tarjetas

Gráfico 8



Fuente: Cálculos Fedesarrollo con base en Redes de tarjetas

De lo anterior se desprende una conclusión interesante: las mejoras en profundización han ido de la mano con estructuras de precios cada vez más asimétricas. Este resultado es consistente con las tendencias internacionales[83] y corrobora el hecho de que la estrategia típica de este negocio para lograr un mayor crecimiento es reducir los precios por el lado de los usuarios (y compensarlo con un aumento del precio que enfrentan los comerciantes), situación que se origina en una alta elasticidad precio de la demanda de los consumidores frente a una elasticidad baja de los comerciantes.

3.1.4 Concentración vs. Competencia

Siguiendo la aproximación teórica desarrollada en al capítulo anterior, y dada la relevancia de los temas de concentración (competencia) en la asignación eficiente de los precios (tarifa de intercambio), en esta sección se analiza la existencia de concentración

[83] American Express y Diners adoptaron este tipo de estructura de precios. (Evans y Schamalensee, 2005)

(competencia) entre redes o inter-red y entre los bancos participantes en las mismas, o intrared.

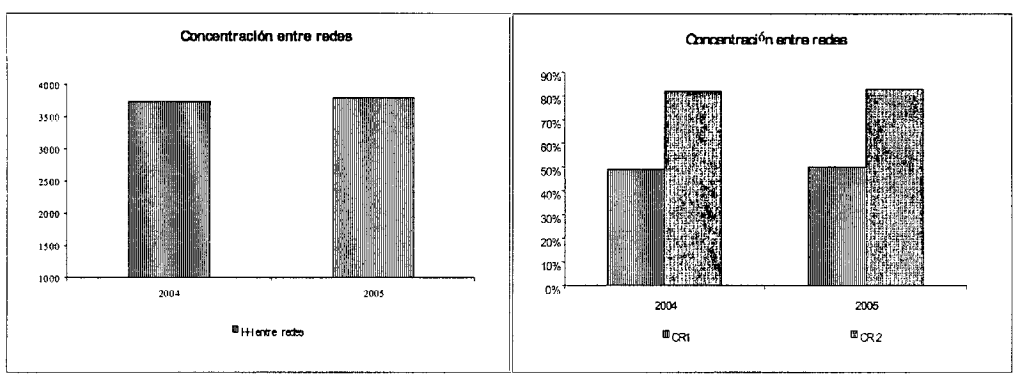
Para evaluar el nivel de concentración en el mercado de tarjetas colombiano se utilizaron los índices tradicionales de Herfindahl Hindahl (HHI) y la Razón de Concentración de orden i (RCi). Adicionalmente se realizó un ejercicio que introduce la discusión sobre poder de mercado al interior de las redes.

3.1.4.1 Concentración o competencia inter-red

Los cálculos de esta sección corresponden a la concentración inter-red, es decir aquella entre los distintos sistemas de tarjetas que ofrecen los servicios en el país (Visa, MasterCard, Diners y American Express). Los datos utilizados corresponden al monto de las compras con tarjeta de crédito por banco, para cada una de las redes enunciadas.

Los resultados indican que en 2004 el HHI fue de 3733, el cual se incrementó en 2005 a 3800 puntos, lo que pone en evidencia una alta concentración entre redes en Colombia. Igualmente la razón de concentración revela que pocas redes concentran la mayoría de las compras con tarjeta de crédito: el CR1 muestra que la red con mayor presencia en el mercado participa con el 50% de las compras con tarjeta de crédito y el CR2 muestra que la participación de las dos redes con mayor porcentaje dentro del mercado fue de 83%[84] (Gráfico 9).

Gráfico 9



Fuente: Cálculos Fedesarrollo con base en Redes de tarjetas

3.1.4.2 Concentración o competencia intrared

En esta sección se evalúan las condiciones de competencia al interior de las redes, es decir entre el total de los bancos al interior de ellas, entre bancos adquirentes y emisores y entre cada uno de los grupos de bancos.

- Concentración al interior de las redes para el total de bancos

---

84 Valores del índice HHI inferiores a 1000 indican ausencia de concentración, entre 1000 y 1800 concentración moderada y para valores superiores a 1800 altos niveles de concentración. Por su parte, el índice de razón de concentración CR, con valores superiores a 33% para CR1 y 50% para CR2 indican mercados concentrados.

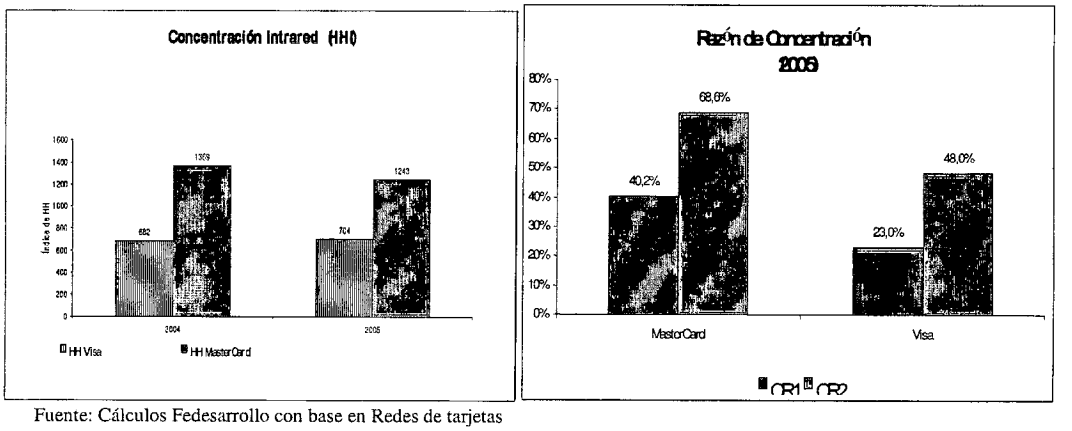
Para este ejercicio, el índice IHH tiene en cuenta no sólo la participación de cada banco en el mercado de tarjetas, sino también el número de entidades participantes[85]. Por su parte, el índice de razón de concentración considera básicamente la participación acumulada de cada entidad en el total. El CR1 consiste en el porcentaje de aporte (sobre el total) de la empresa con mayor participación en el mercado, el CR2 la suma de los aportes de las dos empresas con mayor participación y el CR5 la suma de las cinco principales empresas[86]. Los cálculos se realizaron para Visa y MasterCard, tomando las cifras de compras con tarjetas de crédito anuales por banco registradas por las redes.

El IHH indica la presencia de redes moderadamente concentradas, con un ligero cambio en la composición de cada una de ellas entre 2004 y 2005: MasterCard redujo su índice de concentración mientras que en Visa aumentó.

Estos resultados se confirman con la razón de concentración de nivel uno y dos para cada una de las asociaciones. En el caso de MasterCard el banco con mayor participación concentra el 40% registró una RC1 de 40.2% y RC2 de 68.6%, lo cual indica que de las compras con tarjeta de crédito para la red MasterCard, mientras que los dos bancos de mayor participación concentran el 68%. Ambos indicadores reflejan un comportamiento dominante al interior de MasterCard.

Estos resultados contrastan de manera significativa con el caso de Visa, que registró un RC1 de 23% y uno de 48% para sus dos bancos con mayor participación. En el primer caso no existe dominancia por parte del banco con mayor peso dentro de la red, sin embargo, los dos principales bancos si cuentan con un peso importante dentro de la misma (Gráfico 10).

Gráfico 10



Fuente: Cálculos Fedesarrollo con base en Redes de tarjetas

- Concentración a nivel de emisores, adquirentes, y entre emisores y adquirentes

Desde una perspectiva teórica, en el capítulo anterior se evidenció que la mayor competencia entre bancos promueve una menor y más eficiente tarifa de intercambio. En especial, la competencia entre emisores es importante, así como el menor poder que éstos tengan dentro de las redes.

---

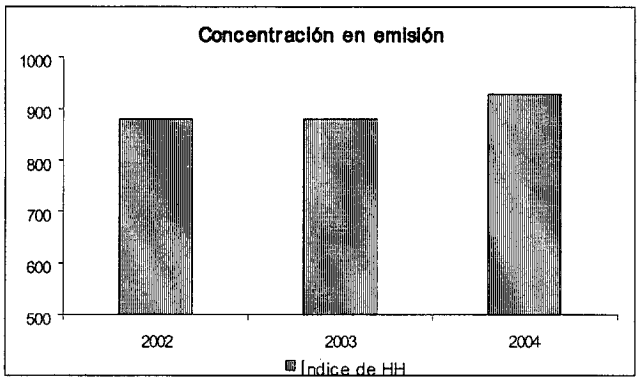
85 Cabe anotar que valores del índice inferiores a 1000 indican ausencia de concentración, entre 1000 y 1800 concentración moderada y para valores superiores a 1800 altos niveles de concentración.

86 Para los índices CR1, CR2 y CR5, valores superiores a 33.3%, 50% y 66% indican mercados concentrados.

En este orden de ideas, a continuación se evalúan los niveles de competencia (concentración) para los bancos, según su función de emisión o adquirencia. La información corresponde a la registrada por Visa, puesto que es la red con mayor participación en estos negocios dentro del mercado de tarjetas de crédito del país.

Concentración en emisión: Para el cálculo de los índices se utilizaron los ingresos por cuota de manejo. Los resultados sugieren que el negocio de emisión de tarjetas de crédito no es concentrado, ya que el IHH entre 2002 y 2005 se ubicó alrededor de 850 puntos. Sin embargo, se registra un aumento en el último año con un índice de 927 HH, revelando la existencia de una concentración moderada (Gráfico 11).

Gráfico 11

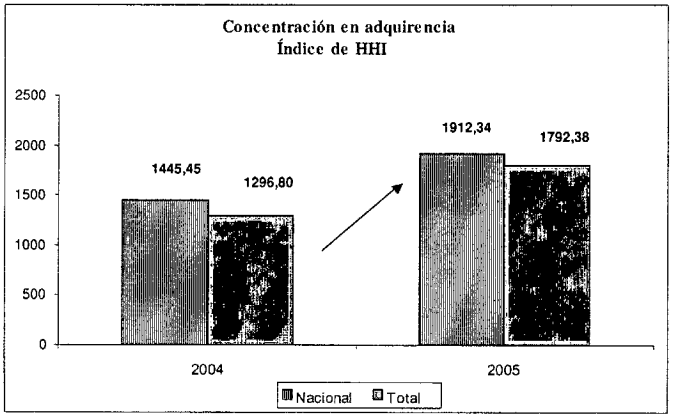


Fuente: Cálculos Fedesarrollo con base en Redes de tarjetas

Concentración en adquirencia. Los cálculos se usaron con base en información sobre ingresos por comisiones al comercio registrada por Visa. Se realizaron dos tipos de mediciones, una que incluye las compras con tarjeta de crédito efectuadas por colombianos y otra que incorpora también las compras realizadas por extranjeros en Colombia (es decir, con tarjetas emitidas en otros países).

A diferencia del negocio de emisión, el resultado sobre adquirencia revela una mayor concentración. El IHH para 2004 fue de 1445.5 (1912 en 2005) para el caso de ingresos por transacciones de nacionales, aunque es levemente inferior (concentración moderada) al tomar el total de los ingresos por comisiones (**Gráfico 12**).

Gráfico 12



Fuente: Cálculos Fedesarrollo con base en Redes de tarjetas

3.1.4.3 Poder de mercado al interior de la red

Además del nivel de concentración, otro factor que influye en el nivel de la tarifa de intercambio es el poder relativo de mercado entre bancos emisores y adquirentes al interior de la red. Por el proceso de formación de dicha tarifa, como se discutió anteriormente, un mayor poder de emisores frente a adquirentes presiona hacia arriba la tarifa de intercambio.

Para medir este peso relativo se calculó el índice de mark-up tradicional[87] sobre la tarifa de intercambio fijada por los bancos emisores. Dado que la fijación de precios al interior de las redes depende de las externalidades presentes en ellas -y éstas a su vez son función del número de usuarios de la red así como de la frecuencia con la que éstos empleen los medios de pago en plástico- los cálculos se realizaron para diferentes segmentos del mercado, pues claramente las tarjetas no son utilizadas de manera uniforme entre los distintos comercios que acceden a este servicio.

Los resultados son los esperados, en la medida en que los segmentos con mayor frecuencia de uso y mayor número de usuarios –como supermercados y almacenes por departamentos- revelan un menor mark-up. Hay que aclarar sin embrago que este hallazgo también tiene que ver con la elasticidad precio de los usuarios de tarjetas así como de los comerciantes. Por ejemplo, en el sector de hoteles y restaurantes se observa un mark-up más alto que el registrado en el segmento anterior, lo cual se debe a que los consumidores son más propensos a realizar pagos con tarjetas en restaurantes y hoteles que en supermercados. Por lo tanto, y como se ha discutido a lo largo de éste trabajo, la fijación de precios en el mercado de tarjetas refleja múltiples elementos variables.

En términos generales se registra un mark-up positivo en el sistema de tarjetas, indicando que los bancos emisores tienen poder de negociación sobre los adquirentes. Sin embargo, en sectores como el de supermercados y almacenes por departamentos el mark-up es negativo, indicando que la tarifa recibida por el banco emisor es inferior al costo. Este

[87] El mark-up corresponde a la diferencia entre el precio y el costo marginal de producción en relación con el precio. En este caso se hizo uso del costo medio de emisión, el precio corresponde a la tarifa de intercambio y los dos se expresan como porcentaje de la compra.

desbalance es compensado con ganancias en tamaño de mercado y con el uso del instrumento de pago en dicho segmento.

Adicionalmente se calculó el índice de explotación[88] y los resultados obtenidos son consistentes con lo encontrado a través del mark-up. Hay que aclarar, sin embargo, que ninguna de las medidas anteriores indica qué lado del mercado tiene más ganancias, pues en los cálculos no se incluyen los ingresos generados ni los costos incurridos en el negocio de adquirencia. Igualmente, tampoco son una medida de presencia de monopolios en el negocio ya que, teniendo en cuenta la estructura natural del mismo, es normal que los precios no correspondan en forma equivalente a los costos. Más bien, los mark-ups y los precios son el resultado de las externalidades típicas en los mercados multilaterales y de los efectos de red presentes en ellos.

3.1.5 Algunas conclusiones

Una de las principales conclusiones que se desprenden de los ejercicios es que existe una importante concentración a nivel de redes en Colombia. Al respecto, vale la pena señalar que, como se discutió en el capítulo anterior, es normal que exista cierto grado de concentración en los sistemas de pago en general y en el caso de tarjetas de crédito en particular. Esto se debe a las economías de escala y se origina en los elevados costos fijos de las plataformas.

Pero además, la concentración debe ser admitida en las etapas tempranas del desarrollo del mercado, debido a los altos costos de que enfrentan estos sistemas en sus fases iniciales, e incluso es deseable ya que permite que den avances en la cobertura del servicio (Hunt, 2004 y Evans y Schamalensee, 2005).

Tal y como se ilustró, este es precisamente el caso colombiano, donde coexisten una alta concentración del mercado y una fase incipiente de desarrollo del mismo.

Sin embargo, también ha quedado claro que la mayor competencia entre redes (y bancos), conduce a esquemas de precios más eficientes. En consecuencia, balancear estas dos situaciones es precisamente el gran reto que enfrentan los reguladores. En este orden de ideas, la competencia intra-red resulta ser un elemento fundamental para efectos de lograr una mayor eficiencia en la determinación de precios del sistema. Se debe anotar, sin embargo, que la concentración en emisión en el mercado Colombiana apunta ser baja, lo cual es bastante favorable para la determinación del nivel de la tarifa interbancaria de intercambio.

3.2 Tarjetas de crédito y débito: características y evolución

3.2.1 Penetración, profundización y precios

Una de las diferencias entre las tarjetas débito y crédito radica en que las primeras vienen incluidas dentro de los servicios bancarios que ofrece una cuenta corriente o de ahorros.

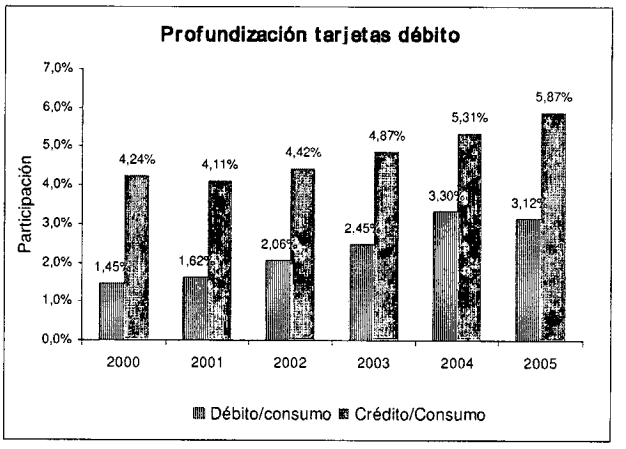
---

[88] Este índice se define como el diferencial entre el ingreso marginal de la industria y el precio, en proporción al precio del producto.

Por otra parte, el tipo de compras que se realiza con cada una de las tarjetas difiere sustancialmente: las débito son esencialmente un medio de pago que se asemeja más al efectivo, lo que permite una fácil sustitución entre los dos, mientras las tarjetas de crédito pueden ser utilizadas como medio de pago o como medio de financiamiento[89].

Respecto de la evolución del mercado de tarjetas, se observa una tendencia creciente en el caso de los dos tipos de ellas. La profundización es débil para ambas, pero las tarjetas débito están muy por debajo de las de crédito. En efecto, la facturación con tarjeta débito como proporción del consumo de los hogares es inferior a aquella con tarjetas de crédito, con porcentajes para 2005 de 3,1% y 5,8%, respectivamente. El rezago de las tarjetas débito frente a las de crédito es evidente también en su dinámica: entre 2000 y 2005 la facturación con tarjetas de crédito creció 28% en promedio anual, mientras en las débito el aumento fue de 17% (Gráfico 13).

Gráfico 13

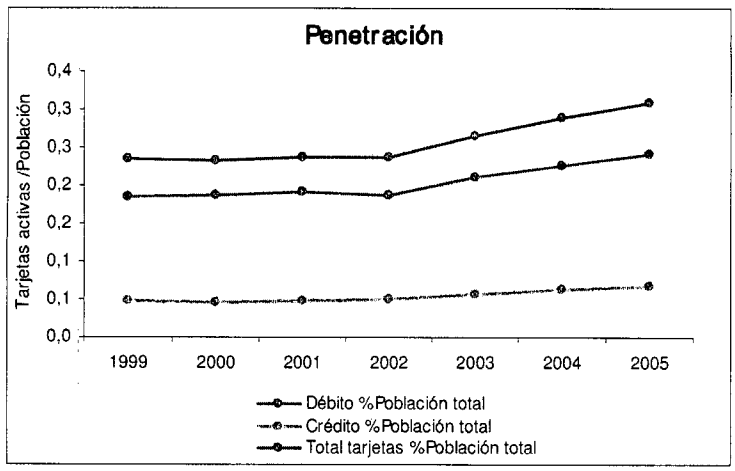


Fuente: Cálculos Fedesarrollo con base en Redes de tarjetas

Los resultados son sin embargo contrarios cuando se analiza la penetración, registrándose mejores indicadores para las tarjetas débito. Esto es consistente con el hecho de este estas tarjetas forman parte del paquete de servicios que obtienen las personas que están bancarizadas. En 2005, 24 de cada 100 habitantes tenía una tarjeta débito, mientras que sólo 6 personas accedían a una tarjeta de crédito (Gráfico 14).

89 Teniendo en cuenta lo anterior, la alta informalidad de la economía colombiana (Misas et al 2005) hace que en general en el país se realicen más pagos con efectivo que con tarjetas débito, aún cuando la experiencia internacional ha demostrado que el uso de las tarjetas es más eficiente (García et al 2004).

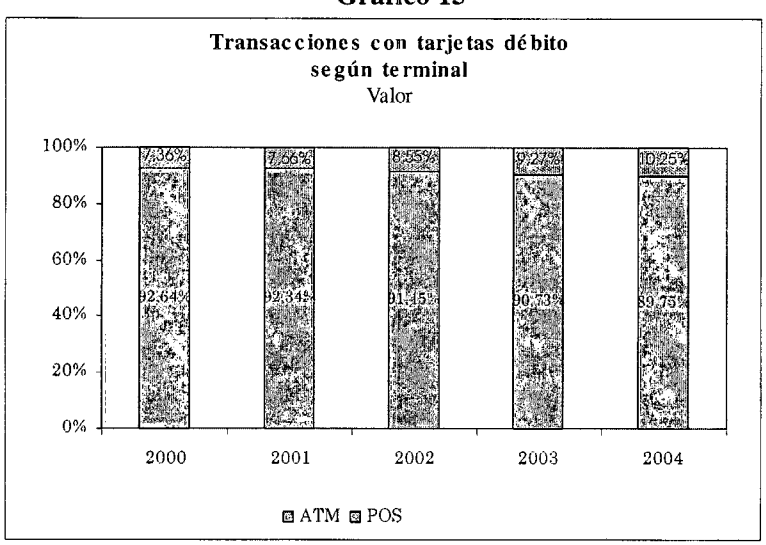
Gráfico 14



Fuente: Cálculos Fedesarrollo

En cuanto al uso de las tarjetas, las cifras revelan que en Colombia las tarjetas débito se usan más como un medio para acceder al efectivo que como instrumento de pago en sí mismo. Así lo muestra la baja participación de las transacciones en puntos de venta (POS) frente a aquellas en cajeros (ATM) (Gráfico 15).

Gráfico 15

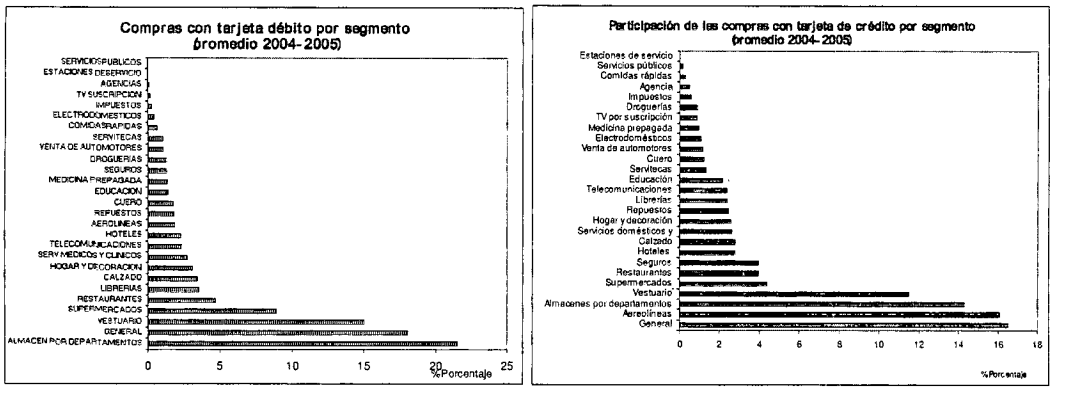


Fuente: Cálculos propios con base en información de Asobancaria

Una manera de evaluar las diferencias en el uso entre las tarjetas débito y crédito es analizando los sectores en los cuales se realizan pagos con este medio. En el caso de las tarjetas de crédito se observa que las compras se concentran en sectores con un valor alto de las mismas (generales, aerolíneas, almacenes por departamento y vestuario), ya que éstas proveen una financiación de las compras. Por ello, la participación más baja de las compras con estas tarjetas se presenta en segmentos como comidas rápidas, servicios públicos y estaciones de servicio de gasolina. Aunque la tendencia no difiere mucho en el uso de las tarjetas débito por subsectores, segmentos como las aerolíneas dejan de ser

importantes, mientras las compras en supermercados y librerías con este medio adquieren mayor relevancia (Gráfico 16).

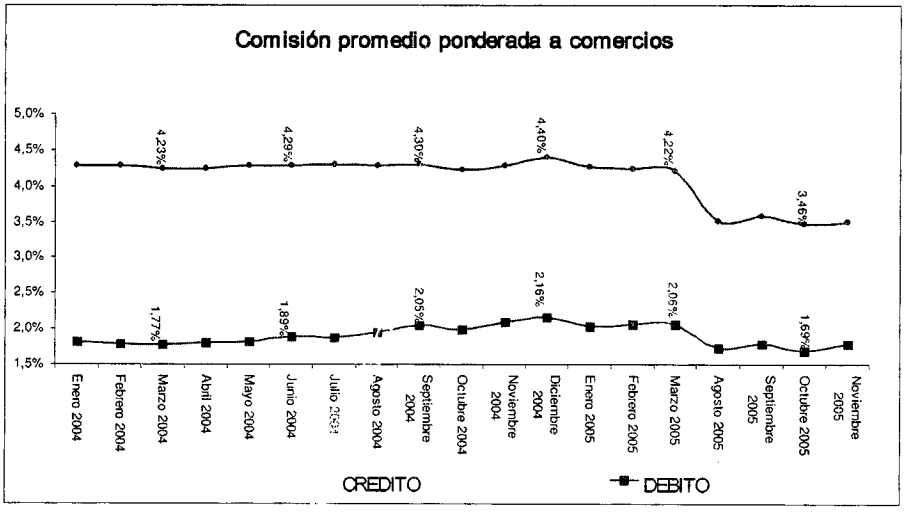
Gráfico 16



Fuente: Cálculos Fedesarrollo con base en Redes de tarjetas

Una consecuencia lógica de las diferencias intrínsecas entre las tarjetas de crédito y débito son las diferencias en sus precios, y en particular se resalta la diferencia en el riesgo que involucra cada una de ellas. Prueba de ello son las comisiones cobradas al comercio, las cuales, en promedio, en noviembre de 2005 se acercaron a 1,7% del valor de las ventas pagadas con tarjetas débito, frente a casi 3,5% en las tarjetas de crédito. En los dos casos se observa una tendencia decreciente, aunque claramente más pronunciada en las comisiones sobre tarjetas de crédito (Gráfico 17).

Gráfico 17



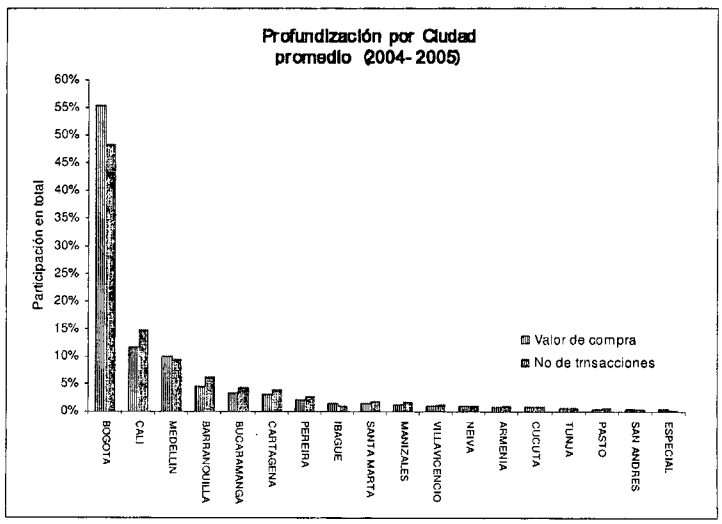
Fuente: Redes de tarjetas

3.2.2 Diferencias regionales

Los indicadores de profundización (valor de la compra y número transacciones) por ciudades reflejan una alta concentración en las grandes ciudades. En 2005, en Bogotá se concentró cerca del 55% del valor de las compras, seguido, por una diferencia amplia, por

Cali, Medellín y Barranquilla. En estas cuatro ciudades se efectúa un poco más del 80% del total de compras con tarjetas (Gráfico 18).

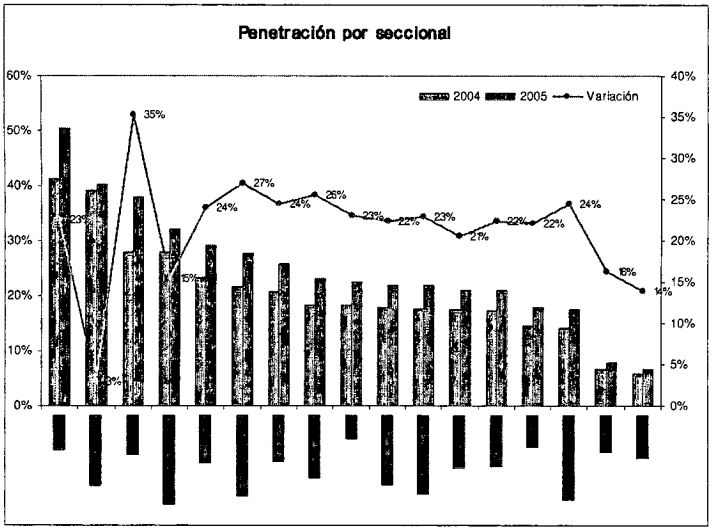
Gráfico 18



Fuente: Cálculos Fedesarrollo con base en Redes de tarjetas

Estos resultados se alteran si se analiza la penetración en términos de población (la razón entre el número de tarjetas vigentes y la cantidad de habitantes por ciudad). Se observa que Bogotá, a pesar de presentar la mayor cantidad de tarjetas de crédito, no alcanza a cubrir ni siquiera la mitad de sus habitantes. En cambio, la mayor penetración se presenta en Tunja, donde el 42% de los habitantes tiene tarjetas de crédito, y ciudades como Ibagué, Santa Marta y Manizales han registrado crecimientos importantes en materia de cobertura. Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla han registrado variaciones cercanas al 24% (Gráfico 19).

Gráfico 19



Fuente: Redes de tarjetas

La información presentada permite concluir que no sólo la profundización en Colombia del mercado de tarjetas es baja, sino además la cobertura en ciudades pequeñas es mediocre. Evidentemente, este hecho es el reflejo de la polarización que existe en el país en cuanto a la emisión de tarjetas y de los aún muy bajos índices de bancarización, especialmente en ciudades medianas y pequeñas.

En consecuencia, una tarea urgente de la industria de tarjetas es adoptar medidas que permitan ampliar la cobertura general y regional, y es menester de las autoridades no sólo apoyar este proceso sino además no incurrir en políticas regulatorias que perjudiquen el desarrollo y crecimiento futuros del negocio de tarjetas.

3.3 Importancia del uso de tarjetas de crédito y débito

Es importante hacer mención de los beneficios que el uso de tarjetas de crédito y débito trae para la economía. Entre ellos, se destaca el efecto positivo sobre el consumo y el impacto fiscal, este último en economías caracterizadas por una alta informalidad y evasión tributaria como la colombiana. Por estos dos canales se promueve el crecimiento económico en la medida en que estimula la demanda agregada. Aun cuando los beneficios se dan también por otras vías, en este caso nos concentramos en estos dos efectos debido a que existen análisis previos que los sustentan[90].

3.3.1 Efecto sobre el consumo

Existe una amplia evidencia internacional del efecto positivo de los medios electrónicos de pago sobre el consumo. De acuerdo con Carr (2004), el uso de instrumentos de pago electrónicos constituye un motor para la economía en la medida en que promueven las

[90] Por otra parte los medios de pago electrónicos juegan un rol muy importante en la modernización de los sistemas financieros al ofrecer más transparencia, liquidez y estabilidad económica (Global Insight, 2003). Desde otra óptica, los medios de pago electrónicos ayudan a vincular al mercado de transacciones financieras a segmentos de la población que aún no están bancarizados, con efectos importantes sobre bienestar.

eficiencias transaccionales a la vez que expanden los canales de pago. Para el caso estadounidense se encontró que un aumento en la participación de los medios de pago electrónicos en un 10% genera incrementos de 0,5% del gasto de los consumidores.

Para Colombia, a través de un modelo de consumo, Arbeláez y Zuleta (2003) comprobaron también el impacto positivo del uso de tarjetas sobre las decisiones de consumo de los hogares. Algunos de los modelos utilizados para este propósito se basan en la "Hipótesis del Ingreso Permanente", la cual establece que el consumo depende de las expectativas sobre los ingresos futuros, es decir de la trayectoria esperada de los ingresos (Hall,1978). Esta hipótesis es rechazada en muchos países y asimismo en Colombia, pues se demuestra que el consumo depende del ingreso de cada período y los individuos/hogares enfrentan restricciones de liquidez. En estas condiciones el crédito (y las tarjetas de crédito) ayudan a suavizar el consumo en el tiempo y reducen las restricciones de liquidez.

Otros aspectos relacionados con los beneficios de las tarjetas (crédito y débito), como son la agilidad, seguridad, mayor disponibilidad de efectivo y otros efectos psicológicos también tienen alguna influencia en aumentar el consumo (Arbeláez y Zuleta, 2003).

3.3.2 Impacto fiscal

El mayor uso de las tarjetas como medio de pago (que implica mayor aceptación por parte de los comercios) en la economía trae beneficios no sólo para quienes intervienen en la transacción sino también es una herramienta para mejorar el recaudo fiscal. Esto es especialmente cierto en economías con una alta evasión tributaria y cuando se usa, para este propósito, la discriminación que hacen los comerciantes entre diferentes medios de pago. Por ello, en la medida en que los pagos con tarjetas proveen información a las autoridades sobre las ventas realizadas con este medio o el gasto de un individuo, su uso masivo se convierte en una herramienta útil para controlar la evasión de impuestos que puede producirse cuando los pagos se hacen en efectivo[91].

El caso de Corea es ilustrativo por cuanto este país adoptó, en el año 1998, una política agresiva para masificar el uso de las tarjetas (incentivos tributarios a los usuarios y a los comercios) con el objetivo específico de incrementar el recaudo y reducir la evasión fiscal (Kim, 2005). Las medidas incluyeron incentivos al impuesto de renta e IVA basados en exenciones tributarias y sistemas de rifas y recompensas. En términos generales se permitía realizar una pequeña deducción en el impuesto de renta según las compras realizadas con tarjetas crédito y débito, y se devolvía una porción del IVA. Simultáneamente, se realizaban rifas entre todas las transacciones realizadas con cualquiera de éstos dos instrumentos de pago. Una vez implementadas dichas medidas el recaudo tributario aumentó en forma importante y se logró formalizar la economía de manera considerable, aun cuando surgieron problemas de sobreendeudamiento por parte de los agentes, para lo cual se adoptaron medidas regulatorias posteriores.

---

[91] También es posible realizar estimativos del nivel de producción de una empresa mejorando la información disponible para contrastarla los ejercicios anuales de declaración de renta. A medida que las personas realicen una mayor proporción de sus transacciones con tarjetas a través de medios electrónicos, las autoridades fiscales tendrán mayores registros sobre los valores actuales y las sendas de ingresos y gastos de dichos individuos.

Para el caso de Colombia, Arbeláez y Zuleta (2003) encontraron evidencia de la alta discriminación que existe entre diferentes medios de pago por parte del comercio. Las encuestas realizadas para este propósito revelan los siguientes hechos: i) el 55% de los comerciantes ofrece descuentos con pagos en efectivo o en cheque frente a las tarjetas; ii) para el 27% de los encuestados una de las principales desventajas de aceptar tarjetas como forma de pago es que impide otorgar descuento a los clientes; y iii) a los compradores se ofrecen descuentos correspondientes a la totalidad o a parte del valor del IVA generado por la transacción.

Por otra parte, una encuesta realizada a los consumidores también da señales de discriminación entre medios de pago e incentivos a evadir impuestos. En ella se muestra que, dentro de las razones para usar efectivo en lugar de tarjetas, está que en este último caso tiene que pagar IVA por sus compras.

Colombia tomó medidas al respecto mediante la Ley 863 de 2003, en la cual se dictaminó que todos los pagos realizados con tarjetas de crédito o débito gozarían de un beneficio tributario que consistía en la devolución a los consumidores de dos puntos del IVA pagados en la compra con tarjetas débito y crédito. En las encuestas realizadas por INVAMER para Fedesarrollo, tanto consumidores como comerciantes declararon que esta medida promovería el uso de tarjetas como instrumento de pago. Sin embargo, aun es necesario realizar un análisis cuantitativo más detallado del efecto neto para el fisco de dicha medida.

El beneficio neto surge de tomar los ingresos originados en el IVA recaudado por los pagos con tarjetas y descontar el monto devuelto por concepto del beneficio tributario establecido. Este resultado debe descontar el efecto del crecimiento del consumo sobre el mayor uso de tarjetas, para lo cual se requiere de un ejercicio juicioso y detallado que se encuentra fuera de los objetivos del presente documento. No obstante, es posible realizar una medida preliminar de dicho impacto a partir de la información sobre las devoluciones registrados por la DIAN.

El primer año en el cual se ejecutó la medida tributaria, el 2004, la devolución de dos puntos del IVA ascendió a 75.317 millones de pesos. En el mismo año, la facturación con tarjetas de crédito y débito creció 23% en términos reales, mientras que el consumo de los hogares lo hizo en 4% (Cuadro 2). Como consecuencia del aumento en la facturación, el ingreso neto registrado por el IVA originado en los pagos con tarjetas fue de 527.216 millones de pesos, el 4.8% del total recaudado en IVA.

En el año 2005 se recaudaron 900.607 millones de pesos en IVA pagados con tarjetas de crédito y débito, los cuales, restándoles la devolución, ascendieron a 788.031 millones de pesos, el 6.5% del total recaudado en IVA. Al igual que en el año inmediatamente anterior, el crecimiento en facturación fue superior al crecimiento real del consumo de los hogares. Adicionalmente, el ingreso neto por cuenta de la medida también creció, pasando de 0,2% del PIB en 2004 a 0.3% en 2005.

A través de cálculos muy simples es posible concluir que la medida ha sido efectiva en incrementar el uso de las tarjetas y el recaudo. De hecho, los ingresos de IVA por pagos

con tarjetas registrados a 2004 hubieran crecido a la tasa que aumenta el consumo de los hogares, la cifra obtenida resulta bastante inferior a la verdaderamente evidenciada[92]

Cuadro 2

Devolución en IVA (Cifras en millones de pesos)
Incluye pagos con crédito y débito

	2005	2004
Valor devuelto (2ptos del IVA pagado)	112.576	75.317
Recaudo IVA con tarjetas	900.607	602.532
Ingreso neto	788.031	527.216
Variación Consumo hogares	5%	4%
Var Ventas con crédito y débito	8%	23%

Fuente: Cálculos Fedesarrollo basado en datos DIAN, DANE y Redes de tarjetas.

Los cálculos anteriores sugieren que, efectivamente, el uso de instrumentos de pago en plástico creció en forma importante. Sin embargo, esto se ha constituido en un factor negativo para el comercio por cuanto el mayor uso de tarjetas frente al efectivo implica que los comerciantes asumen mayores pagos por comisiones, las cuales, además, se perciben como muy elevadas. En consecuencia, y dado que los mercados de tarjetas son mercados de dos lados donde debe promoverse tanto el uso como la aceptación para que se profundice la facturación con este medio de pago, una alternativa complementaria sería otorgar un incentivo tributario al comerciante para promover la aceptación de las tarjetas y desestimular la discriminación entre tarjetas y efectivo y, por esta vía, la evasión tributaria. De hecho, en la encuesta mencionada el 82% de los comerciantes aceptó que promovería los pagos en plástico de recibir un beneficio fiscal por ello.

3.4 El debate reciente

3.4.1 Antecedentes

Colombia no ha estado exenta de los múltiples debates en torno al mercado de tarjetas de crédito. Al igual que en el resto de países la discusión se ha centrado en temas relacionados con la estructura de competencia y, consecuentemente, en los precios del mercado.

Desde hace varios años FENALCO inició una discusión alrededor de las elevadas comisiones cobradas a los comercios. Pero el debate legal tomó fuerza a partir de mediados del año 2003, cuando se presentó el primer proyecto de ley que pretendía regular los contratos entre los sistemas de tarjetas y el comercio. Aunque durante esa legislatura la ley no se materializó, el proyecto volvió al Congreso en los años 2004 y 2005.

[92] A 2005 se recaudaron aproximadamente 488.974 millones de pesos constantes y en 2004, 343.016 millones cifra que al ser ajustada por el crecimiento en el consumo cerraría en 356.736 millones de pesos, 132.238 millones por debajo de la cifra registrada según datos de la DIAN.

Actualmente el proyecto de la ley arriba mencionado[93] se encuentra en trámite. Este proyecto, además de reglamentar la forma y tipo de los contratos, tiene el propósito de regular las comisiones cobradas al comercio por los pagos realizados con tarjeta de crédito y/o débito. Dentro del proceso legislativo se aceptó definir el contrato de afiliación de los establecimientos comerciales a los sistemas de tarjetas y fijar la comisión cobrada por las transacciones con débito al 1.5% del valor de las compras. A lo anterior se adicionaron algunos puntos al proyecto de ley que pretenden eliminar las cuotas de manejo, poner un tope a las tasas de interés pagadas por el financiamiento de las compras con tarjetas a plazos y exigir la publicación de la tarifa interbancaria de intercambio por parte de los bancos.

Además del proceso adelantado en Congreso con el proyecto de ley descrito, paralelamente se han presentado una serie de acciones populares en contra de los sistemas de tarjetas. Principalmente se alega que estos últimos abusan de su posición dominante en el mercado, cobrando tarifas excesivas a los usuarios de los servicios de pago con plásticos. Los alegatos se basan en los principios de libre competencia y los derechos de los consumidores.

El debate llegó a la Superintendencia de Industria y Comercio, donde se han interpuesto quejas en contra de Redeban y Credibanco. Las solicitudes se han materializado en procesos en contra de dichas redes y sus representantes legales. Adicionalmente ha habido pronunciamientos a favor y en contra del nivel de las comisiones desde diferentes instancias del Gobierno y la Asociación Bancaria.

A raíz de esta problemática en torno a las tarjetas de crédito y débito, y en relación con las prácticas y precios del sistema, en agosto y septiembre de 2004 se instalaron mesas de trabajo con la participación FENALCO la Asociación Bancaria y el gobierno. El resultado de la mesas consistió principalmente en cambiar el sistema para la fijación de precios en el negocio de pagos con tarjetas, específicamente el sistema de determinación de la tarifa de intercambio, el cual será descrito más adelante.

A pesar de que la propuesta anterior surgió del acuerdo, FENALCO mantuvo una serie de quejas contra el nivel de las comisiones. De hecho, las conversaciones se suspendieron a finales del mes de octubre de 2005. Sin embargo, la decisión de implementar el nuevo sistema se mantuvo y se acordó que entraría a regir a partir de abril de 2005.

Simultáneamente, los procesos legales adelantados por la SIC tuvieron salida por la vía del mecanismo de garantías. A finales del 2004 el Superintendente aclaró que la investigación que adelantaba era en torno a un posible acuerdo de precios, lo cual dejó a FENALCO –cuyas acciones iban en contra del nivel de las comisiones- por fuera del debate de las garantías.

Este proceso culminó el 31 de marzo de 2005 con la aceptación por parte de la SIC de las garantías ofrecidas por los sistemas de tarjetas mediante la Resolución No. 06817. En dicha norma, entre los puntos más importantes, se estableció que Credibanco se abstendría de fijar la comisión a cargo de los establecimientos comerciales y, en cambio, cada banco adquirente negociaría las comisiones con los diferentes comercios. Sin

---

[93] Proyecto de Ley 24 de 2005.

embargo, la red sería la encargada de fijar la Tarifa Interbancaria de Intercambio, considerando para ello los costos asociados al negocio de tarjetas bancarias de pago (que corresponde exclusivamente a los servicios de tarjetas de pago prestados a los comercios), siempre que no hubieran sido asumidos por el tarjetahabiente u otro tercero, más un porcentaje de utilidad razonable para el negocio. No se incluirían dentro de ellos los costos relacionados con la emisión de dicho instrumento y la intermediación financiera relacionada con pagos a plazos.

Además, la red debería suministrar a la SIC el resultado del estimativo de las Tarifas Interbancarias de Intercambio, teniendo en cuenta una serie de criterios objetivos y su justificación. Para tal efecto, la red contó con un plazo de diez días para realizar un estudio en el que se explicara el origen, determinación y metodología de los criterios objetivos (cuantificación de los costos y ponderación de los mismos), los cuales, con excepción de las comisiones promedio, tendrían un carácter confidencial. En cualquier caso, el acuerdo estaba sujeto a la realización de reuniones encaminadas a revisar conjuntamente los resultados de dicho estudio.

Dando cumplimiento a los compromisos pactados, el estudio "Importancia de la Variable Precio en los Sistemas de Pago" fue presentado a la SIC por parte de Credibanco en abril de 2005. Sin embargo, tras la revisión del estudio, en diciembre del mismo año la SIC solicitó explicaciones a Credibanco y sus representantes legales sobre diversos hechos, entre ellos duplicaciones de costos, errores e inconsistencias en la aplicación de los factores objetivos y en la información de costos de las tarjetas[94]. Estos temas en los cuales la SIC pidió explicaciones, hoy son objeto de conversaciones entre esta entidad y Credibanco.

Por otra parte, el gobierno adelantó la expedición de un decreto en el cual se atribuía a la Superintendencia Bancaria la supervisión, control y vigilancia de los sistemas de pagos de bajo valor, el cual se aprobó el 4 de mayo de 2005. Sin embargo, en éste no hubo ningún pronunciamiento relativo a la formación de precios en los sistemas de tarjetas.

3.4.2 Esquema de fijación de precios ¿qué aporta del nuevo modelo?

Desde que se establecieron las redes de tarjetas en el país, la estructura de precios ha sido establecida a nivel central –e.i. fijados al interior de cada red-. En 2005, y en aras de adoptar un sistema en línea con los desarrollos mundiales, se adoptó nuevo modelo de fijación de precios conocido como "Tarifa Interbancaria de Intercambio" que entró a regir a partir de abril de 2005.

En esta sección se realiza una descripción detallada de ambos modelos, con el fin de resaltar los avances logrados en materia de fijación de precios por parte de los sistemas de tarjetas en Colombia. Vale recordar que la lógica de estos esquemas está sustentada en las características de los mercados de dos lados (múltiples lados) y la formación de precios resultante, las cuales fueron presentadas en detalle en el primer capítulo.

---

[94] El Superintendente de Industria y Comercio envió una carta al representante legal de Credibanco, el día 12 de diciembre de 2005.

3.4.2.1 Esquema anterior: fijación por parte de las redes

Como se mencionó, inicialmente las redes o franquicias de tarjetas (e.i. Mastercard, Visa, American Express, Diners) fijaban individualmente la comisión, la cual era aplicada por todos los miembros adquirentes afiliados a cada sistema en particular. La fijación central consistía en la determinación del nivel de las comisiones y la tarifa de intercambio[95] por la junta directiva de cada red.

Las comisiones correspondían a los costos relacionados con la prestación del servicio de recibimiento y procesamiento de pagos a través de la red, junto con el costo de permitir la posibilidad de incrementar sus ventas por la vía de un mayor número de clientes potenciales y el relacionado con la ampliación de la capacidad de compra de sus clientes previos.

El total de ingresos por comisiones era reasignado entre bancos emisores y adquirentes, donde el emisor recibía el 90% de los mismos y el adquiriente el 10% restante. Este diferencial se atribuye a una correspondiente diferencia en los costos que cada tipo de banco enfrenta por la prestación del servicio. Los emisores incurrían en los riesgos y costos asociados a "unir" a consumidores con comerciantes -equivalente a proporcionar al comercio la posibilidad de ampliar el volumen y monto de sus ventas sin correr ningún riesgo- y los adquirentes asumían el costo implícito en la ejecución de la transacción.

Por el lado del comercio, éste recibía un paquete de servicios prestado de manera conjunta entre el banco adquirente y la red, donde el primero se encargaba únicamente de liquidar la transacción y hacer el cobro ante el banco del consumidor (i.e. el emisor). Mientras tanto, la red tenía un manejo considerable de la relación comercial con el sector comercio. En otras palabras, el banco adquirente jugaba un papel de intermediario, lo que le impedía tener una participación más activa en la negociación de las comisiones con cada uno de sus comerciantes afiliados.

3.4.2.2 Nuevo esquema de Tarifa Interbancaria de Intercambio

Dentro de los tres cambios básicos que introdujo el nuevo modelo, el más importante consiste en que éste otorga una mayor movilidad a los bancos adquirentes, pues ahora ellos son los encargados de manejar la relación comercial con los establecimientos comerciales. Lo anterior implica realizar los esfuerzos (desde el lado de los comerciantes) por mantener el tamaño de la red y ampliarlo -conservar sus clientes y afiliar nuevos comercios-. Ahora la función de los adquirentes es más amplia en el sentido de no sólo de ejecutar la transacción sino además de prestar la mayor parte del servicio en ése lado del mercado, lo cual es consistente con el hecho de que sean los mismos bancos adquirentes quienes negocien las comisiones con cada uno de los comercios que atienden.

Un segundo cambio importante en el modelo tiene que ver con el hecho de que la distribución de ingresos entre los negocios de emisión y adquirencia generados a partir del comercio ya no se causa sobre la comisión como tal. Bajo este nuevo esquema la asignación se realiza sobre el monto total vendido, donde existe una tarifa "interbancaria" de intercambio por venta para cada sector comercial.

---

[95] La porción de la comisión que el banco adquirente debe transferir al emisor.

Finalmente, a petición de la Superintendencia de Industria y Comercio[96] tal y como se mencionó atrás, la "Tarifa Interbancaria de Intercambio" debe corresponder exclusivamente a una serie de costos objetivos incurridos en la prestación de servicios al sector comercial, más un porcentaje de utilidad establecido por la red que permita la operación del negocio. Naturalmente, dichos costos variarán por sector comercial, según el monto y volumen de las transacciones, el tipo de instrumento de pago y el canal utilizados y los incentivos a la utilización de tarjetas.

Este nuevo esquema plantea un escenario de mayor competencia, pues entran más actores en la determinación de precios sin incurrir en las pérdidas de eficiencia que se tendrían si las redes negociaran a nivel individual con cada uno de los comercios. Además, bajo este esquema se tienen en cuenta más aspectos de mercado, así como la rentabilidad del capital asociada al negocio tanto del emisor como del adquirente al determinar el nivel de la tarifa de intercambio.

La mayor competencia se ha traducido en una rebaja sustancial de las comisiones, las cuales han pasado de 4,26% en promedio ponderado en 2004 a 3,28% en 2005 para las tarjetas de crédito, y de 1.92% en 2004 a 1.7 en noviembre de 2005 para las tarjetas débito.

Finalmente, es importante resaltar que en materia de determinación de los precios en el mercado de tarjetas, con el nuevo sistema Colombia está a la vanguardia en América Latina, y en línea con los esquemas adoptados en las economías desarrolladas.

---

[96] Conforme a la Resolución no.06817 del 31 de marzo de 2005.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

El análisis sobre el sistema de tarjetas a nivel internacional, tanto desde una perspectiva teórica como empírica, permite concluir que la discusión relevante en torno a este instrumento de pago debe concentrarse en los siguientes aspectos.

Primero, es fundamental entender la racionalidad de la tarifa de intercambio; segundo, se requiere comprender el trade-off que existe entre cooperación y competencia presentes en el mercado; tercero, es necesario conocer los factores que promueven niveles eficientes de dicha tarifa y probar si la industria de tarjetas en cuestión cumple con esas condiciones; cuarto, los gobiernos deben estar en capacidad de identificar con precisión las fallas del mercado para tomar las medidas regulatorias apropiadas que las corrijan, de lo contrario se podría ir en contravía del desarrollo eficiente del mismo, afectando a la sociedad como un todo; y quinto, dada amplia investigación teórica sobre estos mercados y la evidencia empírica, es indispensable conocer y analizar los efectos de las medidas regulatorias sobre el funcionamiento del mercado.

1. En cuanto al primer aspecto, la tarifa de intercambio, ante todo es fundamental reconocer que es el esquema de precios escogido por los sistemas de tarjetas para permitir el funcionamiento del mercado y el flujo de las transacciones. La literatura es clara en insistir en que sin este instrumento los sistemas de tarjetas abiertos no serían viables.

El negocio de los oferentes de tarjetas de crédito (bancos emisores y adquirentes) consiste en reunir a dos tipos de demandantes (comerciantes y consumidores) en una plataforma. Al estar "a bordo", estos dos participantes obtienen un beneficio simultáneo pues sus demandas están interrelacionadas, más conocido en la literatura económica como externalidad de red. La tarifa de intercambio es el mecanismo a través el cual se internaliza esta externalidad. Esto pone de presente que no se está en presencia de una industria con integración vertical (hay dos demandantes), y por el contrario debe existir una tarifa que nivele la participación de los dos en el mercado.

También debe destacarse que la tarifa de intercambio no es un simple precio por un servicio que responde directa y únicamente a los costos de proveerlo. Es un concepto más amplio. Se trata del resultado de un acuerdo entre emisores y adquirentes, mediante el cual se equilibran los costos entre los ambos, implícitos en el funcionamiento de la red. Este acuerdo no sólo brinda seguridad a los bancos participantes (por lo tanto que se lleve a cabo la transacción) sino además, en su rol de ponerlos "a bordo", permite balancear las demandas entre tarjetahabientes y comerciantes. En esta medida, la Tarifa de Intercambio no responde solamente a los costos directos de la transacción, sino además tiene en cuenta las externalidades de red y las elasticidades de las demandas de cada uno de los demandantes.

Otra característica de estos mercados es la asimetría en la estructura de precios (algo típico en todos los mercados de dos lados), en este caso a favor de los tarjetahabientes, dadas las mayores elasticidades de la demanda de ellos frente a aquella de los comerciantes. Dado lo anterior, las redes de tarjetas en el mundo consideran (y han

comprobado) que esta es la estrategia correcta para promover el uso y aceptación de plásticos.

Finalmente, aunque la literatura teórica muestra que las tarifas de intercambio que maximizan el beneficio privado no son iguales a aquellas que beneficio social, tampoco es claro que las primeras vayan en detrimento del bienestar de la sociedad ni que haya un sesgo sistemático entre las dos. En otras palabras, los sistemas no están en capacidad de imponer precios muy elevados pues atentarían contra el mismo funcionamiento del sistema. Más bien, la literatura sugiere que la tarifa de intercambio establecida por las redes permite el funcionamiento de estos sistemas, y con ellos se beneficia la sociedad como un todo.

2. Es segundo punto crucial es la necesidad de comprender el trade-off que existe entre cooperación y competencia en el mercado. Por una parte, es importante tener en cuenta que la naturaleza misma del mercado hace conveniente un cierto grado de cooperación dentro del mismo (de hecho, es una característica deseable en los sistemas de pago en general), con el fin de obtener ganancias en eficiencia, menores costos de operación, mayor desarrollo tecnológico e innovación en servicios. Además, la concentración es deseable pues permite que las redes exploten las externalidades en su totalidad, lo cual se origina en la naturaleza misma del mercado (economías de escala y altos costos de implementación de las redes). Esto es especialmente cierto en etapas tempranas de desarrollos de dichos mercados. Sin embargo, se advierten también los peligros de las prácticas antimonopólicas.

Simultáneamente, es evidente la relevancia de la competencia dentro de un mercado para efectos de alcanzar mayor eficiencia en la determinación de los precios (niveles más bajos) así como una mayor utilización de las tarjetas. En consecuencia, dado el trade-off anterior, se concluye que la competencia más deseable es la que se da al interior de las redes.

Por las razones anteriores, es fundamental conocer los factores que promueven niveles eficientes de la tarifa de intercambio. Desde el punto de vista social es deseable que la tarifa de intercambio no sea muy elevada y, como lo señala la literatura, ésta se obtiene bajo las siguientes condiciones del mercado: i) una mayor competencia intrared, donde los aspectos fundamentales son una mayor competencia entre emisores y un menor peso del negocio de emisión frente al de adquirencia dentro de la red y asimismo, con un impacto menor, una competencia más elevada entre adquirentes; ii) Competencia entre redes, la cual es benéfica especialmente en el caso en que los tarjetahabientes portan más de una marca de tarjetas.

3. Un tercer factor importante es avaluar los efectos de las medidas regulatorias sobre el funcionamiento del mercado. A nivel mundial la discusión se centra en un conjunto de aspectos regulatorios cuyo efecto sobre el equilibrio del mercado ha sido evaluado por la literatura económica. En el estudio se sintetiza el impacto de cada una de las medidas, juntando los resultados teóricos con la evidencia de cada uno de los países que las ha implementado.

Reglas de no sobrecarga. La literatura empírica ha demostrado que la discriminación de precios entre tarjetas y otros medios de pago por parte de los comercios es indeseable en escenarios no competitivos. En general impedir realizar sobrecargas a los pagos con

tarjetas incentiva el uso de las mismas, lo cual ofrece un beneficio para la sociedad como un todo. Se ha demostrado además, a través de la experiencia de países como EEUU e Inglaterra, que aún cuando la discriminación ha sido permitida los comerciantes no han utilizado esta herramienta, revelando la existencia de costos implícitos en la discriminación de precios.

Negociación bilateral de la tarifa de intercambio. Se ha puesto en evidencia que la negociación bilateral de la tarifa de intercambio tiene mayores costos para los actores del mercado que las negociaciones multilaterales, especialmente cuando el número de participantes en la red es importantes, lo cual se traduce en resultados ineficientes. El caso inglés es ilustrativo pues muestra como, aún ante la posibilidad de realizar negociaciones bilaterales, los bancos optan por adoptar las tarifas determinadas a nivel central. La literatura es explícita en insistir en que las negociaciones multilaterales de la tarifa de intercambio es una necesidad práctica y no debe confundirse con acuerdos de precios en el sentido convencional.

Atar la tarifa de intercambio a costos. De acuerdo con la teoría, implementar esta medida es desconocer el funcionamiento mismo de los mercados multilaterales y los componentes y determinación de la tarifa de intercambio. La literatura económica demuestra que la fijación de esta tarifa debe necesariamente corresponder no sólo la los costos si no también a las externalidades de red presentes en el mercado y a la elasticidad precio de cada uno de los demandantes.

Por otra parte, este tipo de medidas pone a las redes abiertas en desventaja frente a las redes unitarias. De hecho, estas decisiones han hecho que las asociaciones se muevan hacia esquemas de negocios cerrados. Esto no es deseable para una sociedad pues la evidencia muestra que dichos esquemas tienen niveles de precios superiores a los presentes bajo esquemas abiertos o asociaciones.

Algunos países, entre ellos Australia, España, Inglaterra, han adoptado medidas que atan la tarifa de intercambio a costos. Aunque desde el punto de vista teórico esto no es deseable, el tema importante es identificar un conjunto de costos suficientemente amplio que permita el crecimiento del sistema. Esto es, no concentrase en costos relacionados únicamente con la transacción y con los riesgos (más una ganancia razonable) sino permitir que se incorporen otros conceptos que son estratégicos para promover (ya sea por el lado del usuario o del comerciante) un mayor uso y aceptación de las tarjetas.

Fijar la tarifa de intercambio en cero. Al igual que en le caso anterior, esta medida interfiere directamente sobre el funcionamiento del mercado en la medida en que obstruye la labor principal de las redes que consiste poner a bordo a comerciantes y consumidores en una misma plataforma. Básicamente, fijar la tarifa de intercambio en cero inmediatamente incrementa los costos para los consumidores, lo que a su vez desincentiva el uso de tarjetas. Lo anterior resulta finalmente en una cancelación del negocio pues una tarifa de intercambio igual a cero implica un incremento en costos a los consumidores que no estarán dispuestos a pagar. Además, no hay razones económicas que muestren la bondad de la fijación de los precios en este nivel.

En cualquiera de los casos en los que se fije la tarifa de intercambio por debajo de un nivel establecido por el sistema (o aquella que no considere la totalidad de los elementos que intervienen en este precio), los menores ingresos para las redes recibidos por el lado

del comercio serán compensados con mayores costos para los usuarios, una situación que puede desestimular la profundización del mercado y cuya lógica en materia de bienestar social debe ser cuidadosamente evaluada.

Reglas de aceptación de tarjetas. Indica que los comerciantes están obligados a recibir todos los instrumentos de pago plásticos que ofrezcan las redes una vez acepten uno de sus productos. En algunos países esta regla ha sido abolida, incluso resultando en indemnizaciones; en otros la regla aún está vigente. El argumento del sector comercial en contra de esta regla es que es un ejercicio del poder de mercado de las redes. Desde el punto de vista teórico no hay tal aprovechamiento, pues los efectos de red lo impiden.

Revelación de información. Los requerimientos de información han sido implementados en varios países. La evidencia del caso estadounidense muestra que proporcionar más información de mejor calidad facilita el funcionamiento del mercado. Sin embargo, la experiencia internacional muestra que en ningún país se exige hacer público el mecanismo de determinación de la tarifa de intercambio, aunque en algunos (Australia, Comunidad Europea, España, entre otros) se exige la publicación de sus niveles. Esto coincide con los casos en los que la Tarifa de Intercambio ha sido regulada mediante topes (referentes). En cambio, en los casos en los que la tarifa no ha sido regulada (con niveles máximos), no se exige su publicación. En aras de logar una mayor transparencia, estos países han optado más bien por publicar las comisiones a los comerciantes.

En síntesis, la literatura teórica recomienda regular poco el mercado de tarjetas y en especial la tarifa de intercambio, en especial en etapas de profundización incipiente del mismo. Más bien sugiere evaluar las condiciones de competencia bajo las cuales operan estos mercados e identificar con precisión las fallas (cuando ellas realmente existen) para tomar medidas las regulatorias adecuadas, asegurándose que éstas son las apropiadas para corregir dichas fallas.

Los estudios de caso muestran diferentes modelos de regulación adoptados por los países. Dentro de los de mayor intervención están Australia y Europa, que contrastan con Estados Unidos donde no se han adoptado intervenciones sobre la tarifa de intercambio. Más bien, en este país se han reconocido las especificidades de estos mercados y se ha dado un tratamiento acorde con esto.

En el caso de Colombia se mostró que los sistemas de tarjetas tienen las mismas características en cuanto a su estructura, funcionamiento y formación de precios que aquellas a nivel mundial, típicas de los mercados de dos lados. La tarifa de intercambio es el esquema de precios utilizado por las redes, determinada a nivel multilateral y con asimetría a favor de los trajetahabientes.

En cuanto a las condiciones de competencia del mercado, una de las principales conclusiones que se desprende de los ejercicios es que existe una importante concentración a nivel de redes. Al respecto, vale la pena insistir en que esta condición es incluso necesaria en las etapas tempranas del desarrollo del mercado, debido a los altos costos de que enfrentan estos sistemas en sus fases iniciales, e incluso en la medida en que permite que den avances en la cobertura del servicio. Este es precisamente el caso colombiano, donde coexisten una alta concentración del mercado y una fase incipiente de desarrollo del mismo.

En cuanto a la competencia al interior de las redes, es decir entre los participantes, se encontró que la concentración en emisión en el mercado Colombiana apunta ser baja, lo cual es bastante favorable para la determinación del nivel de la tarifa interbancaria de intercambio. La concentración entre adquirentes es moderada, pero como se ilustró esto tiende a tener efectos menos importantes sobre la tarifa de intercambio. Con respecto al poder de mercado al interior de las redes se observa un mark-up significativo por parte de los bancos emisores en la fijación de la tarifa de intercambio. Sin embargo, como era de esperarse este índice varía por segmento de venta.

Finalmente, en torno al debate nacional sobre la tarifa de intercambio, es claro que el nuevo modelo de Tarifa Interbancaria de Intercambio adoptado en abril de 2005 plantea un escenario de mayor competencia, pues entran más actores en la determinación de precios, sin incurrir en las pérdidas de eficiencia que se tendrían si las redes negociaran a nivel individual con cada uno de los comercios. La mayor competencia se ha traducido en una rebaja sustancial de las comisiones. Además, es importante resaltar que en materia de determinación de los precios en el mercado de tarjetas, con el nuevo sistema Colombia está a la vanguardia en América Latina, y en línea con los esquemas adoptados en las economías desarrolladas.

4.2 Recomendaciones

Con estos nuevos elementos, y ateniéndose a las experiencias internacionales sobre la materia, las recomendaciones que se desprenden del trabajo van en diferentes direcciones.

Un elemento que vale la pena resaltar es que Colombia está en un nivel temprano de desarrollo de la industria de pagos con plásticos y sin duda una sobre-regulación del mismo iría en contravía de los esfuerzos por formalizar la economía y por ampliar la cobertura en bancarización. Más bien, una tarea urgente de la industria de tarjetas es encontrar mecanismos que permitan ampliar la cobertura general y regional, y es menester de las autoridades no sólo apoyar este proceso sino además no adoptar medidas regulatorias que no perjudiquen el desarrollo y crecimiento futuros del negocio de tarjetas.

En este sentido, cualquier paquete de políticas tomado por las autoridades para tratar de resolver los conflictos actuales entre los comerciantes y las asociaciones de tarjetas, deben ser integrales en términos de incorporar no sólo medidas regulatorias sino también aquellas que promuevan la profundización del mercado. Una vía posible es a través de brindar ventajas tributarias para los comerciantes, similares a los existentes para usuarios de las tarjetas, evidentemente con estudios previos detallados sobre los beneficios potenciales fiscales de este mecanismo.

Por otra parte, y para efectos también de lograr una mayor profundización del mercado y un recaudo fiscal más elevado, es conveniente hacer explícita la prohibición de haya discriminación en precios por parte del comercio según el medio de pagos utilizado, en particular efectivo y cheque frente a tarjetas de crédito y débito.

En cuanto a las medidas regulatorias propiamente dichas sobre el funcionamiento del mercado de tarjetas, las recomendaciones cubren varios aspectos.

Primero, no se considera conveniente fijar la tarifa de intercambio (o la comisión) en algún nivel predeterminado, en parte porque carece de sentido económico y en parte porque no existen elementos por parte de las autoridades para conocer ese nivel que resultaría en un mercado eficiente.

Por otra parte, siguiendo la argumentación de la literatura teórica, a pesar de que la tarifa de intercambio no debe fijarse por parte de las autoridades en función de los costos, en caso de hacerse (como ha sido el caso de Colombia) los criterios de costos deben ser amplios de tal manera que no sólo consideren los costos relacionados con las transacciones, con el manejo del fraude y con la financiación de un mes de gracia para los usuarios que no difieren el pago de las tarjetas, sino también los elementos de costos relativos al mercadeo y publicidad, los cuales son cruciales para promover el uso de las tarjetas y generan de paso un beneficio para los comerciantes, que en últimas son cruciales para el desarrollo del mercado. Además, como en cualquier otro negocio, se debe considerar una utilidad razonable del mismo.

Segundo, en cuanto a la publicación de los precios del mercado de tarjetas, dar a conocer al público con alguna regularidad la comisión puede ser un elemento útil en aras de lograr una mayor transparencia. Sin embargo, la publicación de la tarifa de intercambio se considera innecesaria, y en caso de hacerse lo anterior deberían publicarse sus niveles (o algunos rangos) y en ningún caso el proceso de formación de la misma.

Tercero, en materia de prácticas anticompetitivas al interior de las redes, el país podría avanzar en el sentido de prohibir que un banco sea simultáneamente miembro de juntas directivas de redes diferentes. Esto le daría mayor transparencia e independencia al proceso de formación de precios, sin perjuicio de que los mismos estén determinados a nivel multilateral.

Referencias

Australian Bankers Association (2001)."Credit Cards Networks in Australia: An Appropriate Regulatory Framework" Reserve Bank of Australia

Balto, D. (2000). "The Problem of Interchange Fees: Costs without Benefits", European Competition Law Review, Issue 4.

Balto, D. and Marth, R. (2005). "International Developments on Payment Systems and Interchange Fees" Presented to the Kansas City Federal Reserve Conference on Interchange Fees

Barrigüete, J. L. y Sánchez, J.A (2005). "Estrategias competitivas y capacidades clave en mercados electrónicos sujetos a Efectos de Red". Universia Business Review, Actualidad Económica, Segundo Trimestre.

Baxter, W.F. (1983). "Bank interchange of transactional paper: legal and economic perspectives," Journal of Law and Economics, 26: 541-588.

Boomse, S. (2002). "Todos a Bordo: Tarifas de Intercambio y Mercados de dos Lados". Cumbre de Intercambio Visa, San Francisco, Abril 22.

Brynjolfsson, E., Kemerer, C.F. (1996). "Network Externalities in Microcomputer Software: An Econometric Analysis of the Spreadsheet Market". Management Science. 42(12): 1627-1647.

Carr, J. (2004). Comentario en "Electronic Payments Drive One-Quarter of Canada's Economic Growth, Visa Sponsored Study Shows". Disponible en: www.investors.com/breakingnews. asp?journalid=21665182&brk=1 - 90k

Chakravorti, S. (2003). "Theory of Credit Card Networks: A Survey of the Literature". Review of Network Economics. 2(2), Junio.

Chakravorti, S. y Emmons, W.R. (2003). "Who pays for credit cards?" Journal of Consumer Affairs.Winter 2003;37;2.

Chakravorti, S. y Roson, R. (2004). "Platform competition in two-sided markets: the case of payment networks,"Working Paper Series, Federal Reserve Bank of Chicago.

Comisión Europea y VISA Internacional (2002) "Multilateral Interchange Fee" Decisión de la Comisión, Caso No.COMP/29.373 , Julio 24.

Durkin, Thomas A. (2002) "Consumers and Credit Disclosures: Credit Cards and CreditInsurance" Federal Reserve Bulletin, 202-207, Abril.

Economides, N. (2001). "The Microsoft Antitrust Case: Rejoinder". Journal of Industry, Competition and Trade: From Theory to Policy. 1(1): 71-79.

Evans, Daniel. (2003). "It Takes Two to Tango: The Economics of Two-Sided Markets". The Payment Card Economics Review, 1.

Evans, D. (2003). "The antitrust economics of multisided platform markets." Yale Journal on Regulation, Summer.

Evans, D. y Schmalensee, R. (2005). "The Economics of Interchange Fees and Their Regulation: An Overview," Working papers, Massachusetts Institute of Technology (MIT), Sloan School of Management.

Gans, J. S. y King, S. (2003) "Approaches to Regulating Interchange Fees in Payment Systems", Review of Network Economics, 2(2), Junio.

Federal Reserve System (2002) "Retail Payment Research Project: A Snapshot of the U.S Payments Landscape", FRS.

Garcia, Daniel D., Hahn, Robert W., Layne-Farrar, Anne (2004). "The Move toward a Cashless Society: A Closer Look at Payment Instrument Economics". AEI Brookings Joint Center for Regulatory Studies Working Paper 04-20.

Global Insight y VISA Internacional (2003) "The virtuos cycle: Electronic Payments and Economic Growth", White Paper, 1.

Guthrie, G y Wright, J. (2005) "Competing Payment Schemes," Departmental Working Papers w0311, National University of Singapore, Department of Economics.

Hall, R. (1978) "Stochastic Implications of the life Cycle-Permanenet Income Hypothesis: Theory and Evidence" Journal of Political Economy,(86): 971-978.

Hunt, R. (2003). "An Introduction to the economics of payment card networks". Working Papers Series. Federal Reserve Bank of Philadelphia.

Jallath, E. y Negrín, J.L. (2001) "Evolución y estructura de los medios de pago distintos al Efectivo en México". Documento de Investigación 4, Dirección General de Investigación Económica, Banco de México.

Katz, M. L., Shapiro, C. (1985). "Network Externalities, Competition and Compatibility". The American Economic Review, 75(3):424-440

Katz, M. L., Shapiro, C. (1992). "Product Introduction with Network Externalities". The Journal of Industrial Economics, 40 (1):55-83.

Kim, J (2005)."Tax reform issues in Korea". Korea Institute of Public Finance, Presentado en "International Symposium on tax Reform an d Policy in Asia". Hitotsubasi University, Julio 1-2.

Kemppainen, Kari. (2003). "Competition and regulation in European retail payment systems" Bank of Finland Discussion Papers.

Lee, J. y Kwon, K.N. (2002). "Consumers' Use of Credit Cards: Store Credit Card Usage as an Alternative Payment and Financing Medium". Journal of Consumer Affairs 36(2): 239-62.

Ley 25.065 .Tarjetas de Crédito. República Argentina

Ley 26.010 Modificación a la Ley 25.065. República Argentina

Ley para la transparencia y ordenamiento de los servicios financieros. Estados Unidos Mexicanos. Cámara de Diputados. Secretaria General. Dirección General de Bibliotecas.

Ley de Tarjetas de Crédito, Débito, Prepagadas y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. Expediente No 389. 2005

Lowe, P. y Macfarlane, I. (2005). "Payments system reform: the Australian experience" Preparado para: Interchange Fees in Credit and Debit Card Industries: What Role for Public Authorities?" Federal Reserve Bank of Kansas City

Negrín, José L. (2005). "The Regulation of Payment Cards: The Mexican Experience," Review of Network Economics, CRA International, vol. 4(4):243-265.

McAndrews, J. J. y Rob, R. (1996). "Shared ownership and pricing in a network switch". International Journal of Industrial Organization, 14(6):727-745, Octubre.

Muris, T. (2005). "Payment Card Regulation and the (Mis)Application of the Economics of Two Sided Markets" Columbia Business Law Review 515.

Murphy, M.M. y Ott, M. (1977). "Retail Credit. Credits Cards and Price Discrimination" Southern Economic Journal, 43(3): 1303-1312

Office of Fair Trading (2005). "Investigation of the multilateral interchange fees provided for in the UK domestic rules of Mastercard UK Members Forum Limited (formerly known as MasterCard/Europay UK Limited)", Companion paper to decision, Competition Act 1998. No. CA98/05/05, OFT 811, Septiembre 6.

_____. (2005). Issues Statement of Objections on VISA Agreement, Octubre 19.

Reserve Bank of Australia. (2004). "Merchant Service Fees for Credit Cards", Julio.

_____. (2005). "Common Benchmark for the Setting of Credit Card Interchange Fees". November

_____ (2005). "Reform of the EFTPOS and VISA Debit Systems in Australia" . Capítuo 3 en Honour All Cards Rule, Febrero.

Rochet, J.C. y Tirole, R. (2002) "Cooperation Among Competitors: Some Economics Of Payment Card Associations", RAND Journal of Economics, The RAND Corporation, 33(4): 549-570.

Rochet, J. y Tirole,J .(2003). "Platform Competition in Two-Sided Markets". Journal of the European Economic Association,1(4):990-1029.

_____(2004). "Two sided markets: An Overview" IDEI.

Sánchez-Calero, J. (2005). "Tarjetas de Crédito y Tutela del Consumidor".RDBB 98 Abril-Junio.

Schmalensee, R. (2002). "Payment Systems and Interchange Fees", Journal of Industrial Economics, 50:103-22.

Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile. (2001) Circular (3.138 - 1.410), Agosto 9

_____. (2002). Circular 3.185-1.456.26, Julio 26.

_____ .(2006). Recopilación Actualizada de Normas. Capitulo 8-3.

Netherlands Competition Authority (NMa) (2005). "The Financial Sector Monitor" mimeo

The Payment Card Economics Review. (2003). Two-Sided Markets and Interchange Fees.

The Payment Card Economics Review. Winter (2004). The Industry and Its Legal Challenges

Tribunal de apelación del décimo primer circuito de los Estados Unidos. (2005). CORPORACIÓN NACIONAL BANCARD (NaBANCO), una sociedad de la Florida, Demandante - Apelante, v. VISA U.S.A. INC., Demandado No. 84- 5818. Enero.

United States Court of Appeals for the Second Circuit (2003).United States of America vs. VISA U.SA. , INC, VISA International Corporation and MasterCard International Incorporated. Septiembre.

United Status District Court Eastern District of New York. In Re VISACheck/ Mastermoney Antitrust Litigation. December 19 2003.

Vickers, J. (2005). "Public policy and the invisible price: competition law, regulation and the interchange fee". Paper for the international payments policy conference sponsored by the Federal Reserve Bank of Kansas City, Santa Fe, Mayo.

Wright, Julian. (2004). "The Determinants of Optimal Interchange Fees in Payment Systems," Journal of Industrial Economics, Blackwell Publishing, 52(1):1-26.

Weiner, Stuart E. y Julian Wright. (2005). "Interchange Fees in Various Countries: Developments and Determinants". Prepared for Interchange Fees in Credit and Debit Card Industries: What Role for Public Authorities?" Federal Reserve Bank of Kansas City.

ANEXO

Argentina

		Tarifa de Intercambio				
Participación	**Redes**	**Esquema de Precios**	**Fijada Por**	**Regulación**	**Transparencia**	**Autoridad de Competencia**
	MC, VISA Cabal, American Express, Tarjeta Naranja					

Reglas de las redes					Otras reglas	Comisiones al Comercio	
HAC	**Emisión Neta**	**Dualidad**	**Exclusión**	**Gobernabilidad**	**No Sobrecarga**	**Regulación**	**Transparencia**
						Si	

Indemnización	**Resultados**		**Resoluciones**
	Tarifa de Intercambio	**Comisiones al Comercio**	**Sustento a las Modificaciones y Resultado de los debates Legales**
		Descenso	Mediante la ley 26.010 promulgada el 10 de Enero de 2005 se modifica un artículo de la ley anterior sobre las comisiones en las tarjetas de crédito y débito (Articulo 15 Ley 25.065). La nueva ley reduce las comisiones para las tarjetas de crédito que deben no superar el 3% y débito con limite hasta 1.5%. Además prevé que el emisor no podrá establecer diferencias arancelarias en comercios que pertenezcan a un mismo renglón económico

Australia

		Tarifa de Intercambio				
Participación	**Redes**	**Esquema de Precios**	**Fijada Por**	**Regulación**	**Transparencia**	**Autoridad de Competencia**
22%	MC, VISA, Bankcard American Express, Diners JCB	**2003:** El benchmark (tope) de las tarifas de intercambio es fijado de acuerdo a unos costos establecidos por los expertos de las redes abiertas. Cada una de las tres redes calcula su propio benchmark pero en conjunto las tres redes escogen los costos que lo soportan. Esta metodología se conoce como Standard, su aplicación empieza el 30 de Octubre. Los datos de los costos y el cálculo de cada benchmark se deben enviar al Banco de la Reserva de Australia. Los costos elegibles que se utilizan para calcular el actual benchmark incluyen la autorización del emisor, costos de procesamiento, costos de fraude, y el costo de provisionamiento de las deudas de los clientes. En ningún caso el promedio ponderado de la tarifa de intercambio en cada red puede estar por encima del benchmark que ellos han fijado. El efecto de la medida Standard es que las tarifas de intercambio se han reducido en promedio de 0.95 % del valor de la transacción con tarjeta de crédito a un limite inferior a 0.55 % en promedio. **2005:** La autoridad Australiana, ha promovido una nueva reforma. Bajo los nuevos cambios propuestos por el Banco de la Reserva de Australia el cálculo Standard tendrá aplicación hasta el 31 de octubre de 2006, donde se sustituirá por un cálculo de benchmark común basado en un promedio ponderado de los benchmark individuales proporcional a la participación de cada red abierta en el mercado.	**Bankcard / MC/ VISA:** Cada red fija su propia tasa. Sujetas a los limites regulatorios del Banco de la Reserva de Australia	Si	Si	Banco de la Reserva de Australia

Reglas de las redes					Otras reglas	Comisiones al Comercio	
HAC	**Emisión Neta**	**Dualidad**	**Exclusión**	**Gobernabilidad**	**No Sobrecarga**	**Regulación**	**Transparencia**
Si	Si	Si	No		Se permite discriminar precios		Si

Indemnización	Resultados		Resoluciones
	Tarifa de Intercambio	**Comisiones al Comercio**	**Sustento a las Modificaciones y Resultado de los debates Legales**
No	Descenso	Descenso	Desde Julio de 2003 la tarifa de intercambio es regulada por el Banco de la Reserva de Australia. Uno de los requerimientos es que el promedio de la tarifa de intercambio debe ser menos que el benchmark establecido por los costos básicos de los bancos emisores. Empieza a regir a partir del 31 de Octubre de 2003. El Banco de la Reserva de Australia regula tendiendo a bajar las tarifas de intercambio de las tarjetas de crédito. Por otra parte, adopto la eliminación de la regla de no sobrecarga. (Weiner y Wright 2005). En el 2005 mediante el documento "Common Benchmark for the Setting of Credit card Interchange fee" RBA (November 2005), el Banco de la Reserva de Australia plantea la nueva reforma a la fijación del benchmark de la tarifa de intercambio. El nuevo método se conoce como el benchmark común para todas las redes. Este será calculado por el RBA como un promedio ponderado de los benchmarks de cada cálculo de cada una de las redes. Para determinar el benchmark común el banco usará como ponderante la participación de cada una de las redes en el valor total de las transacciones con tarjetas de crédito dentro de todo el sistema. La implementación de este nuevo esquema para calcular el benchmark que regulará la tarifa de intercambio debe ser efectiva a partir de 1 de Noviembre de 2006.

Chile

			Tarifa de Intercambio				
Participación	**Redes**		**Esquema de Precios**	**Fijada Por**	**Regulación**	**Transparencia**	**Autoridad de Competencia**
	MC, VISA American Express, Diners, Magna						
Reglas de las redes					**Otras reglas**	**Comisiones al Comercio**	
HAC	**Emisión Neta**	**Dualidad**	**Exclusión**	**Gobernabilidad**	**No Sobrecarga**	**Regulación**	**Transparencia**
							Si
Indemnización	**Resultados**		**Resoluciones**				
	Tarifa de Intercambio	**Comisiones al Comercio**	**Sustento a las Modificaciones y Resultado de los debates Legales**				
			Por Circular del 09 de agosto de 2001, la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras instruyó acerca de la forma en que las instituciones financieras deben informar en sus oficinas sobre las tasas de interés que aplican a los créditos de consumo pagaderos en cuotas y a las tarjetas de crédito. Utilizando para esto un formato estandarizado, con el objetivo de facilitar a los interesados la comparación de las tasas, en términos mensuales, ofrecidas por las distintas instituciones. Las entidades financieras deben proporcionar de una manera igual la información relativa a los intereses, y las comisiones que se cobran por el uso de las tarjetas de crédito. En circular emitida por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (Bancos # 3.185 Financieras # 1.456) el 26 de julio de 2002, se informa al público sobre las comisiones e Intereses cobrados por créditos de consumo y tarjetas de crédito. Cada banco a través de unos cuadros, debe indicar las tasas mínimas y máximas de los intereses por los créditos derivados del uso de las tarjetas y las comisiones que se cobran por la administración de ellas, descrito como se ha dicho en términos anuales. Estos cuadros se deben mantener en los tableros de información al público, así como en las páginas de Internet que cada institución tenga.				

España

		Tarifa de Intercambio				
Participación	**Redes**	**Esquema de Precios**	**Fijada Por**	**Regulación**	**Transparencia**	**Autoridad de Competencia**
14 %	MC, VISA American Express, Diners, JCB	La tarifa máxima se fija en 1,4% de la compra en el 2006, 1.3% para 2007 y 1.1% para 2008. De acuerdo con los parámetros y metodología empleados por el Banco de España, se estima que las tasas medias de intercambio, situadas en el 1,50% en 2005, se reducirán hasta el 0,95% en 2006, con reducciones progresivas hasta alcanzar el 0,70% en 2008.	Acuerdo entre el Tribunal de la Defensa de la Competencia con las redes 4B, Servired, Euro 6000, Cajas de Ahorro y otras entidades financieras que operan las tarjetas VISA y Mastercard, y la Comisión Intersectorial del Comercio. Este acuerdo se firma en Diciembre de 2005 y entra en vigencia a partir de 1 de febrero de 2006.	Si	Si	Servicio de la Defensa de la Competencia (SDC), Tribunal de la Defensa de la Competencia (TDC). Ambos bajo supervisión del Ministro de la Economía

Reglas de las redes					Otras reglas	Comisiones al Comercio	
HAC	**Emisión Neta**	**Dualidad**	**Exclusión**	**Gobernabilidad**	**No Sobrecarga**	**Regulación**	**Transparencia**
	MC : No	Si	No		Visa : No se permite discriminar precios	Indirecta mediante el acuerdo de reducir las tarifas de intercambio.	

Indemnización	Resultados		Resoluciones
	Tarifa de Intercambio	**Comisiones al Comercio**	**Sustento a las Modificaciones y Resultado de los debates Legales**
No	Descenso	Se espera que desciendan con el acuerdo	**1999:** Se llegó a un acuerdo de fijar la tarifa en 3.5%, reduciendo la tasa anual hasta un máximo de 0.25% hasta llegar el 2.75% a partir de julio de 2002. Este acuerdo lo autoriza el Tribunal de la Defensa de la Competencia. **Decisión de la Comisión Europea:** El 24 de julio de 2002 la Comisión Europea aprobó para VISA una petición sobre las tasas multilaterales de intercambio de VISA en lo que se refiere a operaciones transfronterizas. La autorización de la Comisión se basa en una estimación por parte de VISA de reducción paulatina de la TMI para tarjetas de crédito y débito diferido hasta alcanzar una tasa media ponderada del 0,7% en 2007 y un compromiso de que esta se ajuste a unas características de costos fijados por la comisión. **En Mayo de 2003** el congreso en pleno insta al Gobierno a dictar las disposiciones oportunas para que las Tasas Multilaterales de Intercambio se adapten a los principios aceptados por las autoridades europeas y españolas de la defensa de la competencia, con objetividad , transparencia y según las categoría de los costos. **En abril de 2005** el Tribunal para la Defensa de la Competencia resuelve que las tarifas de intercambio para las tarjetas de crédito incluirán como máximo los siguientes costes: *Costos de autorización y procesamiento de las transacciones. Se determinará como una cantidad fija por transacción.*Costos de Fraude. Se determinará periódicamente como porcentaje de la transacción. **Diciembre de 2005** Ministerio de Industria, Turismo y Comercio: Propuesta de acuerdo por parte de las autoridades españolas para el pago con tarjetas de crédito y débito. El mismo será presentado y puesto a consideración del Servicio de la Defensa de la competencia. Entre otros aspectos, el acuerdo dispone una reducción de las tarifas para los próximos 5 años. Se considera un período de transición de 2006 a 2008 donde las tasas tendrán una caída sostenida. Se va a realizar unos estudios de costos para fijar las tasas en los dos años siguientes. Estos costos corresponden al procesamiento de las transacciones, periodo de cobertura financiera gratuita a los titulares de las tarjetas, garantía de pago al comerciante. **Febrero 2006 :**Entra en efecto el acuerdo firmado en Diciembre de 2005

Estados Unidos

		Tarifa de Intercambio				
Participación	**Redes**	**Esquema de Precios**	**Fijada Por**	**Regulación**	**Transparencia**	**Autoridad de competencia**
23 %	MC, VISA American Express, Diners, JCB, Discover.	Las tarifas de intercambio de Visa y Mastercard varían según la categoría de la industria. Diferencian por tipo de negocio. Hayashi (2004, Pág. 11)	MC : Fijada por la administración de la red VISA: Fijada colectivamente por los miembros de la red	No	No	Departamento de Justicia (DOJ)

Reglas de las redes					**Otras reglas**	**Comisiones al Comercio**	
HAC	**Emisión Neta**	**Dualidad**	**Exclusión**	**Gobernabilidad**	**No Sobrecarga**	**Regulación**	**Transparencia**
No	MC : No	Si	No		No se permite discriminar precios		

Indemnización	Resultados		Resoluciones
	Tarifa de Intercambio	**Comisiones al Comercio**	**Sustento a las Modificaciones y Resultado de los debates Legales**
Si. En 2003 la corte de falló en contra de las asociaciones de tarjetas sobre la regla HAC. En un acuerdo entre las redes y los comerciantes, se determinó que las redes debían pagar $3.5 billones de dólares a los comerciantes, en un plazo de 10 años	Incremento	Incremento	**2001:** Visa y Mastercard pierden un caso antimonopolio relacionado con la regla de exclusividad. Las redes apelaron la decisión, pero en 2003 la corte de apelaciones del segundo circuito ratifico la sentencia anterior. De esta manera Visa y Mastercard no pueden exigir a los bancos que no emitan las tarjetas American Express, Diners Club o de redes cerradas. **2003**: En un acuerdo de las redes VISA y Mastercard se concluyó con la eliminación de la regla de " honrar todas las tarjetas" (HAC). De la misma forma las redes acordaron un pago como indemnización a los comerciantes por daños y prácticas antimonopolicas. Los comerciantes ahora pueden no aceptar las tarjetas débito como medio de pago. **2005**: El demandante Corporación Nacional Bancard (NaBanco) alegaba que Visa (demandado) estaba violando las leyes al fijar las tarifas de intercambio en los pagos con tarjetas de crédito. En primera instancia el juez del distrito sur de la florida falló a favor del demandado. El demandante apeló la decisión. El tribunal de apelación del décimo primer circuito ratifica la sentencia del juez, por la cual no se reconoce una violación legal sobre la fijación de las tarifas de intercambio. Dos casos privados se encuentran en la Corte federal de San Francisco. En ambos casos los comerciantes afirman que la fijación colectiva de las tarifas de intercambio para los bancos afiliados a Visa y MasterCard es una forma ilegal de fijar los precios. Pero la corte siguiendo el fallo de Nabanco vs Visa, afirma que no existe ninguna violación legal sobre la fijación de las tarifas de intercambio

México

		Tarifa de Intercambio				
Participación	**Redes**	**Esquema de Precios**	**Fijada Por**	**Regulación**	**Transparencia**	**Autoridad de Competencia**
10 %	MC, VISA American Express, Discover	Discriminan la tarifa por sectores económicos.	MC/VISA: Fijada colectivamente por los miembros de la Asociación de Banqueros Mexicanos. Cada red tiene la misma tarifa.	No	Si	Comisión Federal de Competencia. Banco de México

Reglas de las redes					**Otras reglas**	**Comisiones al Comercio**	
HAC	**Emisión Neta**	**Dualidad**	**Exclusión**	**Gobernabilidad**	**No Sobrecarga**	**Regulación**	**Transparencia**
Si. Es flexible, puesto que se puede elegir que tipo de tarjetas se aceptan si crédito, debito, o ambas.	MC : Si	Si	Visa : Si		Se permite discriminar precios para los pagos realizados en efectivo.		Si

Indemnización	Resultados		Resoluciones
	Tarifa de Intercambio	**Comisiones al Comercio**	**Sustento a las Modificaciones y Resultado de los debates Legales**
	Descenso	Se espera un descenso.	En 1993 la Comisión Federal de la Competencia autoriza a los comerciantes a realizar descuentos a los pagos con efectivo. Por este motivo la regla de no sobrecarga no ha sido sujeto de modificaciones en la reforma de 2004. En Junio de 2004 el Banco de México lanzó un conjunto de reformas al sistema de pagos minorista. Se busca introducir transparencia, remover las restricciones en participación y entrada al mercado. La transparencia incluye que en los contratos con los clientes se deben especificar las tarifas y comisiones que se les cobra. Entre otras medidas se adopto que los bancos informaran sus tasas y comisiones así como los cambios a las mismas. En relación con la regla HAC, los comerciantes están permitidos en aceptar solo tarjetas de débito, crédito, o ambas. Por otra parte la Asociación de Banqueros Mexicanos ha eliminado los altos topes de la tarifa de intercambio en las tarjetas de crédito. Estas reformas están plasmadas en la Ley para la transparencia y ordenamiento de los servicios financieros (2004). La ley es explicita en relación a las funciones del Banco de México, en la que debe promover el sano desarrollo de los sistemas de pagos. Esta facultado para regular, el cobro de comisiones y cuotas interbancarias (tarifa de intercambio) que llevan a cabo las entidades financieras.

Reino Unido

		Tarifa de Intercambio				
Participación	**Redes**	**Esquema de Precios**	**Fijada Por**	**Regulación**	**Transparencia**	**Autoridad de Competencia**
15 %	MC, VISA / Diners, American Express, JCB		Fijada colectivamente por los miembros de la administración de las redes.		No	Oficina de Comercio Justo (OFT)

Reglas de las redes					**Otras reglas**	**Comisiones al Comercio**	
HAC	**Emisión Neta**	**Dualidad**	**Exclusión**	**Gobernabilidad**	**No Sobrecarga**	**Regulación**	**Transparencia**
	Si	Si			Se permite discriminar precios		

Indemnización	**Resultados**		**Resoluciones**
	Tarifa de Intercambio	**Comisiones al Comercio**	**Sustento a las Modificaciones y Resultado de los debates Legales**
	Descenso		En Septiembre de 2005 la oficina de comercio justo (OFT) falló en contra de MasterCard indicando que las tasas multilaterales de intercambio propuestas por MasterCard durante 2000-2004 habían sido prácticas anticompetitivas. De acuerdo con la comisión, la tasa multilateral de intercambio fija el nivel mínimo que los comerciantes pagan a los adquirentes. Además, es importante que la tasa multilateral de intercambio, de acuerdo con la OFT, sea usada como un pago por costos externos y no directamente relacionada con el mantenimiento de la plataforma de pagos MasterCard. En ausencia de la tarifa de intercambio multilateral

			cada usuario de la red MasterCard puede negociar con todos los otros usuarios sobre los costos incurridos. Mastercard se encuentra apelando la decisión. En Octubre del mismo año la OFT realizó una reclamación en contra de VISA referente a las tasas de intercambio domésticas relacionadas con las transacciones con tarjetas de crédito, debito, debito diferido. El periodo de discusión se encuentra en marcha.

Unión Europea / Fronteras

		Tarifa de Intercambio				
Participación	**Redes**	**Esquema de Precios**	**Fijada Por**	**Regulación**	**Transparencia**	**Autoridad de Competencia**
NA	MC, VISA	MC: Fijada colectivamente por los miembros de la red. Visa: Fijada colectivamente por los miembros de la red sujeta a unos limites regulatorios.	VISA: Mediante un acuerdo en el 2002 con la Comisión Europea, se conviene que reducirá las tarifas de intercambio en las transacciones con tarjeta de crédito alrededor de 0.7 % para 2007. Sujeto a un estudio de costos. En el 2007 la comisión puede decidir si ajusta las tasas basadas en este estudio.	Si	Si	Comisión Europea

Reglas de las redes					Otras reglas	Comisiones al Comercio	
HAC	**Emisión Neta**	**Dualidad**	**Exclusión**	**Gobernabilidad**	**No Sobrecarga**	**Regulación**	**Transparencia**
Visa: Si	MC : No Visa: Si		Visa : Si		Visa : No		

Indemnización	Resultados		Resoluciones
	Tarifa de Intercambio	**Comisiones al Comercio**	**Sustento a las Modificaciones y Resultado de los debates Legales**
	Descenso	NA	**2001:** En Agosto la Comisión Europea aprobó para VISA la regla de no sobrecarga y la regla de honrar todas las tarjetas. La comisión concluye que la eliminación de esas reglas no se reflejaría en un resultado significativo en el manejo del mercado de tarjetas. **2002:** La Comisión Europea autorizó para VISA el sistema de la tarifa de intercambio multilateral aplicada a las transacciones transfronterizas realizadas entre los estados miembros. Tanto el nivel de la TI, establecido por el consejo de Administración de VISA Unión Europea en defecto del pacto bilateral entre los bancos como el modo de fijarlos constituían para VISA un secreto de negocio. El acuerdo tiene vigencia hasta el 31 de Diciembre de 2007. Transcurrida esta fecha la comisión podrá reexaminar el sistema de la TI de VISA. El acuerdo contempla que Visa reducirá gradualmente la tarifa de intercambio hasta que llegue en promedio a 0.7 % para 2007. El nivel de la tarifa de intercambio multilateral se basa en los costos de servicio ofrecido a los comerciantes, la ejecución de la transacción, y el aprovisionamiento de la garantía de la deuda. Del mismo modo la comisión ha mantenido la negación de la regla no surcharge rule y la de emisión neta. En un comunicado del 7 de mayo de 2004, la comisión europea le da la bienvenida a las prácticas de transparencia por parte de VISA y MasterCard relacionadas con la publicación de las tasas de intercambio entre los miembros de la unión. (Cross-border). Relacionado con la publicación de las tasas de intercambio para las compras dentro de un país diferente al lugar donde se emitió la tarjeta. La comisión ha investigado las prácticas de intercambio dentro de lo limites de la unión sobre una posible violación al articulo 81 del tratado de la Unión Europea. La investigación para Mastercard empezó en 2003 y se encuentra vigente hasta el día de hoy.

Venezuela

Participación	Redes	Tarifa de Intercambio				
		Esquema de Precios	Fijada Por	Regulación	Transparencia	Autoridad De Competencia
	MC, VISA Cabal, American Express, Tarjeta Naranja					

Reglas de las redes					Otras reglas	Comisiones al Comercio	
HAC	Emisión Neta	Dualidad	Exclusión	Gobernabilidad	No Sobrecarga	Regulación	Transparencia
					No se permite discriminar precios		

Indemnización	Resultados		Resoluciones
	Tarifa de Intercambio	Comisiones al Comercio	**Sustento a las Modificaciones y Resultado de los debates Legales**
			En septiembre de 2005 se promulgó la ley de Tarjetas de Crédito y Débitos, con el objetivo de establecer todas las normas que regulan aquellos aspectos relacionados con el sistema de operaciones de las mismas, así como las relaciones entre el emisor, los comercios afiliados al sistema y el titular de la tarjeta. Lo anterior con la finalidad de garantizar el respeto y protección de los derechos de los usuarios de estos medios de pago. La ley obliga a que las entidades que realizan los créditos a dar información oportuna, real y clara a los consumidores. La ley dictamina (Artículo 24) que esta prohibido "*establecer a cargo del tenedor de la tarjeta, el cobro de comisiones o recargos por la compra de bienes, avances o retiro de dinero en efectivo, en ocasión al uso de servicios con la utilización de tarjetas de crédito, débito, prepagadas y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico.*" Los comerciantes no pueden establecer recargos para el uso de la tarjeta de crédito débito, prepagadas y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico. Tampoco pueden establecer montos mínimos

			de compras, ni eliminar descuentos por el uso de tarjeta crédito, tarjeta débito, prepagadas y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico. Los comercios tienen prohibido adoptar cualquier disposición que pueda llevar o ser entendida como un practica discriminatoria entre los consumidores. (Artículo 46).

DEFINICIONES

1. **Participación**: Medido en términos de la participación en todos los medios de pago distintos al efectivo.

2. **Redes:** Las Redes existentes en cada país. Arriba las redes abiertas abajo las cerradas.

3. **Tarifa de Intercambio : Esquema de Precios:** La forma en que las redes forman o establecen la tarifa de intercambio

4. **Tarifa de Intercambio : Fijada por:** La Autoridad o entidad encargada de fijar la tarifa

5. **Tarifa de Intercambio :Regulación:** Si en el país la tarifa de intercambio se encuentra regulada

6. **Tarifa de Intercambio : Transparencia** Acuerdo de publicar la tarifa de intercambio.

7. **Tarifa de Intercambio : Autoridad de Competencia :** Autoridad que regula la Tarifa de Intercambio

8. **Reglas de Redes: HAC:** Honrar todas las tarjetas. Aceptar todo tipo de tarjetas de una misma red. Ej. Aceptar tarjetas de crédito y débito de VISA

9. **Reglas de Redes: Emisión Neta:** Exige a los adquirentes una emisión mínima de tarjetas para pertenecer al sistema.

10. **Reglas de Redes: Dualidad:** Permite a un banco que emite tarjetas de crédito Mastercard también emitir tarjetas de crédito VISA.

11. **Reglas de Redes: Exclusión:** Prohíbe a un banco que emite tarjetas de crédito Mastercard o VISA emitir tarjetas de crédito de redes cerradas, por ejemplo American Express, Discover.

12. **Reglas de Redes: Gobernabilidad:** Permanencia de dirigentes de redes abiertas en posiciones similares. Ej. Estar en las dos juntas directivas

13. **No Sobrecarga:** Regla de no discriminación de precios

14. **Comisiones al Comercio : Regulación:** Si las comisiones están reguladas

15. **Comisiones al Comercio : Transparencia:** Publicación de las comisiones

16. **Indemnización:** Si se ha ordenado el pago de indemnizaciones a las redes a favor de los comercios

17. **Resultados: Tarifa de Intercambio :** Los movimientos más recientes de la tarifa

18. **Resultados: Comisiones al Comercio :** Los movimientos más recientes de las comisiones al comercio