



UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
Departamento de Economía de la Empresa

TESIS DOCTORAL

**NUEVO ENFOQUE DEL NEGOCIO DE
TARJETAS BANCARIAS EN EL SISTEMA
ESPAÑOL DE MEDIOS DE PAGO**

Doctorando

D. Daniel Corral de la Mata

Directores

Dr. D. Carmelo Mercado Idoeta

Dr. D. Carlos del Castillo Peces

Madrid, 2009



UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
Departamento de Economía de la Empresa

TESIS DOCTORAL

**NUEVO ENFOQUE DEL NEGOCIO DE
TARJETAS BANCARIAS EN EL SISTEMA
ESPAÑOL DE MEDIOS DE PAGO**

Doctorando

D. Daniel Corral de la Mata

Directores

Dr. D. Carmelo Mercado Idoeta

Dr. D. Carlos del Castillo Peces

Madrid, 2009

**A mi esposa M^a Encina
y a mis hijos Pablo y Marina.**

Agradecimientos

Quisiera expresar mi agradecimiento y reconocimiento a los profesores doctores D. Carmelo Mercado Idoeta y D. Carlos del Castillo Peces, director y codirector respectivamente de esta tesis doctoral, por su inestimable ayuda y permanente disponibilidad.

A mi esposa María Encina, por su ayuda y comprensión.

A mis hijos Pablo y Marina, por la dedicación que en ocasiones les he podido negar debido a la intensidad con que me he entregado, durante estos últimos años, al objetivo de finalizar esta tesis.

Al resto de mi familia, amigos y colegas profesionales, por su apoyo y por el interés mostrado en hacerme llegar sus valiosas opiniones.

Quisiera también dedicar este momento a Juan Antonio Merino y Fernando Arnal, por las facilidades ofrecidas a los efectos de poder compatibilizar mi actividad profesional con la académica.

Finalmente, me gustaría compartir mi satisfacción por la culminación de esta tesis doctoral, objetivo personal desde hace varios años y que siempre me había visto obligado a posponer.

A todos, muchas gracias.

Daniel

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1. OBJETIVO DE LA TESIS.....	8
1.2. ESTRUCTURA.....	9
1.3. RELEVANCIA DEL TEMA OBJETO DE ESTUDIO	11
2. LOS MEDIOS DE PAGO	17
2.1. EL NACIMIENTO DE LAS GRANDES MARCAS	18
2.2. LAS CUATRO GRANDES MARCAS EN EL SIGLO XX.....	20
2.2.1. DINERS CLUB.....	20
2.2.2. AMERICAN EXPRESS	21
2.2.3. VISA	22
2.2.4. MASTERCARD	23
2.3. EUROPA Y LOS MEDIOS DE PAGO	25
2.4. DIFERENCIAS CONCEPTUALES ENTRE LAS CUATRO GRANDES MARCAS	26
2.5. LAS CUATRO GRANDES MARCAS EN EL SIGLO XXI.....	31
2.5.1. FUSIONES, SALIDAS A BOLSA Y CRISIS FINANCIERA.....	31
2.5.2. LOS LITIGIOS DEL MERCADO AMERICANO.....	33
2.6. JCB, EL QUINTO COMPETIDOR.....	35
2.7. CUOTAS DE MERCADO.....	36
2.7.1. MARCAS.....	36
2.7.1.1. A NIVEL MUNDIAL	37
2.7.1.2. A NIVEL EUROPEO.....	38
2.7.2. POR REGIONES	40
3. LOS MEDIOS DE PAGO EN ESPAÑA.....	43
3.1. INTERVINIENTES	44
3.1.1. MARCAS.....	44
3.1.2. ENTIDADES DE CRÉDITO.....	46
3.1.3. REDES	46
3.1.4. PROCESADORES.....	50
3.1.5. RELACIONES ENTRE LOS INTERVINIENTES	50
3.2. TIPOLOGÍA DE TARJETAS DE PAGO.....	53
3.2.1. TARJETAS BANCARIAS	53
3.2.2. TARJETAS FINANCIERAS.....	57
3.2.3. TARJETAS PRIVADAS	58
3.3. EL NEGOCIO DE LAS TARJETAS BANCARIAS.....	59
3.3.1. COMISIONES INTERBANCARIAS EN COMPRAS / CAJEROS	60
3.3.2. TIPOS DE ACTIVIDAD CON TARJETAS BANCARIAS.....	63
3.3.2.1. ACTIVIDAD EMISORA.....	63

3.3.2.2.	ACTIVIDAD ADQUIRENTE	64
3.3.3.	CLASIFICACIÓN DE LAS ENTIDADES EN FUNCIÓN DE SU ACTIVIDAD	65
3.4.	DATOS BÁSICOS SOBRE LAS TARJETAS BANCARIAS EN ESPAÑA	70
3.4.1.	NÚMERO DE TARJETAS DE PAGO.....	70
3.4.2.	NÚMERO DE CAJEROS AUTOMÁTICOS Y TPV EN COMERCIOS	74
3.4.3.	UTILIZACIÓN DE TARJETAS Y TPV	76
3.4.4.	DATOS COMPARATIVOS CON LOS PRINCIPALES PAÍSES EUROPEOS	79
3.4.4.1.	NÚMERO DE TARJETAS.....	79
3.4.4.2.	NÚMERO DE TPV.....	80
3.4.4.3.	UTILIZACIÓN DE TARJETAS Y TPV	82
3.4.4.4.	FINANCIACIÓN EN TARJETA.....	87
3.5.	RESUMEN DEL MERCADO ESPAÑOL DE MEDIOS DE PAGO.....	90
4.	TASAS DE INTERCAMBIO	94
4.1.	ANTECEDENTES A NIVEL INTERNACIONAL.....	96
4.1.1.	ACUERDO COMISIÓN EUROPEA - VISA	96
4.1.2.	DESACUERDO COMISIÓN EUROPEA - MASTERCARD.....	97
4.2.	ANTECEDENTES A NIVEL NACIONAL	99
4.2.1.	CREACIÓN COMISIÓN DE ESTUDIO DE 1999	99
4.2.2.	TEXTO DEL CONGRESO DE 2003	99
4.2.3.	RESOLUCIÓN DEL TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.....	100
4.3.	EL PRECEDENTE AUSTRALIANO	102
4.4.	LA SOLUCIÓN DEL LITIGIO ESPAÑOL	104
4.5.	REPERCUSIONES EN LAS TASAS DE INTERCAMBIO Y DE DESCUENTO (2006-2008)	107
4.5.1.	ANÁLISIS DE LA TASA DE INTERCAMBIO INTRASISTEMA.....	107
4.5.2.	ANÁLISIS DE LA TASA DE INTERCAMBIO INTERSISTEMAS	108
4.5.3.	ANÁLISIS DE LA TASA DE INTERCAMBIO MEDIA.....	109
4.5.4.	ANÁLISIS DE LA TASA DE DESCUENTO.....	113
4.5.5.	ANÁLISIS DEL SPREAD DESCUENTO - INTERCAMBIO	115
4.5.6.	ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS TASAS DE INTERCAMBIO DE CRÉDITO Y DÉBITO.....	116
4.6.	EL FUTURO DE LAS TASAS DE INTERCAMBIO	119
4.6.1.	PERIODO 2009-2010	119
4.6.2.	ACUERDO MASTERCARD	121
4.7.	REPERCUSIÓN EN LOS RESULTADOS DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS.....	128
4.8.	ALTERNATIVAS EN EL NUEVO ENTORNO.....	132
4.8.1.	INCREMENTO DE LAS COMISIONES.....	132
4.8.1.1.	COMISIONES DE CAJERO	135
4.8.1.2.	CUOTAS DE EMISIÓN / RENOVACIÓN.....	137
4.8.1.3.	OTRAS COMISIONES DE TITULARES.....	138

4.8.2.	INCREMENTO DE LA ACTIVIDAD	142
4.8.2.1.	INCREMENTO DE LA ACTIVIDAD ADQUIRENTE.....	144
4.8.2.2.	INCREMENTO DE LA FACTURACIÓN GENERADA EN COMPRAS	145
4.8.2.3.	INCREMENTO DE LA FINANCIACIÓN AL CONSUMO A TRAVÉS DE TARJETA BANCARIA	146
5.	INVESTIGACIÓN EMPÍRICA.....	147
5.1.	INVESTIGACIONES PREVIAS.....	149
5.2.	HIPÓTESIS A CONTRASTAR.....	152
5.2.1.	REPERCUSIONES DEL ACUERDO DEL 02/12/2005	152
5.2.2.	PARÁMETROS DEL NUEVO ENFOQUE.....	154
5.2.3.	BARRERAS PARA LA IMPLANTACIÓN DEL NUEVO ENFOQUE	157
5.3.	METODOLOGÍA	167
5.3.1.	DELIMITACIÓN DEL ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN	167
5.3.1.1.	SEGMENTACIÓN EN FUNCIÓN DEL TAMAÑO	170
5.3.2.	DISEÑO DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN	173
5.3.2.1.	CLASIFICACIÓN DE LAS FUENTES	173
5.3.2.2.	CUESTIONARIO	173
5.3.2.3.	DIMENSIÓN TEMPORAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	175
5.4.	RESULTADOS OBTENIDOS	176
5.4.1.	NIVEL DE RESPUESTA DEL CUESTIONARIO	176
5.4.2.	ASPECTOS PRELIMINARES	176
5.4.3.	CONTRASTE DE LAS HIPÓTESIS.....	183
5.4.3.1.	REPERCUSIONES DEL ACUERDO DEL 02/12/2005	183
5.4.3.2.	PARÁMETROS DEL NUEVO ENFOQUE.....	187
5.4.3.3.	BARRERAS PARA LA IMPLANTACIÓN DEL NUEVO ENFOQUE.....	202
6.	CONCLUSIONES.....	212
6.1.	ASPECTOS PRELIMINARES	213
6.2.	CONTRASTE DE LAS HIPÓTESIS.....	215
6.2.1.	REPERCUSIONES DEL ACUERDO DEL 02/12/2005	215
6.2.2.	PARÁMETROS DEL NUEVO ENFOQUE.....	216
6.2.3.	BARRERAS PARA LA IMPLANTACIÓN DEL NUEVO ENFOQUE	218
7.	FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	222
8.	BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES.....	228
9.	ANEXOS.....	237
9.1.	GLOSARIO.....	238
9.2.	ÍNDICE DE GRÁFICOS	245
9.3.	ÍNDICE DE TABLAS.....	248
9.4.	CUESTIONARIO	250

1. INTRODUCCIÓN

En el nacimiento y la evolución del comercio es posible distinguir tres etapas: el trueque, la moneda y el crédito¹.

La primera forma de comercio consistió en el intercambio directo de dos valores reales entre intervinientes con necesidades complementarias, dando así origen al “trueque”.

El desarrollo de nuevos productos y el crecimiento de la actividad comercial mostró rápidamente las limitaciones de este modelo: no siempre era posible conciliar las necesidades de las partes y además era problemático determinar cuál era el valor exacto de los productos a intercambiar.

Con intención de eliminar la mayor parte de estos problemas surgió una nueva forma de intercambio, la “moneda”, que a la postre fue la que permitió el cambio de un valor real por uno representativo, dando así origen a la compraventa.

Según el historiador griego Herodoto², las primeras monedas metálicas tal y como las conocemos en la actualidad fueron acuñadas en Asia Menor, en el siglo VIII a. c., debido a un rey lidio que se propuso simplificar la recaudación de impuestos. Así, habría reemplazado productos como el ganado y el trigo que sus súbditos le tributaban por su equivalente en monedas fabricadas en oro y plata.

No obstante, fue el desarrollo del comercio de la mano del Imperio romano el que extendió la utilización de monedas metálicas hasta nuestros días.

Con el tiempo, el comercio se fue tornando cada vez más especializado y complejo, por lo que fue necesaria la creación de entidades financieras a las cuales se pudiera acudir a guardar y a retirar dinero, no sólo en la forma clásica, sino también a través de documentos que puedan intercambiarse por efectivo. De esta forma, desde comienzos del siglo XX se generalizó en el mundo occidental el uso del cheque en sustitución del efectivo como modo de solucionar obligaciones pecuniarias.

¹ Véase CASTRILLÓN, V. M. (2004): “La recodificación sustantiva del derecho mercantil”, Revista de Derecho Privado.

² Véase LIDA DE MALKIEL, M. R. (2006): “Historia de Herodoto”, Biblioteca Clásicos Grecolatinos.

Sin suponer el abandono de la etapa monetaria, la actividad comercial evolucionó a un tercer estadio, que Castrillón (2004) denomina de “crédito”, el cual permite el diferimiento de las acciones comerciales para ser cumplidas en tiempo posterior.

A pesar de que en nuestros días el empleo del cheque (junto con la letra de cambio y el pagaré) sigue siendo una práctica regular en el comercio, en lo que respecta al mundo de las economías domésticas una nueva forma de pago ha emergido durante el siglo XX como modo de reducir el manejo de efectivo y con el ánimo de facilitar el comercio en todo el mundo: las tarjetas de pago, coloquialmente conocidas como “dinero de plástico”.

De esta forma, las tarjetas se han convertido en un medio de referencia de casi obligada aceptación en la compra de bienes y servicios y ha sido el último paso en la evolución histórica de los sistemas de pago.

En la actualidad el mercado de tarjetas bancarias se encuentra monopolizado casi en su totalidad por una dualidad en las formas de pago ofertadas a sus titulares. Nos referimos a las “tarjetas de débito” y a las “tarjetas de crédito”. La visión con que han sido desarrolladas las primeras coincide con el objetivo inicial de los emisores, esto es, reemplazar los cheques y sobre todo el efectivo, para definitivamente convertirse en el principal sistema de pago global del consumidor.

Las tarjetas de crédito por su parte, suponen un estadio más evolucionado en la medida en que posibilitan el aplazamiento de las operaciones, es decir, su financiación, lo que sin duda redundará tanto en una mayor capacidad de compra para los clientes como en un incremento de los ingresos (en este caso financieros), para bancos y cajas.

En cualquier caso, salvo en países del ámbito anglosajón, predomina la utilización de las tarjetas bancarias como medio de pago y no de financiación, no siendo el mercado español una excepción en este sentido.

Sobre todo esto debemos añadir, tal y como se describe en esta tesis doctoral, que en lo que llevamos de siglo se están produciendo cambios en el entorno tanto por la aparición de nuevos intervinientes como fundamentalmente por modificaciones

regulatorias, que están afectando negativamente a las cuentas de resultados relativas al negocio de tarjetas bancarias.

Todo lo anterior parece sugerir la necesidad de plantear un nuevo enfoque del modelo de negocio en el mercado español de medios de pago³.

³ En esta tesis doctoral al utilizar la expresión “Medio de Pago” nos referiremos en sentido restringido a todo lo relacionado con el mundo de las tarjetas de pago, y no a la multiplicidad de elementos susceptibles de ser usados para liquidar una transacción, como pudieran ser la letra de cambio, el cheque, el pagaré, la transferencia, los créditos documentarios, los pagos en metálico, etc.

1.1. OBJETIVO DE LA TESIS

El objetivo de esta tesis es plantear un “nuevo enfoque del negocio de tarjetas bancarias en el sistema español de medios de pago”, que se hace necesario como consecuencia del impacto negativo producido en las cuentas de resultados derivadas de este negocio en las entidades financieras, provocado tanto por la aparición de nuevos intervinientes como fundamentalmente por los movimientos regulatorios promovidos tanto por las autoridades comunitarias como por las locales.

Como se intentará contrastar a lo largo de esta tesis doctoral, este nuevo enfoque debe de tener como pilar básico la utilización de la tarjeta de crédito como instrumento financiador de operaciones de consumo, de forma análoga a como sucede en el Reino Unido y en Estados Unidos, y a diferencia de como sucede en la actualidad en el mercado español, en el que básicamente se utiliza para retirar efectivo en los cajeros de la entidades financieras y en menor medida en comercios como medio de pago sin financiación.

Con el fin de validar el planteamiento de este nuevo enfoque se desarrollará un trabajo de investigación entre los distintos intervinientes del mercado que debe permitir:

- ❑ Describir los actuales puntos fuertes y débiles del negocio de tarjetas bancarias en el mercado español.
- ❑ Analizar las repercusiones de los movimientos regulatorios en las cuentas de resultados de las entidades financieras y su evolución futura.
- ❑ Confirmar la idoneidad del pilar básico de este nuevo enfoque.
- ❑ Identificar palancas para apoyar la implantación del nuevo enfoque con especial énfasis en el posible nuevo papel a jugar por el comerciante.
- ❑ Detectar barreras que pueden condicionar la rapidez o la eficacia en la implementación del nuevo enfoque en el mercado español.

1.2. ESTRUCTURA

En primer lugar consideramos necesario reseñar la nomenclatura utilizada para la clasificación de los contenidos de esta tesis doctoral:

X. CAPÍTULO

X.X. EPÍGRAFE

X.X.X. APARTADO

X.X.X.X. SUBAPARTADO

En cuanto a la estructura de las tesis, se distinguen 9 capítulos diferenciados, con un entramado lógico que permite mantener un hilo conductor común a la globalidad de la misma.

En el primer capítulo, a modo de “INTRODUCCIÓN”, se describen sucintamente las circunstancias que han propiciado el nacimiento y auge de las tarjetas como medio de pago de uso universal, los objetivos de la tesis, y la relevancia del tema objeto de estudio.

En el capítulo segundo, “LOS MEDIOS DE PAGO” se hace un repaso en profundidad del nacimiento y evolución de las tarjetas de pago desde una perspectiva global y se muestran las principales magnitudes de las zonas geográficas en las que es posible diferenciar el esquema general.

En el capítulo tercero, “LOS MEDIOS DE PAGO EN ESPAÑA”, se describen y analizan los principales intervinientes del sistema dentro del esquema local. Estudiaremos igualmente los principales tipos de tarjetas existentes, ubicando cuantitativamente al mercado español. Analizaremos así mismo los drivers que condicionan los resultados económicos de la actividad en tarjetas desde todas sus perspectivas, explicándose los distintos subnegocios en que es posible desmembrar el mundo de los medios de pago y mostrando la posición que las entidades financieras

españolas mantienen frente a ellos. Todo ello nos permitirá hacer un primer diagnóstico sobre la salud de nuestro sistema de medios de pago.

Una vez identificadas las principales partidas que afectan al negocio, en el capítulo cuarto, “TASAS DE INTERCAMBIO”, se describirá todo cuanto ha acontecido sobre la más importante de todas ellas y la afectación que ello ha tenido en las entidades financieras españolas. Así mismo, se valorarán las alternativas que se plantean en el nuevo entorno.

En el capítulo quinto se incluye todo lo relativo a la “INVESTIGACIÓN EMPÍRICA” contemplada en esta tesis, abarcando tanto las investigaciones previas realizadas, y que significan un punto de partida para esta investigación, como las hipótesis a contrastar, la metodología utilizada y los resultados obtenidos fruto de la misma.

El capítulo 6 se dedica en su integridad a la presentación de las principales “CONCLUSIONES” alcanzadas, como resultado de la investigación empírica realizada.

En el capítulo 7 se recogen las “FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN” que se han identificado al llevar a cabo esta tesis doctoral.

En el capítulo 8 se incluye la “BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES” relacionadas en esta tesis.

Finalmente, el capítulo 9, “ANEXOS”, recoge un glosario de los principales términos que se han nombrado en la presente investigación y/o que pueden resultar útiles para la comprensión de algún aspecto relacionado con la misma. Se relacionan igualmente los gráficos y las tablas mostrados en la presente tesis. Por último, se incluye el modelo de cuestionario utilizado en el trabajo de investigación llevado a cabo.

1.3. RELEVANCIA DEL TEMA OBJETO DE ESTUDIO

De acuerdo con Requeijo e Iranzo (2006)⁴, los desafíos con que la banca española debe enfrentarse en el futuro pasan por el desarrollo de tres aspectos cruciales:

1. Mejora de la eficiencia en costes.
2. Apuesta por la tecnología al servicio del cliente y de la gestión del riesgo.
3. Lucha contra la reducción de márgenes.

Abundando en este último aspecto, y tal y como señalan los autores mencionados, aunque España tradicionalmente se ha situado entre los países con mayor margen de intermediación o financiero, en los últimos veinte años se han producido varios factores que sin duda han tenido como resultado un estrechamiento significativo del mismo:

- El proceso de desregulación, en especial desde la liberalización de los tipos de interés pasivos en 1989 (con la “Supercuenta” del Banco de Santander).
- La creciente competencia iniciada en 1986 coincidente con el ingreso de nuestro país en la Comunidad Económica Europea.
- Los significativos descensos de tipos de interés sufridos desde 1996, en la antesala a la adopción del euro.
- La presencia de una clientela más sofisticada y sensible a los diferenciales de rentabilidad-riesgo.

Por otro lado, el incremento de la competencia en el espacio financiero único ha hecho que las entidades financieras se hayan visto obligadas a conceder créditos a menor interés y que a su vez hayan tenido que admitir la apertura de cuentas y el establecimiento de depósitos con mayores tipos. La consecuencia ha sido que el

⁴ REQUEIJO, J.; IRANZO, J. E. (2006): “Economía española”, Delta Publicaciones, pág. 222.

incremento del coste del pasivo no se ha visto seguido por aumentos paralelos del precio del activo.

Por todo ello, el sector financiero español se encuentra en la necesidad de compensar la pérdida del margen de intermediación con el aumento del margen ordinario, o lo que es lo mismo, necesita incrementar el peso de las comisiones en la cuenta de explotación.

Las comisiones más importantes en los resultados de bancos y cajas de nuestro país se corresponden con la “comercialización de productos no bancarios”, como fondos de inversión y planes de pensiones, junto con las comisiones de los “servicios de cobros y pagos”, de entre los que destacan los relacionados con las “tarjetas de crédito y débito”.

Para entender la procedencia de estas comisiones es necesario tener en cuenta que en el mundo de los medios de pago existen tres negocios claramente diferenciados:

- El negocio emisor derivado de la puesta en el mercado de las tarjetas de pago por parte de las entidades financieras.
- El negocio adquirente derivado de la instalación de TPV en comercios con los que las entidades recogen la facturación efectuada con las tarjetas.
- El negocio derivado de la red de cajeros automáticos (ATM).

Estos negocios son de naturaleza y retorno económico muy dispar. Centrándonos exclusivamente en las comisiones generadas en la operativa en comercios (es decir, obviando el negocio de cajeros) y de forma no exhaustiva, quisiéramos detenernos en las siguientes partidas:

Negocio emisor:

- (+) Comisiones cobradas a los titulares por la emisión / renovación de las tarjetas.
- (+) Comisiones percibidas por las entidades emisoras provenientes de las entidades adquirentes como consecuencia de operatividad de las tarjetas en comercios, a las que nos referiremos como **Tasa de intercambio recibida.**

Negocio adquirente:

- (+) Comisiones cobradas a los comerciantes por la gestión de los cobros de las tarjetas, conocidas como **Tasa de descuento.**
- (-) Comisiones cedidas a la entidad emisora de la tarjeta por parte de la entidad adquirente, o **Tasa de intercambio cedida.**

A nivel agregado, los ingresos por servicios provenientes de las tarjetas de crédito y débito representan aproximadamente el 18% del total de las comisiones cobradas por bancos y cajas⁵.

Este hecho se deriva de que el pago con tarjetas ha crecido de forma significativa en los últimos años, al tiempo que los clientes han comenzado a valorar las ventajas de seguridad y servicios de valor añadido que proporcionan. De esta forma, la tarjeta como instrumento de pago flexible se está convirtiendo poco a poco en un producto masivo para todos los clientes bancarizados.

Sin embargo, y pese a los importantes recursos destinados por bancos y cajas en el desarrollo de los medios de pago, este negocio, lejos de ser maduro, vive actualmente una constante revolución por la aparición de nuevas tecnologías y nuevas costumbres de los clientes que obligan a la industria financiera a renovarse continuamente, diseñando nuevos servicios que faciliten cada vez más la experiencia del cliente y del comercio en sus transacciones.

En cuanto a otros factores de entorno que influyen en el negocio de los medios de pago, cabe destacar el surgimiento de nuevos agentes a través de Internet aprovechando su posicionamiento online, la irrupción de entidades con estrategia “monoliner” dedicándose en exclusiva al negocio de emisión de tarjetas financieras con una fuerte agresividad comercial, y quizás la escasa diferenciación que empiezan a percibir los clientes entre los productos de pago que proporcionan las distintas entidades financieras.

⁵ Elaboración propia sobre datos de la AEB correspondientes al primer trimestre del 2009, accesibles en <http://www.aebanca.es/internet/groups/public/documents/presentaciones/18-200904585.pdf>.

Por otro lado se viene produciendo una creciente presión regulatoria para incrementar los niveles de competencia, con la consecuente disminución de las tasas de intercambio que reciben las entidades financieras por liquidar cada transacción⁶.

Como aspecto más relevante, relacionado directamente con las presiones regulatorias que acabamos de citar, debemos destacar que en diciembre de 2005 y después de diversas demandas ante el Tribunal de Defensa de la Competencia se estableció un acuerdo entre las principales asociaciones de comerciantes y las entidades financieras, conducente a rebajar sustancialmente las tasas de intercambio.

El acuerdo, firmado por un total de cinco años, estableció un periodo transitorio trianual (del 2006 al 2008) para el que se especificaron las tasas de intercambio máximas. Para los dos últimos años (2009 y 2010) se delimitaron unas tasas a emplear en el supuesto de que no se llegara a un acuerdo consensuado en función de un estudio de costes auditado.

Esta cadena de acontecimientos ha tenido como consecuencia el empeoramiento en los márgenes del negocio de medios de pago de las entidades financieras.

La entrada en vigor del acuerdo marco de finales del 2005 rebajó sustancialmente las tasas de intercambio que las entidades financieras soportan bidireccionalmente (la entidad adquirente de facturas de tarjetas en comercios debe de pagar tasa de intercambio -intercambio cedido- a la entidad emisora de la tarjeta utilizada en el comercio -intercambio recibido-).

Desde el punto de vista del negocio de adquirir la facturación, el efecto a medio plazo debería ser nulo, puesto que los comerciantes, impulsores del acuerdo, van a demandar que se les rebaje la tasa de descuento que les aplican las entidades financieras al menos en la misma medida en que la entidad adquirente de dichas facturas va a dejar de pagar tasa de intercambio a la entidad emisora de la tarjeta.

⁶ Las tasas de intercambio son las comisiones que se ceden las entidades de crédito recíprocamente en cada transacción de compra-venta. Más en concreto, se corresponden con las tasas recibidas por las entidades de crédito emisoras de tarjetas, procedentes de las entidades financieras adquirentes o instaladoras de los terminales en punto de venta (TPV), que a la postre son los dispositivos utilizados para la recolección de la facturación realizada con el medio de pago.

Sin embargo, la caída de ingresos en las entidades emisoras de las tarjetas al recibir unas tasas de intercambio menores en principio no tiene compensación, y constituye comparativamente con ejercicios anteriores una pérdida directa derivada del acuerdo en la cuenta de explotación.

Teniendo presente que en el sistema de medios de pago español la entidades existentes tienen una actividad mixta, esto es, tanto emisora como adquirente, parece claro que el resultado del acuerdo marco ha supuesto un quebranto económico indudable para la totalidad de dichas entidades.

Este trabajo de investigación pretende profundizar en cómo bancos y cajas perciben esta disminución en la cuenta de resultados, y especialmente en las medidas que puedan promover con la intención de reequilibrar el modelo de forma que este negocio siga aportando unos ingresos crecientes necesarios para las entidades financieras tal y como se ha indicado anteriormente.

Más en concreto, incidiremos en la importancia de potenciar los ingresos financieros procedentes de la financiación de las compras realizadas en comercios a través de las tarjetas bancarias, en la línea de lo que sucede en los países anglosajones, lo que a la postre supone el estadio más avanzado de desarrollo del modelo de negocio de los medios de pago.

En definitiva, la relevancia del tema se deriva de los beneficios que este nuevo enfoque puede proporcionar a los tres intervinientes básicos:

- Las entidades financieras incrementarían sus ingresos provenientes de este negocio, compensando la reducción provocada por los movimientos regulatorios citados con anterioridad, de tal forma que los medios de pago sigan aportando ingresos crecientes que compensen el deterioro paulatino de sus márgenes tradicionales.
- Los comerciantes encontrarían una forma de mejorar su volumen de ventas (aspecto especialmente relevante en estos momentos de crisis económica) mediante la oferta de una vía de financiación de fácil acceso para el consumidor.

- Los consumidores finales potenciarán su capacidad de compra, al disponer de un proceso de financiación ágil y adaptado a sus necesidades.

Todo ello mediante un “nuevo enfoque del negocio de tarjetas bancarias en el sistema español de medios de pago”, en el que sobresalga la función de dichas tarjetas como instrumento de financiación y no como mero medio de retirada de efectivo en cajeros y de pago en comercios, lo que debe permitir la creación de valor tanto para entidades financieras y comerciantes como para el cliente final, que a la postre es quien delimita el éxito de cualquier nueva iniciativa comercial.

2. LOS MEDIOS DE PAGO

2.1. EL NACIMIENTO DE LAS GRANDES MARCAS

Drury y Ferrier (1984)⁷ citan como primer antecedente de lo que hoy entendemos como tarjeta de crédito a Edward Bellamy, americano de Nueva Inglaterra, quien en 1888 publicó un best seller denominado “Looking Backward” en el que explica una historia imaginaria soñada por uno de los personajes del libro. En ella se descubre una sociedad de finales del siglo XX en la que no existe el dinero y en la que cada ciudadano dispone de una tarjeta de cartón con la que es posible obtener todo lo que se desea.

De vuelta al mundo real, la tarjeta de crédito moderna es la sucesora de una amplia variedad de esquemas de pago facilitados por los comerciantes a sus clientes desde las primeras décadas del siglo XX. En cualquier caso, se trataba de relaciones puramente comerciales entre establecimiento y cliente⁸.

En 1914 Western Union emitió la primera tarjeta de crédito. Estas primeras tarjetas se otorgaban a los clientes preferidos de la compañía y les ofrecía una variedad de servicios especiales, entre ellos el pago diferido libre de cargo en productos comercializados por la empresa⁹.

Otro predecesor relevante fue la denominada Charga-Plate, usada durante las décadas de los años 30 y 40¹⁰. Era un rectángulo de metal al estilo de la placa identificativa usada por los militares norteamericanos. El anverso era embosado con el nombre del cliente, la ciudad y el estado. En el reverso portaba un pequeño papel para la firma del titular. En algunos casos, las placas permanecían en el comercio en vez de estar en poder de los clientes. Cuando una persona autorizada se personaba para hacer una compra, un empleado recuperaba la placa de los archivos y procesaba la operación.

⁷ Véase DRURY, A. C.; FERRIER, C. W. (1984): “Credit card”. Cita extraída de ALVIZUREZ, M. R. (2007): “El cumplimiento forzoso de la obligación pecuniaria de la tarjeta de crédito por medio de un proceso monitorio”, Universidad de San Carlos de Guatemala.

⁸ Entendidas como aquellas únicamente válidas entre un establecimiento concreto y sus clientes.

⁹ Información extraída de la página web de Visa Latam accesible en:
http://www.visalatam.com/s_aboutvisa/acerca_historia.jsp.

¹⁰ Charga-Plate era el nombre comercial de un producto propiedad de Farrington Manufacturing Co. Tuvo una amplia difusión de la mano de los grandes comercios, de forma similar a como las grandes superficies hacen hoy en día.

En un estadio de mayor desarrollo, el concepto de poder pagar en diferentes comercios utilizando la misma tarjeta surgió, como todas las ideas brillantes, de forma casual. En 1949, Frank McNamara se encontraba cenando en un restaurante de Nueva York cuando se dio cuenta de que no podía pagar la factura al habersele olvidado la cartera. Aunque su esposa solucionó la situación, decidió que jamás se vería en una circunstancia tan delicada. Un año más tarde, en 1950, creó la tarjeta Diners Club junto con su abogado Ralph Schneider. De ésta forma, la tarjeta Diners puede ser considerada la primera de uso general, aunque en su caso requería el pago total de la factura en cada liquidación¹¹.

Para encontrar el verdadero predecesor de la tarjeta de crédito tal y como la conocemos en la actualidad sólo hizo falta esperar un año más. En 1951, William J. Boyle, presidente del Franklin National Bank de Nueva York, desarrolló el denominado “Franklin Charge Account Plan”¹², El programa creció de tal forma que al final del segundo año de estar operativo, el programa se había extendido a 750 establecimientos¹³.

A partir de ahí, marcando siempre Estados Unidos la pauta, antes de llegar a 1960 ya existían dos sistemas de tarjetas con proyección intercontinental: BankAmericard y Master Charge, que más tarde se transformarían en Visa y MasterCard, para llegar con variaciones hasta la actualidad.

¹¹ Información extraída de la página web de Diners Club Perú accesible en: <http://www.dinersclub.com.pe/historia/index.asp>.

¹² Véase THE NEW YORK TIMES (11/05/2000): “William Boyle, credit card pioneer, dies at 88”.

¹³ El “Franklin Charge Account Plan” fue originalmente concebido como un sistema de pago de combustible que permitía a los clientes hacer pagos parciales cada mes con sus correspondientes intereses bajo el slogan “Just Charge It”.

2.2. LAS CUATRO GRANDES MARCAS EN EL SIGLO XX

Establezcamos los distintos estadios que han seguido las cuatro marcas dominantes en el mercado desde su nacimiento a mediados de siglo XX hasta nuestros días.

2.2.1. DINERS CLUB

Antes señalábamos a Frank McNamara y Ralph Schneider, fundadores de Diners, como responsables del medio de pago universal tal y como ahora lo conocemos. La primera tarjeta se ofreció a 200 personas, amigos personales y conocidos. Al final de 1950 eran 20.000 las Tarjetas emitidas¹⁴.

Diners Club tuvo un crecimiento muy rápido entre los hosteleros de Chicago que aceptaban el nuevo medio de pago para evitar problemas con los cheques. Simultáneamente, también fue admitida por las empresas de alquiler de coches, que tenían el problema de la fianza para alquilar sus automóviles.

Diners Club se extendió muy rápidamente por las principales ciudades de Estados Unidos y fue aumentando el número de socios y de establecimientos adheridos. Poco después se instauró en los países más cercanos: Méjico, Canadá y Cuba.

Fue en 1954, cuatro años después de aquella noche en Nueva York, cuando la Tarjeta llega a España.

Otro competidor del que luego hablaremos, American Express, para salvar su gran negocio de cheques de viaje, crea en 1958 su propia tarjeta de crédito para neutralizar el crecimiento de Diners Club. La incorporación de un competidor en el mercado hizo aumentar la credibilidad del nuevo medio de pago y Diners Club pasó a desarrollarse mucho más rápidamente.

¹⁴ Información extraída de la página web de Diners Club International accesible en: https://www.dinersclub.com/dce_content/aboutdinersclub/companyhistory.

En el tablero actual del sector caracterizado por una agria competencia, la obra de McNamara se sitúa en una posición de privilegio en el segmento de los viajeros frecuentes por motivos de negocios, con sus correspondientes peculiaridades, entre las que convendría destacar el acceso a salas VIP de aeropuertos o coberturas de seguros inusualmente altas.

La tarjeta Diners Club, que cuenta con algo más de 7 millones de unidades emitidas, es aceptada en 185 países y en cerca de ocho millones de establecimientos de todo el planeta, de los que 250.000 están adheridos en España. Dispone de 44 acuerdos para la emisión de tarjetas. En España son Santander y La Caixa los encargados de ello.

2.2.2. AMERICAN EXPRESS

American Express (Amex) inició sus operaciones en Buffalo, Estados Unidos, en 1850 como un servicio de ferrocarriles que transportaba cargas y valores por todo el territorio norteamericano. Debido a la creciente demanda de estos servicios, Amex empezó a concentrarse en servicios financieros, como giros y cheques de viaje. Terminada la expansión internacional y la gran demanda hacia la industria de viajes, Amex lanzó la tarjeta American Express en 1958¹⁵.

Actualmente American Express es una empresa diversificada que ofrece productos financieros, tarjetas de débito y crédito (más de 85 millones de tarjetas en circulación), cheques de viaje, y servicios en el sector de viajes.

¹⁵ Información extraída de la página web de American Express accesible en: <http://home3.americanexpress.com/corp/os/history.asp>.

2.2.3. VISA¹⁶

En el mismo año en que Amex emitió su primera tarjeta, 1958, el Bank of America gozaba de una situación de privilegio en la totalidad del estado de California. No fue pues de extrañar que al lanzar su tarjeta BankAmericard obtuviera un éxito inmediato.

Para 1965, el Bank of America había alcanzado acuerdos de licencia con un grupo de bancos de fuera de California, que les iba a permitir emitir la tarjeta BankAmericard.

En 1970, el Bank of America renunció al control del programa BankAmericard en favor de los bancos encargados de su emisión, conformándose la National BankAmericard Inc. (NBI), una corporación independiente, sin acciones, que administraría, promovería y desarrollaría el sistema BankAmericard dentro de los Estados Unidos.

Fuera de ellos, el Bank of America fue otorgando licencias a los bancos para emitir BankAmericard, y en 1972 ya existían licencias en 15 países.

En 1974, se fundó IBANCO, una corporación multinacional de miembros que administraría el programa internacional de BankAmericard. No obstante en muchos países había resistencia a emitir una tarjeta asociada con el Bank of America, aunque fuera nominalmente. Por esa razón en 1977 BankAmericard se convirtió en Visa, reteniendo sus bandas azul, blanca y dorada¹⁷. NBI, por su parte, cambió su nombre por el de Visa U.S.A. y de igual forma IBANCO se convirtió en Visa International.

Hasta el año 2007 la estructura de Visa comprendía cuatro organizaciones separadas a lo largo del mundo, una sociedad principal, “Visa International Service Association (Visa)”, y tres organizaciones dependientes de la anterior, “Visa USA”,

¹⁶ Información refundida de la obtenida en las páginas web de Visa Inc. accesible en: http://www.corporate.visa.com/av/about_visa/corp_history.jsp, de la obtenida en la página web de Visa Latam accesible en: http://www.visalatam.com/s_aboutvisa/acerca_historia.jsp, y de la obtenida en la página web de Servired accesible en: <http://www.servired.es/espanol/indexx.htm>.

¹⁷ El nombre de BankAmericard ha vuelto a la actualidad después de ser rescatado por parte de Bank of America en forma de un programa de fidelización en tarjetas. Véase AMERICAN BANKER (17/10/2007): “BankAmericard name revived for rewards product”.

“Visa Canada Association” y “Visa Europe”. Las tres regiones restantes, “Visa Latin America”, “Visa Asia Pacific” and “Visa Central and Eastern Europe, Middle East and Africa” eran divisiones dentro de “Visa”.

En octubre de 2006, Visa anunció que Visa International, Visa USA y Visa Canada se fusionaban bajo la denominación de “Visa Inc.” Por el contrario, Visa Europe se convertiría en una compañía separada, propiedad de las entidades financieras asociadas que a su vez tendrían una participación minoritaria en Visa Inc.

En la actualidad, Visa tiene en circulación cerca de 2.000 millones de tarjetas emitidas por sus más de 21.000 entidades asociadas.

2.2.4. MASTERCARD¹⁸

En 1966 el United Bank of California se alió con otras entidades financieras de su entorno para fundar el Interbank Card Association (ICA) y crear la tarjeta “Master Charge: The Interbank Card”

Los orígenes de MasterCard en Europa se remontan a 1964 cuando el banquero sueco Wallenberg funda la sociedad Eurocard como una alternativa a American Express.

En 1968, Eurocard firmó una alianza estratégica con el entonces Interbank Card Association que dio lugar al nacimiento de Eurocard International. Desde este momento, Eurocard International sería la única firma autorizada para la emisión de la tarjeta “Master Charge: The Interbank Card”, que en 1979 fue rebautizada como “MasterCard”.

¹⁸ Información refundida de la obtenida en las páginas web de MasterCard accesibles en: http://www.mastercard.com/us/company/en/corporate/history_firsts.html y http://www.mastercard.com/us/company/en/corporate/the_mastercard_story.html y de la obtenida en la página web de Servired accesible en: <http://www.servired.es/espanol/indexx.htm>.

Pero Eurocard International tenía una dura competencia. En 1974 se constituyó Eurocheque Internacional (ECI) para la gestión internacional del sistema de eurocheques, utilizados entonces por los viajeros para el pago de bienes y servicios en la moneda local de varias regiones. Coexistían pues dos entidades diferentes: Eurocheque Internacional y Eurocard International, que aunque prácticamente pertenecían a los mismos bancos europeos, ofrecían productos distintos, la primera ofrecía cheques garantizados mientras que la segunda se dedicaba a las tarjetas bancarias convencionales.

A finales de los años ochenta los miembros integrantes de estas dos organizaciones consideraron que el mercado estaba comenzando a estar maduro. Para evitar duplicidades y reducir costes fusionaron Eurocheque Internacional y Eurocard International en 1992, conformando Europay International.

El cambio de denominación de Europay International a MasterCard International se produjo en 2002, una vez finalizado el proceso de fusión que concluyó con el nacimiento de una corporación global de medios de pago.

En el año 2006 MasterCard International protagonizó la mayor oferta pública de venta de acciones hasta ese instante, pasándose a denominar MasterCard Worldwide.

Hoy en día MasterCard cuenta con aproximadamente 1.000 millones de tarjetas, proporciona servicios a consumidores y empresas, tanto grandes como pequeñas, en 210 países y cuenta con más de 30 millones de puntos de aceptación, incluidos más de 800.000 cajeros en todo el mundo.

2.3. EUROPA Y LOS MEDIOS DE PAGO

El Reino Unido fue el Estado pionero en lo que respecta a la introducción de las tarjetas bancarias en Europa. En 1966 Barclays Bank empezó a distribuir la tarjeta Barclaycard. En 1977 se constituye Barclaycard Business, que en esa misma fecha se convirtió en miembro de Visa¹⁹.

Por otro lado en 1967 seis bancos franceses (BNP, CCF, Crédit du Nord, CIC, Crédit Lyonnais y Société Générale) emitieron la Carte Bleue²⁰, sin conexión con ningún sistema extranjero. Esta experiencia inicial no tuvo el éxito previsto ya que el sistema estaba concebido para tratar automáticamente las facturas en los establecimientos mediante máquinas de lectura óptica que se debitaban directamente en la cuenta del cliente. Los numerosos errores y elevados costes de las operaciones pusieron en duda su futuro.

En 1973 Carte Bleue adquirió dimensión internacional al llegar a un acuerdo con BankAmericard (Visa). En 1984 los bancos del grupo Carte Bleue crearon, junto con Crédit Agricole y Crédit Mutuel, el denominado "Groupement des Cartes Bancaires (CB)". Con ello se consiguió la capacidad interbancaria que permitió que todas las tarjetas fueran aceptadas en todos los comercios asociados al sistema "CB". Poco después, en 1986, los bancos asociados a Carte Bleue lanzaron la Visa Premier para satisfacer a los clientes de alta gama. Hoy en día es posible encontrar en Carte Bleue el catálogo prácticamente completo de la marca estadounidense.

¹⁹ Información obtenida de la página web de Sermepa accesible en: <http://www.sermepa.es/espanol/europa.htm>.

²⁰ Información extraída de la página web de Carte Bleue, accesible en: http://www.carte-bleue.com/page.asp?menu_id=25.

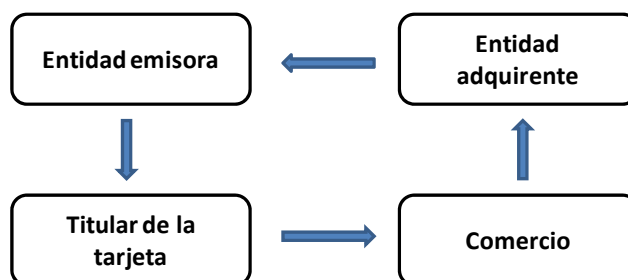
2.4. DIFERENCIAS CONCEPTUALES ENTRE LAS CUATRO GRANDES MARCAS

En este apartado nos detendremos a analizar los dos esquemas existentes, claramente identificables en función del número de intervinientes.

Este aspecto es sumamente importante puesto que va a ser el que defina las diferentes dificultades legales por las que han atravesado, atraviesan y posiblemente atravesarán las marcas en función de su pertenencia a uno u otro enfoque.

Visa y MasterCard se constituyen como sistemas cuatripartitos en la medida en que es posible identificar a cuatro participantes: entidad emisora, titular de la tarjeta, comercio y entidad adquirente.

Gráfico 2-1: Modelo cuatripartito de medios de pago



Fuente: Banco de España²¹.

En este caso, Visa y MasterCard son fundamentalmente “métodos de pago”, es decir, nunca emiten tarjetas por sí mismas sino que llegan a acuerdos con entidades emisoras locales que son en definitiva quienes las ponen en circulación. Son a estas entidades locales a las que Visa y MasterCard cobrarán comisiones por el uso de sus sistemas de pago. Y a su vez estas entidades emisoras serán las que cobrarán las comisiones que tengan estipuladas a sus clientes finales²².

²¹ Véase BANCO DE ESPAÑA (2007): “Las tarjetas de pago ante el proyecto SEPA: algunas reflexiones”, Estabilidad Financiera, nº 12.

²² El titular de la tarjeta nunca paga directamente a Visa o MasterCard, sino que lo hará a la compañía o entidad socia que opera localmente.

Como quiera que emisor y adquirente pueden ser entidades diferentes, ya desde comienzos de la puesta en marcha de estos sistemas se puso de manifiesto la discrepancia fundamental entre costes de emisión y costes de adquirencia, y que para conciliarlos se necesitaba un mecanismo de reparto de los mismos.

En un principio los bancos emisores y adquirentes negociaban comisiones de forma bilateral (opción de la que hoy en día disponen). Sin embargo, a medida que fueron aumentando las dimensiones de los sistemas, comenzó a resultar menos práctico que cada emisor tuviera que acordar una comisión con cada adquirente. La solución propuesta por las dos grandes compañías y adoptada en general por los sistemas cuatripartitos pasó por establecer una cuota de reserva denominada técnicamente “comisión de intercambio multilateral” (en inglés MIF, Multilateral Interchange Fee) y a la que de ahora en adelante nos referiremos de forma genérica como “tasa de intercambio”.

El objetivo de esta tasa será facilitar la expansión del sistema. La función de Visa y MasterCard consistirá pues en fijar los porcentajes de la misma en un nivel óptimo. Para establecer estas tasas, Visa y MasterCard efectúan una valoración de los costes y condiciones de mercado a que se enfrentan emisores y adquirentes.

Los costes de la entidad adquirente resultan de la captación y comercialización entre los establecimientos, así como de la tramitación de operaciones de recogida de facturación.

Por el contrario, los costes de la entidad emisora suelen ser mucho más altos, ya que en ellos se incluye el coste de los fondos (por los días de financiación gratuitos usualmente otorgados en las compras con tarjeta de crédito sin financiación) y el coste de la concesión de una garantía de pago, además de las consiguientes pérdidas por fraude e impago.

Las marcas evalúan con regularidad esos costes y condiciones tomando como base una muestra representativa de entidades emisoras y adquirentes. De estos estudios, auditados por entidades independientes, se envía copia a los diferentes organismos reguladores (que en el entorno de actuación español es la Comisión Europea).

En la medida en que los costes de emisión son más altos que los de adquirencia, las tasas, que como antes dijimos tenían como objetivo la redistribución de los mismos, serán pagadas por el banco adquirente al banco emisor²³.

De forma general, podemos hablar de tres entornos de aplicación para las tasas de intercambio: las “tasas inter-regionales” (aplicables entre las diferentes regiones en las que se divide el mercado mundial de los medios de pago), las “tasas intra-regionales” (dentro de una misma región y que desde la perspectiva española también son denominadas “tasas intra-europeas²⁴) y las “tasas de intercambio domésticas” (de aplicación en cada mercado local).

Por otro lado, la entidad adquirente recupera el pago de la tasa de intercambio, junto con el margen comercial que estime oportuno, por medio de la denominada “tasa de descuento” que cobra al comercio. Esta tasa resulta de la negociación bilateral entre dicha entidad y el comercio y suele adoptar la forma de un porcentaje sobre el valor de las transacciones realizadas con tarjeta en dicho comercio.

Dicha estructura de cobros y pagos en lo que respecta al banco adquirente supone que, al menos nominalmente, pueda existir una relación entre tasa de descuento y tasa de intercambio, como de hecho ocurre.

El resultado es que entidades financieras teóricamente competidoras, que emiten y comercializan tarjetas de cualquiera de las dos marcas regidas bajo sistemas cuatripartitos, cuentan con idénticos esquemas de tasas de intercambio, que a su vez condicionan el precio final a repercutir a los comerciantes en forma de tasa de

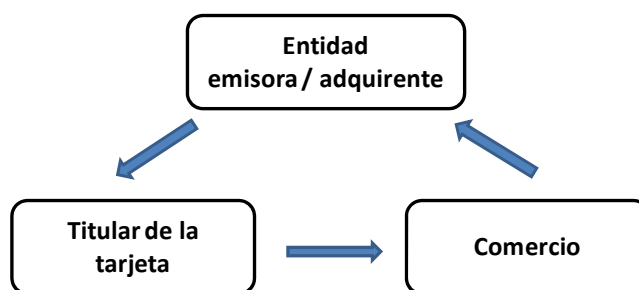
²³ En el caso de que la operación se realice con tarjeta de crédito, consistirá en un porcentaje del importe total de la operación. Si se trata de una operación de débito (no sujeta a coste de fondos y pérdida de crédito), se tratará de una comisión fija (que trasladada a términos porcentuales y en media es inferior a la tasa de crédito).

²⁴ Aplicable a las transacciones realizadas entre países de la denominada Área Económica Europea (European Economic Area -EEA-). Los países incluidos son los 27 que integran la Unión Europea a los que hay que añadir Andorra, Ciudad del Vaticano, Gibraltar, Groenlandia, Guayana Francesa, Guadalupe, Islandia, Islas Feroe, Liechtenstein, Martinica, Mónaco, Noruega, Reunión y San Marino.

descuento. Y esto ha demostrado ser un problema cuyas consecuencias iremos analizando a lo largo de esta tesis doctoral²⁵.

Sin embargo, todo lo analizado no es válido cuando nos referimos a American Express y Diners Club. Estas entidades se constituyen como sistemas tripartitos, es decir, en los que es posible identificar únicamente tres partes, el titular de la tarjeta, el comercio y la entidad “emisora - adquirente” (Amex, Diners), que será una misma figura.

Gráfico 2-2: Modelo tripartito de medios de pago



*Fuente: Banco de España*²⁶.

Bajo este esquema, Amex y Diners realizan la promoción de sus productos directamente sin intermediarios, es decir, emiten sus propias tarjetas bajo su propio nombre y logo sin intervención de las entidades financieras, que no son más que simples comercializadoras. De ahí que aglutinen a las figuras de emisor y adquirente²⁷.

Las principales consecuencias de esta singularidad las podemos resumir en las siguientes:

²⁵ Los sistemas cuatripartitos han demostrado una gran eficacia a la hora de expandir el medio de pago por todo el mundo, sin embargo han tenido una contrapartida quizás no suficientemente valorada: el control constante, cuando no oposición, de las autoridades tanto nacionales como supranacionales, que en muchos casos han interpretado que este procedimiento vulnera los principios de la libre competencia.

²⁶ Véase BANCO DE ESPAÑA (2007): “Las tarjetas de pago ante el proyecto SEPA: algunas reflexiones”, Estabilidad Financiera, nº 12.

²⁷ En el caso de American Express, además del sistema propietario al que nos referimos cuando hablamos de un esquema de tres partes, también es posible encontrar actuaciones regionales bajo esquemas cuatripartitos. No obstante se trata de actuaciones poco relevantes en relación con la operativa global.

- La más importante de todas ellas, la no existencia de la tasa de intercambio, puesto que no tiene sentido la transferencia de los diferentes costes de emisión y de adquisición dentro de una misma entidad.
- El hecho de que no exista una organización que regule las tasas de forma global sino que ésta sea fruto de negociación individual ha hecho que al menos por el momento no hayan estado en el punto de mira de las distintas autoridades encargadas de la Defensa de la Competencia.
- La consecuencia negativa es que tanto Amex como Diners deben de hacer el esfuerzo de llegar a acuerdos individuales con cada comercio, sin la ayuda de la potencia comercializadora de las entidades financieras como sucede en el caso de los sistemas cuatripartitos, lo que sin duda repercute directamente sobre la capacidad de expansión de estos esquemas.

2.5. LAS CUATRO GRANDES MARCAS EN EL SIGLO XXI

Dos aspectos han centrado la atención durante la primera década del nuevo siglo, las demandas cruzadas por las marcas de tarjetas por actividades monopolísticas, y que tras varios años de pleitos han sido resueltas en varios casos en favor de los demandantes, y la crisis financiera del 2008 al que estas corporaciones, especialmente las de menor tamaño, no han sido ajenas.

2.5.1. FUSIONES, SALIDAS A BOLSA Y CRISIS FINANCIERA

El mundo de los medios de pago (y en concreto el de las tarjetas de pago), está sufriendo una poderosa transformación en los últimos años. Como comentamos en el apartado 2.2.4., en 2002 MasterCard International culminó un proceso de fusión con su franquiciada europea Europay International. Con la fusión se consolidó como una fuerte competencia para Visa, tradicional dominador del mercado. Para realizar la unión, MasterCard, que hasta ese momento tenía estatus de asociación de entidades, se tuvo que transformar en empresa cotizada. En la nueva empresa, que mantuvo el nombre de MasterCard, la parte europea mantuvo un tercio de la representación en la cúpula. En mayo de 2006 MasterCard Internacional protagonizó la mayor oferta pública de venta de acciones. En ese mismo año pasó a denominarse MasterCard Worldwide.

De igual forma, y también hemos hablado de ello en el apartado 2.2.3., en el año 2007 Visa siguió los pasos de su competidora. En este caso la empresa americana de medios de pago ingenió una estructura accionarial para su salida a bolsa que estableció diferentes tipos de acciones para así evitar que los grandes bancos asociados desinvirtieran. En la nueva etapa Visa Europa se ha independizado del resto del mundo para beneficiarse en mayor medida de las oportunidades de negocio en la Unión Europea. Mientras ésta ha optado por seguir siendo una organización de asociados propiedad de los bancos y entidades financieras que emiten las tarjetas, el resto de las regiones del mundo, capitaneadas por EEUU, se han agrupado bajo la denominación Visa Inc. para transformarse en una empresa privada que cotiza en bolsa, con sede en

San Francisco. Al unísono, Visa Europa negoció una licencia exclusiva, irrevocable y a perpetuidad de Visa Inc., así como una participación en su capital.

Los motivos que los grandes bancos alegaron para la salida a bolsa de Visa Inc. fueron varios; el obtener fondos para con ello invertir en nuevas tecnologías de pago o para financiar créditos impagados y, esto es muy relevante, para sufragar los costes de reclamaciones por presunto abuso de dominio de mercado.

En lo que respecta al esquema más veterano, Diners Club, destacamos el cambio de titularidad sufrido a lo largo del año 2008²⁸. En efecto, Discover Financial Services, compañía creada en el año 1986 fruto de la alianza de los grandes almacenes Sears con el banco Dean Witter (hoy Morgan Stanley), se hizo con la parte que hasta ese momento gestionaba su anterior propietario, Citigroup. Discover, que cotiza en la bolsa de Nueva York desde el año 2007, cuenta con una cartera de 50 millones de clientes. Su intención es integrar Diners en un plazo de dos o tres años, de forma que los usuarios de una tarjeta Discover podrán pagar en cualquier lugar del mundo que acepte Diners, mientras que los productos de esta marca podrán aprovechar la red de su nueva matriz en Norteamérica. En todo este proceso, Citi se compromete a continuar emitiendo productos de Diners Club a largo plazo.

En lo que respecta a American Express, durante el segundo semestre de 2008 presentó resultados contables que reflejaban un fuerte incremento de la morosidad, que explotó inesperadamente durante el mes de Junio de ese año. En la medida en que American Express financia directamente a sus clientes (no como sucede en los esquemas cuatripartitos), se ha visto fuertemente arrastrada por la destrucción de empleo en EEUU y la pérdida de poder adquisitivo de los consumidores estadounidenses. De esta forma sufrió una significativa caída en sus beneficios, según explicaron sus responsables, debido al menor uso de las tarjetas y a las mayores dificultades de sus clientes para devolver el crédito, lo que originó un fuerte incremento de las provisiones. Esta situación acarreó grandes dificultades para colocar su deuda en el mercado, y por lo tanto, para recabar financiación. Por todo ello, en 2008 la Reserva

²⁸ Véase CINCO DÍAS (08/04/2008): “Discover compra a Citi el negocio de tarjetas Diners por 105 millones”.

Federal (Fed) dio su visto bueno para la conversión de la empresa de medios de pago en un banco comercial²⁹. De esta forma Amex pudo acogerse a los programas de financiación de bajo coste de la autoridad monetaria.

De forma análoga, en diciembre de 2008 Discover anunció también su solicitud para convertirse en banco comercial y así poder acceder a las ayudas gubernamentales.

2.5.2. LOS LITIGIOS DEL MERCADO AMERICANO

A finales de 2004 American Express presentó una demanda contra Visa, MasterCard y ocho bancos más por prácticas anticompetitivas, en la que reclamaba compensaciones económicas a sus competidores ante la pérdida de oportunidades de negocio provocada por “una conspiración ilegal para boicotear su actividad”. Los acuerdos alcanzados desde finales de 2007 permitieron recaudar a Amex indemnizaciones por importe de algo más de 4.000 millones de dólares (aproximadamente 2.250 millones de dólares de Visa^{30 31} y 1.800 millones de MasterCard).

De forma análoga Discover Financial Services reclamó a Visa y MasterCard una indemnización de unos 6.000 millones de dólares por los daños causados por esas dos grandes compañías al imponer políticas que restringían la libertad de los bancos para aceptar las tarjetas de sus competidores. En una resolución del año 2007, Visa y MasterCard fueron obligadas a pagar 2.750 millones de dólares a su competidora para liquidar el litigio³². De esta cantidad Visa se tuvo que hacer cargo de 1.890 millones de dólares, al tiempo que MasterCard lo hizo de 860 millones de dólares.

²⁹ Véase BLOOMBERG.COM (11/11/2008): “American Express wins Fed approval to become bank”.

³⁰ Véase AMERICAN BANKER (07/11/2007): “Visa settles antitrust suit with Amex for up to \$2.25B”.

³¹ Véase AMERICAN BANKER (08/11/2007): “Visa has deal to resolve Amex case”.

³² Véase AMERICAN BANKER (5/12/2008): “When it seemed things couldn’t get worse”.

Por todo ello, y fundamentalmente debido a las cuantías de las sanciones impuestas por los reguladores y/o tribunales, conviene tener muy presentes los diferentes litigios que se puedan generar en el futuro³³.

³³ Véase AMERICAN BANKER (26/11/2008): “Viewpoint: taking long-term antitrust potential seriously”.

2.6. JCB, EL QUINTO COMPETIDOR³⁴

Al margen de las iniciativas estadounidenses ya detalladas, conviene destacar la presencia de un quinto participante de importancia, sobre todo cuando nos referimos al mercado global. Nos estamos refiriendo a JCB.

JCB (Japan Credit Bureau) es una marca internacional de tarjetas de crédito con sede en Tokio (Japón). Fundada en 1961, JCB estableció su dominio sobre el mercado japonés de tarjetas cuando en 1968 adquirió al Osaka Credit Bureau.

En 1981 JCB comenzó su expansión internacional, fundamentalmente buscando la aceptación como medio de pago por parte de los comercios no asiáticos, de forma que pudiera permitir a sus clientes viajar al resto del mundo sin tener que solicitar la emisión de un producto de la competencia. Por ello, la tarjeta JCB es aceptada fundamentalmente en líneas aéreas, compañías de alquiler de coches y en hoteles, aunque también está incrementando su presencia en grandes almacenes.

En 1985 JCB lanzó su primer programa de emisión fuera de Japón, en concreto en Hong Kong. El resumen de todo ello es que hoy en día existen casi 60 millones de tarjetas emitidas en 20 países y aceptadas en más de 11 millones de comercios de 190 naciones de todo el mundo. En España, las tarjetas JCB son comercializadas por La Caixa, como un medio de pago dirigido a personas que viajan o hacen negocios en algún país asiático.

³⁴ Información refundida de la obtenida en la página web de JCB USA accesible en: http://www.jcbusa.com/jcb_corpinfo.html y de la obtenida en la página web de JCB International accesible en: <http://www.jcbinternational.com/htm/about/history.htm>.

2.7. CUOTAS DE MERCADO

Para analizar las cuotas de mercado tomaremos como referencia las variables comúnmente aceptadas:

- Número de tarjetas en circulación.
- Facturación generada en compras por las tarjetas, tanto a nivel de importes como de transacciones³⁵.
- Facturación generada en cajeros (disposiciones de efectivo), tanto a nivel de importes como de transacciones.
- Suma de la facturación generada tanto en compras como en cajeros, tanto a nivel de importes como de transacciones³⁶.

El análisis se hará en dos fases. La primera de ellas hará referencia a la cuota de mercado de las diferentes marcas de tarjetas que acabamos de estudiar, para a continuación analizar la contribución que cada una de las zonas geográficas en que es posible diferenciar al mercado tiene dentro del esquema global.

2.7.1. MARCAS

Para la estimación de las cuotas de mercado de las diferentes marcas nos basaremos en los datos publicados por “The Nilson Report³⁷ en su número 903³⁸”.

³⁵ En literatura anglosajona, POS (Point Of Sell).

³⁶ En literatura anglosajona, CEV (Cardholder Expenditure Volume).

³⁷ The Nilson Report es una compañía líder en el campo de la información en el sector de los medios de pago, con más de 38 años de experiencia tanto a nivel global como regional.

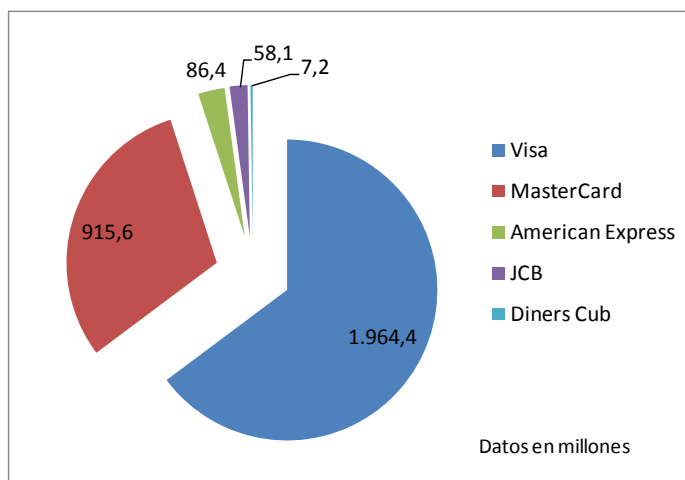
³⁸ Véase THE NILSON REPORT (2008): “Global cards”, Issue nº 903.

2.7.1.1. A NIVEL MUNDIAL

Siempre tomando como referencia los datos del mercado mundial y de acuerdo con el estudio antes citado, con datos referidos al 2007, el 95% de las tarjetas en circulación en el mundo pertenecen a Visa o MasterCard.

Así, de un total de 3.031 millones de tarjetas en circulación, 1.964 millones corresponden a Visa (64,8%) y 915 millones a MasterCard (30,2%). El 5% restante, poco más de 150 millones de unidades, se reparten entre American Express, (86,4 millones), JCB (58,1 millones) y Diners Club (7,2 millones).

Gráfico 2-3: Número de tarjetas por marca en el mundo (2007)



Fuente: The Nilson Report.

En lo que respecta a las compras realizadas con tarjeta, el porcentaje de concentración de Visa y MasterCard es algo menor que el mostrado con el número de tarjetas en circulación (que asciende conjuntamente al 95%), aunque no obstante alcanza el 88,1%.

Si nos referimos a las disposiciones de efectivo en cajeros las dos grandes entidades norteamericanas copan la totalidad del mercado (99,4%).

En definitiva, existe una situación de total dominancia del mercado mundial por parte de sólo dos marcas. Y añadidamente, la distribución entre ellas tampoco es

equitativa, puesto que Visa dobla sobradamente las cifras de MasterCard en cualquier parámetro que se tome como referencia.

Tabla 2-1: Cuotas de mercado a nivel mundial (2007)

	TOTAL TARJETAS		IMPORTE COMPRAS		IMPORTE CAJEROS		IMPORTE COMP + CAJEROS	
	millones	Cuota merc.	miles de millones	Cuota merc.	miles de millones	Cuota merc.	miles de millones	Cuota merc.
Visa	1.964,4	64,8%	\$3.641,39	60,1%	\$1.994,87	77,0%	\$5.636,26	65,2%
MasterCard	915,6	30,2%	\$1.696,90	28,0%	\$579,20	22,4%	\$2.276,10	26,3%
American Express	86,4	2,8%	\$636,92	10,5%	\$10,38	0,4%	\$647,30	7,5%
JCB	58,1	1,9%	\$55,21	0,9%	\$5,73	0,2%	\$60,94	0,7%
Diners Club	7,2	0,2%	\$28,97	0,5%	\$1,14	0,0%	\$30,11	0,3%
TOTAL	3.031,7	100,0%	\$6.059,39	100,0%	\$2.591,32	100,0%	\$8.650,71	100,0%

Fuente: The Nilson Report.

2.7.1.2. A NIVEL EUROPEO

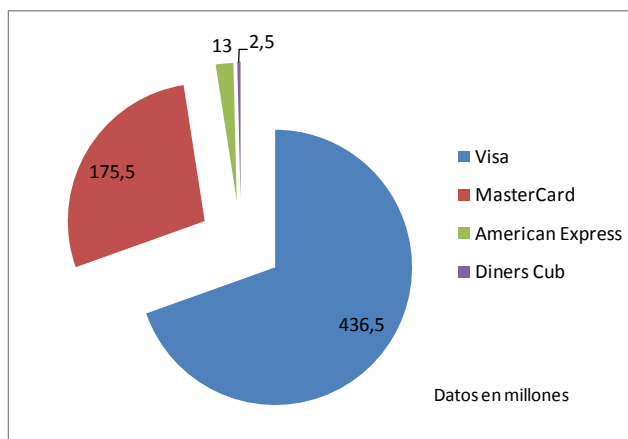
Si el análisis lo circunscribimos a las tarjetas europeas³⁹ en circulación, observamos como la proporción de tarjetas bajo marca Visa o MasterCard se eleva al 97,6%⁴⁰ (frente al 95% a nivel mundial).

En este caso, de un total de 627 millones de tarjetas en circulación, 436,5 millones corresponden a Visa (69,6%) mientras que 175,5 millones son MasterCard (28%). Los aproximadamente 15 millones de tarjetas restantes (menos del 3%), se encuentran emitidas bajo marca American Express (13 millones) o Diners Club (2,5 millones). Destacamos que desde una perspectiva europea, los datos de JCB son irrelevantes.

³⁹ Tarjetas en circulación en las 49 naciones integrantes del continente europeo.

⁴⁰ Según datos extraídos de LAFFERTY CARDS INSIDER (2008): "If four became three", Issue 2008/11, en el que se muestran datos extraídos de The Nilson Report correspondientes al año 2007.

Gráfico 2-4: Número de tarjetas por marca en Europa (2007)



Fuente: Lafferty Cards Insider basado en datos de The Nilson Report.

Si nos detenemos a analizar las facturaciones en compras realizadas con tarjetas Visa o MasterCard, el porcentaje se eleva al 94,7% del total (88,1% a nivel mundial).

En el caso de las disposiciones en cajeros, nos encontramos (al igual que en el estudio a nivel mundial) con un mercado copado por sólo dos competidores.

En definitiva, en la comparación de las cuotas de mercado tanto globales como europeas es posible encontrar grandes coincidencias (dos dominadores absolutos en cualquiera de los parámetros de referencia). Aunque en el estudio europeo la primacía de Visa sobre MasterCard es más relevante que a nivel mundial.

Tabla 2-2: Cuotas de mercado a nivel europeo (2007)

	TOTAL TARJETAS		IMPORTE COMPRAS		IMPORTE CAJEROS		IMPORTE COMP + CAJEROS	
	millones	Cuota merc.	miles de millones	Cuota merc.	miles de millones	Cuota merc.	miles de millones	Cuota merc.
Visa	436,5	69,6%	\$1.179,81	67,6%	\$809,60	82,6%	\$1.989,41	73,0%
MasterCard	175,5	28,0%	\$473,66	27,1%	\$169,48	17,3%	\$643,14	23,6%
American Express	13,0	2,1%	\$80,69	4,6%	\$1,21	0,1%	\$81,90	3,0%
Diners Club	2,5	0,4%	\$11,50	0,7%	\$0,14	0,0%	\$11,64	0,4%
TOTAL	627,5	100,0%	\$1.745,66	100,0%	\$980,43	100,0%	\$2.726,09	100,0%

Fuente: Lafferty Cards Insider basado en datos de The Nilson Report.

Como resumen, y en palabras de David Robertson⁴¹, editor de The Nilson Report, “el principal reto que tiene que afrontar Visa es retener la lealtad de sus actuales clientes para que no sean captados por sus competidores, fundamentalmente por MasterCard y en menor medida por American Express o Discover (ahora propietaria de Diners)”.

La consecuencia de la situación de mercado descrita con anterioridad, en la que dos competidores dominan el mercado de forma férrea, fue que a lo largo del año 2008 la Comisión Europea, encabezada por la comisaria de Competencia Neelie Kroes, pretendió impulsar junto con alguna de las principales entidades financieras europeas (fundamentalmente alemanas y francesas), la creación de una nueva red de tarjetas que pudiera competir con Visa y MasterCard⁴². De momento no ha pasado de ser una declaración de intenciones sin ninguna decisión firme tomada al respecto.

2.7.2. POR REGIONES

De acuerdo con “The Nilson Report⁴³”, es posible clasificar el mercado global de los medios de pago en seis diferentes zonas:

- EEUU.
- Europa.
- Asia Pacífico.
- Canadá.
- América Latina.
- Oriente próximo⁴⁴ / África.

Según los datos de este informe, y tal y como se puede ver en el gráfico que se muestra a continuación (con datos 2006), tanto en lo que respecta al parque total de

⁴¹ Véase LA VANGUARDIA (03/02/2008): “Visa, atrapada en sus tarjetas”.

⁴² Véase LAFFERTY CARDS INSIDER (30/03/2009): “Europe struggles to find the third way”.

⁴³ Véase THE NILSON REPORT (2007): “Bank cards worldwide”, Issue nº 893.

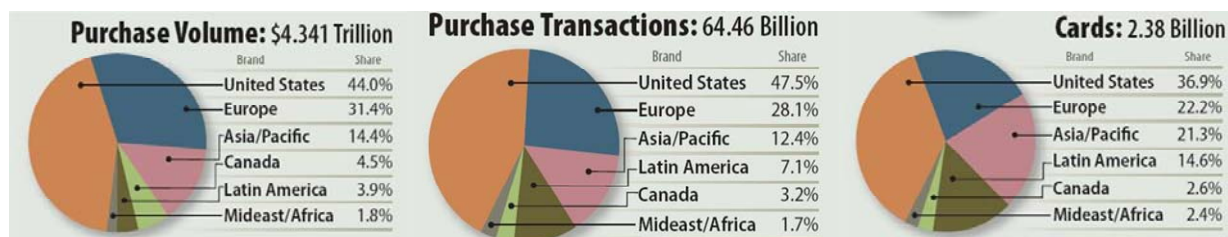
⁴⁴ Traducimos “Mideast” por “Oriente Próximo”, que en español hace referencia al área geográfica que incluye Arabia Saudí, Bahrein, Chipre, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Irak, Irán, Israel, Jordania, Kuwait, Líbano, Libia, Omán, Qatar, Siria, Sudán y Yemen.

tarjetas como al total de la facturación en compras (en importes y en transacciones) el podio siempre está compuesto, en este orden, por las regiones EEUU, Europa y Asia / Pacífico.

Sin embargo, si nos centramos en el importe de las compras con tarjeta, a lo largo de los últimos diez años la contribución de EEUU sobre el total ha caído desde el 49,3% hasta el 44,0% que muestra en 2006, mientras que la de Europa ha evolucionado de forma opuesta, pasando de un 27,6% a un 31,4% para el mismo periodo analizado.

Asia / Pacífico tiene un 14,4% de cuota de mercado en 2006, frente al 12,6% que mostraba diez años atrás. El restante 10,2% se divide entre Canadá, con el 4,5%, América Latina con el 3,9% y Oriente Próximo / África, con un 1,8%.

Gráfico 2-5: Datos de tarjetas por zonas geográficas a nivel mundial (2006)



Fuente: The Nilson Report.

Más relevante pudiera resultar el análisis de los porcentajes que representan las compras (POS) respecto al importe total (CEV) ⁴⁵.

A nivel global y sumando los importes de las transacciones de Visa y MasterCard en 2006, el 66,8% de los mismos se corresponden con compras en comercios, mientras que el 33,2% de dichos importes consistieron en retiradas de efectivo en cajeros. El ranking por zonas se establece de la siguiente forma:

⁴⁵ El análisis de las compras en comercios (POS) con respecto al importe total facturado por el medio de pago (compras en comercios y disposiciones de efectivo en cajeros, CEV) es el indicador más relevante a efectos de analizar el grado de desarrollo de un sistema de pagos con tarjeta. Cuanto más elevado sea el valor del ratio, es decir, cuanto mayor sea el peso del uso en compras, mayor grado de desarrollo.

1. Canadá, la segunda región más pequeña de las seis en que se divide el mercado global, tiene el porcentaje más alto de compras en relación con el total, un 88,0%, frente a 12,0% mostrado por las disposiciones de efectivo.
2. EEUU tiene el segundo ratio más relevante, con un 77,6% en compras, frente a un 22,4% en cajeros.
3. En Asia / Pacífico, las compras supusieron el 66,9% del total.
4. En Europa, las compras llegaron al 62,8% del volumen total.
5. En Oriente Próximo / África, las compras alcanzaron el 36,9%.
6. El ratio más bajo lo ostenta América latina, con un 33,7% del total realizado en compras.

Estos datos, además de mostrar el diferente grado de desarrollo de las diferentes zonas geográficas en que es posible diferenciar el sistema global de medios de pago, nos servirán igualmente para que en el próximo capítulo podamos enmarcar el grado de madurez del sistema español.

3. LOS MEDIOS DE PAGO EN ESPAÑA

3.1. INTERVINIENTES

En este epígrafe analizaremos los intervinientes en el negocio de los medios de pago en el mercado español y sus interrelaciones.

3.1.1. MARCAS

Uno de los bancos ahora integrado en el BBVA, el Banco de Bilbao, fue el artífice de la introducción de la tarjeta como medio de pago en España. La apuesta se inició en 1969, concretándose en 1970 en un convenio firmado con el Bank of America para la emisión en España la tarjeta de crédito BankAmericard (Visa hoy en día).

Imagen de la primera tarjeta en circulación en España



Fuente: BBVA.

Por otro lado, y de forma análoga a como veíamos en el capítulo anterior al analizar el mercado mundial y europeo, en el mercado español la prevalencia de Visa y MasterCard es absoluta. Amex, en menor medida Diners y de forma absolutamente residual JCB completan el tablero de juego. En otro apartado de este mismo capítulo detallaremos en profundidad lo que en este punto es una simple afirmación, que hemos querido introducir en este instante a efectos de poder explicar la naturaleza de los demás intervinientes del mundo de los medios de pago en España.

Las marcas, y en este caso nos referimos a Visa y MasterCard, no cobran ninguna comisión ni a los titulares de las tarjetas ni a los comercios que las aceptan, son las “entidades financieras miembro” las que lo hacen.

Los ingresos que obtienen provienen de las cuotas que pagan las entidades asociadas. En términos generales, las tarifas reflejan hasta que punto cada miembro utiliza los productos y servicios de las marcas.

Entre las tarifas, se podría destacar:

- Cuota por tarjeta:
 - Viene determinada por el número de tarjetas emitidas y por “cuánto” son utilizadas.
- Tasa por procesamiento de datos:
 - Está determinada por las conexiones que cada entidad financiera realiza a los sistemas de procesamiento y por el volumen de uso de estos sistemas.
- Tasa multdivisa:
 - Se fija en función del volumen de uso que se da a las tarjetas europeas fuera de Europa.

Para fijar estas tarifas se utiliza una escala que permite que los costes por unidad de cada entidad financiera se reduzcan según aumente el volumen de transacciones.

Es necesario destacar que las marcas revierten parte de esos fondos recibidos de nuevo a las entidades asociadas como consecuencia de la incentivación económica calculada sobre el incremento de actividad en el uso de sus productos.

3.1.2. ENTIDADES DE CRÉDITO

De acuerdo con el esquema cuatripartito imperante en el mercado español, las entidades de crédito son las encargadas de gestionar las relaciones con los usuarios finales (titulares y comercios), de emitir tarjetas de forma personalizada, de efectuar la instalación y mantenimiento tanto de los terminales en punto de venta (TPV) como de los cajeros automáticos (ATM) y de administrar las cuentas de liquidación de las operaciones realizadas con las tarjetas bancarias.

En el próximo capítulo se analizará de forma exhaustiva la actuación de este tipo de intervinientes en el sistema español de medios de pago.

3.1.3. REDES

Las entidades de crédito antes citadas se agrupan en organizaciones gestoras del tráfico generado por las tarjetas bancarias. En el mercado español existen tres redes diferentes: Servired, 4B y Euro6000⁴⁶.

En marzo de 1979 se creó Servired (originariamente Visa España) en la cual se integraron inicialmente 29 entidades financieras como forma de acceder al sistema Visa. Al final de ese mismo año alcanzarían el número de 56 miembros, todos ellos bancos, cajas de ahorros, cajas rurales y cooperativas de crédito.

Servired, que hasta el 2007 se regía como una sociedad civil, transformó su naturaleza jurídica para pasar a ser una sociedad anónima. La Caixa y BBVA con un 21% cada uno de ellos y Caja Madrid con un 14,5% dominan su accionariado.

La otra gran red de tarjetas en España, el Sistema 4B, fue fundada en 1974 y desde su nacimiento estaría directamente adherida a Visa Internacional (no a la originaria Visa España, hoy Servired). Fue fundada por los bancos Central, Hispano Americano, Español de Crédito y Santander, curiosamente todos ellos integrados hoy en

⁴⁶ Es este estudio nos referiremos a estas organizaciones como “redes”.

día en el Grupo Santander. En la actualidad está participada por numerosas entidades financieras a las que presta servicios de outsourcing⁴⁷.

Paralelamente, las cajas de ahorros se agruparon en torno a Euro6000, continuador de la Red 6000 (sociedad fundada en el año 75) configurando así la tercera red de medios de pago que opera en España. Su infraestructura está constituida por 37 entidades participantes.

El objetivo de estas redes consiste en “asistir a las entidades financieras en la sustitución del efectivo por sistemas de pago electrónicos innovadores y eficaces, con el fin de reducir el enorme coste que supone la gestión del efectivo para la sociedad en su conjunto”⁴⁸.

Detallaremos en las tablas que se muestran a continuación los integrantes de cada una de las tres redes señaladas.

⁴⁷ Información extraída de la página web de 4B accesible en:
<http://www.4b.es/asp/main.asp?p=sis0.HTM>.

⁴⁸ Definición extraída de la página web de Servired accesible en:
www.servired.es/espanol/indexx.htm.

Tabla 3-1: Integrantes de las redes (Servired)

SERVIRED	
FINANZIA BANCO DE CRÉDITO	CAJA RURAL DE EXTREMADURA
DEUTSCHE BANK S.A.E.	CAJA RURAL DE SALAMANCA
BANCO ETCHEVERRÍA	CAJA RURAL DE SORIA
BANCO DEPOSITARIO BBVA	CAJA RURAL DE UTRERA
BANCO DE SERVICIOS FINANCIEROS CAJA MADRID-MAPFRE	CAJALON
BANCO SYGMA	CAJA CEGA
BARCLAYS BANK	CAJA RURAL DE GRANADA
BANCA PUEYO	CAIXA ALTEA
BANCO DE SABADELL	CAJA RURAL DE ALBACETE
ALTAE BANCO	CAJAMAR
LLOYDS TSB BANK PLC, SUCURSAL EN ESPAÑA	CAJA RURAL DE ASTURIAS
BANCO OCCIDENTAL	CAJA RURAL DE BURGOS
CITIBANK ESPAÑA	CAJA RURAL DE CIUDAD REAL
BANCOFAR	CAJA RURAL DE CÓRDOBA
BANKINTER	CAJA RURAL DE CUENCA
B.B.V.A. BANCO DE FINANCIACIÓN	CAJA RURAL DE JAÉN
BANCO CAIXA GERAL	CAIXA RURAL GALEGA
BANCO ESPIRITO SANTO	CAJA RURAL DE TENERIFE
MICROBANK DE LA CAIXA, S.A.	CAJA RURAL DE SEGOVIA
BANKOA	CAJA RURAL DEL SUR
BANKPYME	CAJA RURAL DE TERUEL
BARCLAYS BANK PLC	CAJA RURAL DE TOLEDO
BBVA	RURALCAJA
FIBANC	IPAR KUTXA RURAL, S. COOP. DE CDTO
BANCO ALCALÁ	CAJA RURAL DE ZAMORA
BANCO COOPERATIVO ESPAÑOL	CAJACAMPO
BANCO HALIFAX HISPANIA	CAIXA RURAL DE L'ALCUDIA
BANCO FINANTIA SOFINLOC	CAJA RURAL NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO DE NUEVA CARTEYA
UNO-E BANK, S.A.	CAIXA SANT VICENT
BANCO CAMINOS	CAJA RURAL SAN ISIDRO DE VALL DE UXÓ
MBNA EUROPE BANK LIMITED	CAJA RURAL CASTELLÓN
IBERIA CARDS	CAJA RURAL DE ALGEMESÍ
IBERDROLA SERVICIOS FINANCIEROS	CAJA RURAL TORRENT
FINCONSUM	CAJA RURAL DE CHESTE
CAIXA CATALUNYA	CAJA RURAL DE CASAS IBÁÑEZ
CAIXA GIRONA	CAJA RURAL DE LA RODA
CAJA MADRID	CAIXA RURAL ALMASSORA
CAIXA TARRAGONA	CAIXA RURAL DE GUISSONA
CAIXA DE MANLLEU	CAJA DE CRÉDITO COOPERATIVO
CAIXA MANRESA	CAIXA RURAL BALEARS
CAIXA SABADELL	CAJA RURAL CANARIAS
CAIXA TERRASSA	CAJA RURAL DE ALGINET
BANCAJA	CREDIT VALENCIA, C.R.
CAIXA PENEDÈS	MULTICAJA
CAJA ESPAÑA	CAJA DE CRÉDITO DE LOS INGENIEROS
LA CAIXA	CAJA DE CRÉDITO DE PETREL
CAJA RURAL DE ALMENDRALEJO	CAJA LABORAL EUSKADIKO KUTXA
CAJA RURAL CENTRAL	CAIXA RURAL DE CALLOSA D'EN SARRIÀ
CAJA RURAL DE GLIÓN	CAIXA POPULAR
CAJA RURAL DE NAVARRA	CAJA DE ABOGADOS
	CAJA DE ARQUITECTOS, SOC. COOP. DE CRÉDITO

Fuente: Elaboración propia a partir de información disponible de las redes.

Tabla 3-2: Integrantes de las redes (4B y Euro6000)

4B	EURO 6000
SANTANDER	BANCO MADRID
SANTANDER CONSUMER	BBK
OPENBANK	CAIXA GALICIA
BANIF	CAIXA LAJETANA
BANCO POPULAR	CAIXA ONTINYENT
BANCO DE ANDALUCIA	CAIXANOVA
BANCO DE CASTILLA	CAJA CANTABRIA
BANCO DE CREDITO BALEAR	CAJA CÍRCULO DE BURGOS
BANCO DE VASCONIA	CAJA DE ÁVILA
BANCO DE GALICIA	CAJA DE BADAJOZ
BANCOPOPULAR-E.COM	CAJA DE BURGOS
POPULAR BANCA PRIVADA	CAJA DE EXTREMADURA
BANESTO	CAJA DE GUADALAJARA
BANCA MARCH	CAJA DE JAÉN
BANCO DE VALENCIA	CAJA DUERO
BANCO PASTOR	CAJA GRANADA
BANCO GUIPUZCOANO	CAJA INMACULADA
BANCO GALLEGO	CAJA MEDITERRANEO
ING DIRECT	CAJA MURCIA
SERVICIOS FINANCIEROS CARREFOUR	CAJA NAVARRA
IBERIA CARDS	CAJA RIOJA
RBC DEXIA	CAJA SEGOVIA
CETELEM	CAJA SUR
ACCORD	CAJACANARIAS
EUROCREDITO	CAJASOL
INVERSI	CAJASTUR
TRIODOS BANK	CAMGE FINANCIERA
	CCM- CAJA CASTILLA LA MANCHA
	CECA
	CELERIS
	COLONYA CAIXA POLLENÇA
	IBERCAJA
	KUTXA
	LA CAJA DE CANARIAS
	SA NOSTRA
	UNICAJA
	VITAL KUTXA

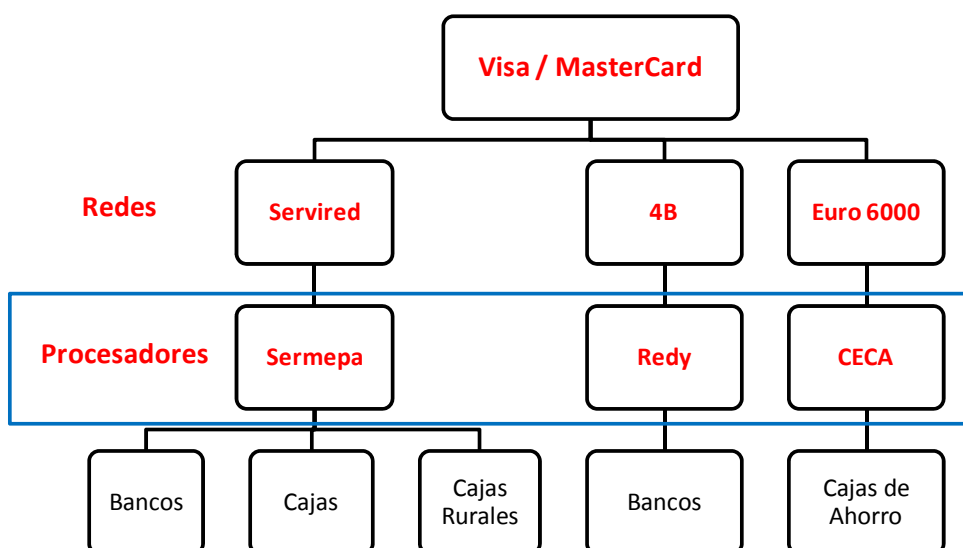
Fuente: Elaboración propia a partir de información disponible de las redes.

3.1.4. PROCESADORES

Entre los cometidos de las redes se encuentran la prestación de servicios y los desarrollos tecnológicos necesarios para la gestión de los movimientos electrónicos de los fondos subyacentes. Desde esta perspectiva, cada una de las redes analizadas se constituye en “procesador” de transacciones. Para esta labor de procesamiento las redes ha constituido sus propias sociedades independientes, a las que denominaremos de forma genérica como “procesadores”.

Los procesadores de Servired, 4B y Euro6000 son Sermepa, Redy y CECA, respectivamente.

Gráfico 3-1: Procesadores del sistema de medios de pago español



Fuente: Elaboración propia.

3.1.5. RELACIONES ENTRE LOS INTERVINIENTES

Dentro de la estructura de Visa existen diferentes tipologías de miembros, de entre las que destacamos las tres que consideramos más relevantes:

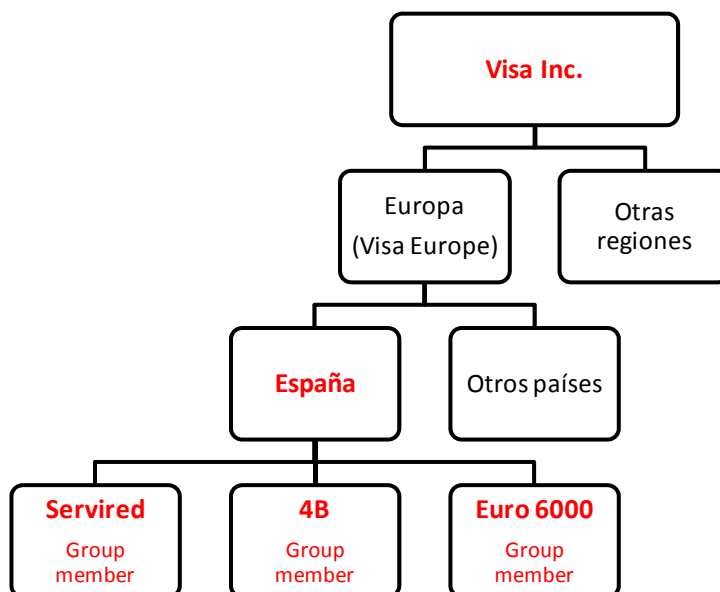
- Principal Member: Miembro que puede emitir tarjetas y realizar labores de adquirencia, bien en su propia representación o bien en representación de terceros.

- Associate Member: Entidades financieras patrocinadas dentro de Visa por un “Principal Member”. Es capaz de llevar a cabo todas las funciones de un “Principal Member” excepto las funciones de patrocinio de un tercero.

- Group Member: Miembro destacado de Visa, capaz de ejecutar sus derechos como miembro así como desarrollar y administrar programas de tarjetas en su país y definir reglas de funcionamiento para esos programas. Un “Group Member” es usualmente una organización formada y participada por entidades financieras nacionales.

En el caso español, Servired, 4B y Euro6000 disponen del status de “Group member” de Visa Europe.

Gráfico 3-2: Estructura organizativa de Visa



Fuente: Elaboración propia.

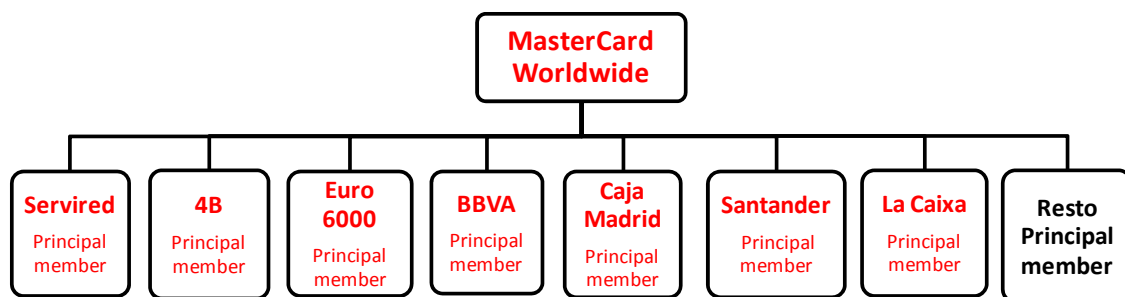
En el caso de MasterCard, cabe destacar dos tipos de miembros relevantes:

- Principal Member: Entidades financieras miembros de pleno derecho de MasterCard y que actúan en su propia representación. A su vez, el “Principal Member” es responsable ante MasterCard y otros “Principal Member” de las actividades y actuaciones de los “Affiliate Member” patrocinados por ellos frente a MasterCard.

- Affiliate Member: Entidades financieras patrocinadas dentro de MasterCard por un “Principal Member”.

En el caso español, Servired, 4B y Euro6000 disponen de la licencia de “Principal Member” de MasterCard, además de BBVA, Caja Madrid, Santander y La Caixa. Todos ellos dependen directamente de MasterCard Worldwide, al igual que el resto de “Principal Member” de otras regiones geográficas, hasta un total de aproximadamente 20.000.

Gráfico 3-3: Estructura organizativa de MasterCard



Fuente: Elaboración propia.

A la vista de la integración de las tres redes españolas en las estructuras tanto de Visa como de MasterCard y en la medida en que dichas redes son participadas por las entidades financieras, nos resultará fácil comprender la presencia e importancia de las dos marcas americanas en el modelo de negocio español.

3.2. TIPOLOGÍA DE TARJETAS DE PAGO

La clasificación o diferenciación de las tarjetas de pago puede hacerse con diferentes criterios: por el número de entidades o personas que tienen relación contractual con la tarjeta, por razón del emisor, por los servicios que facilitan, por la forma de reintegro al emisor de la tarjeta de los fondos dispuestos con la misma y por el ámbito geográfico o de validez.

En base al objetivo de esta tesis, analizaremos en detalle la clasificación que atiende a la naturaleza del emisor. En base a ello, podremos diferenciar tres tipos de tarjetas de pago⁴⁹:

- Tarjetas bancarias.
- Tarjetas financieras.
- Tarjetas privadas.

3.2.1. TARJETAS BANCARIAS

Son las emitidas por una entidad reconocida legalmente como entidad de depósito bien bajo su propia marca o bien bajo la de otra marca en calidad de suscriptor de un contrato de franquicia. La característica esencial de las tarjetas bancarias es la diversidad de funciones que pueden realizar, unas en oficinas o terminales de autoservicio de la propia entidad, otras en oficinas y autoservicios de otras entidades bancarias, y finalmente, para la adquisición de bienes y servicios en comercios o establecimientos que tengan suscrito un contrato para su admisión como medio de pago, directamente con la entidad de crédito o mediante una entidad administradora de la marca (en el caso español con alguno de los tres grandes grupos gestores o asociaciones de emisores: Servired, 4B y Euro6000).

En función de la forma de pago, se identifican las siguientes tarjetas bancarias:

⁴⁹ Véase INSTITUTO SUPERIOR DE TÉCNICAS Y PRÁCTICAS BANCARIAS (1996): “Manual práctico de operaciones bancarias”, pág. 214.

- Tarjetas de débito:

Instrumento de pago cuyo uso implica el adeudo inmediato del importe de la transacción sobre el saldo existente en la cuenta bancaria asociada a la tarjeta de pago. Como quiera que la tecnología empleada en la fabricación de tarjetas permite que un mismo soporte pueda ser usado para operar a débito o a crédito, cuando nos refiramos a “tarjetas de débito” lo haremos pensando en aquel medio de pago que disponga únicamente de la modalidad que se acaba de definir, es decir, el adeudo inmediato del importe de la transacción.

Ejemplo de tarjeta de débito



Fuente: Elaboración propia.

- Tarjetas de crédito:

Instrumento de pago cuyo uso implica el adeudo diferido del importe de la transacción sobre el saldo existente en la cuenta bancaria asociada a la tarjeta de pago. En el contrato entre la entidad financiera emisora del citado instrumento y el titular del mismo se fijarán el plazo de adeudo, las condiciones económicas y el límite de crédito. Este límite de crédito configurará la disponibilidad económica del titular del medio de pago y será contra ese límite sobre el que se deban autorizar las transacciones.

Una vez autorizadas, existirán varias posibilidades de adeudo diferido, entre

las que señalamos:

- Adeudo diferido sin cargas financieras para el titular de la tarjeta, generalmente en los primeros días al mes posterior en que se ha realizado la compra. El coste financiero del diferimiento de los fondos, denominado “float”, es soportado por la entidad financiera emisora de la tarjeta.
- Adeudo diferido con cargas financieras para el titular de la tarjeta, en la forma en que éste haya escogido, generalmente con liquidación mensual. Esta modalidad de pago se denomina “pago aplazado”.
- Usualmente el titular podrá variar su forma de pago de forma unilateral y con total libertad entre estas dos posibilidades de diferimiento mencionadas. En el supuesto de que la tarjeta sólo admita aplazamiento de pagos con cargas financieras, nos encontraremos ante una variación de las tarjetas de crédito denominada “tarjeta revolving”, de gran crecimiento en los últimos años.

Ejemplo de tarjeta de crédito



Fuente: Elaboración propia.

- Tarjetas prepago o monedero:

Su utilización requiere el anticipo del importe del consumo que se pretende realizar. De esta forma, se efectúa una carga de dinero en la tarjeta (en efectivo, contra una cuenta del cliente o contra otra tarjeta), y se podrán

realizar transacciones hasta consumir el importe cargado. Su principal intención es una progresiva sustitución de pagos en efectivo de pequeñas cantidades. El ámbito de actuación de las tarjetas prepago ha sido tradicionalmente muy reducido (fundamentalmente como “monedero electrónico” o como “tarjeta regalo”), aunque mostrando una tendencia creciente⁵⁰. Desde el punto de vista transaccional generan las mismas tasas de intercambio que las tarjetas de débito.

Ejemplo de tarjeta prepago



Fuente: Elaboración propia.

- Otras tarjetas bancarias:

Son las emitidas bajo una marca diferente a la de la entidad bancaria. En este punto cabría distinguir entre tarjetas cobranded (marca compartida) y tarjetas de afinidad (affinity). Las primeras suelen estar emitidas en colaboración con un partner poseedor de un nombre comercial sólido y suelen incorporar ventajas concretas en determinados comercios. Las tarjetas de afinidad usualmente se emiten en asociación con una entidad privada, organismo o asociación. Ello hace que la diferencia fundamental entre ambas radique en la existencia de ánimo de lucro en las primeras por parte del socio de la entidad financiera, mientras que en las de afinidad la

⁵⁰ Véase THE BANKER (04/03/2008): “Europe set for a prepaid gold rush”.

intención fundamental del partner suele ser la fidelización de sus clientes.

3.2.2. TARJETAS FINANCIERAS

A pesar de su denominación, son las emitidas por una entidad no bancaria ni comercial (es decir, que no vende directamente bienes o servicios), propietaria de una marca de tarjetas, que concierta con establecimientos comerciales y suministradores de servicios la admisión de la misma para efectuar el pago de las compras.

Los ejemplos multinacionales de este tipo de tarjetas son American Express y Diners Club. Para la distribución de las mismas, estas marcas han llegado a convenios con numerosas entidades bancarias para que sean admitidas para la extracción de efectivo en sus cajeros o incluso han instalado sus propios terminales de autoservicio en aquellos países en que la legislación lo permite.

La proyección internacional de estas tarjetas y la alta penetración de las mismas en sectores como viajes, hoteles y restauración (así como en tarjetas de empresa), constituyen sus principales señas de identidad, lo que hace que en algunos manuales sean denominadas como tarjetas “Travel & Entertainment”.

Ejemplo de tarjeta financiera



Fuente: Elaboración propia.

3.2.3. TARJETAS PRIVADAS

Son las emitidas por una entidad comercial con el objeto de que sus titulares puedan adquirir los bienes o servicios que comercializa la propia empresa en el establecimiento o los establecimientos de la misma. También son identificadas en la literatura como “Tarjetas Comerciales”.

Se diferencian pues de las tarjetas bancarias y de las financieras en que únicamente pueden utilizarse en los establecimientos de la entidad emisora (o en aquellos con los que ésta haya llegado a un acuerdo).

La proliferación de estas tarjetas constituye una competencia evidente de las tarjetas bancarias, existiendo algunos casos en los que por las formas de liquidación de la deuda o por otras características se aprecian funciones propias de las entidades de crédito. Los procesos de desregulación en el sector financiero son los que a la postre han permitido que determinados sectores tengan ahora acceso a actividades bancarias, tal y como viene sucediendo desde hace años en Estados Unidos. En cualquier caso, este tipo de tarjetas siempre van a requerir la domiciliación bancaria de los adeudos de pago, para lo que en definitiva debe designarse a cualquier banco o caja.

Ejemplo de tarjeta privada



Fuente: Elaboración propia.

3.3. EL NEGOCIO DE LAS TARJETAS BANCARIAS

En un sistema cuatripartito de medios de pago referido a tarjetas bancarias (predominante en el mercado español) siempre es posible identificar a los siguientes intervinientes:

- **Emisor:** Entidad que pone en circulación las tarjetas bancarias.
- **Titular:** Es el tenedor de las tarjetas bancarias y por lo tanto el usuario de las mismas.
- **Adquirente o Merchant:** Entidad que recepciona la operativa por medio de los dispositivos habilitados al efecto, bien sea en compras mediante los TPV (Terminal Punto de Venta) o en cajeros automáticos mediante los ATM (Automated Teller Machine).
- **Comercio:** Es el depositario del dispositivo habilitado para la recepción de la operativa de tarjeta (TPV).

En definitiva, los titulares de tarjetas disponen de un producto puesto a su disposición por las entidades emisoras que les va a permitir realizar transacciones de compras y de retiradas de efectivo. Existe una relación contractual entre emisor y titular en la que se regula, entre otros aspectos, la remuneración del primero, fundamentalmente mediante la cuota de emisión / renovación de la tarjeta.

Pero para que la operativa de compras sea posible el merchant deberá haber puesto en poder de los comercios vendedores la tecnología capaz de gestionar este medio de pago (TPV). La relación entre los comercios y los merchant también se regula contractualmente. La remuneración que el merchant recibe del comercio por la realización de la operativa es la que hemos denominado tasa de descuento, y viene a ser un porcentaje del importe total de las transacciones realizadas.

En el caso de la operativa en cajeros, en el mercado español la operativa usual por parte de las entidades financieras es el establecimiento de un dispositivo (ATM) en sus propias oficinas bancarias o bien en establecimientos comerciales en los que se arrienda un espacio físico para la colocación del mismo.

Como señalábamos anteriormente, en el mercado español existen tres entidades procesadoras de entre cuyas funciones señalábamos la de realizar los desarrollos tecnológicos necesarios para la gestión de los movimientos electrónicos. El procesador será pues el encargado de realizar la operativa de flujos de fondos interbancarios.

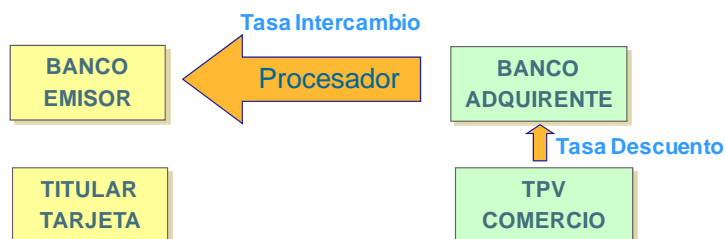
Convendría ahora analizar la naturaleza de las comisiones interbancarias, tanto en la operativa de compras (denominadas tasas de intercambio) como en la de disposiciones de efectivo en cajeros.

3.3.1. COMISIONES INTERBANCARIAS EN COMPRAS / CAJEROS

En lo que respecta al **Esquema de Intercambio en Compras**, el intercambio siempre parte de la entidad adquirente o merchant (vía TPV) y llega hasta la entidad emisora. Tomando como referencia un punto de vista emisor, se estará recibiendo intercambio y en sentido contrario, posicionándose como adquirente, se estará cediendo. Estos flujos constituyen la tasa de intercambio que se refleja en el gráfico 3-4.

No obstante, para tener una visión completa hace falta tener presente que la entidad adquirente, es decir, la cedente de intercambio, carga una cantidad al comercio en el que se está realizando la compra denominada “tasa de descuento”, que al menos desde el punto de vista teórico será más elevada que el total cedido en forma de intercambio (en el siguiente capítulo veremos que esto no tiene por qué ser necesariamente así). Este exceso cobrado con respecto a lo cedido se justificará en la necesidad de repercutir costes transaccionales, en el fraude soportado, etc., así como en la legítima intención de obtener beneficio.

Gráfico 3-4: Esquema de flujos económicos en las compras en comercios



Fuente: Elaboración propia.

Este esquema en el que se han presentado de forma aislada tanto la tasa de intercambio cedida por el banco adquirente al banco emisor, como el descuento comercial cargado por el banco adquirente al comerciante, se enmarca dentro de otro más complejo en el que se añaden dos procesos adicionales: el de autorización y el de liquidación de la transacción de compraventa con tarjeta.

Para poder completar estos dos procesos, el sistema español de medios de pago se ha organizado sobre la base de tres sistemas independientes (Servired, 4B y Euro6000), que se encargan de la prestación de servicios y desarrollos tecnológicos para el procesamiento de las transacciones de cada uno de sus asociados.

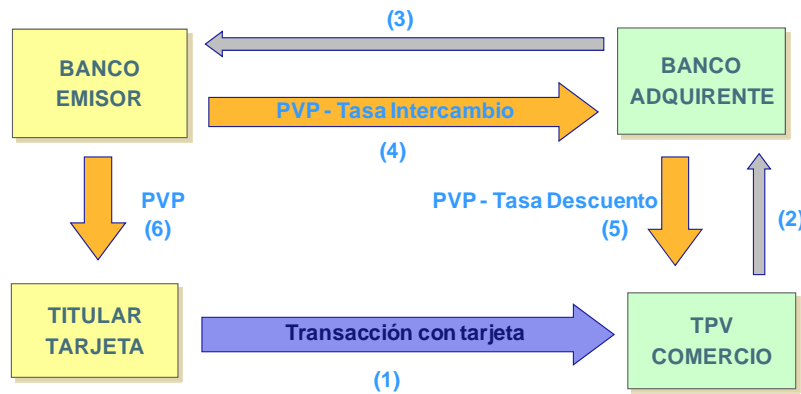
Como se puede observar en el gráfico 3-5, en el que se analiza un proceso de compraventa tipo, dentro de cada transacción realizada con tarjeta es posible diferenciar los siguientes eventos, que en su conjunto completan los dos procesos mencionados (autorización y liquidación):

1. El titular acuerda un precio (PVP) con el comerciante y presenta la tarjeta para realizar el pago a través del terminal en punto de venta (TPV).
2. El comercio envía detalle de la transacción a través del TPV al banco adquirente.
3. El banco adquirente presenta la transacción al banco emisor para su autorización.
4. El banco emisor aprueba la transacción (en su caso) y paga al banco adquirente el PVP menos la tasa de intercambio.
5. El banco adquirente paga al comerciante el PVP menos la tasa de

descuento.

6. El banco emisor carga el PVP al titular de la tarjeta, en la forma en que contractualmente hayan pactado (usualmente de forma mensual).

Gráfico 3-5: Esquema de los circuitos de autorización y liquidación en las compras en comercios



Fuente: Elaboración propia en base a la información facilitada por Visa Europe.

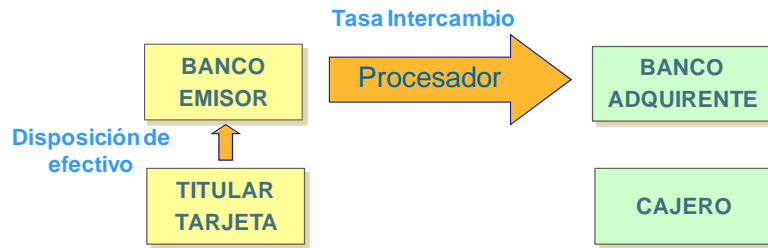
En lo que respecta al **Esquema de Intercambio en Cajeros**, y a diferencia de como sucedía con las compras, el intercambio siempre parte de la entidad emisora y llega hasta la entidad adquirente (vía ATM), tal y como se refleja en el gráfico 3-6. Esto es así porque en este caso el adquirente presta un servicio de caja a clientes de otras entidades que le faculta para repercutir al emisor una comisión por la prestación de dicho servicio.

Tomando como referencia un punto de vista emisor, los clientes propios están realizando disposiciones de efectivo en cajeros de otras entidades, servicio por el cual se generará una comisión en forma de “intercambio cedido de cajeros”. Adoptando una visión adquirente, es decir, como entidad que presta servicio de caja a titulares de tarjetas de otras entidades, lo que procederá es percibir una comisión en forma de “intercambio recibido de cajeros”.

Como en el caso de las compras, para tener una perspectiva completa hace falta tener presente que la entidad emisora, es decir, la cedente de intercambio, previamente va a cobrar una cantidad superior al titular de la tarjeta que está realizando la disposición. Esta partida se denomina “disposición de efectivo” y evidentemente será

más elevada que el total cedido en forma de intercambio.

Gráfico 3-6: Esquema de flujos económicos en las disposiciones de efectivo en cajeros



Fuente: Elaboración propia.

3.3.2. TIPOS DE ACTIVIDAD CON TARJETAS BANCARIAS

3.3.2.1. ACTIVIDAD EMISORA

Negocio derivado de la puesta en circulación de tarjetas por parte de las entidades financieras y de las operaciones realizadas con las mismas, tanto en compras como en cajeros. La cuenta de resultados de esta actividad se refleja en la tabla 3-3.

Tabla 3-3: Interrelación de ingresos y gastos (actividad emisora)

ACTIVIDAD EMISORA

INGRESOS FINANCIEROS DERIVADOS DE LA OPERATIVA DE FINANCIACION

(+) Ingresos financieros	Ingresos consecuencia del aplazamiento con intereses tanto de las compras en comercios como de las disposiciones de efectivo en cajeros
--------------------------	---

COMISIONES DERIVADAS DE LA EMISION DE TARJETAS

(+) Disposición de efectivo	Cobrado a clientes por disposiciones de efectivo en cajeros de otras entidades así como por disposiciones de efectivo a crédito en cajeros propios
(-) Intercambio cedido (Cajeros)	Cedido a otras entidades por las disposiciones de efectivo en cajeros de otras entidades facilitadas a los clientes de la entidad
(+) Intercambio recibido (Compras)	Recibido de otras entidades que recogen la facturación por medio de los TPV como consecuencia de las compras efectuadas por los clientes de la entidad
(+) Cuotas de emisión / renovación	
(+) Reclamación de deuda	
(+) Otras comisiones (cambio de divisa, exceso de límite de crédito, etc.)	

Fuente: Elaboración propia.

3.3.2.2. ACTIVIDAD ADQUIRENTE

Actividad merchant derivada de la instalación de TPV en comercios con los que las entidades recogen la facturación hecha con tarjetas, y de la instalación de ATM (cajeros automáticos).

La cuenta de resultados de esta actividad se refleja en la tabla 3-4.

Tabla 3-4: Interrelación de ingresos y gastos (actividad adquirente)

ACTIVIDAD ADQUIRENTE

COMISIONES DE COMERCIOS (TPV INSTALADOS)

(+) Tasa de descuento	Porcentaje cobrado a los comercios sobre el total de la facturación recogida en los TPV suministrados por la entidad
(-) Intercambio cedido (compras)	Cedido a las entidades emisoras de las tarjetas que realizan las compras en los TPV suministrados por la entidad

COMISIONES DE AUTOSERVICIOS (ATM INSTALADOS)

(+) Intercambio recibido (Cajeros)	Recibido de otras entidades por las disposiciones de efectivo facilitadas a sus titulares en los cajeros de la entidad
------------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

Otros ingresos desde el punto de vista de la adquirencia serían las comisiones por instalación y mantenimiento del TPV, aunque hemos de destacar que a diferencia de lo que sucede en otros países, este capítulo no es relevante en el mercado español.

3.3.3. CLASIFICACIÓN DE LAS ENTIDADES EN FUNCIÓN DE SU ACTIVIDAD

En el sistema de medios de pago español, existen varios tipos de entidades operando en los diversos negocios (emisor y adquirente) que acabamos de analizar:

- Emisores puros: sólo los nuevos entrantes como MBNA, Carrefour Servicios Financieros, Iberia Cards, Bankinter-Capital One, etc. Su actividad "monoproducto" les confieren una potencialidad digna de tenerse en cuenta en el futuro.

- Adquirentes puros: no existe actualmente ninguno en el mercado español.

- Mixtos: es la situación normal en las entidades financieras españolas con ciertos equilibrios entre los negocios de emisión y adquirencia.

Por ello la cuenta de resultados del negocio de medios de pago, donde se combinan las partidas antes detalladas para la actividad emisora y adquirente y que representa a una entidad financiera española tipo, es la que se puede visualizar en la tabla que se muestra a continuación:

Tabla 3-5: Ingresos y gastos (actividad emisora y adquirente) y su interrelación

ACTIVIDAD EMISORA				
INGRESOS FINANCIEROS DERIVADOS DE LA OPERATIVA DE FINANCIACION				
(+)	Ingresos financieros	Ingresos consecuencia del aplazamiento con intereses tanto de las compras en comercios como de las disposiciones de efectivo en cajeros		
COMISIONES DERIVADAS DE LA EMISION DE TARJETAS				
TOTAL INGRESOS POR OPERATIVA EN CAJEROS	(+)	1 Disposición de efectivo	Cobrado a clientes por disposiciones de efectivo en cajeros de otras entidades así como por disposiciones de efectivo a crédito en cajeros propios	1
	(-)	2 Intercambio cedido (Cajeros)	Cedido a otras entidades por las disposiciones de efectivo en cajeros de otras entidades facilitadas a los clientes de la entidad	2
	(+)	3 Intercambio recibido (Compras)	Recibido de otras entidades que recogen la facturación por medio de los TPV como consecuencia de las compras efectuadas por los clientes de la entidad	3
	(+)	Cuotas de emisión / renovación		
	(+)	Reclamación de deuda		
	(+)	Otras comisiones		
ACTIVIDAD ADQUIRENTE				
COMISIONES DE COMERCIOS (TPV INSTALADOS)				
TOTAL INGRESOS POR OPERATIVA EN COMERCIOS	(+)	4 Tasa de descuento	Porcentaje cobrado a los comercios sobre el total de la facturación recogida en los TPV suministrados por la entidad	4
	(-)	5 Intercambio cedido (compras)	Cedido a las entidades emisoras de las tarjetas que realizan las compras en los TPV suministrados por la entidad	5
	COMISIONES DE AUTOSERVICIOS (ATM INSTALADOS)			
	(+)	6 Intercambio recibido (Cajeros)	Recibido de otras entidades por las disposiciones de efectivo facilitadas a sus titulares en los cajeros de la entidad	6

Fuente: Elaboración propia.

A modo de resumen, el **Intercambio en Compras** siempre parte de la entidad adquirente o merchant, es decir, la que recoge la facturación a través del TPV (nº 5) y

llega hasta la entidad emisora (nº 3). Tomando como referencia un punto de vista emisor, se estará recibiendo intercambio. Por el contrario, posicionándose como adquirente, se estará cediendo.

Deberemos no obstante tener presente que la entidad merchant (la cedente de intercambio), previamente está cobrando al comercio una cantidad en forma de “tasa de descuento” (nº 4), que debería ser más elevada que el total cedido en forma de intercambio.

A diferencia de las compras, el **Intercambio en Cajeros** siempre parte de la entidad emisora y llega hasta la entidad adquirente (la propietaria del ATM). O lo que es lo mismo, la entidad prestadora del servicio de caja será la que devengue el derecho de cobro por la realización del mismo. Desde el punto de vista emisor se estará cediendo intercambio por el uso que los clientes propios están realizando de cajeros de otras entidades (nº 2). Adoptando una visión adquirente se estará prestando servicio de caja a titulares de tarjetas de otras entidades, lo que conllevará el cobro de una comisión en forma de intercambio recibido de cajeros (nº 6).

Como en el caso de las compras, para tener una perspectiva completa hace falta tener presente que la entidad emisora, es decir, la cedente de intercambio, previamente va a cobrar una cantidad superior al titular de la tarjeta que está realizando la extracción. Esta partida se denomina “disposición de efectivo” (nº 1) y evidentemente será más elevada que el total cedido en forma de intercambio.

De esta forma se configura un doble triángulo tanto para la operativa en compras como para la operativa en cajeros, en la medida en que son tres las partidas que deben de ser consideradas a la hora de evaluar la rentabilidad de cada uno de estos negocios.

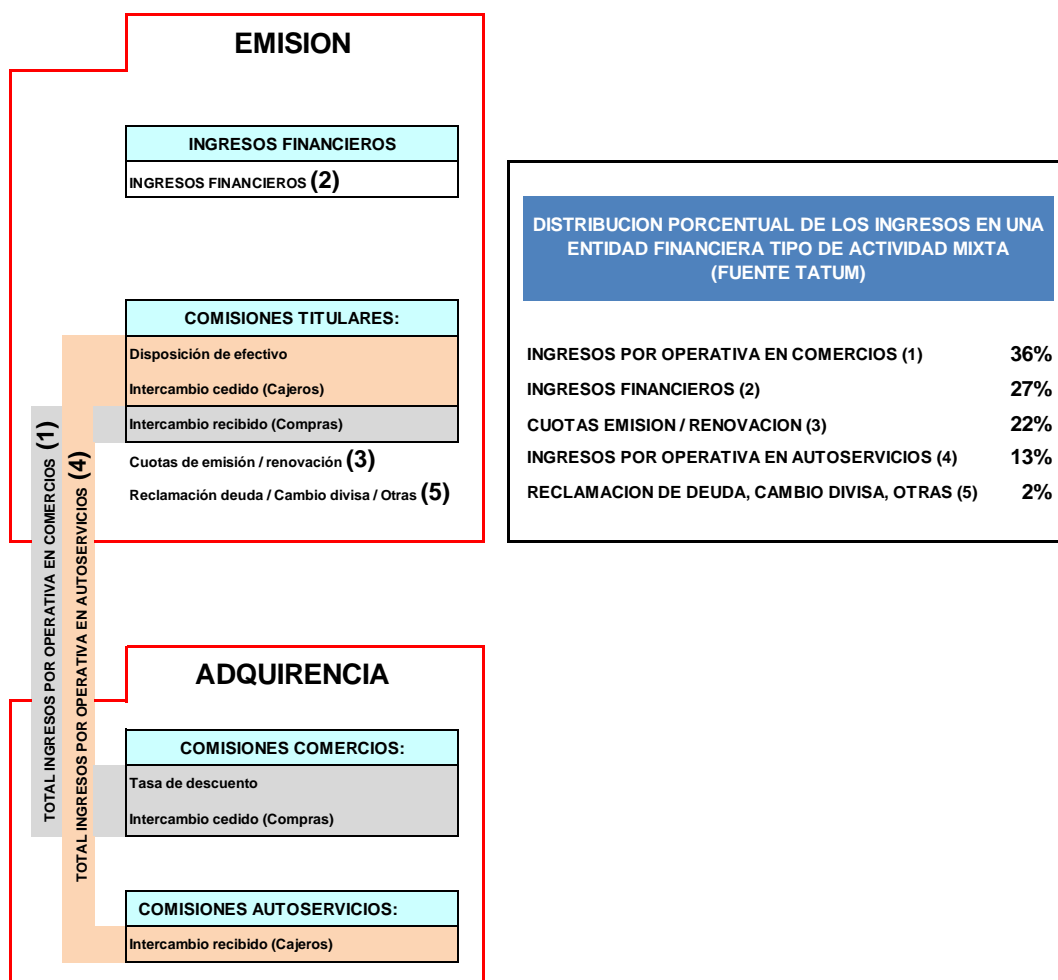
Dado el objetivo de esta tesis nos centraremos en la operativa en “compras presenciales” en “comercios nacionales” con “tarjetas nacionales”.

Por ello, no prestaremos especial atención ni a la operativa en cajeros ni trataremos del comercio desde una perspectiva no presencial, como pudiera ser el caso del comercio electrónico.

Por otro lado tampoco se considerarán aquellos costes de carácter operativo cuyo ámbito de decisión no corresponde a la dirección comercial de las entidades financieras, entre los que destacamos de forma no exhaustiva: los costes de afiliación a las marcas redes o procesadores, los costes de producción y envío de las tarjetas, los costes informáticos o de procesamiento, los costes de personal inherentes al sistema y los costes por fraude.

Como resumen, en la tabla 3-6 se recoge la distribución tipo de los resultados del negocio de medios de pago en una entidad financiera de actividad mixta⁵¹.

Tabla 3-6: Distribución de los resultados en una entidad financiera de actividad mixta (2006)



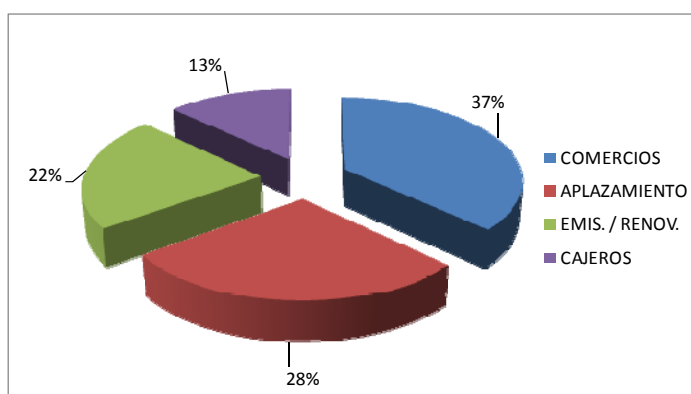
Fuente: Elaboración propia sobre datos facilitados por Tatum.

⁵¹ Véase TATUM (2007): “¿Cómo está evolucionando el negocio de los medios de pago?. ¿Por qué se ha (re) abierto la guerra de las tarjetas?”, pág. 6.

Según se refleja en la tabla anterior (con datos del 2006), el 36% de los ingresos de tarjetas provienen de la operativa en comercios en general, como suma de los negocios de emisión y de adquirencia - marcado como (1) en el cuadro anterior -. Se trata de la partida más relevante, seguida a cierta distancia por los ingresos financieros derivados del aplazamiento en tarjeta (2), con un 27% del total, de las cuotas de emisión/renovación del parque (3), con un 22% y de la operativa en cajeros (4), con un 13%. Siguen a cierta distancia el resto de comisiones (5), con un 2% del total, de entre las que destacaríamos las de reclamación de deuda.

Si obviamos las partidas menores (comisión de reclamación, etc.) y tenemos sólo en cuenta las cuatro palancas principales, lo señalado en el cuadro anterior se podría presentar de la siguiente forma:

Gráfico 3-7: Distribución porcentual de los ingresos para una tarjeta tipo (2006)



Fuente: Tatum.

3.4. DATOS BÁSICOS SOBRE LAS TARJETAS BANCARIAS EN ESPAÑA

A continuación veremos algunas cifras de cada uno de los tres tipos de tarjetas definidos en el epígrafe 3.2.

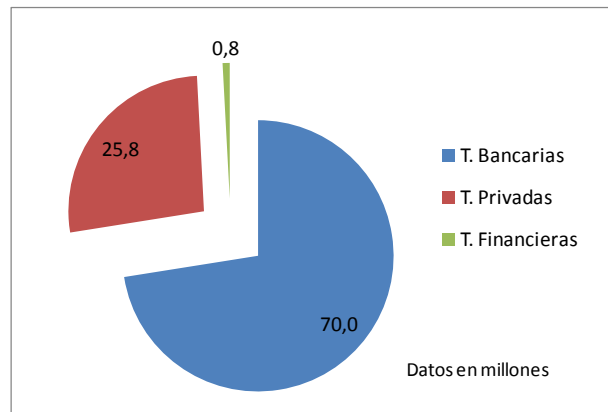
3.4.1. NÚMERO DE TARJETAS DE PAGO

Según un estudio de DBK⁵² publicado a finales de 2007 y con datos referidos a 2006, el número de tarjetas de pago, incluyendo tarjetas bancarias, financieras y privadas, ascendió a 96,5 millones de unidades, lo que supuso cerca de seis millones más con respecto a la cifra contabilizada al cierre del 2005 (6,5% de crecimiento).

Las tarjetas bancarias, con 70 millones de unidades concentraron el 72,5% del total según el estudio, experimentando un crecimiento del 7,5%. Las tarjetas privadas reunían una participación del 26,7%, (con 25,8 millones de unidades en circulación). Las tarjetas financieras (Amex y Diners) apenas llegaban a 800.000.

Si tenemos en cuenta que esos 70 millones de tarjetas bancarias a los que hacíamos referencia como dato de cierre del 2006 se transformaron en 75 millones a finales de 2007 (datos del Banco de España), podemos concluir que durante ese mismo ejercicio el número total de tarjetas de pago del sistema español superó los 100 millones de unidades.

⁵² Véase DBK (2007): “Competitors: tarjetas de pago”.

Gráfico 3-8: Número de tarjetas por tipología (2006)

Fuente: DBK.

Los cinco mayores emisores de tarjetas bancarias, La Caixa, BBVA, Santander, Caja Madrid y Banco Popular, concentraron en 2006 más del 40% del número total de tarjetas en circulación. En lo que respecta al mercado de tarjetas privadas, se encuentra liderado por Financiera el Corte Inglés y por Santander Consumer Finance, entidades que en 2006 concentraron más del 45% del parque total⁵³.

El objeto de esta tesis doctoral se circunscribe exclusivamente a las tarjetas bancarias, puesto que es el modelo de negocio de bancos y cajas de ahorro sobre el que pretendemos aportar nuevas propuestas de actuación. A este respecto, y de acuerdo con el Banco de España, en los ocho últimos años el número total de tarjetas bancarias en circulación ha mantenido una tendencia media interanual alcista constante, del orden del 7%, aunque con importantes diferencias en lo que respecta a tarjetas de crédito (incremento en torno al 15% anual) y tarjetas de débito (ligero decrecimiento para el periodo analizado). Durante el periodo 2002-2003 pareció suavizarse ligeramente el crecimiento (aproximadamente un 6% en cada año), volviéndose a recuperar en 2004, para acabar con casi 75 millones de unidades en el 2007. Durante el 2008 el crecimiento ha sido el menor de los últimos 8 años analizados (1,92%), alcanzando un total de 76,40 millones de tarjetas.

⁵³ Véase EL ECONOMISTA (02/01/2008): “¡Ya hay más de 100 millones de tarjetas de pago en circulación!”.

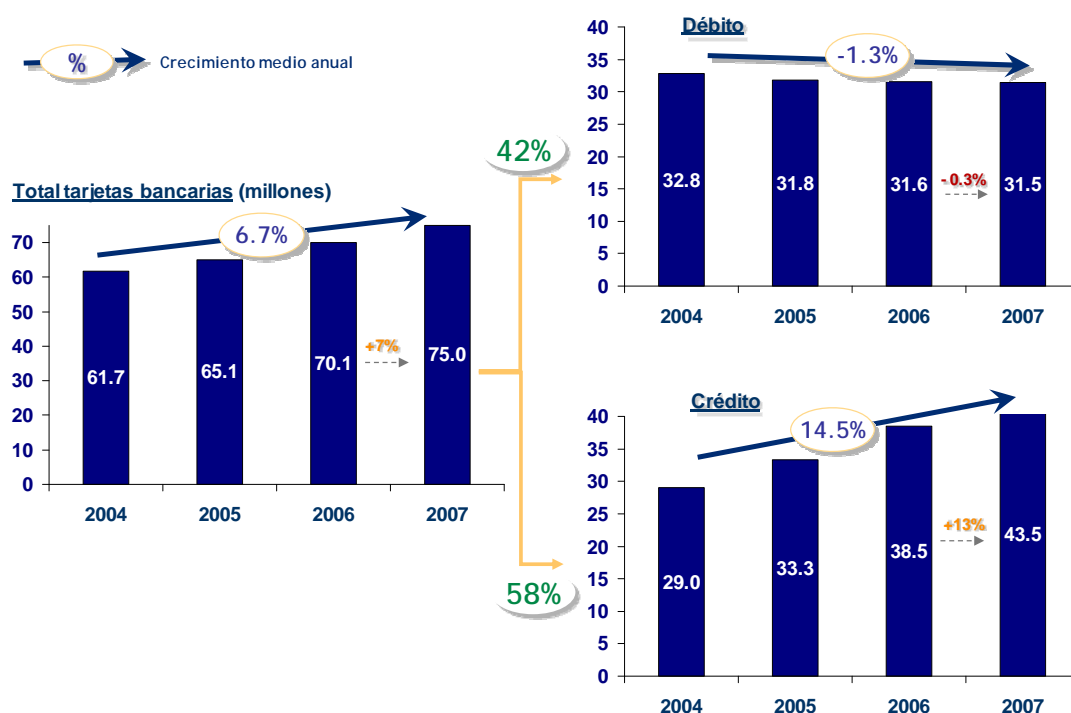
Tabla 3-7: Evolución del número de tarjetas en circulación (2000-2008)

	TARJETAS EN CIRCULACIÓN						Número millones
	Tarjetas						
	Crédito (a)	% variación interanual	Débito (a)	% variación interanual	Agregado	% variación interanual	
2000	16,06		29,74		45,80		
2001	17,75	10,52%	32,84	10,39%	50,58	10,44%	
2002	20,95	18,04%	32,67	-0,49%	53,62	6,01%	
2003	23,86	13,88%	33,10	1,29%	56,95	6,21%	
2004	28,96	21,40%	32,76	-1,00%	61,73	8,38%	
2005	33,25	14,79%	31,83	-2,84%	65,08	5,43%	
2006	38,49	15,76%	31,58	-0,80%	70,07	7,66%	
2007	43,49	13,00%	31,47	-0,36%	74,96	6,98%	
2008	44,82	3,05%	31,57	0,34%	76,40	1,92%	

Fuente: Banco de España.

La representación gráfica de lo anterior la podemos apreciar a continuación:

Gráfico 3-9: Evolución del número de tarjetas de débito / crédito (2004-2007)

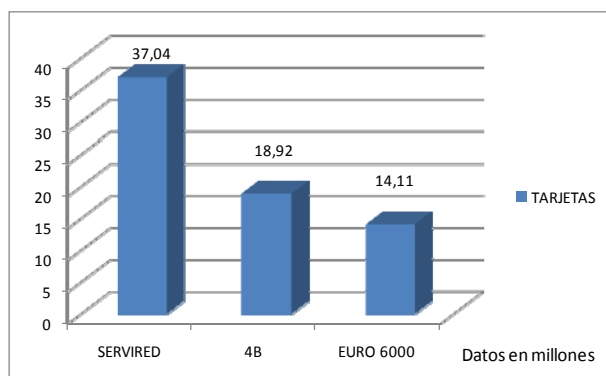


Fuente: Visa Europe sobre datos del Banco de España.

Con respecto a la distribución del total de tarjetas en circulación en función de la red a la que pertenecen (con datos del 2006), se puede apreciar el claro predominio de

Servired, con un 52,9% del total (37,04 millones de unidades), seguida a cierta distancia por 4B con un 27,0% (18,92 millones) y de Euro6000 con un 20,1% (14,11 millones)⁵⁴.

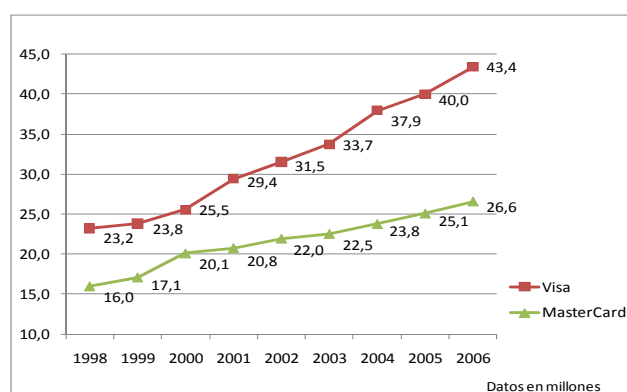
Gráfico 3-10: Distribución del número de tarjetas por redes (2006)



Fuente: Tatum.

Si hacemos la distribución por marcas, podemos ver como el reparto del mercado entre los dos únicos competidores reales existentes se salda a favor de Visa, que además de tener un mayor número de tarjetas también muestra un crecimiento más elevado. Con cifras del año 2006, del total de 70,07 millones de tarjetas bancarias en circulación el 62% corresponde a Visa (con 43,4 millones de unidades) y el 38% a MasterCard (26,6 millones).

Gráfico 3-11: Evolución del número de tarjetas bancarias por marca (1998-2006)



Fuente: DBK⁵⁵.

⁵⁴ Véase TATUM (2007): “¿Cómo está evolucionando el negocio de los medios de pago?. ¿Por qué se ha (re) abierto la guerra de las tarjetas?”, pág. 12.

⁵⁵ Véase DBK (2007): “Competitors: tarjetas de pago”.

3.4.2. NÚMERO DE CAJEROS AUTOMÁTICOS Y TPV EN COMERCIOS

En lo que respecta al número de cajeros automáticos, se observa un crecimiento constante, aunque este comportamiento ha venido moderándose ligeramente en el último cuatrienio. Al cierre del 2008 el parque español se acerca a los 62.000 ATM.

Tabla 3-8: Evolución del número de cajeros (2000-2008)

PARQUE DE CAJEROS Y DE
TERMINALES DE PUNTO DE VENTA

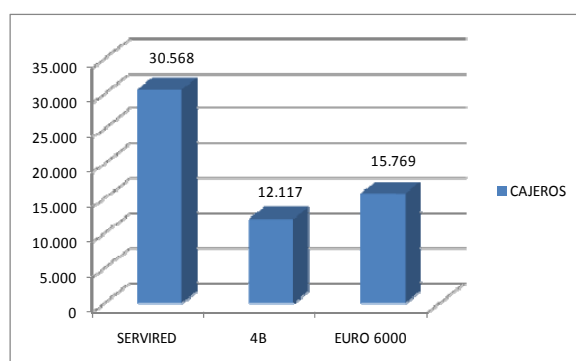
Situación a 31 de diciembre

	Totales			
	Cajeros	% variación interanual	Terminales	% variación interanual
2000	44.851		802.698	
2001	46.990	4,77%	853.055	6,27%
2002	49.876	6,14%	892.952	4,68%
2003	51.978	4,21%	959.404	7,44%
2004	55.399	6,58%	1.055.103	9,97%
2005	56.333	1,69%	1.193.872	13,15%
2006	58.454	3,77%	1.385.839	16,08%
2007	60.588	3,65%	1.462.459	5,53%
2008	61.714	1,86%	1.557.355	6,49%

Fuente: Banco de España.

Al analizar la distribución por redes (siempre con datos de cierre de 2006), se aprecia nuevamente el predominio de Servired, con el 52,3% del total (30.568 dispositivos), aunque en este caso Euro6000 con un 27,0% (15.769 dispositivos) arrebató la segunda posición a 4B, que tiene un 20,7% de cuota de mercado (12.117 unidades).

Gráfico 3-12: Distribución del número de cajeros por redes (2006)



Fuente: Tatum.

En lo que respecta a los TPV (Terminal Punto Venta), aun registrando variaciones moderadas en comparación con las de periodos 2005 y 2006, han seguido experimentando a lo largo de los dos últimos ejercicios crecimientos superiores a los de los cajeros. A lo largo del 2008 el parque ha superado el millón y medio de unidades.

Tabla 3-9: Evolución del número de TPV (2000-2008)

PARQUE DE CAJEROS Y DE
TERMINALES DE PUNTO DE VENTA

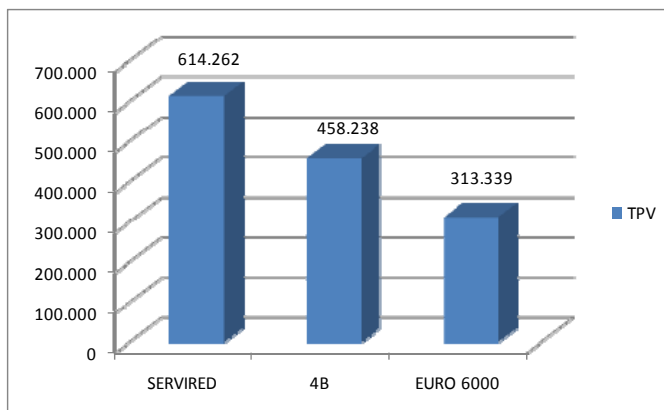
Situación a 31 de diciembre

	Totales			
	Cajeros	% variación interanual	Terminales	% variación interanual
2000	44.851		802.698	
2001	46.990	4,77%	853.055	6,27%
2002	49.876	6,14%	892.952	4,68%
2003	51.978	4,21%	959.404	7,44%
2004	55.399	6,58%	1.055.103	9,97%
2005	56.333	1,69%	1.193.872	13,15%
2006	58.454	3,77%	1.385.839	16,08%
2007	60.588	3,65%	1.462.459	5,53%
2008	61.714	1,86%	1.557.355	6,49%

Fuente: Banco de España.

Al igual que sucedía con el número de tarjetas y de cajeros, también en el caso de los TPV Servired consolida su liderazgo, en base a los datos del 2006, con un 44,3% del total (614.262 unidades), por delante de 4B, que tiene una cuota de mercado del 33,1% (458.238 unidades) y de Euro6000, que cuenta con un 22,6% del total (313.339 unidades).

Gráfico 3-13: Distribución del número de TPV por redes (2006)



Fuente: Tatum.

3.4.3. UTILIZACIÓN DE TARJETAS Y TPV

El número de transacciones en compras y el valor de las mismas (quizás las magnitudes más significativas) han aumentado a ritmos importantes en los últimos ejercicios (siempre de dos dígitos) con excepción del 2008, en el que se aprecia una fuerte desaceleración que coincide con el comienzo de la crisis de liquidez que ha afectado globalmente a todas las economías desarrolladas.

El cuadro siguiente muestra las facturaciones de las tarjetas bancarias nacionales en territorio nacional.

Tabla 3-10: Evolución de las operaciones de compra en TPV (2002-2008)

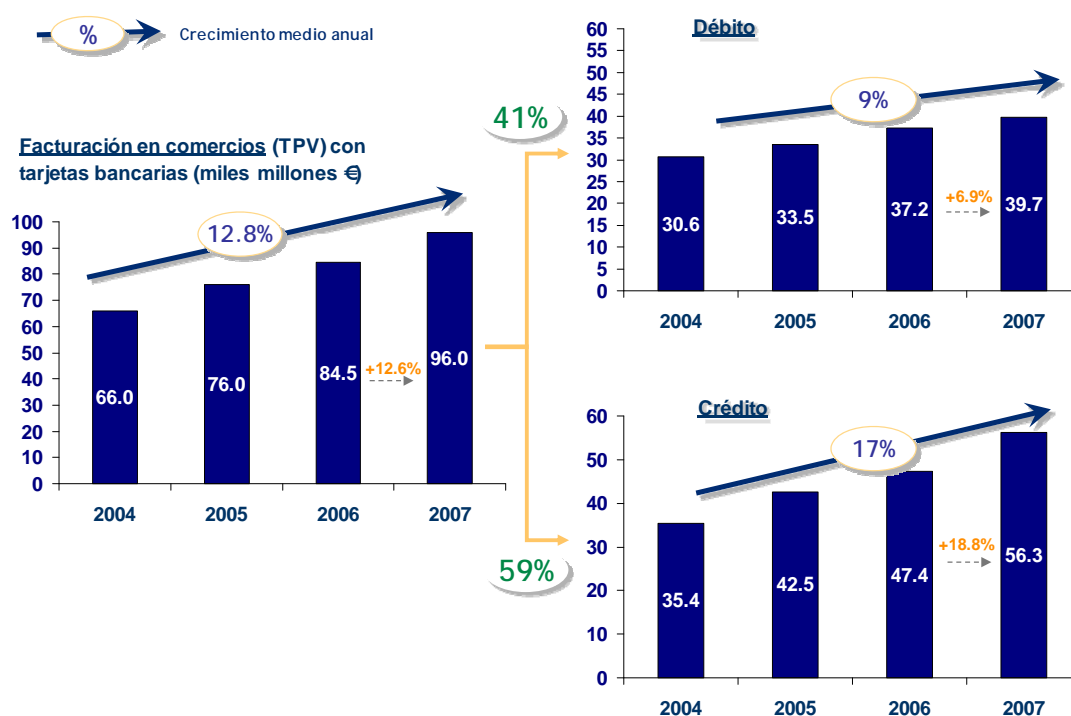
	OPERACIONES DE COMPRAS EN TERMINALES DE PUNTO DE VENTA (a)				Número e importe	
					Operaciones en miles e importes en millones de euros	
	Totales					
	Operaciones	% variación interanual (b)	Importes	% variación interanual		
2002	991.564		46.828,92			
2003	1.070.162	7,93%	53.403,00	14,04%		
2004	1.235.093	15,41%	62.515,42	17,06%		
2005	1.372.055	11,09%	71.468,43	14,32%		
2006	1.571.046	14,50%	79.115,03	10,70%		
2007	1.830.000	16,48%	89.395,89	12,99%		
2008	1.985.168	8,48%	94.413,92	5,61%		

(a) Operaciones realizadas en dispositivos situados en España con tarjetas emitidas por entidades adheridas a redes españolas

Fuente: Banco de España.

Si tomamos la facturación total, es decir, considerando las operaciones en el extranjero, los datos serán los que se muestran de forma gráfica a continuación.

Gráfico 3-14: Evolución de las operaciones de compra por tipo de tarjeta (2004-2007)



Fuente: Visa Europe sobre datos del Banco de España.

En lo que respecta al número de transacciones en cajeros, en los últimos años han mantenido un comportamiento dinámico que se ha manifestado en un aumento progresivo de la tasa de utilización de los mismos. Como en el caso de las compras, el 2008 supone un punto de inflexión.

Tabla 3-11: Evolución de las operaciones de disposición de efectivo en cajeros (2002-2008)

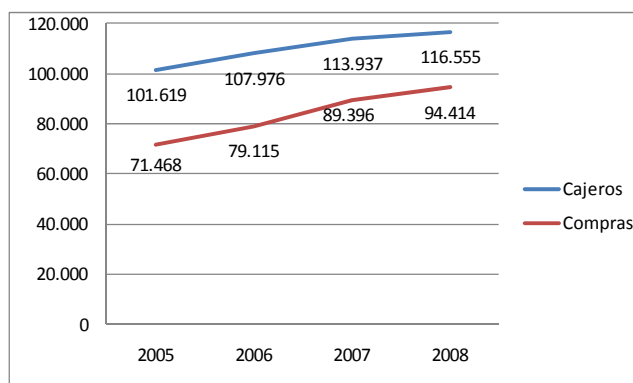
	OPERACIONES DE RETIRADA DE EFECTIVO EN CAJEROS (c)			
	Número e importe			
	Operaciones en miles e importes en millones de euros			
	Totales			
	Operaciones	% variación interanual	Importes	% variación interanual
2002	899.075		82.024,59	
2003	923.126	2,68%	91.023,74	10,97%
2004	942.503	2,10%	96.013,22	5,48%
2005	957.561	1,60%	101.619,36	5,84%
2006	986.399	3,01%	107.976,41	6,26%
2007	1.011.467	2,54%	113.936,79	5,52%
2008	1.018.939	0,74%	116.555,44	2,30%

(c) Operaciones realizadas en dispositivos situados en España con tarjetas emitidas por cualquier entidad.

Fuente: Banco de España.

Si comparamos la evolución de los importes de las compras con los de las retiradas de efectivo en cajeros, observaremos como estos últimos han venido mostrando tradicionalmente valores superiores.

Gráfico 3-15: Comparación de la evolución de la facturación en compras con las disposiciones de efectivo en cajeros (2005-2008)



Importes en millones de euros

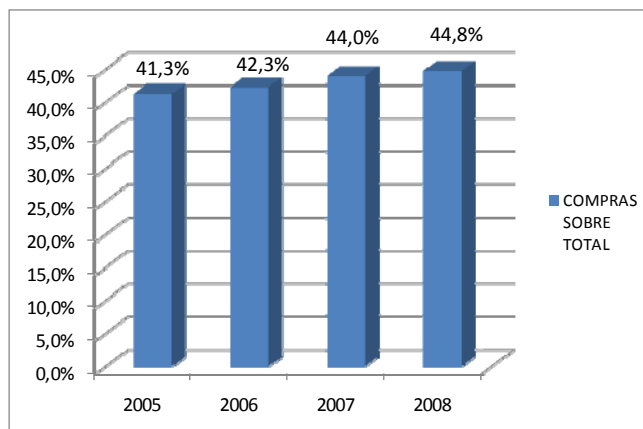
Fuente: Banco de España.

Si profundizamos en ello y hallamos la relación entre los importes de las compras y los importes totales (compras más cajeros) hallaremos uno de los ratios definitorios del mundo de los medios de pago⁵⁶.

En el gráfico que se muestra a continuación se observa la débil tendencia creciente que dicho ratio muestra en los últimos cuatro ejercicios, lo que sin duda nos lleva a la conclusión de que el mercado español se encuentra en este aspecto lejos de otros países de nuestro entorno, lo que pone de manifiesto un alto potencial en este terreno.

⁵⁶ Los ratios están contruidos comparando los importes de las compras de las “tarjetas nacionales en TPV nacionales”, con los importes de las extracciones “totales” en cajeros, es decir, incorporando las operaciones realizadas por tarjetas internacionales. Conceptualmente resulta incorrecto, pero ante la ausencia de datos que permitan hacer una mejor comparación y debido a la presumible poca relevancia de las disposiciones de efectivo de tarjetas extranjeras en cajeros locales, hemos decidido darlo por bueno.

Gráfico 3-16: Evolución del ratio de facturación en compras sobre la facturación total (2005-2008)



Fuente: Elaboración propia sobre datos del Banco de España.

3.4.4. DATOS COMPARATIVOS CON LOS PRINCIPALES PAÍSES EUROPEOS

A continuación vamos a relacionar las principales magnitudes del mercado español de los medios de pago con las de los países de su entorno más cercano.

3.4.4.1. NÚMERO DE TARJETAS

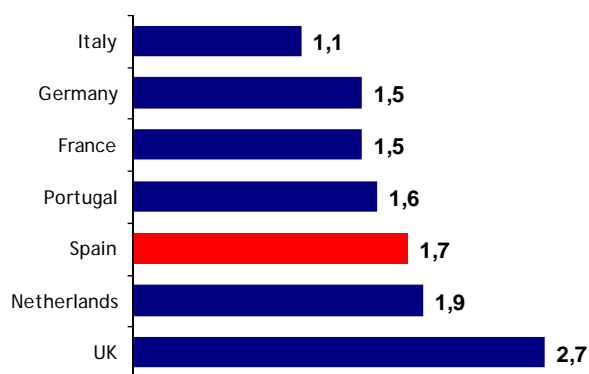
Según datos del Banco de España ya vistos con anterioridad, el parque de tarjetas de crédito en nuestro país era al cierre de 2007 de 43,49 millones tras un aumento del 13,00% respecto al año anterior y por delante de los 31,47 millones de tarjetas de débito, cuyo número retrocedió un -0,36%. Si comparamos la cifra total de 74,96 millones con respecto a una población aproximada de 45 millones de habitantes (según el INE) vemos como supone una media de 1,7 tarjetas por persona⁵⁷.

Esto sitúa al mercado español en una posición destacada, por detrás de Holanda y del Reino Unido pero por delante de países como Portugal, Francia, Alemania e Italia,

⁵⁷ De acuerdo con la terminología usualmente aceptada, que no tiene en consideración la capacidad jurídica de contratación de la población.

por lo que podemos concluir que la penetración de las tarjetas en el mercado español alcanza niveles bastante satisfactorios.

Gráfico 3-17: Número de tarjetas por habitante en Europa (2007)



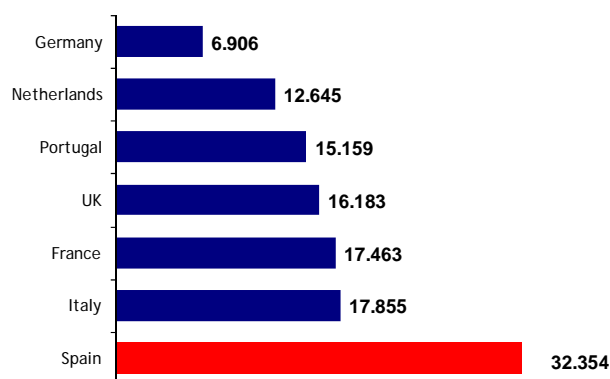
Fuente: Banco de España, Eurostat, Visa Europe.

3.4.4.2. NÚMERO DE TPV

De acuerdo con los datos de que disponemos, por cada millón de habitantes existen en el mercado español 32.354 terminales en punto de venta⁵⁸, cifra muy superior al del resto de los países de nuestro entorno de los que tenemos información.

⁵⁸ Para la confección del gráfico nos hemos basado en la información proporcionada por Visa Europe en la cual se asigna al parque español un valor de 25.555 TPV por millón de habitantes. Este dato lo hemos corregido con las cifras publicadas por Banco de España (en lo que respecta al número de dispositivos), y por el INE (en lo que respecta al censo poblacional), en ambos casos con datos de cierre de 2007. De esta forma llegamos a la conclusión de que el dato correcto se corresponde con 32.354 TPV por millón de habitantes.

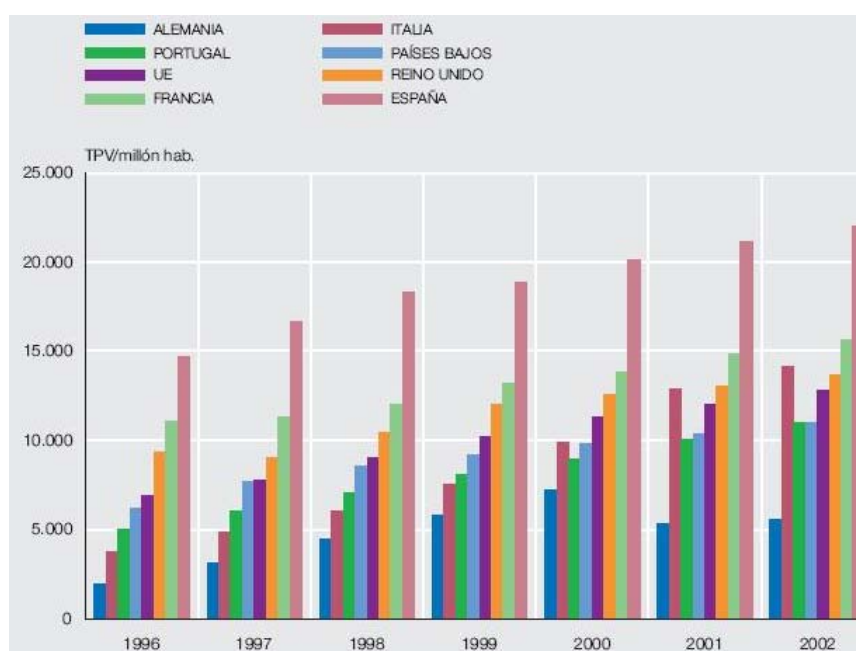
Gráfico 3-18: Número de TPV por millón de habitantes en Europa (2007)



Fuente: Banco de España, Eurostat, Visa Europe.

Además, no se trata de una situación de mercado sobrevenida como consecuencia de una estrategia reciente. De hecho, podemos observar como esta ventaja competitiva con respecto a los países de nuestro entorno se viene consolidando en el mercado español al menos desde mediados de los años 90⁵⁹.

Gráfico 3-19: Evolución del número de TPV por millón de habitantes en Europa (1996-2004)



Fuente: Banco de España.

⁵⁹ Véase BANCO DE ESPAÑA (2008): “Evolución en España de las tarjetas como medios de pago (1996-2004)”, accesible en: <http://www.bde.es/webbde/es/sispago/estfin0802.pdf>.

Estos datos parecen indicar que las entidades financieras aceptan que el hecho de recoger la facturación de un comercio describe el punto clave a efectos de establecer una relación perdurable, de forma análoga a como se interpreta que la domiciliación de la nómina constituye el factor clave en la fidelización de un cliente particular.

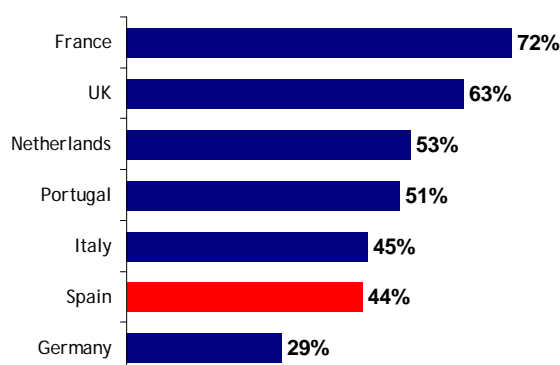
Este hecho puede explicar igualmente la razón por la que las entidades financieras tradicionales españolas no quieren desistir en su intento de mejorar su cuota de mercado, aún cuando en este aspecto la bancarización del sector es la mayor de Europa con gran diferencia.

3.4.4.3. UTILIZACIÓN DE TARJETAS Y TPV

Como se puso de manifiesto en el apartado anterior, en España, y con datos del año 2006, el “uso en compras con tarjeta en relación con el total” se elevó al 42,3%. Comparativamente, las cifras del mercado europeo (ya analizadas en el apartado 2.7.2.), mostraban una media del 62,8%.

Centrándonos en los países de nuestro entorno y ya con datos del 2007, el porcentaje mostrado por el mercado español (44,0%), contrasta con el conseguido por Francia (72%) y con el del Reino Unido (63%).

Gráfico 3-20: Ratio de facturación en compras sobre facturación total en Europa (2007)



Fuente: Visa Europe.

A nivel de bancos y de cajas, en la tabla 3-12⁶⁰, que se muestra a continuación, podemos posicionar a las entidades españolas que es posible identificar en el ranking de las 55 más relevantes del contexto europeo, ordenadas por el volumen total de las transacciones (suma de compras más cajeros).

En este sentido, podemos encontrar a La Caixa en el puesto 15, al BBVA en el 21, a Caja Madrid en el 26, al Grupo Santander⁶¹ en el 34 y al Banco Popular en el puesto 50.

Pero si tenemos en cuenta el porcentaje que representa el volumen de las compras en relación con las transacciones totales (compras más cajeros), observaremos como a excepción del Banco Popular, todas las entidades empeoran su posición en el ranking de forma muy considerable, situándose en la cola del pelotón.

Si nos centramos en las tres entidades con volúmenes totales más elevados, encontraremos a La Caixa con un ratio de compras sobre el total del 50,89% en el puesto 46, al BBVA con el 43,32% en el puesto 52 y a Caja Madrid con el 40,04% en el puesto 53. Muy lejos, en cualquier caso, de los representantes ingleses y franceses.

⁶⁰ Véase CINCO DÍAS (17/03/2008): “La banca española entra en la puja del negocio de tarjetas en Europa”, en donde se muestran datos extraídos de The Nilson Report correspondientes al año 2006.

⁶¹ Incluye los datos de Santander Consumer Finance.

Tabla 3-12: Ranking de las 50 entidades más relevantes de Europa

Emisor	País	Tarjetas de uso general				% correspondiente a Visa y Mastercard						
		Volumen (millones USD)	Compras (millones de USD)	Tarjetas (miles de unidades)	% COMP/VOL	Volumen (mill. USD)	Compras (mill. USD)	Tarjetas (miles de unidades)				
		RK	RK	RK	RK							
Barclays Bank	Reino Unido	145.608,5	1	102.810,4	1	22.300	1	70,61%	25	100,0	100,0	100,0
Crédit Agricole	Francia	135.696,7	2	96.801,4	2	15.260	6	71,34%	21	90,6	95,1	87,2
Lloyds TSB (excl. Comm.)	Reino Unido	124.217,7	3	79.289,4	4	16.649	5	63,83%	30	100,0	100,0	100,0
HSBC	Reino Unido	115.560,8	4	83.196,6	3	20.709	2	71,99%	20	32,2	42,2	50,2
HBOS (incl. JV)	Reino Unido	107.418,2	5	63.302,8	6	17.994	4	58,93%	40	100,0	100,0	100,0
RBS/Natwest	Reino Unido	79.969,3	6	63.443,5	5	18.115	3	79,33%	11	36,2	35,5	39,8
Poste Italiane	Italia	53.018,4	7	33.468,1	8	8.162	15	63,13%	34	5,7	4,3	33,1
ING/Postbank	Holanda	46.364,2	8	28.608,5	15	7.793	16	61,70%	35	5,5	7,2	18,0
Crédit Mutuel	Francia	45.876,4	9	32.391,1	9	5.519	23	70,61%	26	94,7	94,5	80,7
BNP Paribas	Francia	43.625,2	10	31.807,2	10	4.152	28	72,91%	19	100,0	100,0	100,0
La Banque Postale	Francia	43.444,8	11	29.300,0	13	4.925	26	67,44%	29	100,0	100,0	100,0
Caisse d'Epargne	Francia	40.631,0	12	35.012,9	7	6.309	22	86,17%	9	99,4	100,0	96,2
Société Générale	Francia	39.385,3	13	29.331,5	12	3.965	30	74,47%	16	100,0	100,0	100,0
MBNA	Reino Unido	38.499,3	14	29.644,5	11	7.115	18	77,00%	14	100,0	100,0	100,0
La Caixa	España	37.719,5	15	19.195,8	20	9.006	12	50,89%	46	99,8	99,8	99,6
Santander Abbey	Reino Unido	37.237,0	16	20.942,3	17	4.013	29	56,24%	42	100,0	100,0	100,0
Swedbank	Suecia	34.557,6	17	20.350,8	18	3.605	34	58,89%	41	82,0	89,9	77,2
Sberbank	Rusia	33.733,9	18	1.664,4	59	14.434	7	4,93%	65	54,9	79,7	42,7
Banque Populaire	Francia	33.294,0	19	27.500,2	16	3.691	33	82,60%	10	100,0	100,0	100,0
Cartasi	Italia	32.159,4	20	28.898,2	14	6.986	19	89,86%	6	100,0	100,0	99,4
BBVA	España	28.405,4	21	12.306,6	25	6.646	21	43,32%	52	100,0	100,0	99,8
Nationwell Build. Soc.	Reino Unido	26.588,1	22	19.645,5	19	4.548	27	73,89%	17	100,0	100,0	100,0
Isbank	Turquía	25.679,2	23	9.205,9	33	10.991	10	35,85%	54	97,3	99,9	96,3
Yapi Kredi Bank	Turquía	23.235,8	24	16.517,6	22	10.684	11	71,09%	23	96,1	99,8	92,9
Garanti Bank	Turquía	22.261,0	25	15.040,8	24	8.951	13	67,57%	28	80,4	99,2	74,0
Caja Madrid	España	21.372,2	26	8.557,0	35	5.137	24	40,04%	53	98,6	99,0	98,0
CIC	Francia	21.190,1	27	18.420,0	21	2.799	39	86,93%	8	98,3	98,6	94,7
PKO Bank Polski	Polonia	20.065,5	28	2.729,7	54	6.716	20	13,60%	62	100,0	100,0	100,0
Akbank	Turquía	19.387,7	29	10.005,6	32	8.519	14	51,61%	45	53,7	97,6	41,1
Nordea	Suecia	18.106,4	30	10.931,1	29	1.951	49	60,37%	38	100,0	100,0	100,0
Caixa Geral de Depositos	Portugal	18.015,2	31	7.928,4	40	4.996	25	44,01%	51	81,9	82,8	75,4
Alliance & Leicester	Reino Unido	16.870,1	32	10.662,6	30	2.308	45	63,20%	33	100,0	100,0	100,0
Danske Bank	Dinamarca	16.640,9	33	15.924,3	23	1.580	52	95,69%	2	99,4	100,0	95,6
Banco Santander (inc. SCF)	España	16.626,9	34	8.118,9	36	7.403	17	48,83%	47	93,9	89,7	92,7
National Australia Group	Reino Unido	16.264,6	35	11.517,8	26	2.995	37	70,82%	24	18,5	22,9	26,0
T. C. Ziraat Bankasi	Turquía	15.312,4	36	899,9	64	11.608	9	5,88%	64	43,6	95,8	57,0
SEB Kort	Suecia	14.910,3	37	8.010,2	38	1.487	55	53,72%	44	100,0	100,0	100,0
Nordea	Finlandia	13.320,8	38	8.033,2	37	1.425	57	60,31%	39	100,0	100,0	100,0
Goldfish (Morgan Stanley)	Reino Unido	12.565,6	39	11.040,9	28	2.344	44	87,87%	7	100,0	100,0	100,0
Ceska Sportelna	República Checa	12.438,4	40	2.157,9	56	3.068	36	17,35%	58	78,0	81,9	79,7
Raiffeisen Zentralbank	Austria	12.432,6	41	5.909,2	43	2.669	41	47,53%	48	11,4	21,7	16,6
T. Vakıflar Bankasi	Turquía	12.201,8	42	2.012,2	57	14.227	8	16,49%	59	51,9	99,3	45,3
Capital One	Reino Unido	12.152,4	43	8.944,6	34	3.391	35	73,60%	18	100,0	100,0	100,0
Egg	Reino Unido	11.598,6	44	11.117,0	27	2.439	43	95,85%	1	100,0	100,0	100,0
The Cooperative Bank	Reino Unido	11.389,0	45	10.582,7	31	2.486	42	92,92%	4	100,0	100,0	100,0
Credit Suisse	Suiza	10.302,1	46	7.994,9	39	1.469	56	77,60%	13	40,8	49,4	53,0
Bank Pekao	Polonia	10.049,0	47	1.800,3	58	2.745	40	17,92%	56	11,5	37,0	18,8
Nordea	Dinamarca	9.757,3	48	6.955,1	41	674	63	71,28%	22	100,0	100,0	100,0
BPH	Polonia	8.924,4	49	1.552,4	60	1.810	51	17,40%	57	11,9	42,7	34,8
Banco Popular	España	8.396,7	50	5.131,6	47	3.955	31	61,11%	36	94,9	98,8	95,2
Bank Austria Creditanstalt	Austria	7.593,2	51	4.817,1	48	1.956	48	63,44%	32	27,4	39,7	28,4
Credit du Nord	Francia	7.480,3	52	5.721,1	44	1.084	60	76,48%	15	100,0	100,0	100,0
Banco Espírito Santo	Portugal	7.311,1	53	3.940,3	49	2.045	46	53,89%	43	100,0	100,0	100,0
UBS	Suiza	7.119,4	54	6.591,9	42	1.177	59	92,59%	5	100,0	100,0	100,0
HSBC	Francia	6.999,0	55	5.511,0	45	957	61	78,74%	12	100,0	100,0	100,0

Fuente: Cinco Días del 17/03/2008 basado en datos de The Nilson Report.

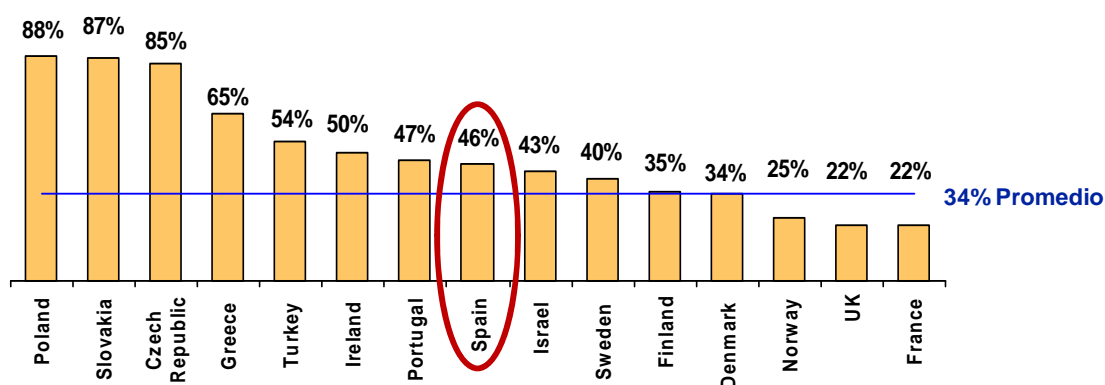
Todo ello muestra de forma clara la interpretación que los clientes de las entidades españolas hacen de la funcionalidad de las tarjetas en su poder, y que de acuerdo con los datos mostrados pasa por una priorización de la extracción de efectivo en cajeros en detrimento de la transaccionalidad en compras, sin que este hecho se deba a un problema de despliegue material, ya que la banca española ha puesto a disposición de la demanda la mayor red de distribución sucursalista de cajeros automáticos y de TPV de Europa.

Las explicaciones que nos podrían ayudar a entender esta situación son varias y serán objeto de análisis detallado en el epígrafe 3.5 de este mismo capítulo. A modo de avance, señalaremos a dos de ellas: la gran economía sumergida que todavía existe en nuestro país en relación con los países de nuestro entorno y que conlleva un mayor uso del efectivo, y los inadecuados procesos de venta en las oficinas comerciales de las entidades financieras.

En relación con el efectivo, debemos considerar que tradicionalmente ha mostrado niveles de uso muy superiores a los que corresponden en promedio al conjunto de la UE.

A estos efectos destacamos los datos mostrados por European Data que podemos ver a continuación:

Gráfico 3-21: El efectivo como % del consumo privado en Europa (2007)



Fuente: European Data.

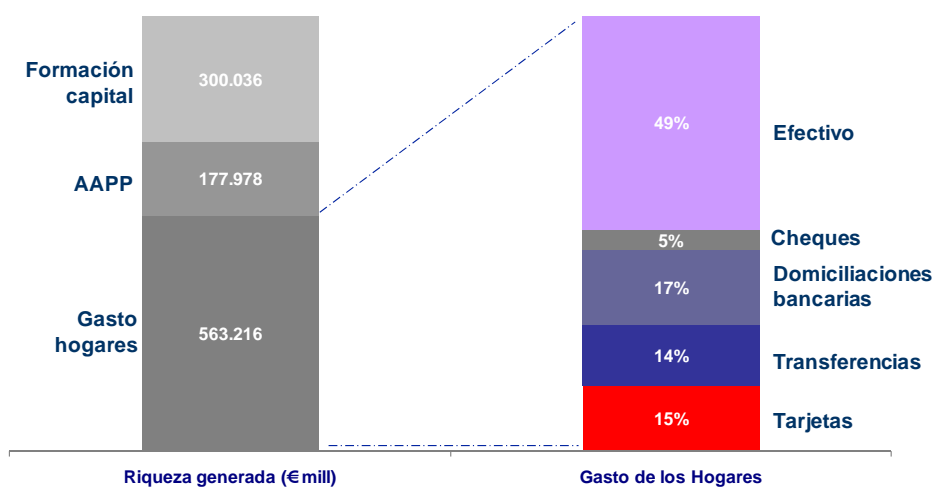
Podemos apreciar como precisamente son UK y Francia, que antes aparecían

encabezando en ranking de compras con tarjeta, los que muestran una menor incidencia del uso del efectivo.

Sobre esto cabría sobreponer el efecto que pudiera tener el muy dimensionado parque de cajeros español, que sin duda propicia este tipo de uso. Este despliegue es debido no sólo a la expansión natural del producto (relacionado con el tamaño de la red sucursalista, que muestra la mayor capilaridad de entre los países del mundo occidental), sino a la tendencia a incorporar varios dispositivos en una misma sucursal como método de aligeramiento de las esperas en las ventanillas.

Además del gasto en compras en relación con el total, otra magnitud que nos ayuda a comprender el gran camino por recorrer es el estudio de la proporción de gasto en tarjeta con respecto al total del gasto de los hogares españoles, que podemos cifrar en el 15%.

Gráfico 3-22: Distribución por producto del gasto total de los hogares en España (2007)

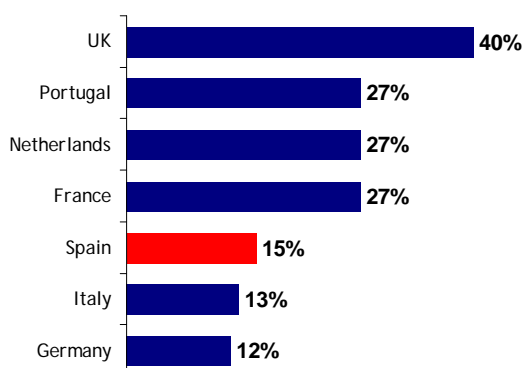


Fuente: INE, Datamonitor, Visa Europe⁶².

Si comparamos esta cifra con las de nuestro entorno más cercano, observaremos como se aleja de forma importantísima de la mostrada por UK (que llega al 40%) para situarse aproximadamente en la mitad que la que muestran Portugal, Holanda y Francia.

⁶² En este gráfico se concede al efectivo una penetración del 49%, frente al 46% del informe de European Data mostrado en este mismo capítulo.

Gráfico 3-23: Facturación en compras como % del consumo personal en Europa (2007)



Fuente: Visa Europe.

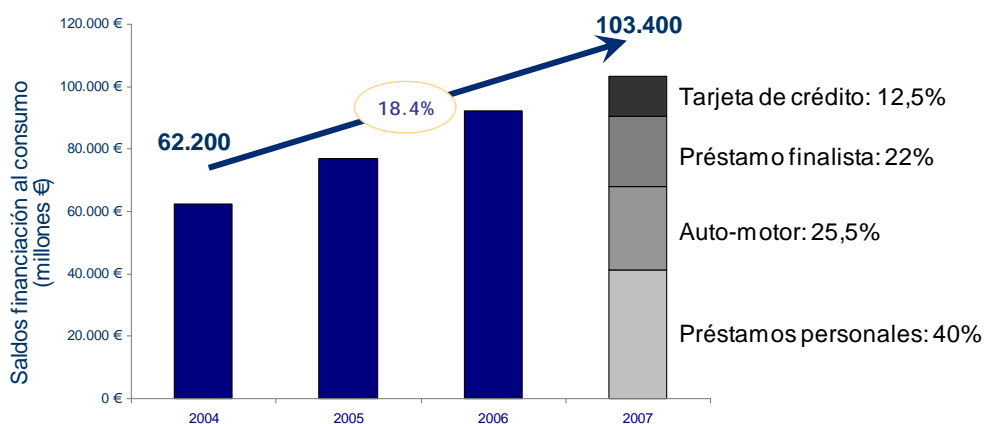
Como resumen, podemos observar como el mercado español se encuentra desarrollado de forma sobresaliente en lo que respecta a la penetración de los terminales en punto de venta en comercios, y de forma notable en lo que hace referencia al parque de tarjetas en poder de los consumidores. Pero estas cifras no se corresponden con una elevada utilización real de las tarjetas como instrumento para realizar transacciones de compra en comercios, sino que mayoritariamente se utilizan en cajeros para obtener efectivo con el que efectuar el pago de dichas compras.

3.4.4.4. FINANCIACIÓN EN TARJETA

Un último aspecto a comparar con nuestro entorno cercano es el relativo al porcentaje de financiación al consumo que se realiza a través de tarjeta de crédito.

Si analizamos la distribución del total de los saldos financiados al consumo, observamos cómo en el sistema español los préstamos encabezan el ranking con un 62% del total (suma de los préstamos personales y de los préstamos finalistas), seguidos por los saldos de la financiación del sector automovilístico. Frente a ellos, los saldos en tarjeta de crédito, que alcanzan un 12,5% se encuentran en una situación de franca desventaja.

Gráfico 3-24: Distribución de los saldos de la financiación al consumo en España (2007)

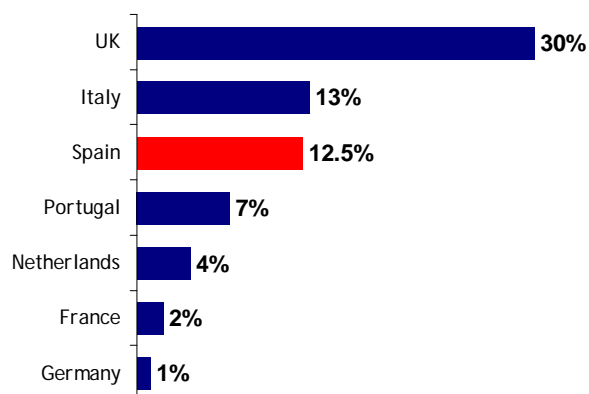


Fuente: Visa Europe.

No tomaremos en consideración en este estudio la financiación del sector auto-motor, por considerar que en gran parte se encuentra impulsada por las propias financieras de marca, lo que la hace poco vulnerable a las iniciativas de bancos y cajas.

Comparando los datos de los saldos aplazados en tarjeta (12,5%) con los de los principales países europeos, comprobaremos como una vez más el Reino Unido ostenta una situación de privilegio, estando el resto de los países europeos, incluida España, bastante retrasados, tal y como se ve en el gráfico que se muestra a continuación:

Gráfico 3-25: Porcentaje de saldos aplazados en tarjetas en Europa (2007)



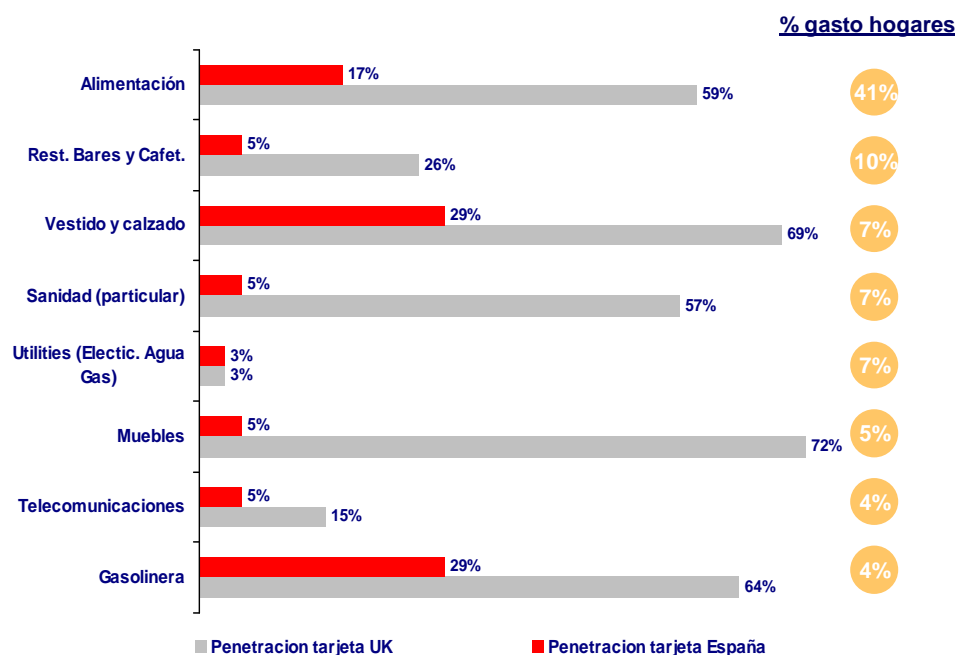
Fuente: Visa Europe.

Si por todo ello entendiéramos que el mercado anglosajón (como modo de referirnos al esquema capitaneado por UK y que se replica en EEUU) se erige como una

de las principales referencias de nuestro mercado local, procedería hacer ahora una comparación de la penetración de las tarjetas en los principales sectores de actividad de ambos mercados. De entre aquellos que hemos podido analizar (y que representan el 85% del gasto corriente de los hogares), observamos como existen oportunidades en prácticamente todos ellos.

Aun siendo necesario un análisis más pormenorizado, lo que sí que parece evidente es que nos encontramos ante unas diferencias que no parecen provenir de actuaciones locales por parte de sectores concretos, sino de una forma de entender el producto por parte de los titulares de las tarjetas bancarias.

Gráfico 3-26: Comparación entre España y UK del uso de las tarjetas por sectores (2007)



Fuente: Euromonitor.

3.5. RESUMEN DEL MERCADO ESPAÑOL DE MEDIOS DE PAGO

Como hemos señalado en el apartado 3.1.1., las tarjetas de pago aparecieron en España en 1970 de la mano de BankAmericard (ahora Visa) y Banco de Bilbao (ahora BBVA).

Sin embargo, transcurridas casi cuatro décadas desde entonces, estamos en condiciones de afirmar que pese al adecuado desarrollo de los medios materiales necesarios (en términos de TPV y de tarjetas en circulación) el uso de las tarjetas todavía no ha alcanzado los niveles de utilización en comercios que tienen en otros países de nuestro entorno con mayor grado de desarrollo en el negocio de los medios de pago.

Como señala el profesor Bernal (2001)⁶³ “el estudio de la situación de la oferta y demanda de tarjetas de pago del mercado español, en relación con los países de nuestro entorno, debe de partir del análisis previo del nivel de arraigo que, por motivos históricos, culturales, económicos, estructurales, etc. tienen en cada uno de ellos otros métodos de pago sustitutivos”.

Y en nuestro país el método de pago por excelencia ha sido el efectivo. En palabras de Bernal, “diversas cualidades del efectivo como son su anonimato, nulo coste explícito, inmediatez en la transferencia de su valor, amplio respaldo legal, difícil falsificación o su arraigo en las costumbres de los usuarios, lo han situado como el principal competidor del conjunto de instrumentos de pago ofertados por las entidades financieras”.

No es difícil conciliar esta información con la que vimos en el “ranking de las 50 entidades más relevantes de Europa”: Francia y UK muestran los menores porcentajes de uso de efectivo y sus entidades financieras representantes marcan la pauta en el

⁶³ Véase BERNAL, E. (2001): “El mercado español de tarjetas de pago bancarias: situación actual y perspectivas”, Civitas.

ranking tanto en lo que respecta a volúmenes totales como en porcentaje de uso de las tarjetas bancarias en compras.

Este comportamiento diferencial respecto al resto de países desarrollados ya ha sido puesto de manifiesto y analizado por diversos autores⁶⁴. Los resultados de dichos análisis apuntan a la importante economía sumergida existente en nuestro mercado en relación con la que está presente en los demás países, como principal factor explicativo de tales diferencias.

Entre los motivos más aludidos para explicar el crecimiento de la actividad irregular en nuestro país, principalmente desde mediados de los 80, se encuentran los de origen fiscal. En concreto como consecuencia de la implantación del IVA en enero de 1986 y la culminación del proceso de reforzamiento de la inspección fiscal sobre activos financieros. La entrada de estas dos normativas fiscales fue la que provocó, en palabras de Escobedo y Mauleón (1991)⁶⁵, un incremento de la presión fiscal que pudo haber incentivado el aumento de la economía oculta al objeto de eludir esa mayor carga tributaria. De ahí que el efectivo, debido a sus características, entre las que se encuentra el anonimato de las transacciones liquidadas, se haya convertido en el medio de pago ideal para aquellas transacciones realizadas al margen de la actuación fiscalizadora del Estado.

Basándose en todo ello, muchos son los autores (como los ya citados Quirós, Santillán, Manrique, Escobedo y Mauleón) que coinciden en afirmar que los principales factores que subyacen en la preferencia de efectivo en España y a su importante crecimiento en relación con los principales países de nuestro entorno están asociados al atesoramiento de este medio de pago como activo fiscalmente opaco o a su utilización para la liquidación de transacciones en la economía sumergida.

⁶⁴ El profesor Bernal extrae las conclusiones de las obras de QUIRÓS, G. (1990): "La evolución del efectivo en manos del público", *Papeles de Economía Española*, nº 43, de SANTILLÁN, J. (1991): "El sistema de pago español", *Boletín Económico*, Banco de España, y de MANRIQUE, M. (1996): "Determinantes de la demanda de efectivo en España", *Boletín Económico*, Banco de España.

⁶⁵ Véase ESCOBEDO, M^a I. y MAULEÓN, I. (1991): "Demanda de dinero y economía sumergida", Instituto de Estudios Fiscales. En este trabajo se efectúa una aproximación cuantitativa a la economía sumergida española y al fraude fiscal, de acuerdo con el principio de que el aumento de la demanda de determinados activos líquidos mantiene relación con el crecimiento de la economía oculta.

Pero hay otro efecto en el que insiste el profesor Bernal: en España tradicionalmente las tarjetas bancarias han sido entregadas a sus titulares como resultado de la venta cruzada de cuentas a la vista o de otros productos bancarios tradicionales, y no como productos independientes con entidad propia. Ello supone que su comercialización no ha llevado incorporada una información detallada de las ventajas intrínsecas de las tarjetas bancarias como medio de pago de las compras en comercios, ni de las posibilidades de financiación inherentes a las mismas.

Podríamos en este punto evaluar algún que otro aspecto de índole sociocultural, pero entendemos que no es objeto de esta tesis.

Si lo es, sin embargo, la tasa de descuento aplicada sobre las ventas de los comerciantes por las entidades financieras. Independientemente de las razones aludidas por éstas para justificar los niveles de dichas tarifas, el hecho cierto es que el descontento del sector comercial español se ha dejado sentir con contundencia durante los últimos años. Por ello no cabe desdeñar el que los propios comerciantes hayan podido desanimar, directa o indirectamente, el uso de las tarjetas bancarias en sus establecimientos, tal y como sucede cuando ciertos descuentos ofertados por el comercio no son aplicables si el pago se realiza con tarjetas.

Y con este escenario llegamos hasta el año 2005, en el que los pilares del negocio tradicional de las tarjetas bancarias han sido seriamente modificados con motivo de las sentencias del Tribunal de Defensa de la Competencia, que culminaron en la rúbrica del acuerdo marco suscrito entre las principales asociaciones de comerciantes y las entidades financieras (por medio de las redes en las que se integran) y que regula las tasas de intercambio con importantes decrementos para el periodo 2006-2010 (profundizaremos ampliamente en este aspecto en el capítulo siguiente).

Además están apareciendo nuevos factores de competencia en el sector, entre los que destacamos la irrupción de nuevos intervinientes en el mercado (p. e. MBNA, Carrefour Servicios Financieros) y de nuevas formas de pago, tanto en el mundo puramente on line (p. e. Paypal) como en el comercio en general (p. e. Mobipay).

Efectivamente, hasta hace bien poco, las entidades emisoras de tarjetas bancarias, al contrario de lo ocurrido en otros países, no habían tenido que afrontar de manera intensa la competencia internacional ni la intersectorial en la comercialización de estos productos. Por el contrario, el sistema minorista bancario en España se ha visto protegido de la competencia extranjera como consecuencia de la importante barrera de entrada que ha supuesto la presencia de una de las redes de sucursales bancarias más densas del ámbito mundial.

Por todo ello, las tarjetas bancarias están siendo reformuladas en la actualidad por parte de las entidades emisoras con la intención de que los usuarios comprendan las posibilidades de las que han dispuesto aún sin saberlo.

4. TASAS DE INTERCAMBIO

De acuerdo con lo analizado en el epígrafe 2.4., las tasas de intercambio alcanzan tres niveles geográficos de actuación: las “tasas inter-regionales” (aplicables entre las diferentes regiones en las que es posible dividir el mercado global de los medios de pago), las “tasas intra-regionales” (dentro de una misma región y que en nuestro entorno se concreta en las “tasas intra-europeas”) y las “tasas domésticas” (de aplicación en cada mercado local). Han sido precisamente estos dos últimos niveles los que han venido siendo supervisados por las autoridades tanto europeas como nacionales, que llevan ya varios años instando a las marcas regidas bajo modelos cuatripartitos a rebajar las mismas, por entender que este tipo de funcionamiento puede vulnerar los principios de la libre competencia⁶⁶.

La génesis del problema radica en que, tal y como se explicó en el epígrafe 2.4., tanto Visa como MasterCard son las encargadas de fijar las tasas de intercambio en niveles que “garantizan la expansión del sistema”. El conflicto se presenta en la medida en que estas dos empresas se nutren de asociados que son competidores entre sí, y que por tanto desde el punto de vista técnico no deberían contar con precios concertados desde una entidad que les representa de forma conjunta. Si a su vez tenemos presente que al menos desde el punto de vista nominal se puede establecer una relación entre las tasas de intercambio cedidas entre las entidades financieras y las tasas de descuento cobradas a los comerciantes, entenderemos cómo toda la presión se ha dirigido sobre Visa y MasterCard, mientras que Amex y Diners, que funcionan bajo modelos tripartitos, han gozado de una cierta placidez jurídica.

A continuación analizaremos en detalle los hitos más importantes acaecidos tanto a nivel global como nacional.

⁶⁶ Con independencia de que los principales problemas de las grandes marcas se circunscriban al espacio europeo, no queremos dejar de señalar los movimientos que al respecto se están empezando a gestar en el mercado estadounidense. A este respecto recomendamos la lectura del artículo publicado por AMERICAN BANKER (27/09/2007): “Interchange in federal spotlight”.

4.1. ANTECEDENTES A NIVEL INTERNACIONAL

A nivel internacional, destacaríamos como hito principal el año 1997, en el que EuroCommerce, la patronal europea del comercio, interpuso una demanda ante la Comisión Europea contra Visa y MasterCard, en la que exigía la abolición total de las tasas de intercambio intra-europeas en los pagos transfronterizos realizados con tarjeta, es decir, aquellos en los que el titular de la tarjeta y el comerciante pertenecen a diferentes estados miembros de la Unión Europea.

4.1.1. ACUERDO COMISIÓN EUROPEA - VISA

En Julio de 2002 Visa alcanzó un acuerdo con la Comisión Europea por el que ésta autorizaba a la entidad norteamericana a continuar con las tasas de intercambio intra-europeas y, por lo tanto, a permitir su aplicación por parte de sus entidades asociadas.

La autorización de la Comisión se basó en una estimación por parte de Visa de una reducción paulatina de las tasas de intercambio para tarjetas de crédito hasta alcanzar una tasa media ponderada del 0,7% en 2007. El compromiso suponía que el ajuste se debería de efectuar teniendo en cuenta las siguientes categorías de costes:

- Procesamiento de las transacciones
- Periodo de cobertura financiera gratuita a los titulares de las tarjetas
- Garantía de pago al comerciante

Para las tarjetas de débito (cargo inmediato al cliente) se fijó una comisión por operación de 0,28 €

Pero el auténtico valor de la resolución estribó en que, por primera vez, Bruselas aprobó el cobro de tasas de intercambio, con la consiguiente traslación de esta jurisprudencia a cada Estado miembro.

4.1.2. DESACUERDO COMISIÓN EUROPEA - MASTERCARD

Durante los años 2005 y 2006 el ejecutivo comunitario realizó una nueva investigación sectorial en el ámbito de la banca minorista, cuya conclusión fue que los acuerdos sobre comisiones de intercambio podrían dificultar la creación de un espacio único de pago en euros.

El ejecutivo comunitario consideró que las tasas de intercambio de MasterCard inflan las tarifas que los bancos cobran a las tiendas por aceptar tarjetas de crédito sin aumentar la eficacia en términos económicos ni técnicos⁶⁷.

La investigación permitió constatar además que en cinco países del espacio económico europeo (Dinamarca, Países Bajos, Noruega, Finlandia y Luxemburgo) el sistema de tarjetas de pago funcionaba sin este tipo de tasas.

Quizás como consecuencia de ello en diciembre del 2007 la Comisión declaró ilegal la tasas de intercambio intra-europeas que MasterCard aplica a las compras transfronterizas dentro de la UE realizadas con tarjetas de crédito o débito⁶⁸.

MasterCard aplica esta comisión a prácticamente todos los pagos transfronterizos mediante tarjeta en la denominada Área Económica Europea (EEA) y a los pagos domésticos en Bélgica, Irlanda, Italia, República Checa, Letonia, Luxemburgo, Malta y Grecia.

Las tasas de intercambio consideradas ilegales oscilaban, para el caso de tarjetas de crédito de particulares, entre el 0,80% a 1,90%. En el caso de las tarjetas de débito, el rango variaba entre el 0,40% y 0,75%.

La comisaria de Competencia, Neelie Kroes, no dudó en criticar las tasas de intercambio aplicadas por MasterCard⁶⁹ por entender que debido a ellas “los consumidores pagan dos veces por las tarjetas: una primera vez a través de la tarifa

⁶⁷ Véase THE BANKER (02/10/2006): “Card wars”.

⁶⁸ Véase AMERICAN BANKER (20/12/2007): “MasterCard fears a trend in Europe’s fee decision”.

⁶⁹ Véase AMERICAN BANKER (20/11/2007): “Fee question hurts pan-euro pay plans”.

anual que deben abonar a su banco y una segunda vez a través de precios minoristas inflados que deben pagar no sólo los usuarios de tarjetas sino también los clientes que pagan en efectivo".

El ejecutivo comunitario aclaró que las tasas de intercambio no son ilegales de por sí, como de hecho se puso de manifiesto en la resolución adoptada frente a Visa. Pero cuando se aplican en el marco de un sistema de tarjetas de pago abierto como el de MasterCard sólo resultan compatibles con las reglas de competencia de la UE si contribuyen al progreso técnico y económico y benefician a los consumidores.

MasterCard disponía de un plazo de seis meses para modificar su sistema de acuerdo con las exigencias de Bruselas. De lo contrario, la Comisión podría interponer multas diarias de hasta el 3,5% de su volumen de negocios diario mundial.

Transcurrido el plazo y a falta de la resolución definitiva en los tribunales de justicia, MasterCard tomó la decisión de "abolir transitoriamente dichas tasas", lo que evidentemente no significó la renuncia definitiva a las mismas.

4.2. ANTECEDENTES A NIVEL NACIONAL

A nivel nacional, son varios los hitos que convendría señalar. Los repasamos a continuación.

4.2.1. CREACIÓN COMISIÓN DE ESTUDIO DE 1999

En abril de 1999 y a instancias del Congreso, la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo creó una comisión para el estudio de los problemas derivados de la utilización de tarjetas como medio de pago. En esta comisión estaban representadas las asociaciones de comerciantes, las tres redes de tarjetas (Servired, 4B y Euro6000), así como expertos independientes.

Ante la dificultad de actuar sobre las tasas de descuento, se llegó a un acuerdo de disminución de las tasas de intercambio máximas, de la siguiente forma: 3,5% a partir de julio de 1999 con una reducción anual de la tasa máxima en un 0,25% hasta alcanzar el 2,75 por 100 a partir del 1 de julio de 2002.

Este acuerdo fue autorizado por el Tribunal de Defensa de la Competencia en Abril de 2000.

4.2.2. TEXTO DEL CONGRESO DE 2003

En el año 2003 se produce una denuncia contra las tres redes que existen en España por parte de la Confederación Española de Comercio (CEC), la Asociación Nacional de Grandes Empresas de la Distribución (ANGED), la Federación Española de Hoteles (FEH), la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR) y la Cúpula Asociativa de Agencias de Viajes (CAAVE), ante el Servicio de Defensa de la Competencia por presunto abuso de las comisiones en operaciones con tarjetas.

El mayo de 2003 el Pleno del Congreso insta al Gobierno a dictar las disposiciones oportunas para que las tasas de intercambio se adapten a los principios

aceptados por las autoridades europeas y españolas de Defensa de la Competencia, con objetividad, transparencia y según categorías de costes.

4.2.3. RESOLUCIÓN DEL TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

En abril de 2005, el Tribunal de Defensa de la Competencia dictó tres resoluciones en relación con Servired, 4B y Euro6000.

En los casos de Servired y 4B supusieron la denegación de las autorizaciones de tasas de intercambio solicitadas por estos sistemas al Servicio de Defensa de la Competencia en abril de 2002 y diciembre de 2001 respectivamente.

En el caso de Euro6000 supuso la incoación de un expediente de revocación o modificación de la autorización concedida por el Tribunal de Defensa de la Competencia en julio de 2001.

El Tribunal de Defensa de la Competencia consideró que:

- Las tasas de intercambio no estaban suficientemente justificadas en relación con los costes.
- Se establecían las mismas tasas para transacciones realizadas con tarjeta de crédito que con tarjetas de débito, cuando los costes de las mismas son diferentes.
- Las tasas de intercambio máximas se fijaban de forma arbitraria.
- Se trataba de un sistema discrecional que permitía privilegiar a unos establecimientos frente a otros, con clasificaciones sectoriales que no se justificaban en términos de costes.

No obstante lo anterior, el Tribunal estimó oportuno declarar que estaba dispuesto a admitir que la fijación de las tasas de intercambio pueden contribuir al progreso técnico y económico si el nivel acordado es determinado objetivamente por los costes, mediante un método transparente y conocido por todos los interesados. Para ello se

consideraba ineludible el cumplimiento de las siguientes premisas:

- Las tasas de intercambio correspondientes a las transacciones efectuadas con tarjetas de débito deberían diferir de las efectuadas con tarjetas de crédito.
- Las tasas de intercambio correspondientes a tarjetas de débito deberían incluir, como máximo, los costes de autorización y procesamiento de las transacciones. Se deberían además determinar como una cantidad fija por transacción.
- Las tasas de intercambio correspondientes a tarjetas de crédito deberían incluir, como máximo, los siguientes costes:
 - Costes de autorización y procesamiento de las transacciones.
 - Riesgo de fraude.
- Se podrían considerar tasas distintas para las operaciones correspondientes a las compras por correo o por teléfono, así como a las efectuadas de forma manual o a través de Internet, siempre que se justificaran las diferencias de forma objetiva.
- Cualquier modificación debería consultarse previamente al Tribunal de Defensa de la Competencia.
- Las tasas deberían de ser públicas.

Tras las tres resoluciones del Tribunal de Defensa de la Competencia de mayo de 2005 en relación con Servired, 4B y Euro6000, los sistemas gestores interpusieron un recurso contencioso administrativo ante la Audiencia Nacional, de la misma forma que también lo hicieron algunas entidades bancarias asociadas.

4.3. EL PRECEDENTE AUSTRALIANO^{70 71}

Hasta la fecha de las tres resoluciones de abril del 2005 del Tribunal de Defensa de la Competencia español, existía un sólo precedente de litigio en un mercado local, en este caso el australiano. Por ello, fue tomado por entidades financieras y probablemente también por los organismos reguladores como un punto de referencia a tener en cuenta. Nos detendremos brevemente en él.

En Australia, el proceso de intervención comenzó al principio de la década de los noventa y finalizó en 2003. Durante dicho periodo el RBA (Reserve Bank of Australia) elaboró una serie de documentos y borradores legislativos que se fueron modificando tras la consulta a todas las partes implicadas (sistemas de pago, instituciones financieras, asociaciones de comerciantes y organizaciones de consumidores), y que culminaron en una serie de medidas legislativas encaminadas principalmente a regular las tasas de intercambio y el acceso a los sistemas de tarjetas.

En lo que respecta a la parte que más nos interesa del precedente australiano (las tasas de intercambio), es de destacar que éstas pasaron a regularse mediante una norma que contenía una referencia objetiva y transparente, basada en los costes⁷².

Los costes admitidos por la ley para efectuar el cálculo fueron los siguientes:

- Procesado de operaciones de tarjetas de crédito, verificación, recepción, conciliación y liquidación.
- Fraude.
- Desarrollo y mantenimiento de los sistemas de control del fraude.
- Costes de los sistemas de autorización de operaciones.
- Costes de telecomunicaciones relacionadas con la autorización.
- Costes del emisor por financiación del periodo libre de intereses.

⁷⁰ Véase RESERVE BANK OF AUSTRALIA (2002): “Reform of credit card schemes in Australia”, accessible en: http://www.rba.gov.au/MediaReleases/2002/mr_02_15.html.

⁷¹ Véase RESERVE BANK OF AUSTRALIA (2002): “Final reforms and regulation impact statement”, accessible en: <http://www.rba.gov.au/PaymentsSystem/Reforms/CCSchemes/FinalReforms/index.html>.

⁷² Véase THE BANKER (03/11/2003): “Australia slashes credit card interchange fees”.

- Costes directos del personal relacionado con las tarjetas de crédito.
- Programas y maquinaria informáticos.
- Gastos por contratación o subcontratación de terceros.
- Gastos internos facturados por otras unidades de negocios en relación con la actividad de tarjetas de crédito.
- Gastos de envío de extractos.
- Gastos de envío de las tarjetas.

Los datos de los costes admitidos por la ley se obtienen de los miembros nominados y se enviarán a un experto, homologado por el RBA, que determinará si los costes incluidos en el cálculo del precio de referencia son idóneos o no. El precio de referencia se recalcula cada tres años de no mediar circunstancia anómala.

4.4. LA SOLUCIÓN DEL LITIGIO ESPAÑOL

El 02/12/2005 se estableció un acuerdo entre las principales asociaciones de comerciantes y las entidades financieras representadas por las tres redes españolas (Servired, 4B y Euro6000). La firma del mismo supuso el desistimiento de los recursos y demandas interpuestos por las partes en litigio, dando así por cerrada la historia jurídica previa.

El acuerdo, de extraordinaria relevancia e importancia para la industria, pretendía rebajar sustancialmente las tasas de intercambio domésticas, tanto las intersistemas (las que se repercuten entre entidades pertenecientes a diferentes redes), como las intrasistema (entre entidades de una misma red).

Para ello se estableció un marco de actuación de cinco años donde se marcaba un periodo transitorio de tres años (del 2006 al 2008) para el que se especificaban las tasas de intercambio máximas.

A partir de esa fecha, y de forma análoga a como sucedió con el precedente australiano antes mencionado, las tasas se deberían establecer en función de un análisis de costes auditado que debiera estar finalizado para julio del 2008. En ausencia de acuerdo, el acuerdo marco especifica unas tasas para 2009 y 2010 (idénticas para ambos ejercicios) de aplicación inmediata.

La realidad es que a la fecha de confección de esta tesis el estudio de costes al que hacía referencia el acuerdo ha sido presentado por las entidades pero no ha sido resuelto por la administración, por lo que al menos en los primeros meses del 2009 se siguen aplicando las tasas vigentes en el 2008 sin que hayan tenido efecto las que se pactaron como sustitutivas para el caso de falta de acuerdo.

Destacaremos algunas particularidades de la resolución alcanzada:

- Las tasas de intercambio pasan a depender del nivel de facturación del comercio, estableciéndose tres tramos (a mayor facturación, menor tasa): Hasta 100 millones de euros de facturación, de 100 millones a 500 millones de euros, y más de 500 millones de euros. En cualquier caso, en el acuerdo

marco se contemplan diversas posibilidades de asociacionismo que permiten bajo determinadas circunstancias que los comercios puedan escalar desde el primer tramo (hasta 100 millones de euros de facturación) hasta el segundo (de 100 millones a 500 millones de euros de facturación).

- Se distingue entre tasas por operaciones con tarjetas de crédito y tasas por operaciones con tarjetas de débito. Para las primeras la tasa de intercambio se establece como un porcentaje de la facturación. En el caso de tarjetas de débito esta tasa se expresa como una cantidad absoluta en euros.

En la tabla adjunta⁷³ se muestran las tasas de intercambio intrasistema máximas para los años del periodo transitorio 2006, 2007 y 2008 y las tentativas para 2009 y 2010.

Tabla 4-1: Tasas de intercambio 2006-2010 según acuerdo del 02/12/2005

Tramos de facturación	2006		2007	
	Crédito	Débito	Crédito	Débito
0 a 100 Mill. €	1.40%	0.53€	1.30%	0.47€
100 a 500 Mill. €	1.05%	0.36€	0.84%	0.29€
Más de 500 Mill. €	0.66%	0.27€	0.66%	0.25€

Tramos de facturación	2008		2009 - 2010	
	Crédito	Débito	Crédito	Débito
0 a 100 Mill. €	1.10%	0.40€	0.79%	0.35€
100 a 500 Mill. €	0.63%	0.25€	0.53%	0.21€
Más de 500 Mill. €	0.54%	0.21€	0.45%	0.18€

Fuente: Acuerdo entre las asociaciones del sector comercial y las entidades de crédito para la reducción de las tasas multilaterales de intercambio en los pagos realizados con tarjeta (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio).

Por otro lado, el valor máximo aplicable por las redes para las tasas de intercambio en las operaciones intersistemas, será igual a la media ponderada de las tasas de intercambio por operaciones intrasistema (que acabamos de ver en el cuadro anterior), más la media ponderada de los costes de interconexión en cada uno de los sistemas. Dicho coste de interconexión se expresará como una cantidad fija por transacción, sin que pueda exceder, como límite máximo, de 0,06€

⁷³ Véase MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO (2005): “Acuerdo entre las asociaciones del sector comercial y las entidades de crédito para la reducción de las tasas multilaterales de intercambio en los pagos realizados con tarjetas”, Secretaría de Estado de Comercio.

En resumen y como consecuencia de todo lo anterior, el acuerdo supone para los comercios una sustancial rebaja en las tasas máximas hasta ahora vigentes, que va a beneficiar especialmente a los comercios que soportaban tasas más elevadas.

Este descenso de las tasas de intercambio se espera que suponga una reducción en las tasas pagadas por el comerciante a las entidades bancarias (tasas de descuento) y que finalmente se traduzca en una mejora del servicio y de los precios al consumidor.

En el epígrafe siguiente analizaremos lo ocurrido en el sector en el periodo 2006-2008.

4.5. REPERCUSIONES EN LAS TASAS DE INTERCAMBIO Y DE DESCUENTO (2006-2008)

Pese a que existan unas tasas reglamentariamente definidas y comunes para todos los intervinientes, la realidad es que cada entidad, en aplicación de los porcentajes correspondientes, obtendrá una tasa para su negocio emisor y otra diferente para su negocio adquirente. Y a su vez, estas tasas también serán distintas de las de sus competidores. Esto es así porque sin duda las características sociológicas y financieras de los titulares de las tarjetas de cada entidad les condicionará para operar en determinados comercios y con un determinado tipo de tarjeta (crédito o débito), lo que conformará una tasa de intercambio “ad hoc” a recibir por parte del emisor.

A su vez, la tasa cedida por parte de las entidades adquirentes dependerá de los comercios específicos en los que éstas hayan instalado sus TPV. Consecuentemente estará vinculada a su política comercial.

A continuación pasaremos a analizar la repercusión concreta del acuerdo marco en las tasas de intercambio del sistema español de medios de pago.

4.5.1. ANÁLISIS DE LA TASA DE INTERCAMBIO INTRASISTEMA

En lo que respecta a las tasas intrasistema (dentro de la misma red), en la siguiente tabla se observa como en el año 2006, primer ejercicio afectado por el acuerdo marco, las tasas máximas descendieron desde el 2,25% hasta el 1,47% (un 34,7%), mientras que las tasas medias lo hicieron desde el 1,32% hasta el 0,86% (un 34,8%). Durante el año 2007 el decremento de éstas fue claramente menos significativo (caída del 5,8%), para volver a recrudescerse durante el 2008 (caída del 13,6%), hasta situarse en el 0,70%.

Tabla 4-2: Tasas medias de intercambio por operaciones de compra en una misma red (2002-2008)

RAMOS	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
G. Super. - Alimentación	0,51%	0,61%	0,67%	0,67%	0,57%	0,56% ▼	0,50%
G. Super. - Resto	1,20%	1,13%	1,08%	0,98%	0,66%	0,61% ▼	0,51%
Gasolineras	0,55%	0,54%	0,64%	0,67%	0,67%	0,66% ▼	0,57%
Supermercados	1,16%	1,16%	1,16%	1,16%	1,14%	1,12% ▼	1,06%
Agencias de viaje	1,82%	1,76%	1,66%	1,50%	0,80%	0,78% ▼	0,69%
Autopistas	0,68%	0,62%	0,49%	0,48%	0,33%	0,32% ▼	0,31%
Farmacias	1,47%	1,48%	1,48%	1,49%	1,47%	1,42% ▼	1,27%
Hoteles	2,21%	2,17%	2,12%	2,06%	1,08%	1,00% ▼	0,85%
Droguerías	2,69%	2,46%	2,30%	2,15%	1,32%	1,20% ▼	1,03%
Restaurantes	2,66%	2,48%	2,30%	2,16%	1,30%	1,21% ▼	1,06%
Transporte de viajeros	1,66%	1,63%	1,58%	1,53%	0,81%	0,72% ▼	0,59%
Joyerías	2,78%	2,54%	2,36%	2,22%	1,07%	1,00% ▼	0,87%
Alquiler de vehículos	2,69%	2,22%	2,02%	1,85%	1,04%	0,98% ▼	0,84%
Casinos	2,68%	2,14%	1,87%	1,85%	1,14%	1,08% ▼	0,93%
Ocios y espectáculos	2,39%	2,19%	2,01%	1,86%	1,23%	1,14% ▼	0,98%
Venta de correo / teléfono	2,65%	2,35%	2,07%	1,96%	1,24%	1,12% ▼	0,88%
Masajes, saunas y discotecas	2,75%	2,56%	2,37%	2,25%	1,17%	1,10% ▼	0,97%
Comercio minorista	2,42%	2,15%	1,99%	1,88%	1,07%	0,99% ▼	0,86%
Categorías de bajo importe					1,30%	1,34% ▼	1,21%
Caridad y solidaridad					0,00%	0,00% ▼	0,00%
Resto de categorías comerciales	1,69%	1,76%	1,79%	1,88%	0,99%	0,92% ▼	0,78%
Máxima	2,78%	2,56%	2,37%	2,25%	1,47%	1,42% ▼	1,27%
Mínima	0,51%	0,54%	0,49%	0,48%	0,33%	0,32% ▼	0,31%
Media	1,54%	1,44%	1,38%	1,32%	0,86%	0,81% ▼	0,70%

Fuente: Banco de España.

4.5.2. ANÁLISIS DE LA TASA DE INTERCAMBIO INTERSISTEMAS

En el caso de las tasas intersistemas (entre redes diferentes), podemos ver como ya en el año 2006 las tasas máximas descendieron desde el 2,58% hasta el 1,54% (un 40,3%), mientras que las tasas medias lo hicieron desde el 1,75% hasta el 1,00% (un 42,9%). De forma análoga a como vimos en el punto anterior, el decremento de las tasas medias durante 2007 se relajó (caída del 1,0%), para volver a recrudecerse durante el 2008 (caída del 8,1%), año en el que terminaron en el 0,91%.

Tabla 4-3: Tasas medias de intercambio por operaciones de compra en otra red nacional (2002-2008)

RAMOS	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
G. Super. - Alimentación	0,68%	0,69%	0,69%	0,67%	0,71%	0,71%	0,68%
G. Super. - Resto	1,98%	1,97%	1,92%	1,59%	0,79%	0,76%	0,68%
Gasolineras	0,63%	0,63%	0,64%	0,66%	0,77%	0,76%	0,70%
Supermercados	1,17%	1,17%	1,17%	1,16%	1,16%	1,17%	1,15%
Agencias de viaje	1,80%	1,80%	1,80%	1,78%	0,89%	0,88%	0,81%
Autopistas	0,79%	0,88%	0,80%	0,85%	1,10%	1,04%	1,05%
Farmacias	1,47%	1,48%	1,49%	1,49%	1,54%	1,53%	1,43%
Hoteles	2,25%	2,25%	2,26%	2,21%	1,10%	1,07%	0,96%
Droguerías	2,68%	2,61%	2,61%	2,50%	1,38%	1,31%	1,17%
Restaurantes	2,68%	2,66%	2,65%	2,54%	1,32%	1,28%	1,19%
Transporte de viajeros	1,68%	1,67%	1,66%	1,63%	0,81%	0,78%	0,69%
Joyerías	2,78%	2,69%	2,69%	2,57%	1,07%	1,04%	0,96%
Alquiler de vehículos	2,75%	2,69%	2,69%	2,50%	1,02%	1,00%	0,92%
Casinos	2,79%	2,73%	2,73%	2,50%	1,09%	1,06%	0,98%
Ocios y espectáculos	2,44%	2,44%	2,45%	2,33%	1,19%	1,15%	1,05%
Venta de correo / teléfono	2,69%	2,62%	2,61%	2,44%	1,24%	1,22%	1,08%
Masajes, saunas y discotecas	2,77%	2,68%	2,68%	2,58%	1,16%	1,14%	1,05%
Comercio minorista	2,52%	2,46%	2,45%	2,30%	1,13%	1,10%	1,00%
Categorías de bajo importe					1,38%	1,46%	1,50%
Caridad y solidaridad					0,00%	0,00%	0,00%
Resto de categorías comerciales	2,17%	2,22%	2,23%	2,10%	0,99%	0,96%	0,87%
Máxima	2,79%	2,73%	2,73%	2,58%	1,54%	1,53%	1,50%
Mínima	0,63%	0,63%	0,64%	0,66%	0,71%	0,71%	0,68%
Media	1,87%	1,85%	1,85%	1,75%	1,00%	0,99%	0,91%

Fuente: Banco de España.

4.5.3. ANÁLISIS DE LA TASA DE INTERCAMBIO MEDIA

Para confeccionar este dato, no suministrado por el Banco de España, se hace necesario conocer la participación de cada una de las redes existentes en España sobre el conjunto del sistema. A estos efectos, el único dato de carácter público que hemos podido conocer se corresponde con el facilitado en rueda de prensa por los responsables de Servired y 4B con motivo del anuncio de fusión de sus dos entidades procesadoras, Sermepa y Redy respectivamente⁷⁴. En él se ponía de manifiesto que Sermepa es el principal operador de transacciones con tarjetas de España, gestionando el 63% de la emisión de tarjetas y el 59% de las adquisiciones en comercios. Por su parte, Redy es el segundo actor del mercado con una cuota de mercado del 26% en la actividad de pago y del 27% en cobro.

⁷⁴ Véase CINCO DÍAS (15/10/2008): “Servired y 4B inician contactos para fusionar sus procesadores”.

Aunque el artículo no mencionaba expresamente a Euro6000 y su procesador, CECA, no es difícil concluir que puesto que nos encontramos en un modelo con tres únicos intervinientes, la participación que se le otorga pasa por un 11% en la actividad de pago y un 14% en la de cobro.

Aunque evidentemente estos porcentajes han variado a lo largo del tiempo, a falta de otros a los que podamos referirnos, vamos a considerarlos como constantes en nuestro ejercicio.

Tabla 4-4: Distribución de las actividades de cobro y pago por redes

	ACTIVIDAD COBRO	ACTIVIDAD PAGO
SERVIRED	63,00%	59,00%
4B	26,00%	27,00%
EURO6000	11,00%	14,00%
	100,00%	100,00%

Fuente: Elaboración propia de acuerdo con la información publicada por el diario Cinco Días de fecha 15/10/2008.

Para el cálculo, vamos a suponer que cuando una tarjeta emitida por Servired (suceso con una probabilidad de ocurrencia del 63%) realice una compra, tendrá un 59% de probabilidad de recibir una tasa intrasistema (es decir, de que el TPV en el que opere sea de su misma red), y un 41% de probabilidad de recibir una tasa intersistemas (es decir, de que haya operado en 4B -27%- o de que lo haya hecho en un entorno Euro6000 -14%-). Todo esto evidentemente referido al mercado nacional.

Después de realizar todas las ponderaciones necesarias, el resultado es el que podemos ver a continuación, que nos puede servir como una aproximación bastante cercana a la realidad.

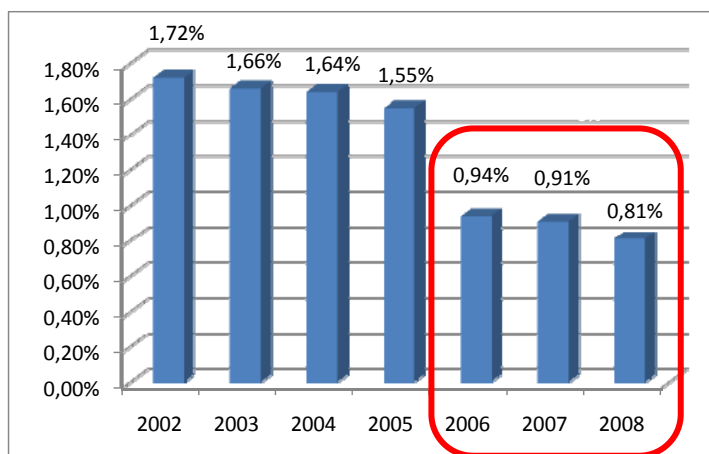
Tabla 4-5: Tasas de intercambio medias (2002-2008)

	CUOTAS EMISION	CUOTAS ADQUIRENCIA	TASA INTRA	TASA INTER	TASA PONDERADA
2002					
SERVIRED	63,00%	59,00%			1,06%
4B	26,00%	27,00%	1,54%	1,87%	0,46%
EURO6000	11,00%	14,00%			0,20%
	100,00%	100,00%			1,72%
2003					
SERVIRED	63,00%	59,00%			1,01%
4B	26,00%	27,00%	1,44%	1,85%	0,45%
EURO6000	11,00%	14,00%			0,20%
	100,00%	100,00%			1,66%
2004					
SERVIRED	63,00%	59,00%			0,99%
4B	26,00%	27,00%	1,38%	1,85%	0,45%
EURO6000	11,00%	14,00%			0,20%
	100,00%	100,00%			1,64%
2005					
SERVIRED	63,00%	59,00%			0,94%
4B	26,00%	27,00%	1,32%	1,75%	0,42%
EURO6000	11,00%	14,00%			0,19%
	100,00%	100,00%			1,55%
2006					
SERVIRED	63,00%	59,00%			0,58%
4B	26,00%	27,00%	0,86%	1,00%	0,25%
EURO6000	11,00%	14,00%			0,11%
	100,00%	100,00%			0,94%
2007					
SERVIRED	63,00%	59,00%			0,56%
4B	26,00%	27,00%	0,81%	0,99%	0,24%
EURO6000	11,00%	14,00%			0,11%
	100,00%	100,00%			0,91%
2008					
SERVIRED	63,00%	59,00%			0,49%
4B	26,00%	27,00%	0,70%	0,91%	0,22%
EURO6000	11,00%	14,00%			0,10%
	100,00%	100,00%			0,81%

Fuente: Elaboración propia sobre datos del Banco de España.

La representación gráfica de todo lo anterior la podemos ver a continuación:

Gráfico 4-1: Evolución de las tasas de intercambio medias (2002-2008)



Fuente: Elaboración propia sobre datos del Banco de España.

Se observa como el acuerdo marco ha tenido una importantísima influencia en las tasas de intercambio medias, que se constata con la caída desde el 1,55% del año 2005 hasta el 0,94% del año 2006, lo que porcentualmente supone un descenso del 39,4%. En el 2007 la caída fue mucho menos relevante (3,2%) para volver a ser considerable durante el ejercicio 2008 (11,0%), año en el que se han situado en el 0,81%.

Y lo que es más relevante, las tasas señaladas en el acuerdo marco como aplicables a falta de consenso entre las partes (la denominada “cuarta columna”), apuntan a que, una vez puestas en vigor, se producirá otro importante descenso del entorno del 20% (dedicaremos el apartado 4.6.1. a concretar este aspecto).

En definitiva y como conclusión de todo lo anterior, el acuerdo marco ha supuesto una importante caída de las tasas de intercambio del sistema, del entorno del 40% ya desde el primer año de aplicación (2006), manteniendo un decrecimiento más moderado en los dos últimos ejercicios (2007 y 2008), que sin embargo es susceptible de recrudescerse en lo que queda del 2009 y en el 2010.

4.5.4. ANÁLISIS DE LA TASA DE DESCUENTO

La rebaja de las tasas de intercambio ha tenido como consecuencia directa la traslación al comerciante de unas menores tasas de descuento. Según datos del Banco de España, las tasas de descuento han pasado del 1,52% de media del año 2005 hasta el 1,13% del año 2006 (caída del 25,7%). Durante el 2007 ha decrecido un 9,7%, para hacerlo un 13,7% durante 2008, año en el que se situaron en el 0,88%.

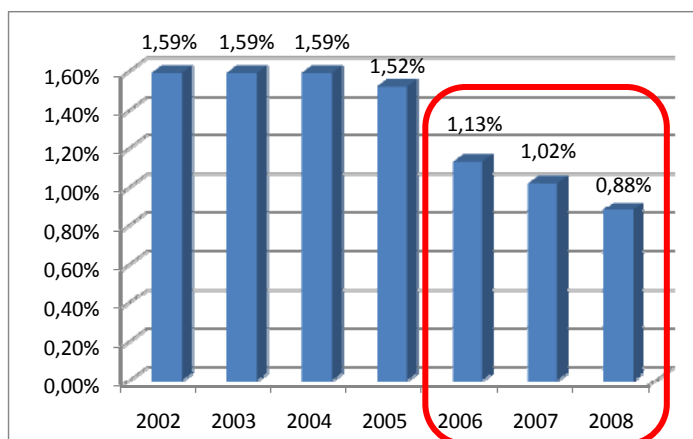
Tabla 4-6: Tasas medias descuento por operaciones de compra (2002-2008)

RAMOS	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
G. Super. - Alimentación	0,54%	0,65%	0,71%	0,67%	0,56%	0,55%	0,50%
G. Super. - Resto	1,63%	1,42%	1,37%	1,28%	0,77%	0,72%	0,63%
Gasolineras	0,68%	0,68%	0,70%	0,72%	0,70%	0,70%	0,69%
Supermercados	1,15%	1,20%	1,21%	1,21%	1,14%	1,08%	1,03%
Agencias de viaje	1,57%	1,59%	1,59%	1,61%	0,93%	0,78%	0,75%
Autopistas	2,32%	2,30%	1,89%	1,76%	1,80%	1,71%	1,68%
Farmacias	1,59%	1,52%	1,50%	1,46%	1,26%	1,16%	1,04%
Hoteles	1,83%	1,78%	1,75%	1,76%	1,41%	1,24%	1,09%
Droguerías	2,21%	2,24%	2,17%	2,10%	1,45%	1,25%	1,09%
Restaurantes	2,43%	2,45%	2,42%	2,31%	1,68%	1,45%	1,25%
Transporte de viajeros	1,70%	1,79%	1,83%	1,82%	1,38%	1,02%	0,73%
Joyerías	2,51%	2,42%	2,31%	2,21%	1,49%	1,30%	1,12%
Alquiler de vehículos	2,48%	1,76%	1,67%	1,63%	1,37%	1,24%	1,12%
Casinos	2,04%	2,10%	2,35%	2,08%	1,36%	1,21%	1,13%
Ocios y espectáculos	1,82%	1,91%	1,87%	1,83%	1,51%	1,29%	1,14%
Venta de correo / teléfono	2,97%	2,77%	2,46%	2,46%	1,81%	1,51%	1,31%
Masajes, saunas y discotecas	3,48%	3,29%	3,02%	2,91%	2,33%	2,07%	1,79%
Comercio minorista	1,58%	2,08%	2,19%	2,10%	1,47%	1,27%	1,09%
Categorías de bajo importe					1,77%	1,71%	1,57%
Caridad y solidaridad					0,61%	0,58%	0,53%
Resto de categorías comerciales	1,96%	2,09%	1,98%	1,98%	1,58%	1,42%	1,16%
Máxima	3,48%	3,29%	3,02%	2,91%	2,33%	2,07%	1,79%
Mínima	0,54%	0,65%	0,70%	0,67%	0,56%	0,55%	0,50%
Media	1,59%	1,59%	1,59%	1,52%	1,13%	1,02%	0,88%

Fuente: Banco de España.

Vemos a continuación la representación gráfica de lo explicado:

Gráfico 4-2: Evolución de las tasas medias de descuento (2002-2008)



Fuente: Elaboración propia sobre datos del Banco de España.

Cuando en el apartado anterior analizábamos las tasas de intercambio medias, observábamos como durante el ejercicio 2006 habían sufrido un deterioro del 39,4%.

En el caso de las tasas de descuento, vemos como la bajada repercutida al comerciante ha sido del 25,7%.

En este punto cabría destacar dos aspectos relevantes:

1. Por un lado, parece obvio que no es posible repercutir a los comerciantes toda la rebaja del intercambio de forma instantánea, puesto que para ello se necesita una gestión individualizada que sin duda se dilata en el tiempo. Sin embargo, para la entidad adquirente el ahorro producido por la rebaja de la tasa a ceder al emisor se va a constatar desde el mismo momento de aplicación del acuerdo.
2. Ahora bien, y este sería el segundo aspecto a analizar, el traslado al comerciante aunque no instantáneo sí que debería de ser observable en un periodo de tiempo razonable. Esto es lo que trataremos de analizar a continuación.

4.5.5. ANÁLISIS DEL SPREAD DESCUENTO - INTERCAMBIO

Para ello vamos a analizar los spread entre descuento e intercambio para el periodo 2002 - 2008.

Tabla 4-7: Análisis del spread descuento - intercambio (2002-2008)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
TASA DE DESCUENTO	1,59%	1,59%	1,59%	1,52%	1,13%	1,02%	0,88%
TASA DE INTERCAMBIO INTRASISTEMA	1,54%	1,44%	1,38%	1,32%	0,86%	0,81%	0,70%
TASA DE INTERCAMBIO INTERSISTEMA	1,87%	1,85%	1,85%	1,75%	1,00%	0,99%	0,91%
TASA DE INTERCAMBIO MEDIA	1,72%	1,66%	1,64%	1,55%	0,94%	0,91%	0,81%
DIFERENCIAL DESCUENTO - INTERCAMBIO	-0,13%	-0,07%	-0,05%	-0,03%	0,19%	0,11%	0,07%

Fuente: Elaboración propia sobre datos del Banco de España.

Del análisis del spread podemos desprender varias conclusiones:

1. La actividad adquirente no reporta beneficios a los bancos merchant, al menos en lo que respecta al diferencial entre descuento e intercambio. En esta tesis, dado su objetivo, no entramos a valorar otros beneficios indirectos que puede suponer la actividad adquirente en materia de fidelización de comercios.
2. El banco adquirente no ha trasladado la totalidad de la rebaja al comerciante. En el primer año (2006), el intercambio baja un 39,4% mientras que el descuento sólo lo hace un 25,7%, lo que posibilita que temporalmente una actividad sin margen se haya convertido en una actividad con margen positivo. Pero evidentemente el ajuste se está produciendo, como de hecho ya se observa en los años 2007 y 2008, en los que el spread ya ha pasado del 0,19% del 2006 al 0,11% y 0,07% respectivamente.

Lógicamente el análisis que acabamos de realizar es válido como media del sector financiero, sin perjuicio de que existan bancos y cajas que han apostado por repercutir de forma directa y rápida la rebaja al comerciante a los efectos de incrementar su cuota de mercado, mientras que por el contrario otras entidades han optado por dilatar o gestionar esta rebaja de forma más pausada, buscando mejoras de la rentabilidad del negocio en el corto plazo.

4.5.6. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS TASAS DE INTERCAMBIO DE CRÉDITO Y DÉBITO

En este apartado vamos a conocer cuáles son las diferencias que se van a producir entre las tasas de intercambio de las operaciones realizadas con tarjeta de crédito y las realizadas con tarjeta de débito. Como estas últimas se calculan como una cantidad fija por operación, las transformaremos en porcentuales a efectos de poderlas comparar con las primeras. Para realizar esta transformación nos basaremos en el importe medio de cada operación.

Tabla 4-8: Análisis de la operación media con tarjeta de débito (2006-2008)

2006					
	TARJETAS miles	TRANSAC millones	IMPORTE millones	OPERAC. MEDIA	% SOBRE TOTAL (Importes)
DEBITO	31.580	807	37.150	46,03	43,95%
CREDITO	38.487	820	47.370	57,77	56,05%
TOTAL	70.067	1.627	84.520 [■]	51,95	100,00%

2007					
	TARJETAS miles	TRANSAC millones	IMPORTE millones	OPERAC. MEDIA	% SOBRE TOTAL (Importes)
DEBITO	31.467	863	39.700	46,00	41,35%
CREDITO	43.492	1.037	56.300	54,29	58,65%
TOTAL	74.959	1.900	96.000 [■]	50,53	100,00%

2008					
	TARJETAS miles	TRANSAC millones	IMPORTE millones	OPERAC. MEDIA	% SOBRE TOTAL (Importes)
DEBITO	31.575	921	41.680	45,26	41,06%
CREDITO	44.820	1.144	59.840	52,31	58,94%
TOTAL	76.395	2.065	101.520 [■]	49,16	100,00%

Fuente: Elaboración propia sobre datos del Banco de España.

Observamos como la cuantía media de las operaciones efectuadas con tarjeta de débito muestran una nula evolución en los últimos tres ejercicios, siempre en el entorno de los 45 €por operación.

Conocidos los importes medios, que supondremos idénticos para tasas intra e inter, y realizados los cálculos pertinentes, la conclusión alcanzada es clara: las tasas de las operaciones realizadas con tarjeta de débito son inferiores a las de las operaciones de crédito en más de un 30%.

Tabla 4-9: Comparativa entre tasas de intercambio de crédito y de débito (2006-2008)

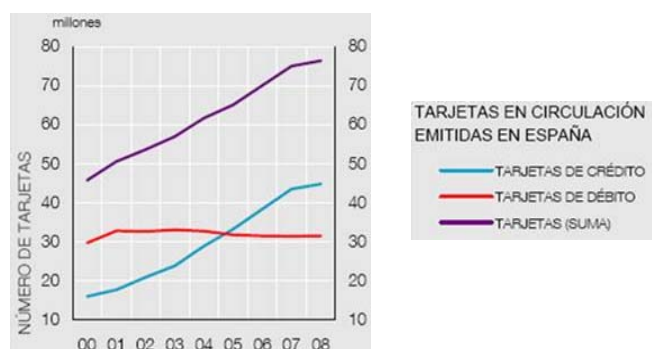
TASAS DE INTERCAMBIO INTRASISTEMAS									
	2006			2007			2008		
	%	FIJO	OPERAC.. MEDIA	%	FIJO	OPERAC.. MEDIA	%	FIJO	OPERAC.. MEDIA
de 0 a 100 mill.	1,30%	0,40 €		1,23%	0,37 €		1,05%	0,32 €	
de 100 a 500 mill.	0,89%	0,24 €	46,03 €	0,76%	0,21 €	46,00 €	0,61%	0,19 €	45,26 €
más de 500 mill.	0,65%	0,25 €		0,65%	0,24 €		0,54%	0,21 €	
Totales	1,01%	0,32 €	0,70%	0,96%	0,29 €	0,63%	0,81%	0,26 €	0,57%
	-31,18%			-34,33%			-28,63%		

TASAS DE INTERCAMBIO INTERSISTEMAS									
	2006			2007			2008		
	%	FIJO	OPERAC.. MEDIA	%	FIJO	OPERAC.. MEDIA	%	FIJO	OPERAC.. MEDIA
de 0 a 100 mill.	1,32%	0,41 €		1,28%	0,40 €		1,16%	0,37 €	
de 100 a 500 mill.	0,94%	0,24 €	46,03 €	0,87%	0,23 €	46,00 €	0,76%	0,21 €	45,26 €
más de 500 mill.	0,70%	0,28 €		0,70%	0,27 €		0,65%	0,25 €	
Totales	1,18%	0,36 €	0,78%	1,15%	0,35 €	0,76%	1,04%	0,33 €	0,72%
	-33,73%			-33,84%			-30,95%		

Fuente: Elaboración propia sobre datos del Banco de España.

Quizás por ello en los últimos años es posible observar como el crecimiento de las tarjetas de crédito ha sido superior a las de débito, habiendo superado a éstas en valor absoluto a lo largo del ejercicio 2005, manteniéndose desde ese momento la tendencia de una posible sustitución de un producto por otro.

Gráfico 4-3: Evolución del número de tarjetas por tipología (2000-2008)



Fuente: Banco de España.

4.6. EL FUTURO DE LAS TASAS DE INTERCAMBIO

4.6.1. PERIODO 2009-2010

En el epígrafe anterior hemos visto como han evolucionado las tasas de intercambio en el periodo 2006-2008.

A continuación vamos a realizar una aproximación al valor esperado para esas tasas en el periodo 2009-2010, en base a los términos recogidos en el acuerdo marco del 02/12/2005 suscrito entre las principales asociaciones de comerciantes y las entidades financieras, en el que se especificaron, además de las tasas a aplicar en los ejercicios 2006, 2007 y 2008, unas tasas tentativas de aplicación en caso de falta de acuerdo entre las partes para los ejercicios 2009 y 2010 (comunes para ambos ejercicios y vulgarmente conocidas como “cuarta columna”).

Para ello hemos partido de la situación real del año 2008 (ya conocida), y de esta forma poder simular la tasa esperada en los años 2009 y 2010.

Al realizar esta modelización se han tenido en cuenta las siguientes premisas:

- Para resolver la necesidad de convertir las tasas de débito (importes fijos por operación) en porcentajes, nos basaremos en el importe medio de las transacciones calculado en el apartado 4.5.6. para el ejercicio 2008, que asciende a 45,26 €por operación.
- En cuanto a la necesidad de conocer los importes facturados con tarjeta de crédito y con tarjeta de débito, se tendrán en cuenta los datos facilitados por el Banco de España, que indican que en el año 2008 la distribución ha sido del 58,94% y 41,06% para el crédito y débito respectivamente.
- En lo que respecta a la distribución de la facturación en los tres tramos marcados por el acuerdo, esto es, menos de 100 millones de euros, entre 100 y 500 millones de euros y más de 500 millones de euros se han tenido en cuenta los siguientes criterios:

- El porcentaje de facturación que se encuentra en el primer tramo (menos de 100 millones de euros) necesariamente debe oscilar entre el 52% y el 60%, ya que:
 - Si fuera inferior al 52%, aunque el resto de la facturación se realizara en el tramo con mayores tasas de los dos restantes (entre 100 y 500 millones), no sería posible alcanzar el valor de la tasa de intercambio media para el ejercicio 2008, que hemos cuantificado en el 0,81% (se quedaría por debajo).
 - Si por el contrario el porcentaje de la facturación realizada en el primer tramo fuera mayor del 60%, aunque el resto de la facturación se llevara a cabo en el tramo de menores tasas (más de 500 millones), el porcentaje global resultante sería superior al 0,81%.
 - Por lo tanto, hemos escogido para nuestro modelo el valor medio entre el 52% y el 60%, en concreto el 56%.
- Para el resto de la facturación, el 44%, hemos optado por repartirla a partes iguales entre los dos tramos restantes (el 22% para cada uno de ellos).

Como forma de validar la idoneidad de los criterios antes indicados, hemos verificado que, efectivamente, el modelo confeccionado permite obtener como resultante de la aplicación del tarifado estipulado en el acuerdo marco para el ejercicio 2008, una tasa de intercambio media del 0,81% (valor de referencia).

Replicando el esquema indicado sobre el tarifado marcado en el acuerdo para el ejercicio 2009-2010, el resultado es el que podemos ver a continuación:

Tabla 4-10: Estimación de la tasa de intercambio media para el 2009-2010

AÑO 2008				
Distribución facturación	CREDITO	DEBITO		MEDIA
	58,94%	41,06%		
	%	FIJO	%	
hasta 100 Mill. 56%	1,10%	0,40 €	0,88%	1,01%
De 100 mm a 500 Mill. 22%	0,63%	0,25 €	0,55%	0,60%
mas 500 Mill. 22%	0,54%	0,21 €	0,46%	0,51%
MEDIA DEL EJERCICIO				0,81%
AÑO 2009 - 2010				
Distribución facturación	CREDITO	DEBITO		MEDIA
	58,94%	41,06%		
	%	FIJO	%	
hasta 100 Mill. 56%	0,79%	0,35 €	0,77%	0,78%
De 100 mm a 500 Mill. 22%	0,53%	0,21 €	0,46%	0,50%
mas 500 Mill. 22%	0,45%	0,18 €	0,40%	0,43%
MEDIA DEL EJERCICIO				0,64%

-21%

Fuente: Elaboración propia.

La tasa de intercambio media resultante en aplicación de la “cuarta columna” se eleva al 0,64%, lo que supone un 21% de caída con respecto a la aplicada en 2008 (0,81%), y por lo tanto un 59% de caída acumulada con respecto a la tasa de intercambio media en vigor en el ejercicio 2005 (1,55%), año previo al inicio de la aplicación del acuerdo del 02/12/2005.

4.6.2. ACUERDO MASTERCARD

En el apartado 4.1.2. analizábamos como Bruselas había declarado ilegales las tasas de intercambio intra-europeas aplicadas por MasterCard en operaciones transfronterizas entre estados miembros de la UE por considerar que carecían de justificación. En base a ello, MasterCard se había visto obligada a “abolir

transitoriamente” dichas tasas en tanto en cuanto no llegaba una resolución definitiva en los tribunales de justicia.

Sin que se haya llegado todavía a una solución judicial, la comisaria europea de Competencia, Neelie Kroes, anunció con fecha 1 de Abril de 2009 un importante acuerdo con MasterCard, por el que la compañía emisora de tarjetas se comprometió a una rebaja muy significativa de las comisiones de los bancos que intervienen en el negocio. El compromiso, que afecta sólo a las compras transfronterizas entre estados miembros de la UE (menos del 5% el total de las transacciones realizadas por MasterCard), supondrá un ahorro de 200 millones de euros para los usuarios, en palabras de la comisaria⁷⁵.

Tras el acuerdo, las tasas de intercambio acordadas en las tarjetas de crédito de particulares serán del 0,30%, frente al año 2008 en el que oscilaban entre el 0,80% y el 1,90%. En el caso de las tarjetas de débito, el máximo actual es del 0,20% frente al rango anterior (entre 0,40% y 0,75%)⁷⁶. Las nuevas comisiones están en vigor desde julio de 2009.

El cobro de las comisiones mencionadas, sin suponer la renuncia a la vía judicial abierta, supone para la empresa norteamericana la reanudación del cobro de la tasa con el visto bueno de la Comisión. Esto quizás haya propiciado el que la visión del acuerdo haya sido muy diferente en función de la óptica desde la que se presente: para la Comisión se trata de un acuerdo que contempla una gran rebaja de las comisiones cobradas antes del litigio, mientras que para MasterCard supone la posibilidad de reactivar unas tasas que se vio obligada a suspender a tenor de las circunstancias, pero que espera volver a reposicionar cuando los recursos en los tribunales de justicia sean resueltos.

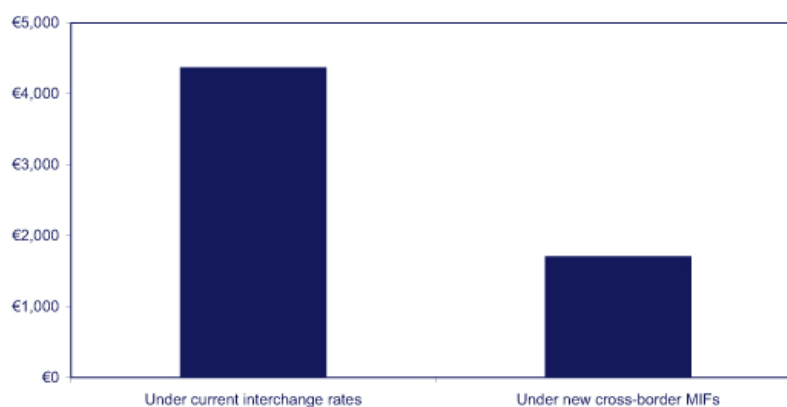
⁷⁵ Véase EL PAÍS (02/04/2009): “MasterCard rebaja sus comisiones por exigencias de Bruselas”.

⁷⁶ Véase LAFFERTY GROUP (02/04/2009): “MasterCard Europe reaches interim MIF arrangement, but at what price?”.

Pese a todo ello, se trata sin duda de un acuerdo de gran importancia si tenemos en cuenta que probablemente estas tasas pueden marcar un techo desde el que se decida negociar las diferentes tasas domésticas⁷⁷.

De acuerdo con Lafferty Group, si extrapolamos las nuevas tasas de intercambio intra-europeas sobre los datos del 2008 para el total de las transacciones dentro del espacio SEPA⁷⁸, la industria emisora podría perder alrededor de 2.600 millones de dólares de ingresos sólo en lo que respecta a las operaciones a crédito.

Gráfico 4-4: Simulación de la resolución sobre MasterCard dentro de SEPA (2008)



Nota: Datos referidos al 2008; incluyendo los mayores mercados del entorno SEPA; excluyendo a Bulgaria, Chipre, Estonia, Islandia, Latvia, Liechtenstein, Lituania, Luxemburgo y Malta.

Fuente: Lafferty Group, World Cards Intelligence.

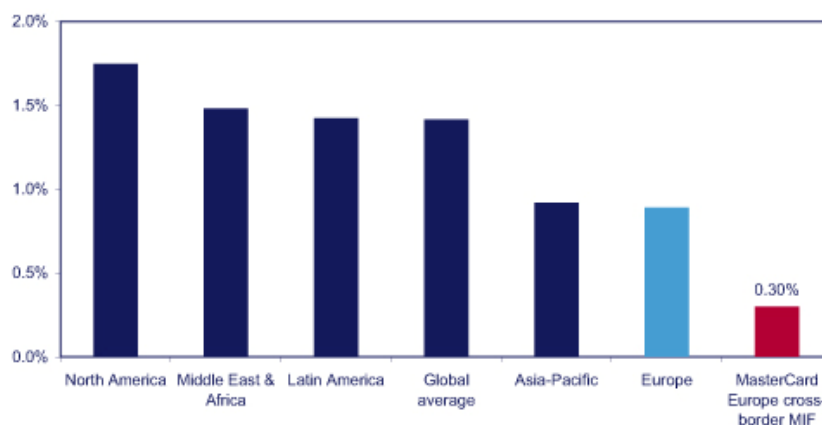
Todo ello no deja de profundizar en la difícil situación que ya están soportando las entidades financieras en la actualidad como consecuencia del incremento de la mora y la consecuente dificultad para conseguir beneficios. Resulta aun más paradójico este movimiento a la baja si tenemos en cuenta que ha sido precisamente la región europea

⁷⁷ MasterCard ya aplica las tasas intra-europeas en los pagos domésticos de Bélgica, Irlanda, Italia, República Checa, Letonia, Luxemburgo, Malta y Grecia.

⁷⁸ La zona única de pagos en euros, conocida bajo el acrónimo SEPA (Single Euro Payments Area), se constituye como aquella en la que ciudadanos, empresas y demás agentes económicos podrán hacer y recibir pagos en euros, dentro de la Unión Europea, con las mismas condiciones básicas, derechos y obligaciones, y ello con independencia de su ubicación y de que esos pagos hayan requerido o no procesos transfronterizos. Ello implicará que las operaciones en euros quedarán sujetas a un conjunto uniforme de estándares, reglas y condiciones y que las mismas podrán, en consecuencia, ser procesadas con la misma facilidad, seguridad y eficiencia con que lo son actualmente dentro de los mercados locales.

la que tradicionalmente ha mantenido tasas de intercambio más bajas de entre las regiones en las que es posible diferenciar el mercado mundial, tal y como podemos ver en el gráfico siguiente:

Gráfico 4-5: Tasa de intercambio para operaciones transfronterizas por regiones (2008)



Data refer to 2008; applies to weighted average credit card interchange fees

Fuente: Lafferty Group, World Cards Intelligence.

El acuerdo significa el cierre de la investigación por parte de la Comisión y es especialmente significativo porque implica un precedente muy importante para todo el sector. Quizás por ello MasterCard ha advertido que mantendrá esas comisiones en tanto en cuanto se tramita el recurso que presentó ante la justicia comunitaria contra la decisión de la Comisión Europea de diciembre de 2007⁷⁹. El presidente de MasterCard Europa, Javier Pérez, explicó que la nueva comisión no refleja adecuadamente el beneficio que obtienen los comerciantes por aceptar tarjetas (como la garantía de pago o las mayores ventas por no cobrar sólo en efectivo). Tampoco resulta suficiente, en su opinión, para impulsar la inversión e innovación necesarias para ofrecer a los consumidores europeos un sistema de medios de pago realmente moderno. Por todo ello, indicó Pérez, "confiamos en que la posición de la Comisión en relación con MasterCard será anulada por el Tribunal de Luxemburgo"⁸⁰.

Por el contrario, la responsable de Competencia de Bruselas, ha manifestado "estar persuadida de que los compromisos adoptados van a mejorar la eficacia y la

⁷⁹ Véase CINCO DÍAS (01/04/2009): "MasterCard recalca que mantiene el recurso judicial en defensa de sus comisiones".

⁸⁰ Véase CARD WORLD DAILY (01/04/2009): "MasterCard reached Europe interchange deal".

transparencia del sistema de tarjetas de pago de MasterCard a la vez que trasladará una parte de los beneficios a los consumidores y a los comerciantes”. En su opinión “la nueva metodología de cálculo de las tasas de intercambio ayudará a la clarificación entre bancos y clientes y conducirá a una reducción respecto a las tarifas previas”.

A estos efectos conviene recordar que también con fecha 1 de Abril de 2009 (fecha coincidente con la de la resolución en contra de MasterCard), Visa decidió unilateralmente rebajar las tasas de intercambio de sus operaciones intra-europeas.

Sin embargo, esto no ha evitado que dos días más tarde (el 3 de Abril) la Comisión Europea haya enviado a Visa un pliego de cargos (un paso formal en las investigaciones antimonopolio de la Comisión Europea que no implica la culpabilidad de las compañías a las que se dirige). En él se especifica que tras efectuar un análisis preliminar de las tasas de intercambio, la Comisión ha concluido con que éstas pueden perjudicar a la libre competencia entre las entidades financieras. Esta práctica "no aporta ningún beneficio a los consumidores en forma de progreso técnico o económico", explicó la Comisión. Bruselas considera que la citada tarifa incumple la normativa comunitaria sobre libre competencia entre bancos y cajas, "infla" el coste de aceptar pagos con tarjeta para los establecimientos comerciales e incrementa los precios de cara al consumidor.

Una vez haya recibido la respuesta de Visa, la Comisión decidirá si la práctica en cuestión es compatible o no con las reglas comunitarias.

Como sucedía en el caso de MasterCard, estas comisiones de intercambio se aplican actualmente a todas las transacciones transfronterizas entre Estados miembros, así como a las operaciones realizadas dentro de nueve países (Bélgica, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Malta, Holanda y Suecia).

Parece claro que el futuro de estas tasas pudiera seguir el mismo camino que el sufrido previamente por las aplicadas por MasterCard, aunque con un retraso temporal que probablemente se eleve a algo más de un año.

Pero lo verdaderamente relevante de todas estas resoluciones es la posible afectación a las tasas de intercambio domésticas españolas.

Hemos mencionado en repetidas ocasiones que el acuerdo marco suscrito en el 2005 por el que éstas se rigen tiene una vigencia temporal de cinco años, desde el 2006 al 2010 (ambos inclusive). Para los tres primeros ejercicios las tasas se encontraban definidas de antemano. Sin embargo para los ejercicios 2009 y 2010 las tasas tenían la consideración de aplicables en ausencia de acuerdo entre las partes⁸¹.

En este sentido debemos añadir la posibilidad de que para el ejercicio 2011 (o incluso antes de que finalice el ejercicio 2010), sean de aplicación unas tasas semejantes a las que ahora se acaban de aprobar para MasterCard. A este respecto, y según manifestaciones efectuadas por la Comisión Europea, Bruselas tiene previsto intensificar conversaciones con los reguladores nacionales para que apliquen los mismos criterios que los de los acuerdos alcanzados con MasterCard.

Para poder valorar el posible impacto de la extrapolación de las tasas intra-europeas aplicadas por MasterCard al mercado doméstico español, hemos confeccionado el cuadro que se muestra a continuación, en el que según nuestros cálculos, la caída podría ser del entorno del 60%, desde el 0,64% calculado como tasa media para la aplicación de la “cuarta columna” del acuerdo marco, hasta el 0,26% que entendemos representa la resolución alcanzada entre la Comisión Europea y MasterCard.

⁸¹ Hasta el 5 de agosto de 2009 han sido de aplicación las tasas de intercambio correspondientes al ejercicio 2008. Desde esa fecha han pasado a utilizarse las recogidas en la denominada “cuarta columna” del acuerdo del 02/12/2005 (véase <http://www.servired.es/espanol/tasasintra.htm>).

Tabla 4-11: Acuerdo marco frente a las tasas intra-europeas de MasterCard

AÑO 2009 - 2010					
Distribución facturación	CREDITO 58,94% %	DEBITO 41,06%		MEDIA	
		FIJO	%		
hasta 100 mm	56%	0,79%	0,35	0,77%	0,78%
De 100 mm a 500 mm	22%	0,53%	0,21	0,46%	0,50%
mas 500 mm	22%	0,45%	0,18	0,40%	0,43%
MEDIA DEL EJERCICIO					0,64%
ACUERDO MASTERCARD					
CREDITO 58,94% %	DEBITO 41,06% %		MEDIA		
0,30%	0,20%		0,26%		

-60%

Fuente: Elaboración propia.

Como conclusión, el escenario actual en lo que respecta a las tasa de intercambio domésticas es susceptible de “empeorar radicalmente” para las entidades financieras, lo que sin duda conllevará a éstas a un replanteamiento de sus estrategias comerciales.

4.7. REPERCUSIÓN EN LOS RESULTADOS DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS

A nivel de cada entidad, la caída de las tasas de intercambio repercute en su cuenta de resultados en función de la distribución que muestre su negocio entre emisión y adquirencia. El esquema de afectación podría ser el siguiente:

- Emisores puros: Estos intervinientes, que por naturaleza son receptores de tasas de intercambio, verán reducidos sus ingresos en la misma cuantía en que se reduzcan las mismas, para un mismo nivel de actividad.

- Adquirentes puros: Con independencia de que no exista actualmente ninguno en el mercado español, un adquirente puro podría sacar provecho de una caída de tasas de intercambio, al menos de forma transitoria, puesto que con la entrada del nuevo escalado pasaría a ceder una cantidad inferior desde la entrada en vigor del acuerdo, sin que, como vimos con anterioridad, repercuta ese descenso de forma inmediata al comerciante en forma de una menor tasa de descuento por el simple hecho de que la negociación individual necesaria debería dilatar este proceso en el tiempo. No obstante, parece lógico suponer que antes o después dicha reducción de las tasas de intercambio se trasladará íntegramente a las tasas de descuento, para así recuperar el nivel de rentabilidad original, que como media es casi inexistente, tal y como hemos analizado en el apartado 4.5.5.

- Mixtos: En este caso, que es en el que se encuentran la práctica totalidad de las entidades financieras españolas, se dejan de recibir los ingresos de la facturación generada en compras por las tarjetas emitidas. Por otro lado, en lo que respecta al negocio adquirente, lo que sucedería es análogo a lo que se ha explicado en el punto anterior, es decir, en función de la política comercial de la entidad se llegará en uno u otro momento al reequilibrio de márgenes entre descuento e intercambio. En definitiva, para estas entidades la pérdida se centra en la emisión.

A continuación vamos a intentar cuantificar a nivel de sector (bancos mas cajas de ahorro), cuál está siendo la repercusión de esta caída de tasas de intercambio y cuál puede ser en el futuro.

En cuanto al efecto del acuerdo marco para los tres primeros ejercicios ya finalizados (2006-2008), si fijamos como referencia la tasa del año 2005 (último ejercicio previo a la regulación), que se elevó al 1,55%, nos encontraremos con que la pérdida acumulada se eleva a unos 1.750 millones de euros aproximadamente, como podemos ver en la tabla que se muestra a continuación:

Tabla 4-12: Efecto del acuerdo marco para el periodo 2006-2008

	TOTAL FACTURACION COMPRAS	TASAS DE INTERCAMBIO AÑO 2005	TASA REAL DEL EJERCICIO	PERDIDA TEORICA EN BASE A TASA 2005
2006	79.115		0,94%	483
2007	89.396	1,55%	0,91%	572
2008	94.414		0,81%	699
Importes en millones de €	PERDIDA ACUMULADA 2006 - 2008			1.753

Fuente: Elaboración propia.

A continuación debemos analizar la evolución esperada de las tasas de intercambio en el periodo 2009-2010 en aplicación de la denominada “cuarta columna”, que representa las tasas a aplicar para dicho bienio según el acuerdo marco.

A este respecto, debemos de tener en cuenta que estas tasas sólo deberían aplicarse en caso de que antes de julio de 2008 no estuviese presentado por las entidades financieras y aprobado por los organismos reguladores un estudio de costes auditado. Lo cierto es que a la fecha de confección de este trabajo de investigación el estudio de costes al que hacía referencia el acuerdo sí ha sido presentado por las entidades, pero no ha sido resuelto por la administración.

En base a lo anterior, para el periodo 2009-2010 deberían ser aplicables las tasas de intercambio derivadas de la que se denomina “cuarta columna” y que han sido objeto de cálculo en el apartado 4.6.1.

No obstante lo anterior, durante el primer semestre del año 2009 han sido de aplicación las tasas marcadas para el ejercicio 2008. Sin embargo, la opinión de los

intervinientes del mercado es que durante el segundo semestre (o al menos durante gran parte del mismo) ya serán de aplicación las tasas reflejadas en la “cuarta columna”⁸². Por ello, para nuestros cálculos de la tasa de intercambio media del ejercicio 2009 hemos utilizado el 0,73%, que supone un valor medio entre el 0,81% del 2008 y el 0,64% teórico que hemos calculado como tasa resultante en aplicación de la “cuarta columna”. Para el año 2010 supondremos como tasa media el 0,64%, ya que será de aplicación durante todo el ejercicio.

Por último, para la estimación de la facturación total del ejercicio 2009 supondremos que continúa la tendencia mostrada durante el primer trimestre del mismo, que según datos del Banco de España era de un decrecimiento del -5,93% con respecto al mismo periodo del año anterior. Para el ejercicio 2010 supondremos que se repite la facturación del 2009.

En base a todo lo anterior, la repercusión en la cuenta de resultados de las entidades financieras para el periodo 2009-2010 se refleja en la tabla siguiente:

Tabla 4-13: Efecto del acuerdo marco para el periodo 2009-2010

	TOTAL FACTURACION COMPRAS (estimada)	TASAS DE INTERCAMBIO AÑO 2005	TASA DEL EJERCICIO (estimada)	PERDIDA TEORICA EN BASE A TASA 2005
2009	88.815	1,55%	0,73%	733
2010	88.815		0,64%	808
Importes en millones de €	PERDIDA ACUMULADA 2009 - 2010			1.541

Fuente: Elaboración propia.

En definitiva, la pérdida acumulada esperada para el periodo 2009-2010 se eleva a 1.500 millones de euros aproximadamente.

⁸² Definitivamente las tasas de intercambio correspondientes a la “cuarta columna” son de aplicación en el sistema español de medios de pago desde el 5 de agosto del 2009, lo que corrobora la validez de la hipótesis sobre la tasa de intercambio media considerada para el ejercicio 2009 (véase <http://www.servired.es/espanol/tasasintra.htm>).

Como resumen de todo lo visto, podemos concluir que el efecto negativo acumulado del acuerdo marco para el conjunto de los cinco años regulados en el mismo se eleva a unos 3.300 millones de euros, con una pérdida recurrente anual de 800 millones de euros a partir de 2010, que se verá incrementada tan pronto como los volúmenes anuales de facturación por compras recuperen los crecimientos anteriores a la actual crisis económica.

No obstante lo anterior, éste no es el peor escenario posible para las entidades financieras, ya que como hemos comentado al hablar del futuro de las tasas de intercambio, existen posibilidades ciertas de que finalmente las tasas de intercambio domésticas deban adaptarse a las cifras derivadas del acuerdo entre la Comisión Europea y MasterCard, que se recogen en el apartado 4.6.2. de esta tesis doctoral.

Si esto fuera así, la repercusión en la cuenta de resultados de las entidades financieras aún sería peor, tal y como se detalla en la tabla siguiente:

Tabla 4-14: Efecto del acuerdo marco para el ejercicio 2011 y sucesivos

	TOTAL FACTURACION COMPRAS (estimada)	TASAS DE INTERCAMBIO AÑO 2005	TASA DEL EJERCICIO (estimada)	PERDIDA TEORICA EN BASE A TASA 2005
2011	88.815	1,55%	0,26%	1.146
Importes en millones de €		PERDIDA 2011		1.146

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, la repercusión negativa anual que este escenario supondría en la cuenta de resultados de dichas entidades sería de 1.146 millones de euros, al pasarse de una tasa de intercambio del 1,55% en 2005 a una del 0,26% para el año 2011 y siguientes.

4.8. ALTERNATIVAS EN EL NUEVO ENTORNO

Acabamos de ver como uno de los componentes más importantes de la cuenta de resultados del negocio de tarjetas está experimentando un importante retroceso con motivo del acuerdo suscrito a finales del 2005 y de las posibles implicaciones que a nivel doméstico tengan las últimas resoluciones de la Comisión Europea.

Ante esta situación caben dos posibilidades, o bien entender que no es posible llevar a cabo ninguna actuación en la búsqueda del reequilibrio económico, o bien intentar diseñar un plan de mejora de rentabilidad tendente a recuperar los beneficios perdidos.

La primera alternativa parece no encajar con la agresividad comercial imperante en el sector financiero. Por ello, nos centraremos en todos aquellos drivers susceptibles de manejo por parte de bancos y cajas y que pudieran conllevar un impacto contable relevante.

Desde esta perspectiva identificamos dos direcciones posibles: el incremento de las comisiones de servicio cargadas a los clientes mediante una retarificación al alza de las mismas, o el incremento de la actividad (o hacer una combinación de ambas estrategias, claro está).

Las palancas susceptibles de ser movilizadas en este doble enfoque serán objeto de un análisis detallado en las páginas siguientes.

4.8.1. INCREMENTO DE LAS COMISIONES

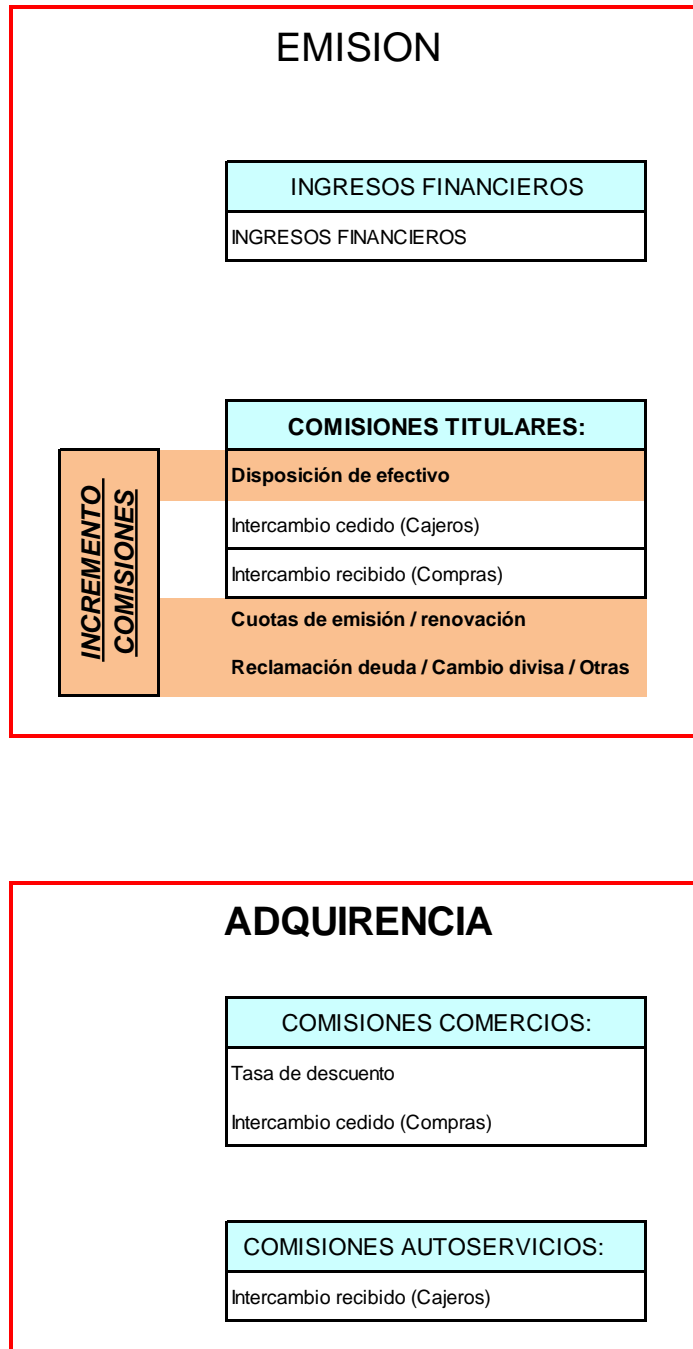
La bajada de las tasas de intercambio tiene sin duda un impacto directo en la cuenta de resultados de una entidad bancaria desde el mismo instante de su puesta en vigor. Esta inmediatez en la pérdida de ingresos es la que puede llevar a que las entidades financieras se planteen una búsqueda alternativa de ingresos con la misma inmediatez en su generación.

Las acciones encaminadas a mejorar la actividad comercial son sostenibles en el tiempo pero conllevan un periodo de maduración incompatible con la necesidad de cubrir desfases en el corto plazo. No sucede lo mismo con una hipotética subida de las tarifas de las comisiones, que aparentemente pueden tener un reflejo directo en la cuenta de resultados⁸³. Y decimos aparente porque no son pocas las ocasiones en las que se obvia el efecto negativo de una subida de las comisiones sobre la actividad en el medio plazo.

En este sentido, en la tabla 4-15 se recoge en qué apartados de la cuenta de resultados tendría impacto el posible incremento de las comisiones cobradas a clientes.

⁸³ Véase EL CORREO GALLEGO (07/04/2009): “La banca recarga sus comisiones para paliar la caída en el negocio”.

Tabla 4-15: Actuaciones relativas a las comisiones



Fuente: Elaboración propia.

Analizaremos a continuación las principales actuaciones llevadas a cabo en materia de comisiones por las entidades financieras españolas más importantes. Los

datos utilizados se corresponden con el análisis de las tarifas máximas publicadas por las entidades financieras ante el Banco de España⁸⁴.

Los análisis muestran las variaciones detectadas entre las tarifas publicadas en diferentes periodos de tiempo. Parece lógico pensar que si una entidad sustituye sus tarifas por otras nuevas ha de ser porque las antiguas no cumplen con los requerimientos deseados.

4.8.1.1. COMISIONES DE CAJERO

Nos referiremos aquí a las comisiones que las entidades financieras cargan a sus titulares por el uso que estos hacen de sus tarjetas tanto en cajeros propios (sólo operativa a crédito, puesto que la de débito no está grabada), como en cajeros ajenos (operativa a débito y a crédito).

Es necesario precisar que durante el ejercicio 2007 hubo una importante variación de las tasas de intercambio que se ceden las entidades por este tipo de operativa. Recordamos que a diferencia de las tasas vigentes en las compras, en el mundo de los cajeros es la entidad emisora de la tarjeta la que cede una comisión a la entidad adquirente (la que procesa la transacción en sus cajeros) como consecuencia de la prestación del servicio de caja.

Las tasas intrasistema (misma red) subieron en enero de ese año desde 0,49€ a 0,65€ por operación, en tanto que las intersistemas (diferentes redes) bajaron a comienzos del segundo semestre desde 2€ a 1€ por transacción aproximadamente. O lo que es lo mismo, el que un cliente operara en un cajero de su misma red (aunque no de su propia entidad) se convirtió en más oneroso para el banco o caja emisor, mientras que por el contrario una disposición en los cajeros de alguna de las otras redes pasó a ser menos gravosa.

⁸⁴ Información extraída de la página web del Banco de España (Portal del cliente bancario), accesible en: <http://www.bde.es/clientebanca/comisiones/csf/tarjetas.htm>.

Por ello, ya durante el 2007 se produjeron importantes ajustes en las tarifas de comisiones de las entidades, fundamentalmente en lo que respecta a los mínimos por operación dentro de la misma red (sin duda para cubrir el incremento de 0,49 € a 0,65 € por operación). Estos ajustes se han visto muy ligeramente complementados durante el 2008, como vamos a ver.

□ DISPOSICIONES A DÉBITO

En lo que respecta a las disposiciones de efectivo a débito, y siguiendo con datos de tarifas máximas publicadas en Banco de España, se observa como las tarifas porcentuales han variado ligeramente a la baja en lo que respecta a las redes ajenas y a disposiciones en el extranjero, aunque los mínimos por operación se incrementan en un 1,5% y 2,9% respectivamente.

Las disposiciones en la red propia se han incrementado un 2,9%, cifra que se eleva a casi el 8% en términos de “mínimo por operación” (sin duda lo explicado en el punto anterior puede tener mucho que ver).

Durante el primer trimestre del año 2009 no se han producido variaciones en las tarifas publicadas.

Tabla 4-16: Evolución de las comisiones por disposiciones de efectivo a débito

	Valor Medio									
	dic-07		dic-08		% sobre dic-07		mar-09		% sobre dic-08	
	%	Min.	%	Min.	%	Min.	%	Min.	%	Min.
Propia entidad	0 €	0 €	0 €	0 €	-	-	0 €	0 €	-	-
Propia red	1,04 €	0,66 €	1,07 €	0,71 €	2,9%	7,6%	1,07 €	0,71 €	0,0%	0,0%
Otras redes	3,75 €	2,61 €	3,65 €	2,65 €	-2,7%	1,5%	3,65 €	2,65 €	0,0%	0,0%
Extranjero	3,82 €	2,78 €	3,72 €	2,86 €	-2,6%	2,9%	3,72 €	2,86 €	0,0%	0,0%

Fuente: Banco de España.

□ DISPOSICIONES A CRÉDITO

Durante el año 2008 las variaciones más relevantes se han producido en las operaciones realizadas dentro de la misma entidad y también dentro de la misma red. De forma análoga a como sucede con las disposiciones a débito, los mínimos han sufrido incrementos mayores que los porcentajes (en el entorno del 6% en ambos casos). Durante el primer trimestre del año 2009 tampoco se han observado variaciones con respecto al cierre del ejercicio anterior.

Tabla 4-17: Evolución de las comisiones por disposiciones de efectivo a crédito

	Valor Medio									
	dic-07		dic-08		% sobre dic-07		mar-09		% sobre dic-08	
	%	Min.	%	Min.	%	Min.	%	Min.	%	Min.
Propia entidad	2,82 €	2,18 €	2,95 €	2,32 €	4,6%	6,4%	2,95 €	2,32 €	0,0%	0,0%
Propia red	3,98 €	2,91 €	4,09 €	3,07 €	2,8%	5,5%	4,09 €	3,07 €	0,0%	0,0%
Otras redes	4,39 €	3,13 €	4,39 €	3,21 €	0,0%	2,6%	4,39 €	3,21 €	0,0%	0,0%
Extranjero	4,41 €	3,43 €	4,45 €	3,51 €	0,9%	2,3%	4,45 €	3,51 €	0,0%	0,0%

Fuente: Banco de España.

En definitiva, y en lo que respecta a las comisiones de cajeros, se observa como los incrementos producidos se deben fundamentalmente a la necesidad de adaptar las tarifas a las nuevas comisiones interbancarias que regulan las operaciones intrasistema.

No obstante conviene destacar que aunque en algunos casos las comisiones interbancarias han sido reguladas en niveles inferiores (con es el caso de las disposiciones de efectivo en cajeros de otras redes), ese menor coste no parece haberse traducido en una menor comisión a cobrar a los clientes.

4.8.1.2. CUOTAS DE EMISIÓN / RENOVACIÓN

Durante el año 2008, las cuotas de emisión / renovación de las tarjetas de débito y crédito se incrementaron un 10% aproximadamente. De esta forma el coste medio de las

primeras se sitúa en algo más de 15 € que se dobla al referirnos a las últimas (31,25€). Durante el primer trimestre del año 2009 los incrementos han sido del 3,6% y del 1,6% para las tarjetas de débito y de crédito respectivamente (con respecto a diciembre de 2008).

Tabla 4-18: Evolución de las cuotas de emisión / renovación

	Valor Medio				
	dic-07	dic-08	% sobre dic-07	mar-09	% sobre dic-08
Tarjetas de débito	13,71 €	15,16 €	10,6%	15,71 €	3,6%
Tarjetas de crédito	28,43 €	31,25 €	9,9%	31,75 €	1,6%

Fuente: Banco de España.

Parece por todo ello que las entidades financieras sí han intentado incrementar las comisiones derivadas de la tenencia de la tarjeta como medio para intentar paliar, aunque sea parcialmente, los efectos del acuerdo marco.

4.8.1.3. OTRAS COMISIONES DE TITULARES

En lo que respecta al resto de comisiones de titulares podemos destacar:

- Comisión por reclamación de deudas o de posiciones deudoras (se explica por sí misma)⁸⁵.

⁸⁵ Las comisiones por reclamación de deuda (o de posición deudora) han representado una importante fuente de ingresos para las entidades financieras, cuya magnitud si cabe se ha visto incrementada en los últimos tiempos como consecuencia del incremento de los impagos inherentes a la crisis económica que vivimos. Si observamos la formulación que de la misma se hace en los tarifados publicados en el Banco de España, observamos como generalmente para su devengo se hace necesaria la efectiva reclamación de la deuda por parte de la entidad financiera. Sin embargo, este concepto es lo suficientemente amplio como para que baste con que la entidad intente la realización del cobro sin éxito y emita una carta al titular, para que se entienda que dicha comunicación ha sido efectiva desde ese mismo instante. A este respecto, AMERICAN BANKER en su artículo "Critiquing Fed's card disclosure proposal", de 22/10/2007, explica como la Reserva Federal norteamericana estudia una propuesta para conceder a los consumidores 45 días de margen antes de que esta comisión pueda hacerse efectiva. De implantarse una regulación de este tipo en nuestro mercado, no tenemos ninguna duda de que el efecto económico sobre la cuenta de explotación de cajas y bancos sería muy relevante.

- ❑ Comisión de cambio de divisa, aplicable a transacciones realizadas en moneda distinta del euro.
- ❑ Comisión por exceso de límite de crédito, esto es, por rebasar el crédito concedido por la entidad (usualmente las entidades permiten excesos puntuales sobre los límites marcados del entorno del 20%).

Dado que el Banco de España no publica datos agregados de este tipo de comisiones a nivel sector y con el fin de ver la evolución de las mismas, se ha optado por analizar las variaciones para el periodo 2006-2008 de las tarifas publicadas en Banco de España por las seis principales entidades del país, Santander, BBVA, Banesto, Popular, La Caixa y Caja Madrid.

Las podemos ver en la tabla que se muestra a continuación:

Tabla 4-19: Evolución del resto de comisiones relevantes

	COMISION		MINIMO	
BANCO POPULAR				
	2006		2008	
RECLAMACION DE IMPAGADOS	30,05 €	-	30,05 €	-
CAMBIO DE DIVISA	1,50%	2,40 €	1,50%	2,40 €
EXCESO LIMITE DE CREDITO	2,00%	6,00 €	2,00%	6,00 €
BANESTO				
	2006		2008	
RECLAMACION DE IMPAGADOS	30,00 €	-	30,00 €	-
CAMBIO DE DIVISA	3,00%	2,40 €	3,00%	2,40 €
EXCESO LIMITE DE CREDITO	4,00%	6,00 €	4,00%	6,00 €
BBVA				
	2006		2008	
RECLAMACION DE IMPAGADOS	30,00 €	-	30,00 €	-
CAMBIO DE DIVISA	1,00%	-	1,50%	2,00 €
EXCESO LIMITE DE CREDITO	1,50%	3,01 €	1,50%	3,01 €
SANTANDER				
	2006		2008	
RECLAMACION DE IMPAGADOS	28,00 €	-	30,00 €	-
CAMBIO DE DIVISA	-	-	-	-
EXCESO LIMITE DE CREDITO	2,00%	12,02 €	2,00%	12,02 €
CAJA MADRID				
	2006		2008	
RECLAMACION DE IMPAGADOS	30,00 €	-	30,00 €	-
CAMBIO DE DIVISA	1,00%	-	1,00%	-
EXCESO LIMITE DE CREDITO	1,50%	6,01 €	1,50%	6,01 €
LA CAIXA				
	2006		2008	
RECLAMACION DE IMPAGADOS	30,00 €	-	30,00 €	-
CAMBIO DE DIVISA	1,00%	-	1,00%	-
EXCESO LIMITE DE CREDITO	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia sobre datos del Banco de España.

En azul podemos ver las dos únicas variaciones detectadas, que se corresponden con la comisión por cambio de divisa en el caso del BBVA, que ha pasado desde el 1,00% sin mínimos en 2006 hasta el 1,50% con un mínimo de 2,00 € en 2008. La otra comisión en la que hemos observado cambios es la de reclamación de posiciones deudoras, que el Santander ha elevado desde 28 € a 30 €

No parece pues, en base al análisis del cuadro anterior, que estas tres comisiones hayan sido el camino escogido por las entidades financieras para intentar paliar los efectos del acuerdo marco.

Como conclusión general al apartado 4.8.1., no parece que el incremento de las comisiones haya sido especialmente relevante durante el bienio 2007-2008 (a excepción de las cuotas de emisión / renovación de tarjetas), ni parece probable que sea la vía de solución para compensar el efecto negativo en la cuenta de resultados de la caída de las tasas de intercambio.

En cualquier caso, es lógico que esto sea así, ya que el incremento de las comisiones cuenta con límites ciertos:

- Las comisiones son percibidas de forma muy negativa por los consumidores.
 1. De acuerdo con un “focus group” realizado por Visa para BBVA en el año 2008, los dos factores peor valorados por los clientes en lo que respecta a las tarjetas bancarias son:
 - La cuota anual de emisión / renovación:
 - ✓ Interviene decididamente en la aceptación de la tarjeta y también en su cancelación.
 - Las comisiones por extracción de efectivo en cajeros de otras redes:
 - ✓ No suelen intervenir en el momento de aceptar la tarjeta, aunque en la medida en que suponen una insatisfacción por cada extracción si dan muchos argumentos para prescindir de ella.
 - Todos los demás factores (seguros, servicios, etc.), cuentan con un peso motivacional menor.
 2. Por otro lado, las comisiones del sistema bancario español están consideradas como unas de las más elevadas de Europa⁸⁶.

⁸⁶ Véase EXPANSIÓN (22/09/2009): “Las comisiones bancarias españolas son las segundas más elevadas de Europa”.

- El continuo proceso de supervisión por parte del Banco de España, por el que sólo son admitidos aquellos incrementos de precios consecuencia de alzas en los costes de los mismos o como consecuencia de la prestación de servicios adicionales.
- La creciente competencia con nuevos intervinientes.

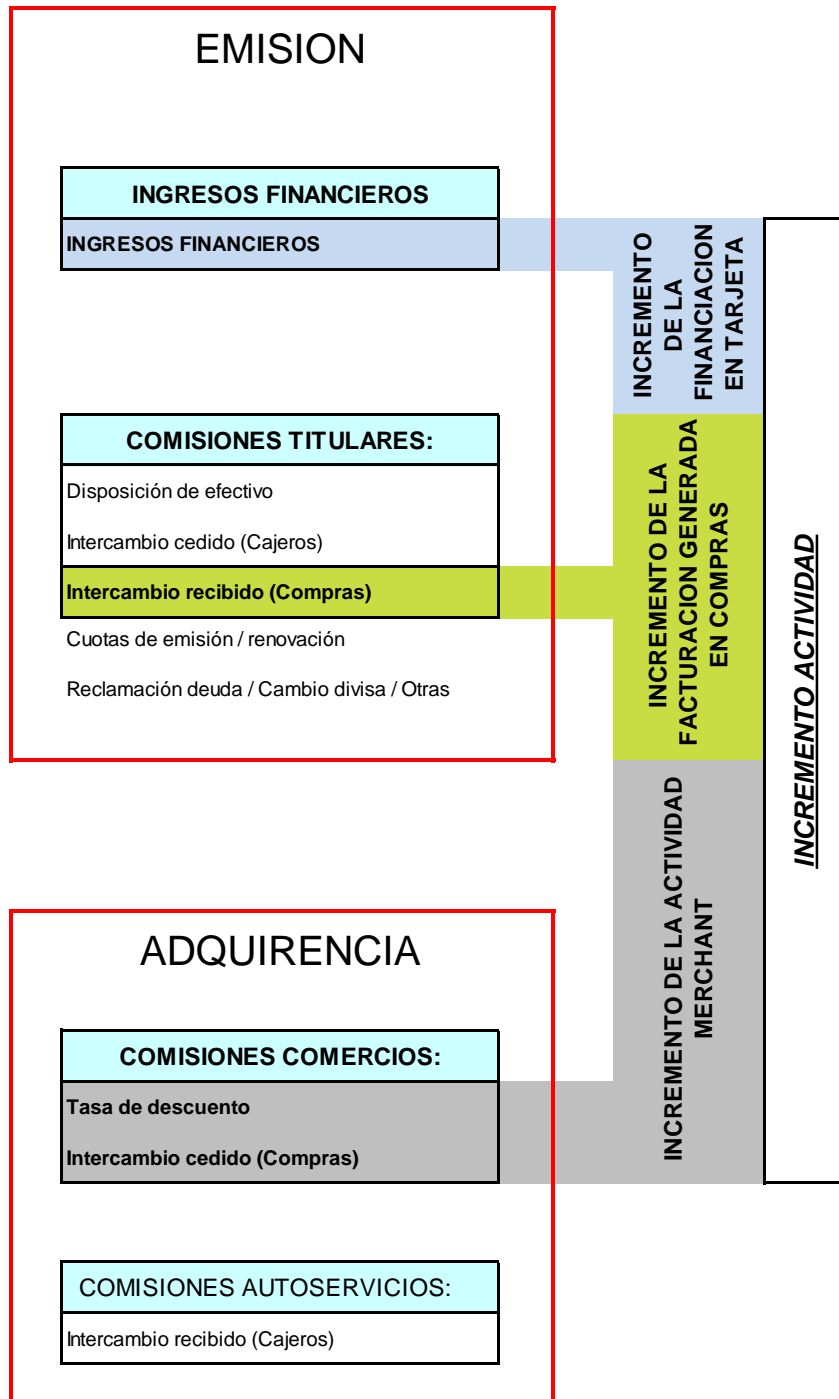
4.8.2. INCREMENTO DE LA ACTIVIDAD

Una estrategia basada en el incremento de la actividad será por el contrario menos eficaz en el corto plazo pero sin duda redundará en la consecución de beneficios recurrentes en el medio y largo plazo. Desde esta perspectiva es posible distinguir tres tipos de actuaciones diferentes que a su vez puedan complementarse:

- Incremento de la actividad adquirente o merchant.
- Incremento de la facturación generada en compras, bien mediante un aumento del parque de tarjetas o mediante un mayor uso de las tarjetas ya emitidas en comercios.
- Incremento de la financiación al consumo a través de tarjetas.

En la tabla 4-20 se recoge en qué apartados de la cuenta de resultados tendrían impacto las distintas opciones de incremento de la actividad.

Tabla 4-20: Actuaciones relativas a la actividad



Fuente: Elaboración propia.

A continuación pasaremos a analizar brevemente las distintas opciones.

4.8.2.1. INCREMENTO DE LA ACTIVIDAD ADQUIRENTE

Tal y como vimos en el subapartado 3.4.4.2., el bajo uso de las tarjetas en compras no es un problema de despliegue de terminales. De hecho, la banca española ha puesto a disposición de sus clientes la mayor red de TPV de Europa.

Por lo tanto, de lo que hemos visto hasta ahora sobre el negocio adquirente podemos concluir lo siguiente:

- ❑ Este negocio no es rentable en términos de retorno directo (algo evidente tras lo visto en el apartado 4.5.5.).
- ❑ Existe un gran despliegue de TPV en el mercado español.
- ❑ Los dos puntos anteriores pudieran parecer un contrasentido. No obstante, el afán de bancos y cajas por no perder protagonismo en el punto de venta podría explicarse según se indica:
 - Las entidades financieras consideran que el hecho de recoger la facturación supone un aspecto clave en la fidelización del comercio.
 - Este negocio puede abrir las puertas a otros inducidos por el comercio (financiación de circulante, equipamiento, etc.).
 - Este negocio puede esconder una gran potencialidad para un mayor grado de desarrollo del negocio de medios de pago (en función del desarrollo tecnológico futuro).

En definitiva, el incremento de la actividad adquirente no parece ser la vía más adecuada a los efectos de compensar el efecto negativo en la cuenta de resultados de la caída de las tasas de intercambio, ya que:

- ❑ El nivel de desarrollo de este negocio ya es muy elevado, por lo que su incremento resultaría difícil.
- ❑ Es un negocio sin margen directo por lo que su incremento no generaría beneficios adicionales relevantes.

4.8.2.2. INCREMENTO DE LA FACTURACIÓN GENERADA EN COMPRAS

A los efectos de incrementar la facturación en compras existen dos posibilidades:

- Aumentar el parque de tarjetas en circulación.
- Procurar que los clientes utilicen las tarjetas más activamente en comercios que en la actualidad.

□ INCREMENTO DEL NÚMERO DE TARJETAS

Según datos analizados con anterioridad en el subapartado 3.4.4.1., en nuestro país la media de tarjetas bancarias por persona era de 1,7 (datos del 2007), lo que situaba a España en una posición destacada, por detrás de Holanda y del Reino Unido pero por delante de países como Portugal, Francia, Alemania e Italia.

Sin poder hablar de una situación de saturación análoga a la que se desprende del estudio de la penetración de los terminales en punto de venta, no podemos sin embargo dejar de reconocer que la penetración de las tarjetas bancarias en el mercado alcanza niveles nada despreciables, lo que no parece generar una ventana de oportunidad para las entidades financieras en este aspecto, que compense la reducción de resultados derivada de la caída de las tasas de intercambio.

□ INCREMENTO DEL USO DE LAS TARJETAS EN COMERCIOS

En contraposición con el despliegue de TPV (desarrollado de forma sobresaliente) y de tarjetas (desarrollado de forma notable), y tal y como mostrábamos en el subapartado 3.4.4.3., en España, y con datos del 2007, el “uso de la tarjeta en compras en relación con el total” (compras mas cajeros) se elevó al 44%, cifra que contrasta muy negativamente con la mostrada por países como Francia (72%) y Reino Unido (63%).

Sin duda, el incremento del uso de las tarjetas en compras se constituye como una de las asignaturas pendientes del mercado español, por lo que esta vía es susceptible de

alcanzar un mayor grado de desarrollo en el futuro, contribuyendo a compensar la reducción de ingresos derivada de la aplicación del acuerdo marco.

4.8.2.3. INCREMENTO DE LA FINANCIACIÓN AL CONSUMO A TRAVÉS DE TARJETA BANCARIA

De acuerdo con el subapartado 3.4.4.4., los saldos aplazados en tarjeta en el mercado español (12,5%) contrastan con los mostrados por el Reino Unido (30%), que ostenta una situación de privilegio en el mercado europeo (con datos del 2007).

Al igual que en el punto anterior, existe una clara posibilidad de mejora del uso de las tarjetas bancarias, en este caso como soporte de financiación.

En definitiva y como conclusión de todo lo explicado en relación con el incremento de la actividad, la potencialidad del mercado español podría provenir de dos frentes que a la postre podrían ser concurrentes:

- En primer lugar, conseguir que las tarjetas sean más activas en compras en comercios, toda vez que el parque tanto de TPV como de tarjetas ya parece encontrarse muy desarrollado, sustituyendo en cierta medida al uso de efectivo.
- De forma paralela, se trataría de conseguir que dichas tarjetas fueran utilizadas de forma más intensiva como instrumento de financiación, en lugar de ser un mero instrumento de retirada de efectivo en cajeros.

Estas dos líneas de actuación deberían constituir los pilares del “nuevo enfoque del negocio de tarjetas bancarias en el sistema español de medios de pago”, que será analizado con más detalle en el capítulo 5 de esta tesis doctoral, ya que entendemos que a medio y largo plazo el incremento de actividad es la única estrategia posible a efectos de compensar de manera estable los efectos adversos del acuerdo marco sobre tasas de intercambio.

5. INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

En este capítulo vamos a recoger los distintos elementos que configuran la investigación llevada a cabo entre los intervinientes más relevantes del sector financiero español.

El fin de dicha investigación ha sido la obtención de conclusiones válidas que permitan validar los pilares básicos del “nuevo enfoque del negocio de tarjetas bancarias en el sistema español de medios de pago”, que debe tener como soporte básico la utilización de la tarjeta de crédito como instrumento financiador de operaciones de consumo, de forma análoga a como sucede en el Reino Unido y en Estados Unidos y a diferencia de como sucede en la actualidad en el mercado español, en el que básicamente se utiliza para retirar efectivo en los cajeros de las entidades financieras y en menor medida como medio de pago sin financiación en comercios.

De forma complementaria la investigación debería poner de manifiesto:

- ❑ Los actuales puntos fuertes y débiles del negocio de tarjetas bancarias en el mercado español.
- ❑ Las repercusiones de los movimientos regulatorios en las cuentas de resultados de las entidades financieras y su evolución futura.
- ❑ Las palancas para la implantación del nuevo enfoque con especial énfasis en el posible nuevo papel a jugar por el comerciante.
- ❑ Las barreras del mercado español que pueden condicionar la implementación del nuevo enfoque.

5.1. INVESTIGACIONES PREVIAS

Desde un punto de vista global, debemos destacar la multiplicidad existente de estudios de carácter generalista basados en el nacimiento y consolidación de las tarjetas como medio de pago, fundamentalmente centrados en las experiencias estadounidenses (algo lógico teniendo en cuenta que ha sido precisamente EEUU el creador e impulsor de las mismas).

Por otro lado, en la medida en que en los últimos diez años ha existido una creciente evolución tecnológica, no es difícil encontrar trabajos que hacen referencia a cómo las T.I. han influido y pueden influir sobre el desarrollo futuro de estos instrumentos. Hacemos especial hincapié en aquellos estudios que hacen referencia al nacimiento del área única de pagos SEPA⁸⁷ y al establecimiento del estándar EMV⁸⁸ (de obligado cumplimiento desde comienzos del 2011).

En cualquier caso, ninguno de estos estudios arroja conclusiones que pudieran ser de ayuda para los objetivos perseguidos en esta tesis doctoral.

Sin embargo, el sistema español de medios de pago no ha sido tratado de forma demasiado intensiva en los últimos años. Es posible encontrarse con bibliografía descriptiva que abarca el análisis de los instrumentos de pago, fundamentalmente por lo que pudieron tener de novedosos en su momento. Sobre estos estudios se añaden otros que profundizan en distintos aspectos a tener en cuenta, entre los que destacamos los de carácter normativo, y que analizan tanto la legislación aplicable como las implicaciones jurídicas para los intervinientes del sistema.

⁸⁷ La zona única de pagos en euros, conocida bajo el acrónimo SEPA (Single Euro Payments Area), se constituye como aquella en la que ciudadanos, empresas y demás agentes económicos podrán hacer y recibir pagos en euros, dentro de la Unión Europea, con las mismas condiciones básicas, derechos y obligaciones, y ello con independencia de su ubicación y de que esos pagos hayan requerido o no procesos transfronterizos.

⁸⁸ EMV es un acrónimo de "Europay MasterCard Visa", las tres compañías que inicialmente colaboraron en el desarrollo de este estándar técnico cuyo objetivo es permitir una interoperabilidad segura, a nivel mundial, entre "tarjetas chip" (también denominadas ICC -Integrated Circuit Card-), terminales en punto de venta (TPV) y cajeros automáticos (ATM). Existen varias ventajas relevantes relativas al estándar EMV: mayor seguridad en las transacciones (lo que sin duda conllevará una reducción del fraude), y la posibilidad de controlar de forma más detallada la aprobación de transacciones sin conexión.

Si nos ceñimos a aspectos más específicos del mercado español, el campo bibliográfico se reduce de manera ostensible. De forma genérica podríamos destacar multiplicidad de ponencias internas de entidades financieras, estudios de consultoras y conclusiones de convenciones promovidas fundamentalmente por marcas y/o redes, aunque en ningún caso pueden catalogarse como trabajos de investigación.

No obstante, en este entorno, nos gustaría destacar tres trabajos que mostramos ordenados según su relación con la presente tesis doctoral (de menor a mayor relación):

En primer lugar, citaremos el estudio realizado por Rahnema (2006)⁸⁹. Se trata de un trabajo en el que se hace un repaso a la historia de las tarjetas como medio de pago, se analizan los participantes en el mercado español y se describen los procesos de compra con tarjeta, con especial hincapié en los aspectos relacionados con la seguridad de las transacciones. Se analizan igualmente las diferentes tipologías de tarjetas y los nuevos escenarios como consecuencia de los desarrollos técnicos de comienzos del siglo XXI.

En segundo lugar citaremos el manual realizado por Bernal (2001)⁹⁰, basado en una tesis doctoral presentada en el año 2000. El trabajo se estructura en dos partes: una de aspectos generales en la que se revisan desde una aproximación teórica y normativa los sistemas, medios e instrumentos de pago; y una segunda parte en la que se analiza el mercado desde una doble óptica, oferta y demanda, para concluir con una visión sobre las perspectivas futuras del modelo. Destacamos la exhaustividad y rigor con los que se han tratado tanto el tema del uso de efectivo en el mercado español (aspecto que nos ha servido como punto de apoyo en buena parte de las argumentaciones de esta tesis), así como la influencia de los procesos de venta de las tarjetas en el uso posterior que se les ha venido dando a éstas.

⁸⁹ Véase RAHNEMA, A. (2006): “El sector de las tarjetas bancarias en España”, IESE Business School.

⁹⁰ Véase BERNAL, E. (2001): “El mercado español de tarjetas de pago bancarias: situación actual y perspectivas”, Civitas.

Por último, señalamos el estudio realizado por la consultora Tatum (2007)⁹¹. En él podemos encontrar una aproximación a la problemática derivada de la caída de las tasas de intercambio, a su posible influencia sobre los resultados de las entidades financieras, y como conclusión final, a cómo éstas se encuentran en la necesidad de reformular sus líneas de actuación, lo que en definitiva constituye el punto de partida para esta tesis doctoral.

⁹¹ Véase TATUM (2007): “¿Cómo está evolucionando el negocio de los medios de pago?. ¿Por qué se ha (re) abierto la guerra de las tarjetas?”.

5.2. HIPÓTESIS A CONTRASTAR

Las hipótesis se han clasificado en base a los siguientes apartados:

5.2.1. REPERCUSIONES DEL ACUERDO DEL 02/12/2005

Como se ha comentado anteriormente, el pasado 02/12/2005 se estableció un acuerdo entre las principales asociaciones de comerciantes y las entidades financieras representadas por las tres redes (Servired, 4B y Euro6000), que pretendía rebajar sustancialmente las tasas de intercambio⁹², tanto las intersistemas (las que se repercuten entre entidades pertenecientes a diferentes redes), como las intrasistema (entre entidades de una misma red). Para ello se estableció un marco de actuación de cinco años donde se fijaba un primer periodo transitorio de tres años (del 2006 al 2008) para el que se especificaban las tasas de intercambio máximas y unas tasas sustitutivas a aplicar para el periodo 2009-2010 a falta de otro acuerdo entre las partes⁹³.

En este apartado queremos analizar, de acuerdo con la valoración efectuada por los responsables de las entidades encuestadas, el efecto que tanto sobre bancos y cajas como sobre comerciantes y clientes ha podido tener dicho acuerdo.

La primera de las hipótesis planteadas toma como referencia la afectación que el acuerdo ha podido tener sobre las entidades financieras. En el capítulo 4 hemos analizado en profundidad los efectos que este acuerdo ha tenido sobre el mercado español en su globalidad, teniendo en cuenta que los bancos y cajas españoles presentan una actividad mixta, esto es, tanto emisora como adquirente.

⁹² Las tasas de intercambio son las comisiones que se ceden las entidades de crédito recíprocamente en cada transacción de compra con tarjeta. Más en concreto, se corresponden con las tasas recibidas por las entidades de crédito emisoras de tarjetas (negocio emisor), procedentes de las entidades financieras que recogen la facturación por medio de los terminales en punto de venta (negocio adquirente o merchant).

⁹³ Las tasas de intercambio sustitutivas deberían ser de aplicación en el caso de que el estudio de costes auditado presentado por las entidades fuese rechazado por el organismo regulador.

Desde esta perspectiva, el menor coste por la actividad adquirente que se produce al ceder menos intercambio debe de ser compensado por el menor descuento cobrado a los comerciantes, que a la postre son los impulsores del acuerdo y que sin duda van a forzar a las entidades merchant para que ese ahorro en forma de menor coste les sea repercutido. Sin embargo, los ingresos provenientes de la emisión se van a reducir en la misma cuantía en que se reduzcan las tasas de intercambio para un mismo nivel de actividad y no van a tener compensación posible, constituyendo una pérdida contable en relación con los ejercicios precedentes.

Si alguna entidad tuviera una actividad puramente adquirente (que no es el caso español), no sufriría quebranto en su cuenta de explotación, dándose el caso de que transitoriamente podría incluso obtener beneficios⁹⁴.

En definitiva, la hipótesis que hemos planteado es:

HIPÓTESIS 1: La caída de las tasas de intercambio ha tenido un efecto negativo en los resultados de las entidades financieras españolas.

Por otro lado, en el acuerdo subyace la idea de que en la medida en que las tasas de intercambio cedidas por las entidades adquirentes a las entidades emisoras sean menores, también lo deberían ser las tasas de descuento cobradas por las primeras a los comercios por las operaciones realizadas. Y los comerciantes, a su vez, deberían trasladar ese inferior coste al precio de venta a pagar por los consumidores.

En definitiva, el consumidor final ha sido el foco del Tribunal de Defensa de la Competencia para la resolución de este contencioso. De hecho, tal y como se puede leer en la web del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio⁹⁵: “el acuerdo supone para el sector comercial una sustancial rebaja en las tasas máximas hasta ahora vigentes, que va a beneficiar especialmente a los operadores comerciales que en la actualidad soportan

⁹⁴ La caída de las tasas de intercambio no es progresiva, sino que se produce en una fecha determinada y sin embargo la rebaja en las tasas de descuento practicadas a los comerciantes conllevan un diferimiento en el tiempo (en tanto en cuanto se gestionan comercialmente). Esto genera transitoriamente un periodo de mayores márgenes en lo que respecta al diferencial entre descuento e intercambio.

⁹⁵ Información accesible en la página web del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio: <http://www.comercio.es/comercio/bienvenido/Comercio+Interior/Distribucion+Comercial+Estadisticas+e+Informes/Tarjetas+de+Pago/pagAcuerdoReduccionTasas.htm>.

mayores tasas... Este descenso de las tasas de intercambio se espera que suponga una reducción en las tasas pagadas por el comerciante a las entidades bancarias (tasas de descuento) y que finalmente se traduzca en una mejora del servicio y de los precios al consumidor”.

Esto que pudiera resultar obvio, pudiera no serlo así en la práctica. Por ello hemos decidido plantear la siguiente hipótesis:

HIPÓTESIS 2: El principal beneficiado de la rebaja de las tasas de intercambio ha sido el consumidor final, en forma de un menor precio de compra.

5.2.2. PARÁMETROS DEL NUEVO ENFOQUE

Si se confirmara la hipótesis 1 nos encontraríamos ante varios escenarios posibles. El más simple pasaría por aceptar esta nueva realidad económica, asumiendo de forma permanente la reducción de resultados antes citada para este negocio, sobrevenida como consecuencia del movimiento regulatorio. Sin embargo, una segunda opción (que pretendemos validar) pasaría por reenfocar el negocio de los medios de pago en su conjunto, para compensar dicha reducción.

Para este nuevo enfoque que se pudiera llevar a cabo, nos hemos centrado en la mejora de aspectos que tradicionalmente han resultado ser más débiles en el sistema de medios de pago español, siempre tomando como referencia a otros países de nuestro entorno. Nos estamos refiriendo a la financiación del consumo que se soporta en tarjeta bancaria.

A este respecto y tal y como analizábamos en el subapartado 3.4.4.4., los saldos aplazados en tarjeta alcanzaron en el año 2007 el 12,5% del total de los saldos financiados al consumo, cifra muy inferior a la mostrada en la misma fecha por el Reino Unido, que llegaba al 30%. Un análisis comparativo pormenorizado entre el mercado local y el del Reino Unido, tomando como referencia los principales sectores de actividad, confirmaba la existencia de oportunidades de mejora en prácticamente todos ellos.

Por todo ello, para la formulación de la hipótesis que se muestra a continuación hemos tomado como referencia al que hemos denominado “modelo anglosajón”, y que de forma genérica se refiere tanto al esquema imperante en UK como al promovido por EEUU (mercado que muestra usos similares a los del Reino Unido):

HIPÓTESIS 3: Las entidades financieras deben reenfoque en los próximos ejercicios su actual modelo de negocio, tomando como referencia el modelo anglosajón, basado en niveles de financiación al consumo en tarjeta muy superiores a los del mercado español.

Por otro lado, para intentar la aproximación al “modelo anglosajón” en lo que respecta a los índices de financiación en tarjeta, podrían existir varias posibilidades:

- Acciones derivadas de la relación entre “entidad financiera y consumidor”:
Tenemos que destacar que si bien es cierto que incipientemente se ha intentado el uso de estas acciones, los resultados obtenidos en materia de financiación en tarjeta no parecen poner de manifiesto un éxito relevante de las mismas.
 - Antes de la compra:
 - Emisión de un mayor número de tarjetas revolving⁹⁶.
 - Después de la compra:
 - Inclusión de mensajes específicos en los extractos de tarjetas que recibe el consumidor.
 - Inclusión de mensajes específicos en las boletas de compras que se obtienen en el TPV.
 - Emisión de llamadas desde un call center al consumidor.
 - Envíos de SMS al móvil del cliente.

- Acciones derivadas de la relación entre “comerciante y consumidor”.
 - Hasta el momento este tipo de acciones no han sido contempladas en ningún caso.

⁹⁶ Tarjetas revolving son aquellas que sólo admiten como forma de pago el aplazamiento de las compras.

En general, la figura del comerciante ha sido pasiva en el mejor de los casos o incluso contraria al uso de la tarjeta (debido al margen más reducido que obtenía en la venta al tener que aceptar una tasa de descuento por cada operación realizada).

En esta tesis doctoral queremos validar que el comerciante como “prescriptor proactivo” es clave para el nuevo enfoque de negocio de las tarjetas bancarias.

En base a lo anterior, formulamos la siguiente hipótesis:

HIPÓTESIS 4: En el nuevo enfoque de negocio basado en la financiación en tarjeta podría tener gran importancia la figura del comerciante.

De resultar validada la anterior hipótesis, deberemos analizar cuáles pueden ser las palancas que ayuden a que el comerciante cambie su posicionamiento “pasivo o contrario” a “proactivo”.

En primer lugar, la reducción ya comentada de las tasas de descuento provocada por el acuerdo marco de diciembre de 2005 debería de mitigar, cuando no eliminar, el posicionamiento contrario al uso de tarjetas como medio de pago.

Podría además considerarse como un importante aliciente para el posicionamiento proactivo del comerciante, el hecho de que los consumidores dispongan de un soporte que permita un fácil acceso a la financiación de sus compras, lo que sin duda facilitaría sus ventas⁹⁷.

Sin embargo, todo ello podría no resultar suficiente, siendo necesario que bancos y cajas retribuyan de forma directa dicha labor de prescripción.

De hecho, en la actualidad existen opciones de financiación en punto de venta con requisitos más rígidos que los que supondría la tarjeta bancaria, al exigir importes de cierta relevancia así como el cumplimiento de ciertos aspectos formales (por lo que no son disponibles de forma inmediata), y que sin embargo contemplan este tipo de retribución directa a los comerciantes como aspecto clave para su funcionamiento.

⁹⁷ Véase THE BANKER (07/05/2007): “Competition and confusion”.

Por ello, la propuesta que queremos validar en esta tesis en lo que respecta a la financiación en tarjeta bancaria, es apostar por que en el supuesto de que un comerciante efectúe la transformación de una transacción de pago ordinaria en una transacción de pago aplazado con tarjeta, sea retribuido con parte del incremento de valor que la operación de financiación prescrita va a aportar a la entidad financiera.

Parece lógico plantear que el emisor de la tarjeta, además de ser receptor de ingresos por tasas de intercambio provenientes de la entidad adquirente y de ingresos financieros provenientes de la financiación al consumidor, pueda a su vez ceder parte del margen neto generado al comerciante, al considerar que dicha generación de valor adicional ha sido inducida por la actuación de éste.

En base a lo anterior se plantea la siguiente hipótesis:

HIPÓTESIS 5: Las entidades financieras consideran que para lograr un incremento sustancial de la financiación en tarjeta bancaria deben retribuir al comerciante por su actividad prescriptora de dicha financiación.

5.2.3. BARRERAS PARA LA IMPLANTACIÓN DEL NUEVO ENFOQUE

No obstante, la implantación de un “nuevo enfoque del negocio de tarjetas bancarias en el sistema español de medios de pago”, que tiene como finalidad básica el incremento de la financiación en tarjeta utilizando como palanca la capacidad prescriptora del comerciante, pudiera encontrar ciertas limitaciones.

Cuando en el subapartado 3.4.4.4. analizábamos la distribución del total de los saldos financiados al consumo, observábamos cómo en el sistema español los préstamos bancarios ordinarios encabezan el ranking con un 40% del total, seguidos por los saldos de la financiación del sector automovilístico con un 25,5% y por los saldos provenientes

de los préstamos finalistas con un 22%. Frente a ellos, los saldos en tarjeta de crédito, que alcanzaban un 12,5% del total, se encontraban en franca desventaja⁹⁸.

Los préstamos bancarios ordinarios (préstamos consumo) y la financiación en punto de venta (préstamos finalistas) son instrumentos de financiación promovidos por las entidades bancarias, por lo que podría existir una cierta colisión entre ellos y el nuevo enfoque de financiación en tarjeta bancaria.

Creemos sin embargo que dicha colisión no tiene por qué darse e incluso que ambas figuras se encuentran abocadas a ser migradas hacia un modelo basado en la tarjeta, al menos para compras de importe medio-bajo.

Cada vez es más usual que los consumidores se encuentren ante un producto de importe medio-bajo y de forma no premeditada surja el deseo de adquirirlo. Una vez que el cliente tiene consciencia de su capacidad financiera para abordar la compra (con independencia de la liquidez) surge inmediatamente el problema de cómo movilizar el pago.

En un esquema tradicional de financiación en punto de venta, el “circuito tipo” para formalizar un préstamo finalista debería de seguir los siguientes pasos (contemplados desde la figura del comerciante):

- Una vez decidida la venta y su financiación:
 1. Solicitar la documentación original necesaria y hacer fotocopias de los documentos a adjuntar:
 - DNI del cliente
 - Justificante de ingresos.
 - Documento bancario en el que figure la domiciliación.
 - Solicitud perfectamente cumplimentada.

⁹⁸ Datos del 2007.

2. Cesión de toda la información a la entidad financiera, para lo que existen varias posibilidades:
 - Llamada telefónica a un call center.
 - Cesión de información mediante medios electrónicos (fundamentalmente Internet).
- Si la operación es autorizada suele existir una doble posibilidad, que depende de la cuantía financiada:
 1. Cierre instantáneo de la operación. En este caso se procede según se indica:
 - Recoger la firma del cliente.
 - Formalizar la operación.
 - Entregar el bien al cliente.
 - Guardar toda la documentación junto con la solicitud y enviarla al prestamista.
 2. Cierre posterior de la operación. Los pasos a llevar a cabo son los siguientes:
 - Recoger la firma del cliente.
 - Guardar toda la documentación junto con la solicitud y enviarla a la entidad financiera, que procederá a su comprobación y en caso de resultar correcta, ordenará inmediatamente su pago, procediéndose a formalizar la operación y entregar el bien al cliente (diferidamente).

En definitiva, la financiación en punto de venta requiere unas necesidades de procesamiento que, aunque mitigadas parcialmente por las nuevas tecnologías, conllevan consumos importantes de recursos del comerciante y un carácter disuasorio para muchos clientes que se pueden mostrar reacios a ceder datos o perder tiempo en todo este proceso, o simplemente lo perciben como una dificultad añadida a la compra que la desincentiva suficientemente.

La otra opción para movilizar el pago del consumidor sería desplazarse a una oficina bancaria para lograr el efectivo necesario mediante un préstamo consumo. Al

margen de los problemas de horarios, requisitos formales, etc., con ello se perdería la inmediatez como factor fundamental en la compra no premeditada, lo que sin duda podría dar al traste con la misma.

Pese a que por todo lo expuesto parece quedar clara la “bondad comparativa” de la financiación en tarjeta, en la medida en que las tres figuras (tarjeta, préstamo consumo y préstamo finalista) son promovidas por las mismas entidades financieras, hemos creído oportuno plantear para su contraste la siguiente hipótesis:

HIPÓTESIS 6: El nuevo enfoque basado en la financiación en tarjeta bancaria prescrita por el comerciante, puede colisionar con otras figuras bancarias como el préstamo al consumo.

Otra de las limitaciones pudiera ser la multiplicidad de redes del mercado español, Servired, 4B y Euro6000 (con sus correspondientes procesadores), que prestan servicio a sus entidades financieras asociadas y que muestran funcionalidades técnicas específicas para “sus TPV” instalados en los comercios.

En términos generales, los TPV son propiedad de las entidades financieras bajo especificaciones de cada uno de los procesadores. Son interoperativos en la medida en que permiten gestionar las compras realizadas en ellos por una gran mayoría de tarjetas, tanto nacionales como extranjeras. Pero ello no implica que resulte sencillo implementar sobre ellos servicios de valor de uso universal.

Esta incompatibilidad funcional entre los TPV tiene como consecuencia directa el que en principio sólo sea posible implementar un sistema de financiación como el propuesto en un entorno “on-us”⁹⁹ o intrasistema¹⁰⁰, requiriéndose para su aplicación global de una serie de acuerdos entre entidades y/o entre redes.

⁹⁹ Expresión que hace referencia de forma genérica a las transacciones realizadas en los dispositivos suministrados por una entidad (cajeros y/o TPV), por parte de las tarjetas emitidas por esa misma entidad.

¹⁰⁰ Operaciones realizadas dentro de una misma red (Servired, 4B y Euro6000) por cualquiera de los integrantes de la misma.

En este sentido, la implementación de la zona SEPA¹⁰¹ debería contribuir a la unificación de las redes y los procesadores actuales.

A este respecto, el sector bancario europeo creó en 2002 el Consejo Europeo de Pagos (European Payments Council), como órgano de representación de la comunidad cuyas decisiones son asumidas por las entidades que operan en el entorno SEPA.

El EPC decidió en su día la creación de dos nuevos instrumentos de pago de carácter paneuropeo, el “adeudo directo SEPA” (domiciliaciones), y la “transferencia SEPA”.

Para el tercero de los instrumentos contemplado en la zona SEPA, las “tarjetas de pago”, el EPC optó por desarrollar un marco de referencia para la adaptación de los esquemas existentes, en lugar de crear un nuevo instrumento paneuropeo.

En efecto, las entidades financieras españolas parten de una situación cercana a la de los objetivos finales, en la medida en que prácticamente el 100% de las operaciones ya se efectúan a través de acuerdos con las marcas Visa o MasterCard, y que los cajeros y TPV instalados en España están abiertos desde hace muchos años a esas marcas. No obstante, en línea con las exigencias de dicho marco, será necesario acometer un cierto número de adaptaciones como, por ejemplo, la adopción generalizada del estándar EMV antes del 31 de diciembre de 2010.

Las consecuencias prácticas de todo ello no se han hecho esperar, y ya en octubre de 2008 la procesadora de medios de pago Sermepa (perteneciente a Servired), y Redes y Procesos -Redy- (perteneciente a 4B), iniciaron las conversaciones para la integración de sus actividades¹⁰².

El objetivo propuesto con esta fusión era garantizar el tamaño y la competitividad suficientes para ser uno de los líderes del sector en Europa. De hecho, la

¹⁰¹ La zona SEPA es aquella en la que todos los agentes económicos podrán hacer y recibir pagos en euros, dentro de Europa, en las mismas condiciones básicas y con independencia de que se hayan requerido o no procesos transfronterizos.

¹⁰² Véase CINCO DÍAS (15/10/2008): “Servired y 4B inician contactos para fusionar sus procesadores”.

Comisión Europea y el Banco Central Europeo han alentado las fusiones en el sector de los medios de pago, preocupados por el excesivo número de pequeñas empresas procesadoras que hay en la Unión Europea. A estos efectos no hay que olvidar que alguno de los principales países de Europa ya cuenta con un sólo operador.

Esta operación parecía dejar arrinconada a CECA (Confederación Española de Cajas de Ahorro), procesador de Euro6000, que tiene una cuota inferior al 15% del mercado tanto en la actividad de pago como en la de cobro¹⁰³. Quizás por ello, Euro6000 está buscando alianzas con otros operadores. De hecho, y en lo que respecta al mercado europeo, en septiembre de 2008 CECA creó, junto con una docena de aliados europeos, un procesador independiente (no vinculado a Visa y MasterCard), denominado Trionis¹⁰⁴, que está participado al 50% por First Data (líder del procesamiento en Europa) y en el otro 50% por CECA y una docena de entidades y asociaciones de cajas. Pero en cualquier caso queda pendiente la solución definitiva para el mercado doméstico.

Todo lo explicado parecía redundar en la idea manifestada por José Sirvent, director general de MasterCard para España y Portugal, que prevé una concentración de los 70 procesadores de tarjetas que hay en Europa hasta quedar alrededor de una quincena¹⁰⁵.

Sin embargo y de forma sorpresiva, en marzo de 2009 Servired y 4B decidieron dar por terminado el principio de acuerdo adoptado pocos meses atrás¹⁰⁶, lo que de alguna forma representó un paso atrás en los objetivos que ambos intervinientes llegaron a reconocer de forma explícita como necesarios debido a las nuevas circunstancias de mercado.

Sin lugar a dudas, una mala noticia que no deja de jugar en contra de una mayor interoperatividad dentro del mundo de los medios de pago.

¹⁰³ La marcha en su día de las grandes cajas, La Caixa, Caja Madrid, Bancaja y Caixa Catalunya, entre otras, abrió una de las mayores crisis de esta institución.

¹⁰⁴ Nota de prensa del 26/09/2008 emitida por la Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA).

¹⁰⁵ Véase EXPANSIÓN (02/04/2008): “Concentración en el mundo de las tarjetas”.

¹⁰⁶ Véase EXPANSIÓN (07/03/2009): “Servired y 4B rompen la fusión de sus procesadores”.

Por todo ello planteamos la siguiente hipótesis para su contraste:

HIPÓTESIS 7: El nuevo enfoque basado en la financiación en tarjeta bancaria prescrita por el comerciante, podría tener una limitación práctica en la existencia de tres redes / procesadores diferentes en el sistema español de medios de pago.

Por último, no podemos prescindir en este trabajo de investigación de la posible influencia que para la implantación de este nuevo enfoque del negocio de tarjetas bancarias, puede suponer la actual situación de crisis económica.

A este respecto, y del análisis de los datos facilitados por el Banco de España con respecto a la facturación en compras de las tarjetas, es posible desprender varias conclusiones:

- El resultado del año 2008, aunque positivo en términos absolutos (5,61% de incremento con respecto al año anterior), muestra el peor dato de los últimos años analizados.
- Por otro lado, un análisis de cada uno de los cuatro trimestres que han configurando ese crecimiento ofrece una visión más pesimista. En efecto, mientras que el primer trimestre mostraba tasas de crecimiento de casi el 12%, el último ha registrado un crecimiento negativo del -2,99% con respecto al periodo análogo del año anterior. Sin duda, es la primera vez en la historia de los medios de pago (al menos desde que se dispone de estadísticas) en la que es posible apreciar tendencias interanuales negativas.
- Los primeros datos del ejercicio 2009 (primer trimestre) confirman la tendencia, con una caída del -5,93%. En cualquier caso, no parece una circunstancia específica de nuestro mercado, sino una realidad global que alcanza también al resto de mercados desarrollados¹⁰⁷.

¹⁰⁷ Véase CARD WORLD DAILY (06/02/2009): “US credit slows dramatically”.

Tabla 5-1: Evolución de la facturación en compras por trimestres (2008)

	OPERACIONES DE COMPRAS EN TERMINALES DE PUNTO DE VENTA (a)				Número e importe
					Operaciones en miles e importes en millones de euros
	Totales				
	Operaciones	% variación interanual (b)	Importes	% variación interanual	
2002	991.564		46.828,92		
2003	1.070.162	7,93%	53.403,00	14,04%	
2004	1.235.093	15,41%	62.515,42	17,06%	
2005	1.372.055	11,09%	71.468,43	14,32%	
2006	1.571.046	14,50%	79.115,03	10,70%	
2007	1.830.000	16,48%	89.395,89	12,99%	
2008	1.985.168	8,48%	94.413,92	5,61%	
1º Trimestre	472.701	15,27%	22.135,52	11,94%	
2º Trimestre	491.844	10,47%	23.684,68	8,52%	
3º Trimestre	511.821	6,96%	24.750,37	6,60%	
4º Trimestre	508.802	2,54%	23.843,34	-2,99%	

Fuente: Banco de España.

De acuerdo con estos datos, no parece arriesgado aventurar que el cierre del ejercicio 2009 también va a resultar negativo con respecto al del pasado 2008.

Para entender esta situación nos detendremos en aquellos aspectos que definen la actual situación de recesión que padecemos y que inciden directamente en el crecimiento y uso de las tarjetas. No pretendemos hacer un análisis exhaustivo de la misma, simplemente se trata de enmarcar el ámbito de actuación de los medios de pago en la realidad económica del país.

A este respecto, y según manifestaciones realizadas en noviembre del 2008 por José Luis Martínez Campuzano, perteneciente a Citi Bank en España, “se espera que el consumo toque suelo en los próximos meses, pero no habrá signos de mejora evidentes hasta el 2010”¹⁰⁸.

En definitiva, todo parece indicar que tal y como demostró el premio Nobel de Economía de 1985 Franco Modigliani¹⁰⁹, la “sensación de pobreza” se constituye como uno de los factores que influyen en el consumo. En este caso, los españoles se

¹⁰⁸ Véase EL MUNDO (27/11/2008): “Aquí no compra nadie”.

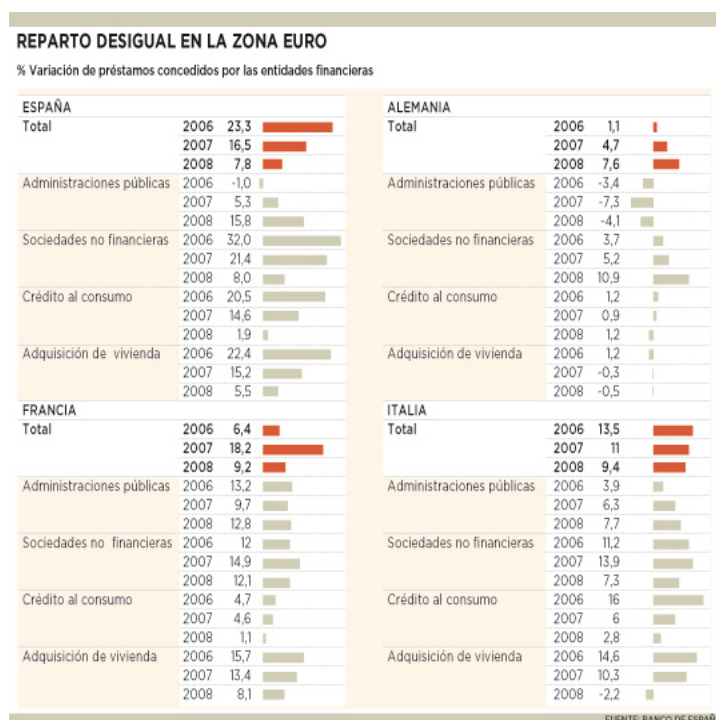
¹⁰⁹ Véase ANDO, A.; MODIGLIANI, F. (1963): "Life cycle hypothesis of saving: aggregate implications and tests", American Economic Review.

consideran cada vez más pobres (o al menos vislumbran la posibilidad de serlo en el corto plazo) y consumen menos debido a ello.

En lo que respecta a la financiación, los datos del Banco de España no dejan lugar a dudas: el ritmo de concesión de créditos se ha reducido en los últimos años más en España que en el resto de los grandes países europeos.

En el año 2006, la tasa de crecimiento del crédito al consumo alcanzaba el 20,5%, mientras que en 2007 se redujo hasta el 14,6%, para situarse en noviembre del año pasado en el 1,9%. La caída contrasta con la de países como Alemania o Francia, que aunque muestran niveles de financiación semejantes a los de España a finales del 2008, no han registrado procesos de desaceleración tan marcados.

Tabla 5-2: Evolución de los préstamos concedidos por las entidades financieras en Europa (2006-2008)



Fuente: *La Gaceta de los Negocios* con datos del Banco de España.

El dinamismo de la economía española en la última década (con los sectores constructor e inmobiliario como motores) explica el fuerte ritmo de concesión de

créditos, mientras que la entrada en recesión y la crisis crediticia y de liquidez han estrangulado al mercado.

En un momento difícil como el actual, Neel Kashkari, el funcionario que administró el plan estadounidense de ayuda a la banca, es tajante: “mientras la confianza permanezca baja, los bancos seguirán cautelosos a la hora de ampliar el crédito, y consumidores y empresas seguirán prudentes en cuanto a tomar nuevos préstamos”, señala. “A medida que retorne la confianza, se darán más créditos”¹¹⁰.

No obstante lo anterior, y dado que este nuevo enfoque del negocio de los medios de pago se basa en un incremento de la actividad (tal y como se comentó en el apartado 4.8.2.), su implantación y sus resultados no tienen un componente de corto plazo, sino de medio y largo, por lo que sus parámetros básicos no deberían ser invalidados por la actual situación de crisis económica, que con independencia de su intensidad debería tener un componente cíclico.

En base a todo lo anterior, hemos creído conveniente formular la siguiente hipótesis para su validación:

HIPÓTESIS 8: La actual situación de crisis económica puede ralentizar el impulso de este nuevo enfoque, aunque no lo invalida a medio y largo plazo.

¹¹⁰ Véase LA GACETA DE LOS NEGOCIOS (21/01/2009): “España es el país que más ha ralentizado la concesión de préstamos”.

5.3. METODOLOGÍA

Describiremos a continuación los aspectos metodológicos más importantes de este trabajo de investigación.

5.3.1. DELIMITACIÓN DEL ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN

Una vez que se ha determinado el tema objeto de investigación, es necesario identificar el ámbito de aplicación de la misma.

Como ya se ha comentado con anterioridad, este ámbito de aplicación es el sector financiero español, y más en concreto, los dos grupos de intervinientes más importantes dentro del mismo, es decir, bancos y cajas de ahorro.

En cualquier caso, de entre el total de entidades, se hace necesario diferenciar a aquellas que tienen algún tipo de relación con las tarjetas bancarias puestas en circulación. Dado que en el mercado español de medios de pago las entidades financieras se encuentran asociadas en tres diferentes redes, hemos partido de su relación de integrantes como punto de inicio:

- 101 entidades asociadas a Servired.
- 27 entidades asociadas a 4B.
- 37 entidades asociadas a Euro6000.

La suma total es de 165 entidades.

Sobre este censo hemos realizado una serie de descartes. Empezaremos por Iberia Cards, que figura inscrita en dos redes al mismo tiempo. En efecto, Iberia Cards es emisora de tarjetas que son comercializadas por BBVA y Caja Madrid, en lo que respecta a Servired, y por la propia Iberia Cards y por el Banco Popular en lo que respecta a 4B. En cualquier caso, Iberia Cards no realiza ningún tipo de actividad adquirente por lo que se decide eliminar (en este caso por partida doble).

En el censo original se encuentra la propia Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA), que evidentemente se encuentra inscrita en Euro6000.

Después de estas 3 eliminaciones el censo de entidades se sitúa en 162 integrantes.

La consideración general que se ha tenido en cuenta a la hora de limitar la dimensión del colectivo de bancos y cajas a incluir en la investigación, es la de centrarse en aquellas entidades que abarquen la “banca minorista” (particulares y pequeñas y medianas empresas), y que tengan presencia no sólo en la actividad emisora sino también en la actividad adquirente (que por otro lado es lo usual en el mercado español). Por ello no se van a considerar a aquellas entidades que sólo estén orientadas al segmento de “banca privada” y/o “banca mayorista o de inversiones”, a los “bancos que operan exclusivamente a través de Internet” y a las “financieras de consumo”. El número de exclusiones por estos conceptos se eleva a 35 entidades.

Además de lo anterior, para la confección definitiva de las entidades objeto de estudio se han seguido los siguientes criterios de exclusión:

- Entidades extranjeras con sucursales en España: Aunque existe la posibilidad de que se rijan por sus propias directrices o por los requerimientos del mercado español, se ha decidido no considerarlas en el estudio en la medida en que pudieran estar sometidas a las directrices de sus respectivas matrices. En total son 11 entidades.
- Cooperativas de crédito, más en concreto, “cajas rurales”. Existe un gran abanico con un nexo común, su gestión bajo el paraguas del Banco Cooperativo. Por ello, aunque a nivel individual no han sido consideradas en la encuesta sí que se ha considerado la participación de su entidad gestora. Esto permite reducir la base en 51 entidades¹¹¹.

¹¹¹ Banco Cooperativo ostenta la representación de 72 entidades de crédito, de las que sólo hemos identificado como afiliadas a las tres redes españolas de medios de pago a un total de 51.

- Por otro lado, dentro de 4B nos encontramos con cinco entidades integradas dentro del grupo Banco Popular, y que no tienen independencia en la gestión de los medios de pago:
 - Banco de Andalucía
 - Banco de Castilla
 - Banco de Crédito Balear
 - Banco de Vasconia
 - Banco de Galicia

Entendemos que el cuestionario enviado a la matriz (Banco Popular) representa a la totalidad de las entidades del grupo.

Después de estos ajustes, el tamaño de la población objeto de esta investigación es de 60 entidades.

Tabla 5-3: Exclusiones del censo de entidades

Redes	Colectivo inicial	EXCLUSIONES					Colectivo final
		Iberia Card CECA	B. Privada B. Mayorista B. Internet Financieras	Bancos extranj.	Coop. Crédito	Grupo Popular	
SERVIED	101	1	19	11	51	0	19
4B	27	1	13	0	0	5	8
EURO6000	37	1	3	0	0	0	33
TOTAL	165	3	35	11	51	5	60

Fuente: Elaboración propia.

Una vez definida la población total, se ha considerado oportuno realizar una segmentación relacionada con el tamaño del negocio, para así poder determinar si este factor tiene influencia para las conclusiones que se obtengan del trabajo de investigación.

5.3.1.1. SEGMENTACIÓN EN FUNCIÓN DEL TAMAÑO

A la hora de segmentar a las entidades desde el punto de vista del tamaño del negocio de medios de pago, fundamentalmente desde la perspectiva del negocio adquirente (dado el objetivo de la tesis), nos hemos encontrado con la inexistencia de datos en los que basarnos.

Por ello hemos tomado en consideración el criterio empleado por Del Castillo (2005)¹¹², en el que la delimitación del tamaño de las entidades objeto de estudio se realiza en función de las cifras del balance (activos totales).

En base a lo anterior, los parámetros para la clasificación son los siguientes:

- “Entidades grandes”: aquellas cuyos activos totales a Diciembre de 2008 superan los 80.000 millones de euros. Con este criterio se seleccionan 8 entidades.
- “Entidades medianas”: aquellas cuyos activos totales a Diciembre de 2008 se encuentran entre los 20.000 y los 80.000 millones de euros. Con este criterio se seleccionan 19 entidades.
- “Entidades pequeñas”: aquellas cuyos activos totales a Diciembre de 2008 son inferiores a los 20.000 millones de euros. Con este criterio se seleccionan 33 entidades.

Dentro de este criterio general, se ha considerado hacer una excepción con el Banco Cooperativo, que en principio, y de acuerdo con su cifra de activos totales se debería de considerar como una “entidad pequeña”. No obstante llamamos la atención sobre los siguientes aspectos:

1. Como hemos comentado con anterioridad y según consta en el Informe Anual del año 2007 del Banco Cooperativo, “la unidad de medios de pago es la responsable de cara a las cajas rurales de la recomendación de las

¹¹² DEL CASTILLO, C. (2005): “La normativa ISO 9000 como herramienta para incrementar el valor percibido por el cliente en las entidades financieras españolas”. Tesis Doctoral Universidad Rey Juan Carlos.

políticas comerciales, seguimiento y desarrollo del negocio de medios de pago en su vertiente emisora (tarjetas) y adquirente (cajeros y TPV). También tiene la representación de las cajas rurales en los distintos foros y empresas nacionales e internacionales encargadas de las marcas comerciales (Visa, MasterCard, Amex, etc.), y de las distintas procesadoras en el ámbito nacional”.

2. Por otro lado, la participación accionarial del Banco Cooperativo dentro de Servired es la cuarta más relevante, por detrás del BBVA, La Caixa y Caja Madrid y por delante del Banco Sabadell¹¹³. El hecho de contar con una mayor participación que el Sabadell dentro de Servired nos hace pensar que sus cifras de negocio en lo que respecta al mundo de los medios de pago se encuentran al menos en su mismo nivel¹¹⁴. Y ya que el Banco Sabadell ha sido incorporado en el grupo de las entidades grandes por sus activos totales, hemos considerado oportuno hacer lo mismo con el Banco Cooperativo.

En definitiva, según estos criterios de tamaño, el colectivo de bancos y cajas de ahorro a considerar en esta investigación quedaría como sigue:

Tabla 5-4: Grupos de entidades en función del tamaño

ENTIDADES	Población	% Representatividad (número)	% Representatividad (activos totales)
GRANDES	9	15,0%	69,0%
MEDIANAS	19	31,7%	23,0%
PEQUEÑAS	32	53,3%	8,1%
TOTAL	60	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

¹¹³ Véase CINCO DÍAS (16/10/2008): “Servired y 4B ahorrarán 100 millones al unir sus plataformas”. En dicho artículo se menciona que el accionariado de Servired se encuentra controlado por La Caixa y BBVA (21% cada uno), Caja Madrid, (14,5%), Banco Cooperativo (9%) y Banco Sabadell (6%).

¹¹⁴ Partiendo del supuesto, comúnmente aceptado, de la que participación accionarial en una determinada red es consecuencia de las cifras de negocio aportadas a la misma.

Por si la distribución en grupos en función de los activos totales pudiera no tener relación con el negocio de los medios de pago, hemos efectuado una validación partiendo de uno de los informes más representativos en lo que respecta a las investigaciones de mercado relacionadas con el mundo de los sistemas de pago: The Nilson Report¹¹⁵. En dicho informe se detallan las 300 entidades más relevantes del mundo desde el punto de vista de la emisión (ordenadas por la facturación total en compras de sus tarjetas), entre las que podemos encontrar a 7 entidades españolas:

- La Caixa, en el número 46.
- BBVA, en el número 62.
- Caja Madrid, en el número 90.
- Santander, en el número 94.
- Banco Popular, en el número 123.
- Banesto, en el número 171.
- Banco Sabadell, en el número 172.

Estas 7 entidades se encuentran entre las 9 que se incluyen en el grupo de “entidades grandes” en base a nuestro criterio de segmentación por tamaño. Las 2 que faltan son el mencionado Banco Cooperativo y Bancaja, que muestra unas cifras de activos totales ligeramente superiores a las de Banco Sabadell.

Como conclusión de todo lo anterior, entendemos que el criterio adoptado (activos totales) representa con bastante fidelidad el tamaño de las entidades analizadas en el mercado español de los medios de pago.

¹¹⁵ El último informe con datos a nivel de entidad disponible a la fecha de confección de esta tesis doctoral es su informe número 893, disponible a comienzos del 2008 y con datos referidos al ejercicio 2006.

5.3.2. DISEÑO DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

5.3.2.1. CLASIFICACIÓN DE LAS FUENTES

Las fuentes utilizadas han sido:

- Como **fente primaria** se ha utilizado un cuestionario que se ha remitido a los responsables de medios de pago de las 60 entidades objeto de la presente investigación.

- Como **fuentes secundarias adicionales**, merecen ser destacadas las siguientes:
 - Banco de España¹¹⁶.
 - Servired, 4B y Euro6000¹¹⁷.
 - AEB (Asociación Española de Banca)¹¹⁸.
 - CECA (Confederación Española de Cajas de Ahorro)¹¹⁹.
 - DBK¹²⁰
 - The Nilson Report¹²¹.

5.3.2.2. CUESTIONARIO

En lo referente al proceso de elaboración del cuestionario, citado anteriormente como fuente primaria, y que fue enviado a las 60 entidades seleccionadas, destacamos las siguientes etapas:

¹¹⁶ Informe del Banco de España accesible en: <http://bde.es/sispago/estadisticas.pdf>.

¹¹⁷ Información extraída de las memorias de las tres entidades.

¹¹⁸ Anuario Estadístico de la Banca en España (2008).

¹¹⁹ Anuario Estadístico de las Cajas de Ahorro Confederadas (2008).

¹²⁰ DBK (2007): “Competitors: tarjetas de pago”.

¹²¹ The Nilson Report (varios números).

- Análisis de cuestionarios utilizados en otros estudios sobre medios de pago en España¹²².
- Elaboración de un primer borrador del mismo, que fue sometido a un “pretest” por parte de dos de las entidades financieras analizadas y de una de las redes del mercado español.
- Elaboración del cuestionario definitivo una vez incorporadas las sugerencias recibidas en el “pretest” citado.

En cuanto a la estructura del cuestionario remitido a las entidades financieras, destacamos que ha sido distribuido en dos bloques diferenciados:

- Un primer bloque de carácter general, que debía ser contestado por todas las entidades financieras receptoras del mismo.
- Un segundo bloque en forma de anexo, denominado “Desarrollo de la financiación con tarjeta bancaria”, que de acuerdo con las instrucciones facilitadas debería ser cumplimentado “sólo por aquellas entidades que consideraran positivo el nuevo enfoque basado en el incremento de la financiación en tarjeta”.

El primer bloque permitirá conocer los actuales puntos fuertes y débiles del mercado español de los medios de pago, la influencia de los movimientos regulatorios sobre los resultados económicos de las entidades financieras, la posible necesidad de reenfoque del modelo de negocio y en su caso, como podría materializarse éste.

El anexo permitirá conocer las palancas para el desarrollo del nuevo enfoque basado en el fomento de la financiación en tarjeta, así como las posibles barreras o limitaciones para su implantación.

¹²² Véase BERNAL, E. (2001): “El mercado español de tarjetas de pago bancarias: situación actual y perspectivas”, Civitas, pág. 383.

5.3.2.3. DIMENSIÓN TEMPORAL DE LA INVESTIGACIÓN

En lo que se refiere al envío del cuestionario, se llevó a cabo en una sola fase durante el pasado mes de febrero mediante correo ordinario dirigido a los responsables de los departamentos de medios de pago de las entidades seleccionadas.

Durante la recepción de los cuestionarios cumplimentados se puso de manifiesto la necesidad de contactar telefónicamente con un reducido número de entidades a los efectos de clarificar algunos aspectos concretos.

El proceso de recogida de datos se dio por finalizado el 30 de Abril de 2009, fecha en la que comenzó el tratamiento de los resultados y la obtención de las correspondientes conclusiones.

Por otro lado, y tal y como se ha indicado en los apartados anteriores, podemos destacar lo siguiente:

- El censo total de entidades susceptibles de ser analizadas se corresponde con la agregación de los intervinientes en las tres redes existentes en el mercado español (Servired, 4B y Euro6000), con datos de cierre del 2008.
- Los datos utilizados a efectos de clasificar a las entidades en grupos homogéneos en función de su tamaño han sido extraídos del Anuario Estadístico de la Banca en España (AEB, año 2008) y del Anuario Estadístico de las Cajas de Ahorro Confederadas (CECA, año 2008).

5.4. RESULTADOS OBTENIDOS

5.4.1. NIVEL DE RESPUESTA DEL CUESTIONARIO

El cuestionario fue remitido a un total de 60 entidades, habiéndose conseguido respuesta en el caso de 44 de ellas.

Esto representa el 73,3% del total de los cuestionarios remitidos y el 89,6% de los activos totales representados por las 60 entidades seleccionadas objeto de encuesta. Esta discrepancia entre ambos porcentajes de representatividad se debe a que hemos obtenido mayor número de respuestas de las “entidades grandes” que de las “entidades medianas”, y a su vez de éstas que de las “entidades pequeñas”. En el cuadro adjunto, se recogen las cifras anteriores, incorporando el desglose de las mismas en base a los criterios de tamaño antes descritos.

Tabla 5-5: Nivel de respuesta en función del número de cuestionarios recibidos y de los activos totales representados

ENTIDADES	Cuestionarios enviados (número)	Cuestionarios recibidos (número)	% Cuestionarios recibidos (número)	% Cuestionarios recibidos (activos totales)
GRANDES	9	8	88,9%	94,9%
MEDIANAS	19	15	78,9%	82,5%
PEQUEÑAS	32	21	65,6%	72,5%
TOTAL	60	44	73,3%	89,6%

Fuente: Elaboración propia.

5.4.2. ASPECTOS PRELIMINARES

Trataremos en este punto de analizar los actuales puntos fuertes y débiles del mercado español de medios de pago, en el que cabe diferenciar entre aquellas particularidades que lo han venido definiendo desde hace años, cuando no décadas y la

más reciente realidad sobrevenida como consecuencia de las nuevas directrices marcadas por los organismos de Defensa de la Competencia.

En este punto nos centraremos, de forma exclusiva, en el análisis de la situación del mercado previa al movimiento regulatorio.

En primer lugar, trataremos de contrastar el desarrollo físico de los medios materiales necesarios para la expansión del sistema, esto es, el número de tarjetas en manos del público y el número de terminales en punto de venta (TPV) en manos de los comerciantes.

Tal y como analizábamos en el apartado 3.4.4., se hace necesario señalar que el desarrollo del negocio español de medios de pago no presenta un problema de despliegue material. Muy al contrario, el mercado local se encuentra desarrollado de forma sobresaliente en lo que respecta a la penetración de cajeros automáticos y de terminales en punto de venta en comercios, y de forma notable en lo que hace referencia al parque de tarjetas en poder de los consumidores.

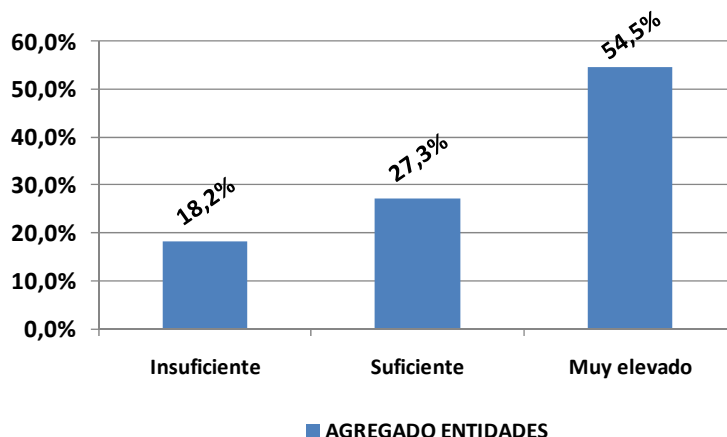
En este sentido, en lo que respecta al número de TPV, y de acuerdo con los datos de que disponemos (año 2007), por cada millón de habitantes existen en el mercado español más de 32.000 terminales en punto de venta, cifra muy superior a la del resto de los países de nuestro entorno.

Además, es de destacar que no se trata de una situación de mercado sobrevenida como consecuencia de una estrategia reciente. De hecho, esta ventaja competitiva con respecto a los países de nuestro entorno se viene consolidando al menos desde mediados de los años 90.

No obstante, hemos creído conveniente validar cuál es la percepción de las entidades más relevantes del sistema al respecto, por lo que les hemos preguntado su valoración sobre el número de terminales en punto de venta (TPV) instalados, con tres niveles de respuesta posibles:

- A. Insuficiente.
- B. Suficiente.
- C. Muy elevado.

Gráfico 5-1: ¿Cómo considera al número de TPV instalados?



Fuente: Elaboración propia.

- ❑ Los resultados indican que un 81,8% de los encuestados consideran al parque de TPV como “suficiente” o “muy elevado”, o lo que es lo mismo, sólo un 18,2% lo consideran “insuficiente”.
- ❑ En cualquier caso, un 54,5% de las entidades lo consideran “muy elevado”.
- ❑ Si tenemos en cuenta los grupos analizados en función del tamaño de las entidades los resultados obtenidos son similares, ya que la respuesta “suficiente” o “muy elevado” se mueve en un rango que oscila entre el 75% de las “entidades grandes” y el 86,6% de las “entidades medianas”.

En lo que respecta al número de tarjetas en circulación y tal y como analizamos en el epígrafe 3.4., el parque de tarjetas de crédito en nuestro país era al cierre de 2007 de 43,49 millones, por delante de los 31,47 millones de tarjetas de débito. Si comparamos la cifra total de 74,96 millones con respecto a una población aproximada de 45 millones de habitantes (según datos del INE) obtendremos una media de 1,7 tarjetas por persona.

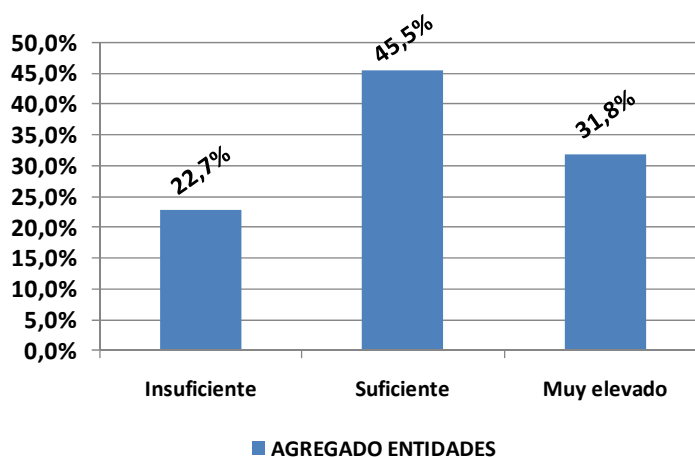
Esto sitúa al mercado español en una posición destacada, por detrás de Holanda y del Reino Unido pero por delante de países como Portugal, Francia, Alemania e Italia.

Sin poder hablar de una situación análoga a la que se desprende del estudio de la penetración de los TPV, no podemos sin embargo dejar de reconocer que la penetración de las tarjetas en el mercado alcanza niveles nada despreciables.

Para validar esta afirmación, hemos consultado a los principales responsables del mercado español su valoración sobre el número de tarjetas bancarias emitidas, ofreciendo tres posibilidades:

- A. Insuficiente.
- B. Suficiente.
- C. Muy elevado.

Gráfico 5-2: ¿Cómo considera al número de tarjetas bancarias emitidas?

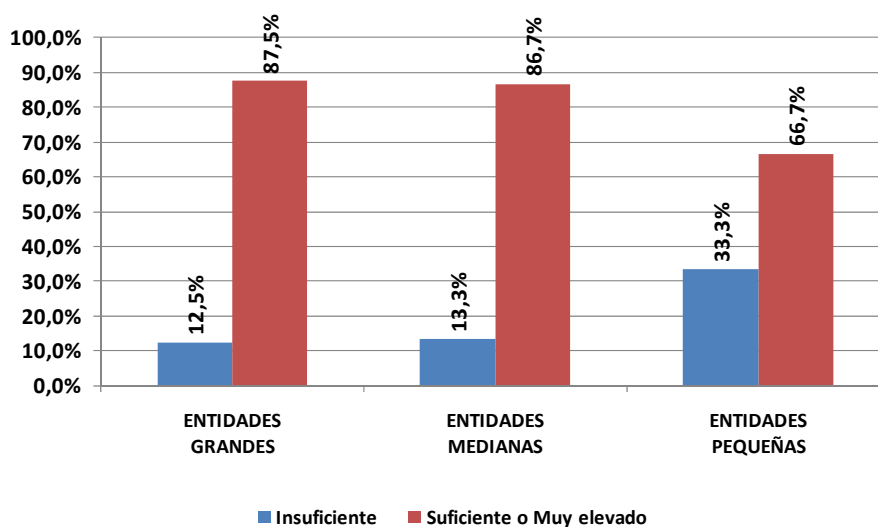


Fuente: Elaboración propia.

- Los datos muestran que un 77,3% consideran al parque de tarjetas como “suficiente” o “muy elevado”. Aunque a diferencia de los resultados referentes al parque de TPV, en este caso la opción más seleccionada ha sido la de “suficiente”, con un 45,5% del total de las respuestas.
- Si tenemos en cuenta los grupos analizados en función del tamaño de las entidades los resultados son similares, tal y como se puede observar en el gráfico siguiente, aunque con mayor dispersión, ya que las respuestas “suficiente” o “muy elevado” se mueven en un rango que oscila entre el 66,7% de las “entidades pequeñas” y el 87,5% de las “entidades grandes”. Entendemos que esta mayor dispersión es debida a que probablemente han sido las entidades de mayor tamaño las más activas a la hora de comercializar las tarjetas mediante políticas agresivas de venta cruzada, lo

que ha tenido como consecuencia que sus clientelas presenten un mayor nivel de difusión del producto.

Gráfico 5-3: ¿Cómo considera al número de tarjetas bancarias emitidas? (tamaño)



Fuente: Elaboración propia.

El siguiente aspecto preliminar a validar, directamente relacionado con los dos anteriores, ha consistido en comprobar en qué medida el desarrollo de los medios materiales antes descrito se corresponde con una adecuada utilización de los mismos, siempre tomando como referencia los índices mostrados por otros países de nuestro entorno.

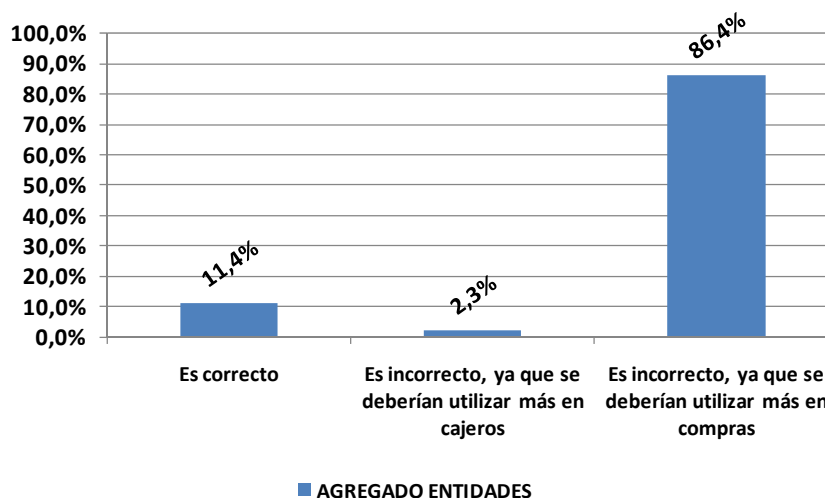
Para poder llevar a cabo una comparación consistente, nos hemos basado en la relación entre el uso de la tarjeta en compras y el total facturado (como suma tanto de las “disposiciones de efectivo en cajeros” como de las “compras en comercios”). Nos servirá como punto de referencia lo comentado en el subapartado 3.4.4.3. en el que se mostraba que en España y con datos del 2007, el “uso en compras con tarjeta en relación con el total” se elevó al 44 %, porcentaje que contrasta con el 72% mostrado por Francia o con el 63% del Reino Unido.

En cualquier caso, y para refrendar todo lo anterior, hemos consultado a los principales responsables de medios de pago su valoración sobre el uso que, teniendo en

cuenta el número de TPV instalados y el número de tarjetas emitidas, se viene realizando de éstas. Se plantearon tres posibles respuestas:

- A. Es correcto.
- B. Es incorrecto, ya que se deberían utilizar más en cajeros.
- C. Es incorrecto, ya que se deberían utilizar más en compras.

Gráfico 5-4: Valoración del uso de las tarjetas



Fuente: Elaboración propia.

- Los datos demuestran sin lugar a dudas que las entidades consideran el uso de las tarjetas como “incorrecto, ya que se deberían utilizar más en compras” (86,4%).
- Si tenemos en cuenta el tamaño de las entidades observamos que los resultados son prácticamente idénticos, ya que esa misma respuesta toma valores que van desde el 85,7% de las “entidades pequeñas” hasta el 87,5% de las “entidades grandes”.

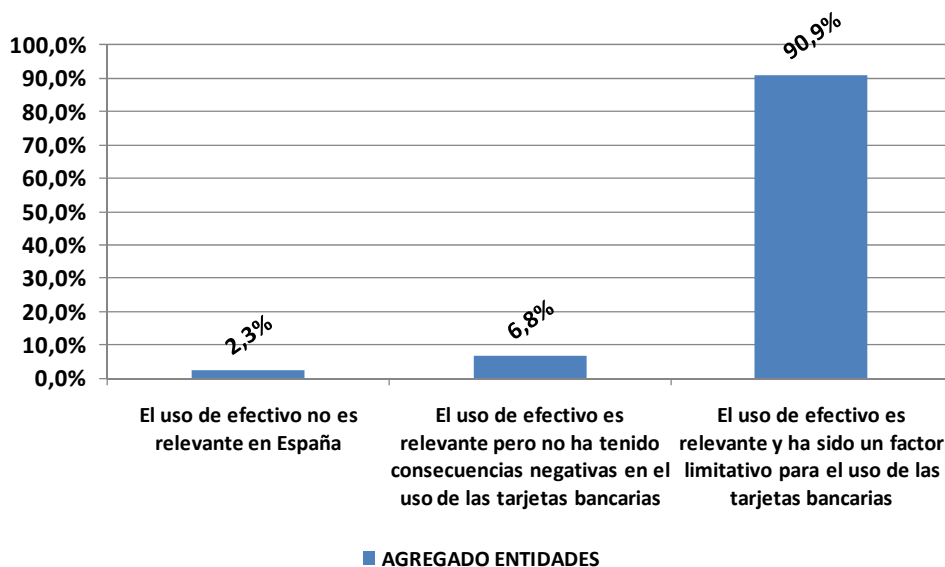
Sin pretender adentrarnos en profundidad en los motivos que pudieran haber causado estos inadecuados niveles de uso, sí que hemos querido testar en qué medida el uso de efectivo ha sido un factor limitativo para el uso de las tarjetas.

En línea con lo manifestado por el profesor Bernal (2001)¹²³, “determinadas características del efectivo, como son su anonimato, nulo coste explícito, inmediatez en la transferencia de valor, amplio respaldo legal, difícil falsificación o su arraigo en las costumbres de los usuarios, han contribuido a que se sitúe como el principal competidor del conjunto de instrumentos de pago ofertados por las entidades financieras”.

Para confirmar esta cuestión hemos planteado a los principales bancos y cajas si consideran que el uso de efectivo es un factor limitativo para el uso de las tarjetas bancarias, con tres posibles respuestas:

- A. El uso de efectivo no es relevante en España.
- B. El uso de efectivo es relevante pero no ha tenido consecuencias negativas en el uso de las tarjetas bancarias.
- C. El uso de efectivo es relevante y ha sido un factor limitativo para el uso de las tarjetas bancarias.

Gráfico 5-5: *Uso de efectivo y su influencia sobre el uso de tarjetas bancarias*



Fuente: *Elaboración propia.*

¹²³ Véase BERNAL, E. (2001): “El mercado español de tarjetas de pago bancarias: situación actual y perspectivas”, Civitas, pág. 67 y 68.

- Las respuestas obtenidas son concluyentes: un 90,9% de las entidades encuestadas manifiestan que “el uso de efectivo es uno de los causantes del bajo uso que de las tarjetas se hace en nuestro mercado”.
- Teniendo en cuenta el tamaño de las entidades, los resultados son similares, aunque con cierta dispersión, ya que el porcentaje de las que han optado por esa misma respuesta oscila entre el 80% de las “entidades medianas” y el 100% de las “entidades grandes”.

5.4.3. CONTRASTE DE LAS HIPÓTESIS

A continuación vamos a comenzar con el contraste de las hipótesis formuladas, en base a los resultados obtenidos de la investigación empírica llevada a cabo.

5.4.3.1. REPERCUSIONES DEL ACUERDO DEL 02/12/2005

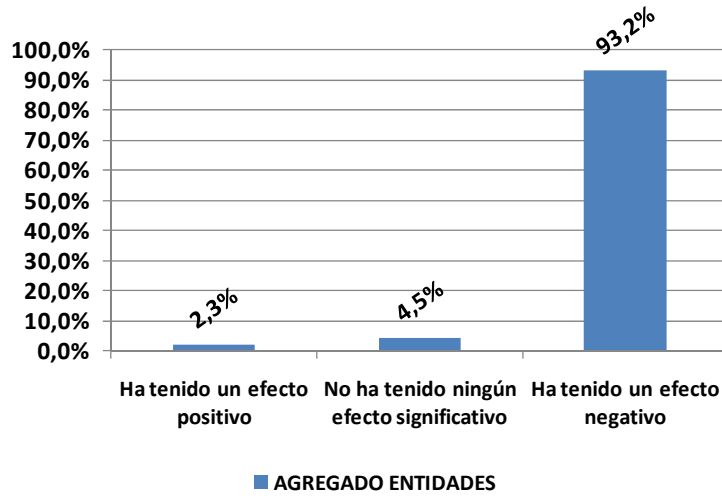
HIPÓTESIS 1: La caída de las tasas de intercambio ha tenido un efecto negativo en los resultados de las entidades financieras españolas.

Para validar esta hipótesis hemos preguntado a cada responsable de medios de pago en qué medida el acuerdo alcanzado que regula las tasas de intercambio para el periodo 2006-2010 ha afectado a los beneficios del área de medios de pago de su entidad, con tres posibles respuestas:

- A. Ha tenido un efecto positivo.
- B. No ha tenido ningún efecto significativo.
- C. Ha tenido un efecto negativo.

Los resultados a nivel del “agregado de entidades” se recogen en el gráfico 5-6.

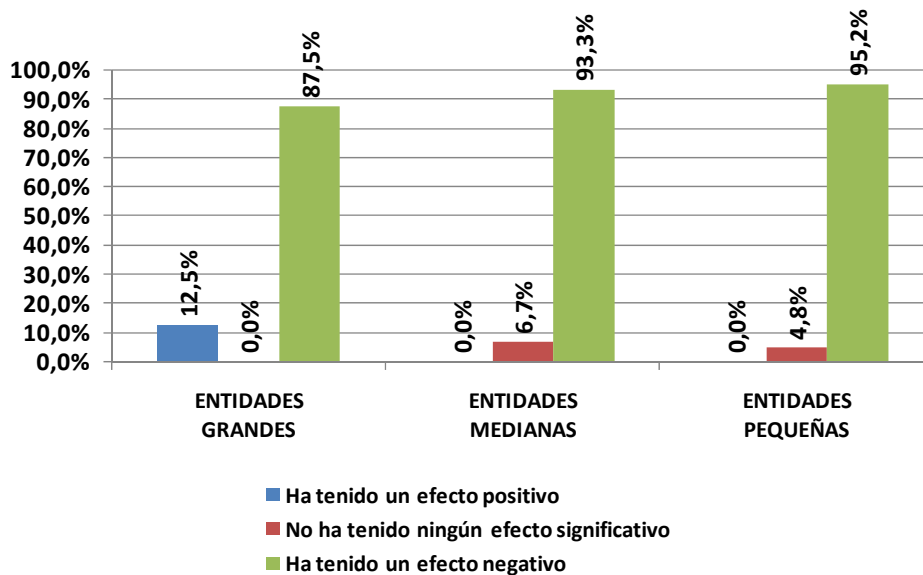
Gráfico 5-6: Efecto económico del acuerdo sobre tasas de intercambio



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, en el gráfico 5-7 se reflejan los resultados obtenidos segmentando las respuestas por el “tamaño de las entidades”.

Gráfico 5-7: Efecto económico del acuerdo sobre tasas de intercambio (tamaño)



Fuente: Elaboración propia.

- Los datos indican que un 93,2% de las entidades consideran que el acuerdo ha tenido un “efecto negativo”.

- Tan sólo una entidad ha manifestado haber tenido un “efecto positivo”. Debido a la singularidad de esta respuesta nos hemos puesto en contacto con el responsable correspondiente, que nos ha hecho constar que esta valoración se corresponde con su interpretación de que, aunque a corto plazo el acuerdo supone una merma en la cuenta de resultados, a medio y largo plazo conllevará una menor conflictividad en el sector, que entiende ha de redundar en una mayor utilización futura de la tarjeta como medio de de pago, lo que compensará de esta forma la citada reducción inicial de resultados.
- No existen diferencias reseñables al tomar en cuenta la opinión de las entidades segmentadas en función de su tamaño, ya que como se aprecia en el gráfico, los porcentajes de las respuestas de las entidades que opinan que el acuerdo ha tenido un “efecto negativo” oscilan entre el 87,5% de las “entidades grandes” y el 95,2% de las “entidades pequeñas”.

*En definitiva, los resultados **CONFIRMAN LA HIPÓTESIS**, ya que un 93,2% de los responsables de medios de pago encuestados manifiestan que la rebaja de las tasas de intercambio ha tenido un “efecto negativo” en sus beneficios.*

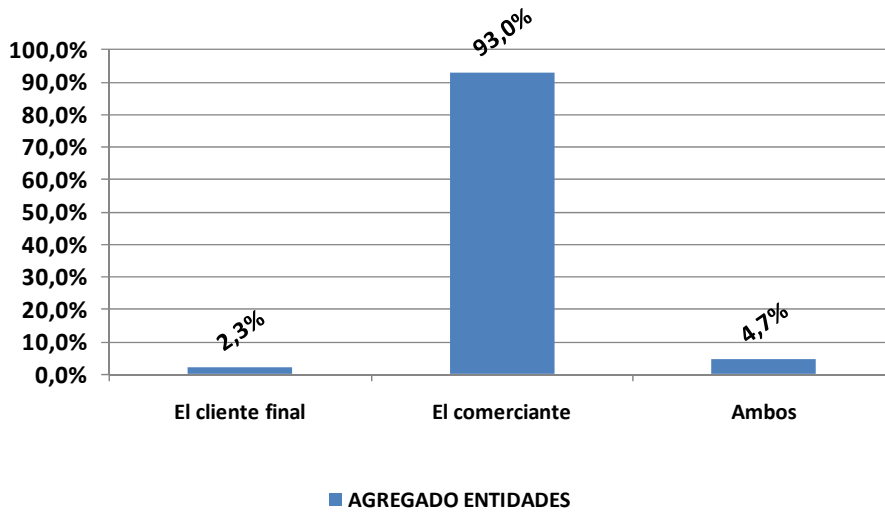
HIPÓTESIS 2: El principal beneficiado de la rebaja de las tasas de intercambio ha sido el consumidor final, en forma de un menor precio de compra.

Para poder contrastar esta hipótesis hemos preguntado a los responsables de medios de pago de las entidades financieras quién ha podido ser el principal beneficiado del acuerdo que regula las tasas de intercambio, con tres posibles respuestas:

- A. El cliente final.
- B. El comerciante.
- C. Ambos.

Los resultados a nivel del “agregado de entidades” se recogen en el gráfico 5-8.

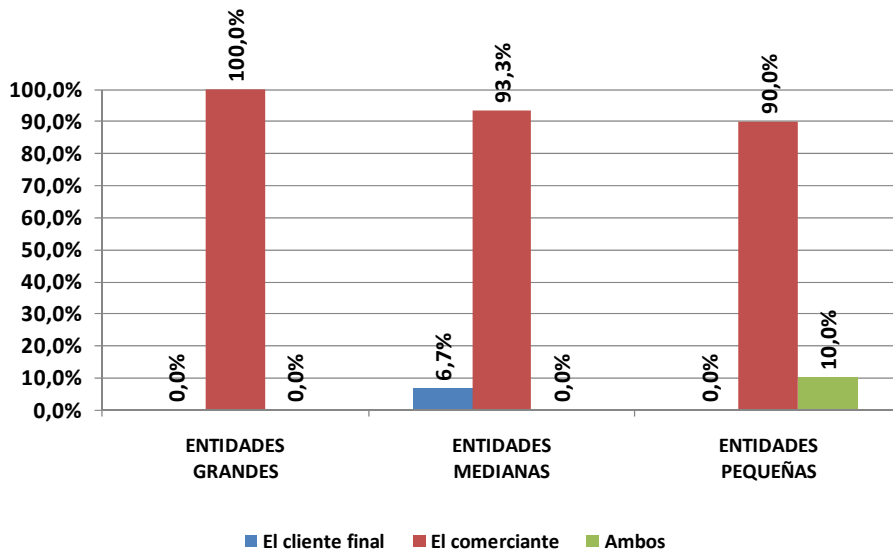
Gráfico 5-8: Beneficiarios de la rebaja de las tasas de intercambio



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, en el gráfico 5-9 se reflejan los resultados obtenidos segmentando las respuestas por el “tamaño de las entidades”.

Gráfico 5-9: Beneficiarios de la rebaja de las tasas de intercambio (tamaño)



Fuente: Elaboración propia.

- Los resultados son concluyentes: el 93% de las entidades financieras coinciden en que los beneficiados por las caídas de las tasas de intercambio han sido “los comerciantes”. Sólo un 2,3% señalan a “los

clientes finales”, a pesar de ser el objeto que se perseguía inicialmente con el acuerdo.

- Se trata de una percepción común que no depende del tamaño de la entidad, ya que como se puede ver en el gráfico correspondiente, entre el 90% y el 100% de las mismas señalan a “los comerciantes” como beneficiarios del acuerdo.

*Por lo tanto, los resultados **RECHAZAN DE FORMA CATEGÓRICA LA HIPÓTESIS**, ya que la práctica totalidad de los encuestados manifiestan que “el comerciante” ha sido el principal beneficiado por la caída de las tasas. De hecho, sólo un 2,3% de los encuestados señalan al “cliente final” como beneficiario del acuerdo.*

5.4.3.2. PARÁMETROS DEL NUEVO ENFOQUE

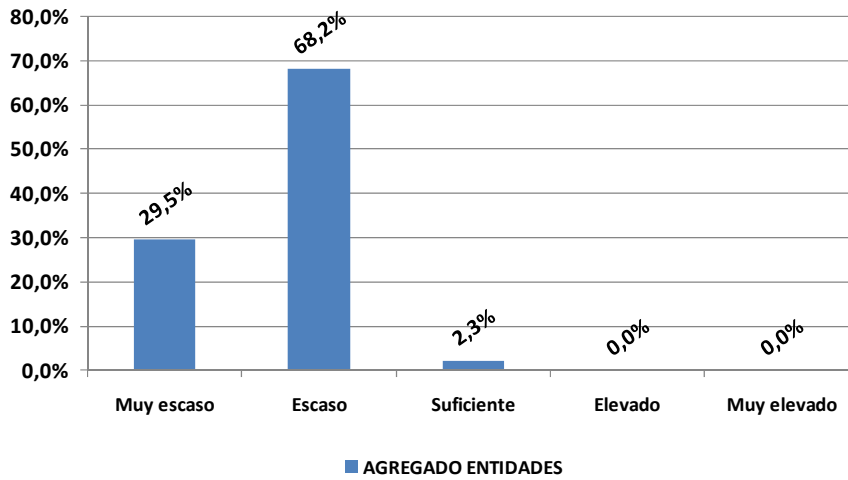
HIPÓTESIS 3: Las entidades financieras deben reenfocar en los próximos ejercicios su actual modelo de negocio, tomando como referencia el modelo anglosajón, basado en niveles de financiación al consumo en tarjeta muy superiores a los del mercado español.

En primer lugar hemos requerido de las entidades financieras la valoración que les merece el porcentaje de financiación sustentado en tarjeta, con las siguientes posibilidades:

- A. Muy escaso
- B. Escaso.
- C. Suficiente.
- D. Elevado
- E. Muy Elevado.

Los resultados a nivel del “agregado de entidades” se recogen en el gráfico 5-10.

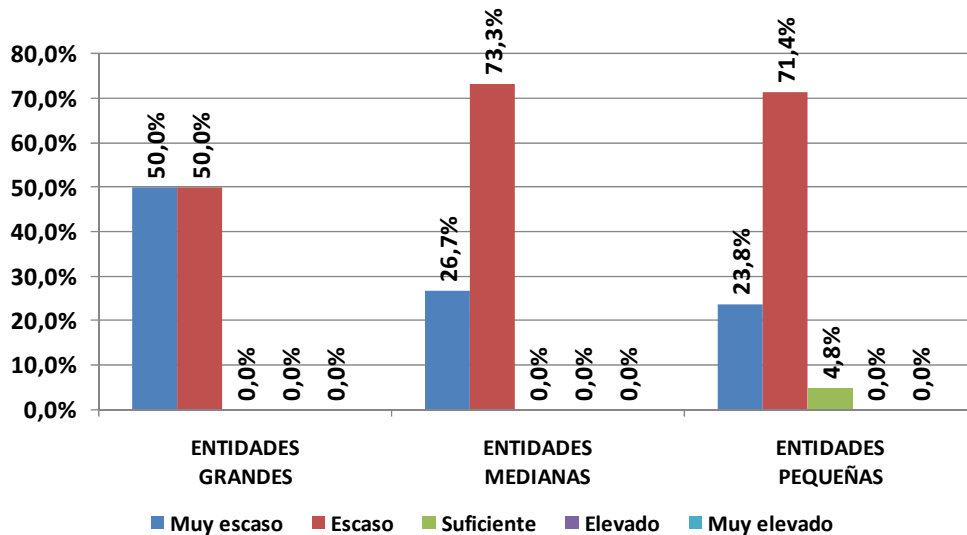
Gráfico 5-10: Valoración del porcentaje financiado en tarjeta



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, en el gráfico 5-11 se reflejan los resultados obtenidos segmentando las respuestas por el “tamaño de las entidades”.

Gráfico 5-11: Valoración del porcentaje financiado en tarjeta (tamaño)



Fuente: Elaboración propia.

El resultado es concluyente:

- Un 97,7% de las entidades encuestadas consideran al porcentaje financiado en tarjeta como “muy escaso” o “escaso”, siendo esta última opción la más seleccionada (68,2%).
- Al efectuar el análisis en función de los tres grupos creados en relación con el tamaño nos encontramos con resultados similares, ya que tanto en las “entidades grandes” como en las “entidades medianas” ese porcentaje se eleva al 100%, mientras que en las “entidades pequeñas” llega al 95,2%. La única diferencia estriba en el peso de la opción “muy escaso”, que mientras que en las “entidades pequeñas” y en las “entidades medianas” presenta valores similares al del agregado de entidades, en las “entidades grandes” es del 50% (prácticamente el doble). Entendemos que esta diferencia es debida a lo que apuntaba el profesor Bernal¹²⁴, en el sentido de que “tradicionalmente en España las tarjetas bancarias han sido entregadas a sus titulares como simples complementos de las cuentas corrientes o de otros servicios financieros y no como productos independientes”, por lo que los clientes no conocen todas sus ventajas, entre las que se encuentra la posibilidad de financiación de las compras. En este sentido, han sido las “entidades grandes” las más activas en este tipo de venta de las tarjetas bancarias, dada su mayor base de clientela.

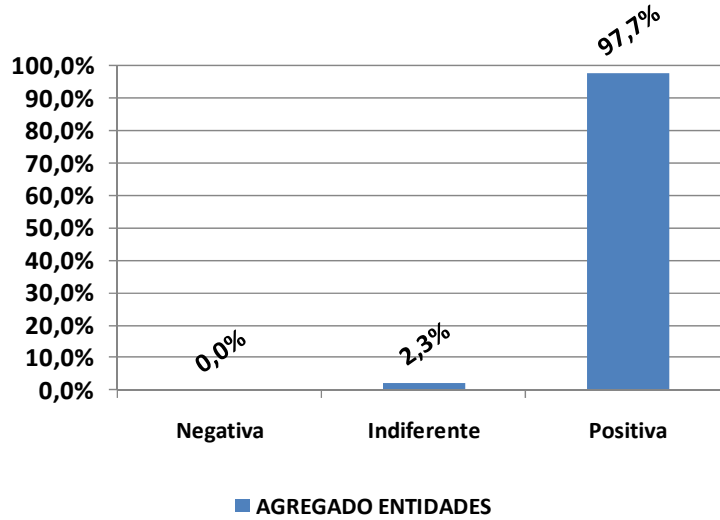
Una vez contrastado que a las entidades financieras les parece bajo el aplazamiento de pago soportado en tarjeta, hemos pretendido obtener la valoración de un posible acercamiento a modelos de mercado que se distinguen precisamente por lo contrario. Para ello hemos consultado a los responsables de medios de pago, de qué forma les afectaría una aproximación al que hemos denominado a lo largo de esta investigación como modelo anglosajón, con tres posibilidades de respuesta:

- A. Negativa.
- B. Indiferente.
- C. Positiva.

¹²⁴ Véase BERNAL, E. (2001): “El mercado español de tarjetas de pago bancarias: situación actual y perspectivas”, Civitas, pág. 361.

Los resultados a nivel del “agregado de entidades” se recogen en el gráfico 5-12.

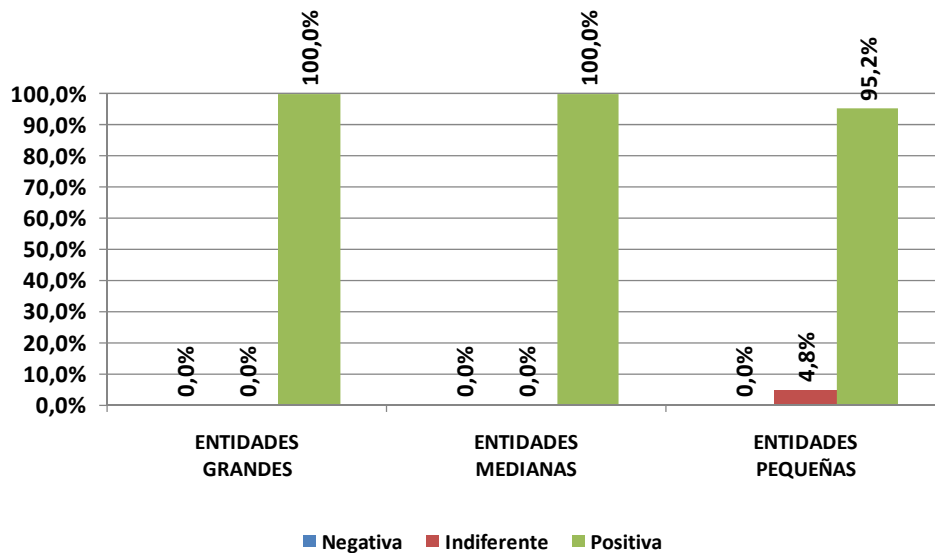
Gráfico 5-12: Consideración de la aproximación al modelo anglosajón



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, en el gráfico 5-13 se reflejan los resultados obtenidos segmentando las respuestas por el “tamaño de las entidades”.

Gráfico 5-13: Consideración de la aproximación al modelo anglosajón (tamaño)



Fuente: Elaboración propia.

- El resultado no deja lugar a dudas, puesto que un 97,7% de las entidades consideran dicho acercamiento como “positivo”.
- Al hacer el análisis en función del tamaño de las entidades los resultados son prácticamente idénticos, destacando que tanto en las “entidades grandes” como en las “entidades medianas” el porcentaje ha llegado al 100%. En este sentido conviene destacar que estos dos grupos son los mismos que con la misma contundencia consideraban al importe financiado en tarjeta como “muy escaso” o “escaso”. El porcentaje en las “entidades pequeñas” ha llegado al 95,2%.

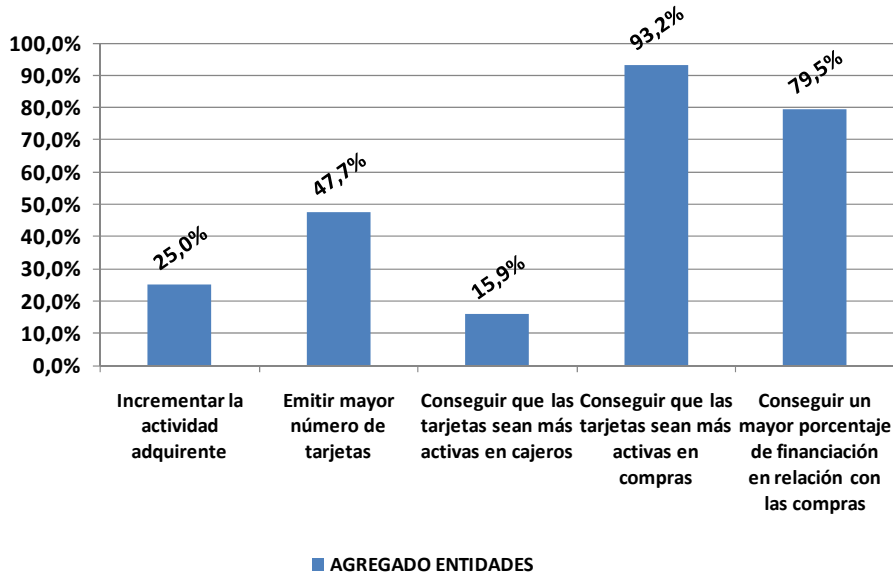
Por último, hemos querido contrastar el lugar que ocupa el “incremento de la financiación en tarjeta”, dentro de las posibles líneas de actuación a llevar a cabo por las entidades financieras en el negocio de los medios de pago.

Para ello hemos preguntado en el cuestionario que posibles actuaciones podrían llevarse a cabo en el futuro, de acuerdo con la evolución de los resultados del departamento de medios de pago en los últimos ejercicios y teniendo en cuenta el escenario previsible, con las siguientes posibilidades:

- A. Incrementar la actividad adquirente.
- B. Emitir mayor número de tarjetas.
- C. Conseguir que las tarjetas sean más activas en cajeros.
- D. Conseguir que las tarjetas sean más activas en compras.
- E. Conseguir un mayor porcentaje de financiación en relación con las compras.

Los resultados a nivel del “agregado de entidades” se recogen en el gráfico 5-14.

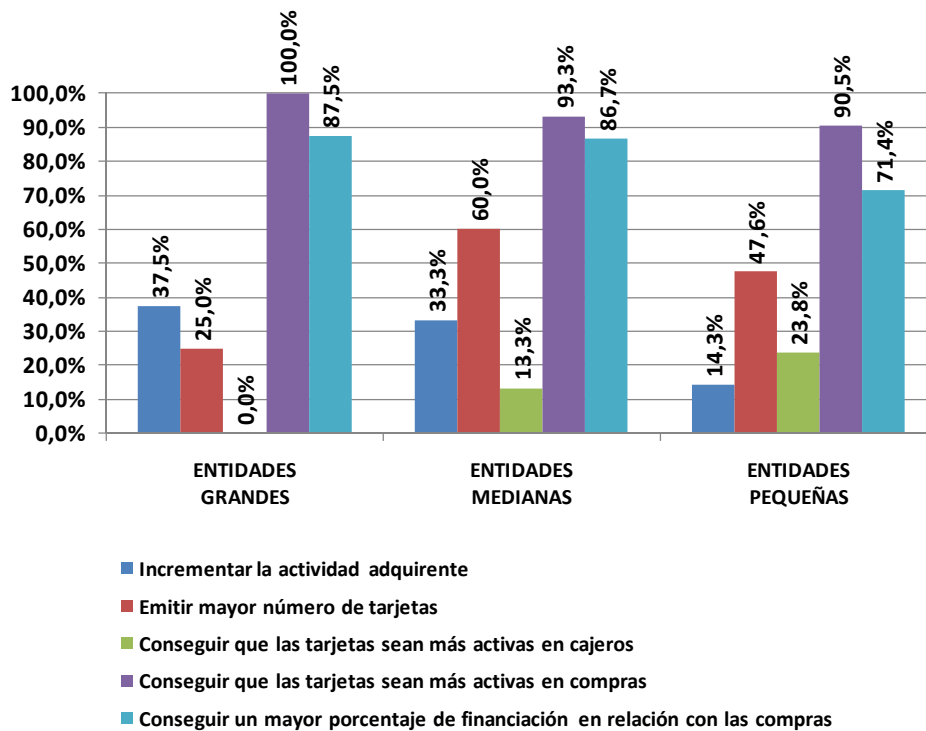
Gráfico 5-14: Posibles actuaciones relativas al incremento de la actividad



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, en el gráfico 5-15 se reflejan los resultados obtenidos segmentando las respuestas por el “tamaño de las entidades”.

Gráfico 5-15: Posibles actuaciones relativas al incremento actividad (tamaño)



Fuente: Elaboración propia.

En las respuestas podemos observar como dos de las alternativas propuestas gozan de una clara predilección por parte de los encuestados:

- “Conseguir que las tarjetas sean más activas en compras” figura en primer lugar con un 93,2% de las respuestas. Este punto es una consecuencia directa de lo comentado en el apartado 5.4.2., en el que se ponía de manifiesto que pese al adecuado dimensionamiento del sistema en lo que respecta al número de TPV y tarjetas en circulación, las entidades financieras consideraban que el uso que se veía realizando de éstas era “incorrecto, ya que se deberían utilizar más en compras”.
- “Conseguir un mayor porcentaje de financiación en relación con las compras” se sitúa inmediatamente a continuación con un 79,5%.

Aunque estas dos actuaciones mayoritariamente señaladas pudieran parecer autónomas, en realidad son claramente interdependientes. Sin duda, un “incremento de la financiación en tarjeta” se configura como una actuación que se apalanca sobre la anterior (incremento de la actividad en compras). O expresado de otra forma, el hecho de que se produzca un mayor uso de las tarjetas en compras incrementa la base sobre la que las entidades podrían trabajar para conseguir un aumento de la financiación en tarjeta.

- El resto de las alternativas se encuentran a una gran distancia: “emitir mayor número de tarjetas” figura en tercer lugar con un 47,7% e “incrementar la actividad adquirente” figura en cuarta posición con un 25,0%.
- Si tenemos en cuenta el tamaño de las entidades, el orden no varía en lo que respecta a las dos prioridades básicas, el “incremento de la actividad en compras” y el “incremento del porcentaje de financiación sobre tarjeta”. Sin embargo, sí que es posible apreciar que mientras que en las “entidades medianas” y en las “entidades pequeñas” se sitúa como tercera prioridad el “emitir un mayor número de tarjetas”, para las “entidades grandes” esa posición es ocupada por el “incremento de la actividad adquirente”. La explicación que encontramos radica en que han sido las “entidades

grandes” las que han sido más activas a la hora de fomentar la colocación de tarjetas en el mercado en los últimos ejercicios mediante políticas agresivas de venta cruzada, por lo que en sus bases de clientela el parque de tarjetas presenta un mayor nivel de saturación.

*En definitiva, y como consecuencia de todo lo anterior, los resultados **CONFIRMAN LA HIPÓTESIS**, ya que hemos podido corroborar que bancos y cajas consideran que el porcentaje actual soportado en tarjeta es “muy escaso” o “escaso” (97,7%), lo que les lleva a valorar de forma mayoritaria como positiva la aproximación al enfoque de negocio anglosajón (97,7%). Por otro lado, consideran al incremento de financiación en tarjeta como una de las posibles líneas de actuación futuras para este negocio (79,5%).*

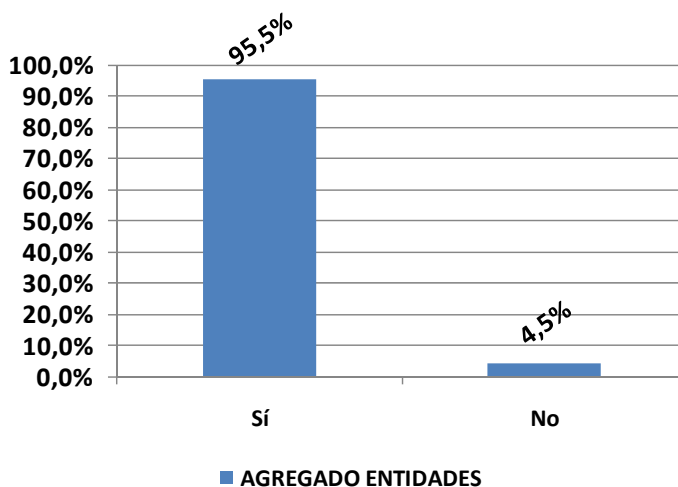
HIPÓTESIS 4: En el nuevo enfoque de negocio basado en la financiación en tarjeta podría tener gran importancia la figura del comerciante.

Para validar esta hipótesis hemos preguntado a los responsables de las entidades financieras, si consideran que en el medio y largo plazo la figura del comerciante podría tener una mayor importancia de cara a incrementar la financiación con tarjeta bancaria en el punto de venta, con dos posibilidades de respuesta:

- A. Sí.
- B. No.

Los resultados a nivel del “agregado de entidades” se recogen en el gráfico 5-16.

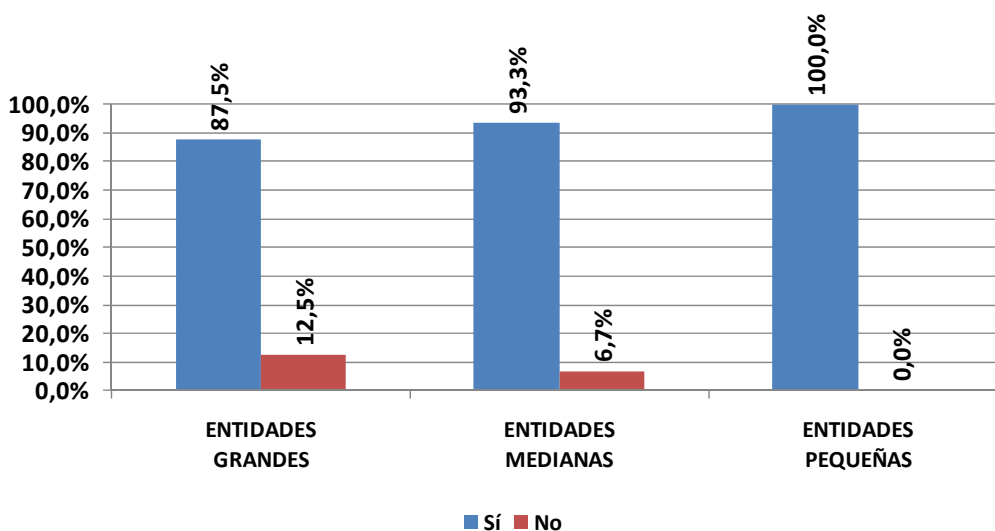
Gráfico 5-16: Posibilidad de un mayor protagonismo del comerciante en el futuro



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, en el gráfico 5-17 se reflejan los resultados obtenidos segmentando las respuestas por el “tamaño de las entidades”.

Gráfico 5-17: Posibilidad de un mayor protagonismo del comerciante en el futuro (tamaño)



Fuente: Elaboración propia.

- Los resultados obtenidos han sido contundentes: el 95,5% de las entidades financieras consideran que “la figura del comerciante sí puede tener una

mayor relevancia en el futuro de cara al incremento de la financiación con tarjeta”.

- Esta respuesta global es similar si tenemos en cuenta los resultados en función del tamaño. En el caso de las “entidades pequeñas” el porcentaje que apoya esta respuesta ha llegado al 100%, mostrando las “entidades medianas” un porcentaje del 93,3%, mientras que en las “entidades grandes” ha llegado al 87,5%.

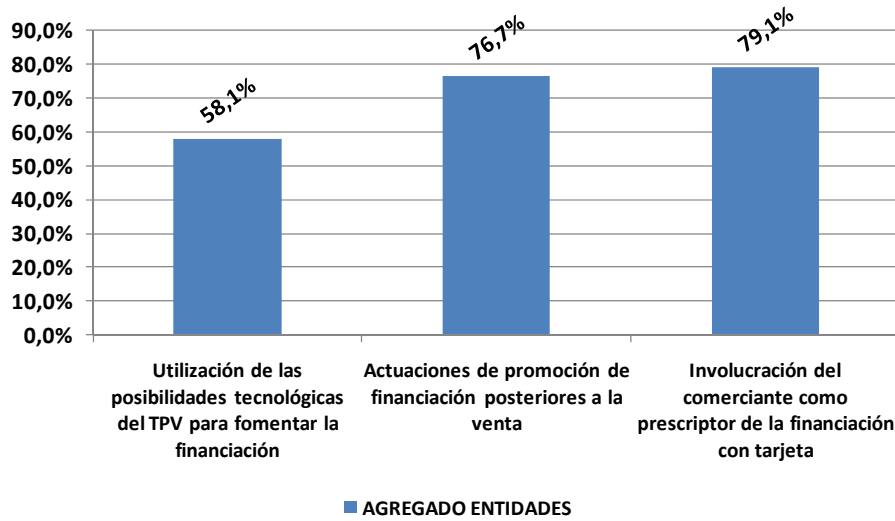
Así mismo, hemos querido contrastar el lugar que ocupa la involucración del comerciante como palanca del nuevo enfoque, en comparación con otras opciones.

Para ello se ha preguntado a las entidades financieras qué actuaciones se plantearían llevar a cabo para implantar el nuevo enfoque, con las siguientes posibilidades:

- A. Utilización de las posibilidades tecnológicas del TPV para fomentar la financiación (p. e. mediante la inclusión de mensajes personalizados en las boletas).
- B. Actuaciones de promoción de financiación posteriores a la venta (p. e. mediante envío de SMS o llamadas desde un call center para requerir el aplazamiento de la compra ya realizada por el cliente).
- C. Involucración del comerciante como prescriptor de la financiación con tarjeta en el momento de la venta.

Los resultados a nivel del “agregado de entidades” se recogen en el gráfico 5-18.

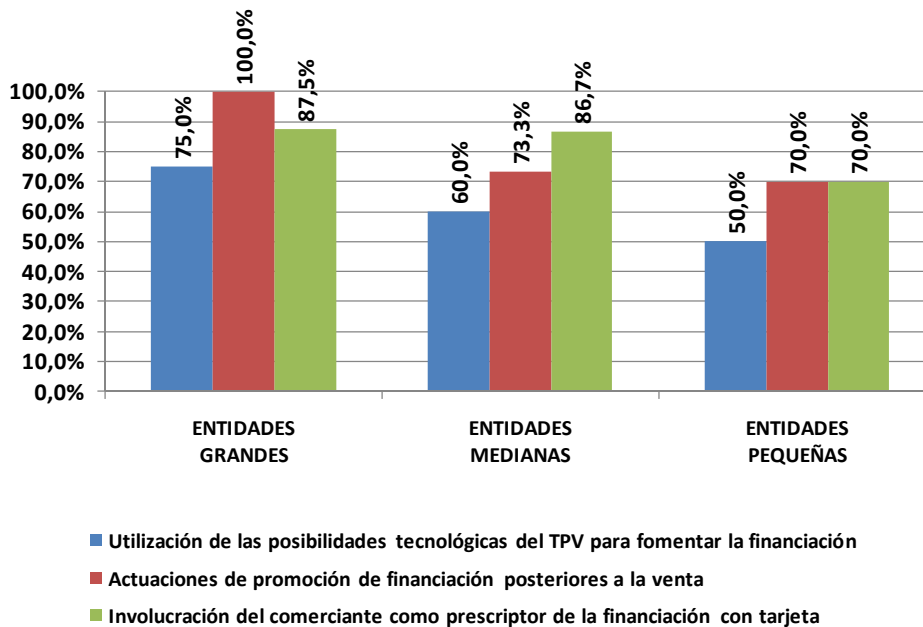
Gráfico 5-18: Actuaciones para incentivar la financiación en tarjeta



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, en el gráfico 5-19 se reflejan los resultados obtenidos segmentando las respuestas por el “tamaño de las entidades”.

Gráfico 5-19: Actuaciones para incentivar la financiación en tarjeta (tamaño)



Fuente: Elaboración propia.

- Se constata que bancos y cajas consideran que el comerciante debe tener un papel importante en el nuevo enfoque ya que “la prescripción de la financiación en tarjeta en el momento de la venta” se convierte en la opción más apoyada de entre el abanico posible, con un 79,1% de las respuestas. Todo ello a diferencia de la situación actual en la que el comerciante es pasivo ante la opción de financiación, e incluso en ocasiones contrario al uso de tarjetas en su establecimiento, para así evitar el pago de la tasa de descuento a su entidad financiera.
- Esto no es óbice para que el resto de las alternativas planteadas hayan sido también ampliamente seleccionadas (la pregunta permitía respuestas múltiples). De esta forma, un 76,7% consideran así mismo posible llevar a cabo “acciones de promoción de financiación posteriores a la venta” (envío de SMS o llamadas desde el call center ofreciendo la financiación). En cualquier caso estas acciones se encaminan a la financiación de operaciones ya realizadas por el consumidor sin pago aplazado, y sin que éste conozca la posible financiación con carácter previo a la compra, en un gran número de casos.
- “La utilización de las posibilidades tecnológicas del TPV para fomentar la financiación” es señalada en tercer lugar por las entidades financieras con un nivel de respuesta del 58,1%.
- La ventaja de la utilización de la figura del comerciante es que la financiación se oferta en el momento de gestionar la venta, lo que puede llegar a convertirse en un elemento definitorio para que ésta pueda ser o no realizada. Las acciones posteriores a la venta, sin embargo, tienen la ventaja de ser simples de implementar desde el punto de visto tecnológico y de no requerir de acuerdos con terceros para ser llevadas a cabo, por lo que, pese a su inferior efectividad en comparación con la proactividad del comerciante, pueden considerarse como un complemento de cierta eficacia al reforzar la oferta de financiación realizada previamente.
- Si tenemos en cuenta el tamaño de las entidades, las “medianas” y “pequeñas” presentan valores similares al del agregado de entidades. Sin embargo en las “entidades grandes”, si bien la involucración del

comerciante tiene un peso relevante (87,5%), la opción más seleccionada es “las actuaciones de promoción de financiación posteriores a la venta” (100%), e incluso la primera opción, “utilización de las posibilidades tecnológicas de los TPV para fomentar la financiación”, presenta porcentajes relevantes (75%). La explicación que encontramos a esta situación pudiera estar basada en la mayor capacidad en lo que se refiere a recursos (tanto financieros como humanos) a disposición de las entidades de mayor volumen para llevar a cabo actuaciones comerciales directas hacia el consumidor que configuren una acción coordinada en búsqueda de una mayor efectividad de la oferta de financiación.

En definitiva, los resultados CONFIRMAN LA HIPÓTESIS, ya que los encuestados han manifestado de forma abrumadora que “el papel del comerciante en el futuro es susceptible de alcanzar una mayor relevancia” (95,5%). Además, de entre las actuaciones a llevar a cabo para favorecer el incremento de la financiación en tarjeta, bancos y cajas consideran de forma mayoritaria como opción más relevante “la involucración del comerciante como prescriptor” (79,1%), sin renunciar a otro tipo de iniciativas que pueden llegar a considerarse como complementarias de la anterior, como las “acciones de promoción de la financiación posteriores a la venta”, con un 76,7%, y como la “utilización de las posibilidades tecnológicas del TPV para fomentar la financiación”, que se elevó al 58,1%.

Teniendo en cuenta el tamaño se observa como las “entidades grandes” han apostado por potenciar todas las alternativas posibles en mayor medida que las entidades “pequeñas” y “medianas”. Esto pudiera derivarse de la mayor capacidad de aquéllas en lo que se refiere a recursos tanto financieros como humanos, lo que les posibilita llevar a cabo actuaciones comerciales conjuntas en búsqueda de una mayor efectividad de la oferta de financiación.

Por último, en lo relativo a qué instrumento podría ser válido para motivar el cambio de papel a jugar por el comerciante, se planteó la siguiente hipótesis:

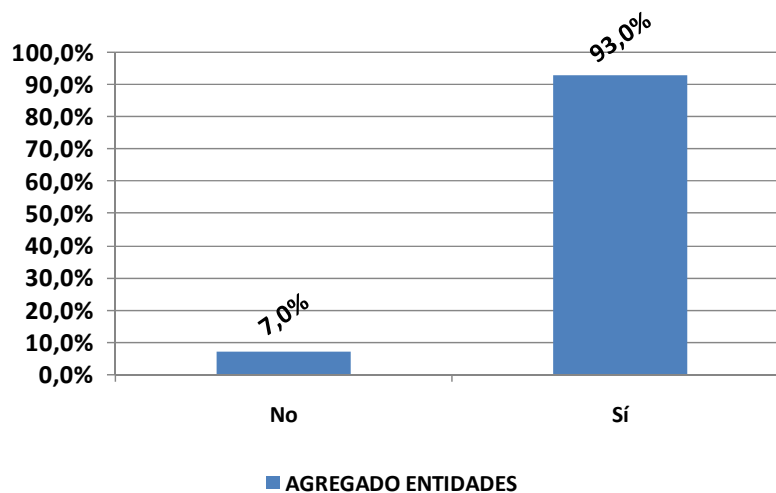
HIPÓTESIS 5: Las entidades financieras consideran que para lograr un incremento sustancial de la financiación en tarjeta bancaria deben retribuir al comerciante por su actividad prescriptora de dicha financiación.

A los efectos de validarla, hemos preguntado a las entidades si estarían dispuestas a compartir con el comerciante parte del beneficio adicional creado por la financiación de una operación que originariamente iba a ser realizada en modalidad “fin de mes”, y que gracias a la prescripción de éste fuera transformada en una transacción de “pago aplazado”. Las posibles respuestas eran:

- A. No.
- B. Sí

Los resultados a nivel del “agregado de entidades” se recogen en el gráfico 5-20.

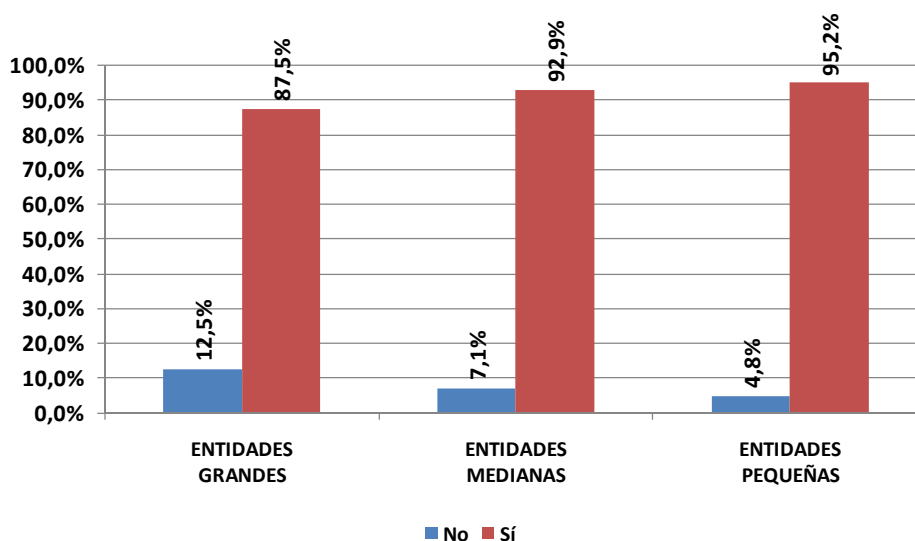
Gráfico 5-20: Disposición de las entidades financieras para remunerar al comerciante por su labor prescriptora



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, en el gráfico 5-21 se reflejan los resultados obtenidos segmentando las respuestas por el “tamaño de las entidades”.

Gráfico 5-21: Disposición de las entidades financieras para remunerar al comerciante por su labor prescriptora (tamaño)



Fuente: Elaboración propia.

- Un 93,0% de todas las entidades encuestadas manifiestan que “sí” estarían dispuestas a compartir con el comerciante parte del valor adicional creado como consecuencia de la financiación.
- No existen diferencias significativas en relación con los datos globales si tenemos en cuenta el tamaño de las entidades, alcanzando la respuesta afirmativa rangos que van desde el 87,5% mostrado por las “entidades grandes” hasta el 95,2% mostrado por las “entidades pequeñas”.

*En definitiva, los resultados **CONFIRMAN LA HIPÓTESIS**, ya que las entidades encuestadas entienden de forma mayoritaria que “deben retribuir al comerciante por su actuación de prescripción de la financiación” (93%).*

5.4.3.3. BARRERAS PARA LA IMPLANTACIÓN DEL NUEVO ENFOQUE

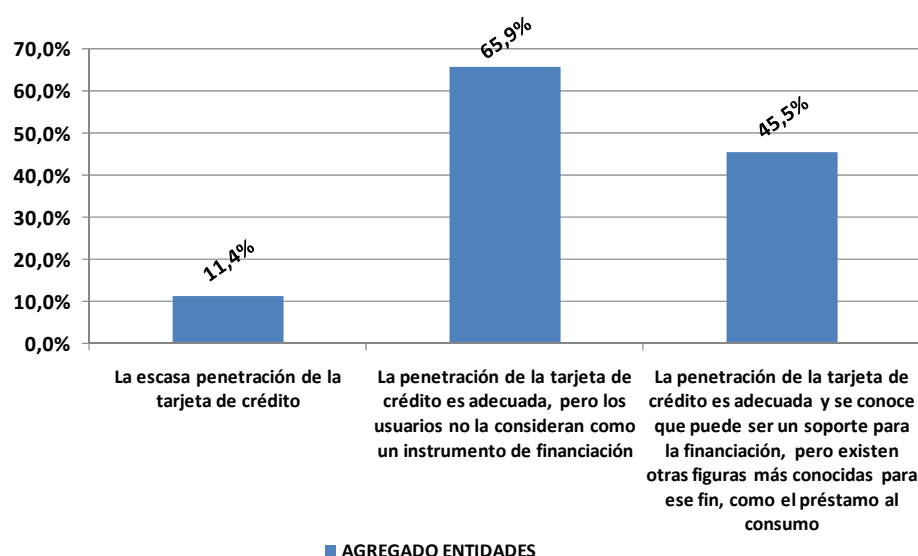
HIPÓTESIS 6: El nuevo enfoque basado en la financiación en tarjeta bancaria prescrita por el comerciante, puede colisionar con otras figuras bancarias como el préstamo al consumo.

Hemos preguntado a las entidades financieras cuál o cuáles serían los principales obstáculos de componente comercial para la implantación de este nuevo enfoque orientado al incremento de la financiación en tarjeta, con las siguientes posibilidades de respuesta:

- A. La escasa penetración de la tarjeta de crédito.
- B. La penetración de la tarjeta de crédito es adecuada pero los usuarios no la consideran como un instrumento de financiación.
- C. La penetración de la tarjeta de crédito es adecuada y se conoce que puede ser un soporte para la financiación, pero existen otras figuras más conocidas para ese fin, como el préstamo al consumo.

Los resultados a nivel del “agregado de entidades” se recogen en el gráfico 5-22.

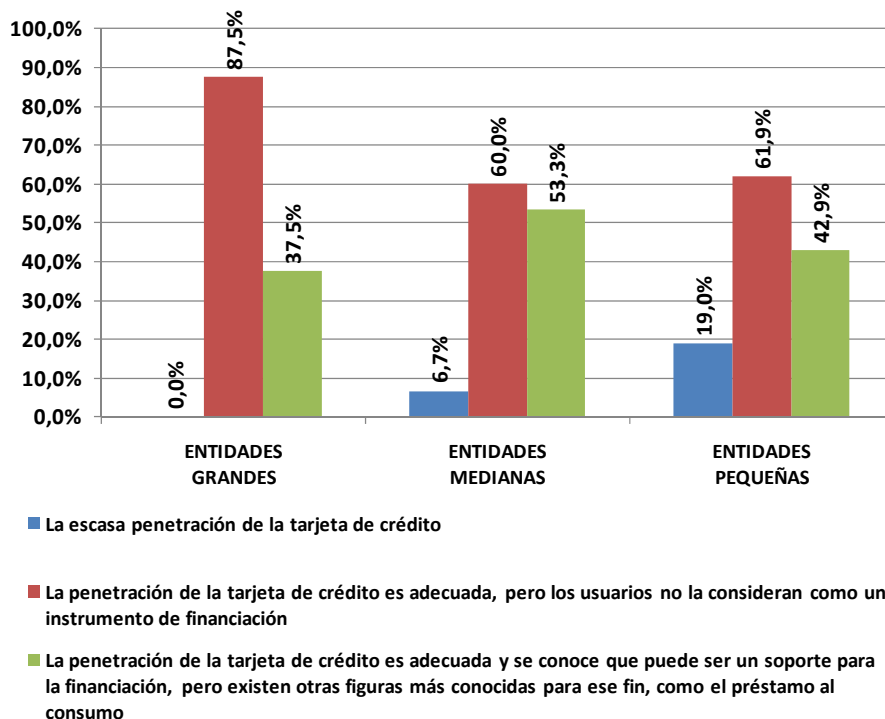
Gráfico 5-22: Obstáculos de componente comercial



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, en el gráfico 5-23 se reflejan los resultados obtenidos segmentando las respuestas por el “tamaño de las entidades”.

Gráfico 5-23: Obstáculos de componente comercial (tamaño)



Fuente: Elaboración propia.

- A juicio de las entidades financieras, el principal obstáculo comercial para la puesta en marcha de este enfoque basado en la financiación en tarjeta es “el desconocimiento por parte de los usuarios de las posibilidades de aplazamiento contenidas en sus tarjetas de crédito”, con un porcentaje que llega al 65,9% de las entidades.
- Como segunda opción, con un 45,5%, se sitúa “la colisión con otras figuras orientadas a la financiación, como los préstamos al consumo”. Aunque dicho porcentaje denota una cierta relevancia de esta opción, obviamente no se trata de la respuesta más seleccionada por las entidades financieras.

- La respuesta menos seleccionada ha sido “la escasa penetración de la tarjeta de crédito”, lo que parece razonable en función de lo que hemos podido analizar en el apartado 5.4.2., en el que se confirmaba que el número de tarjetas emitidas es, cuando menos, suficiente.
- Son precisamente las “entidades grandes” las que enfatizan de forma más contundente en el “desconocimiento existente en relación con la capacidad financiadora de las tarjetas”, con un porcentaje que llega al 87,5% y que supera de forma holgada al de las “entidades medianas” y “entidades pequeñas”, que se sitúa en un 60% y 61,9% respectivamente. La explicación podría ser coincidente con la que esgrimíamos al validar por qué eran precisamente las “entidades grandes” las que relegaban de forma más notoria la “emisión de nuevas tarjetas” dentro de sus líneas de actuación futuras (25% frente al 47,7% del agregado de entidades), y de lo que apuntamos al analizar la hipótesis 3: estas entidades son las que en mayor medida han llevado a cabo una política intensiva de venta cruzada, en el sentido de que han entregado las tarjetas a sus titulares como simples complementos de otros productos y servicios financieros¹²⁵. Por ello el nivel de saturación de este producto entre sus clientes es superior al de los otros grupos de entidades. Estos procesos indiscriminados de venta han tenido como consecuencia el que no se haya explicado suficientemente a los titulares de dichas tarjetas las ventajas que incorporan las mismas, entre las que destaca la posibilidad de financiar las compras.

*Como conclusión, los resultados obtenidos **NO PERMITEN CONFIRMAR LA HIPÓTESIS**, ya que aunque el 45,5% de las entidades manifiestan que “la existencia de otras figuras bancarias como el préstamo consumo puede ser un factor limitativo”, también consideran que el hecho de que “los titulares de las tarjetas no las conciben como un instrumento de financiación” es un factor de mayor peso (65,9% en el agregado de entidades), llegando a ser del 87,5% en las “entidades grandes”, ya que*

¹²⁵ Véase BERNAL, E. (2001): “El mercado español de tarjetas de pago bancarias: situación actual y perspectivas”, Civitas, pág. 361.

han sido éstas las que más han practicado una intensiva política de venta cruzada de tarjetas a sus clientes sin una explicación suficiente de todas sus ventajas.

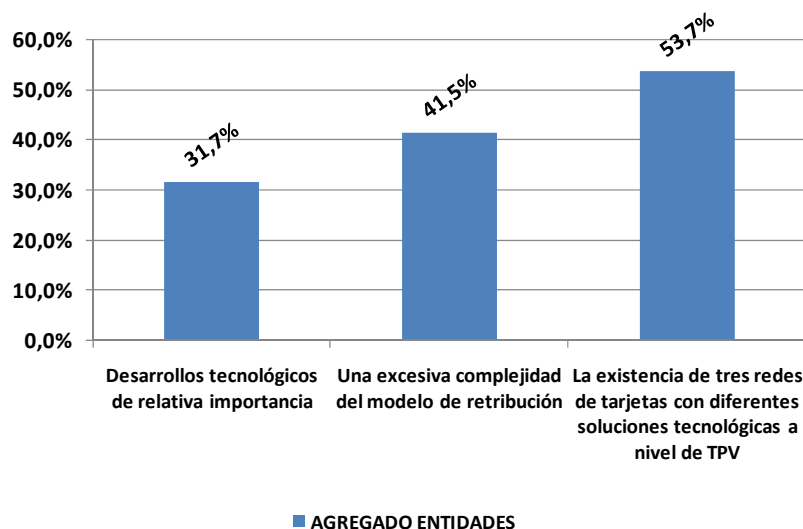
HIPÓTESIS 7: El nuevo enfoque basado en la financiación en tarjeta bancaria prescrita por el comerciante, podría tener una limitación práctica en la existencia de tres redes / procesadores diferentes en el sistema español de medios de pago.

Para llegar a conclusiones válidas hemos preguntado a las entidades cuál o cuáles creen que pueden ser los principales obstáculos operativos para la puesta en marcha de un modelo de reparto de beneficio entre entidad financiera y comerciante, con las siguientes posibilidades de respuesta:

- A. Desarrollos tecnológicos.
- B. Posible complejidad del modelo.
- C. La existencia de tres redes (Servired, 4B y Euro6000), con diferentes soluciones tecnológicas a nivel de TPV, lo que hace que en el corto plazo un esquema como el propuesto tenga dificultades para funcionar de forma global.

Los resultados a nivel del “agregado de entidades” se recogen en el gráfico 5-24.

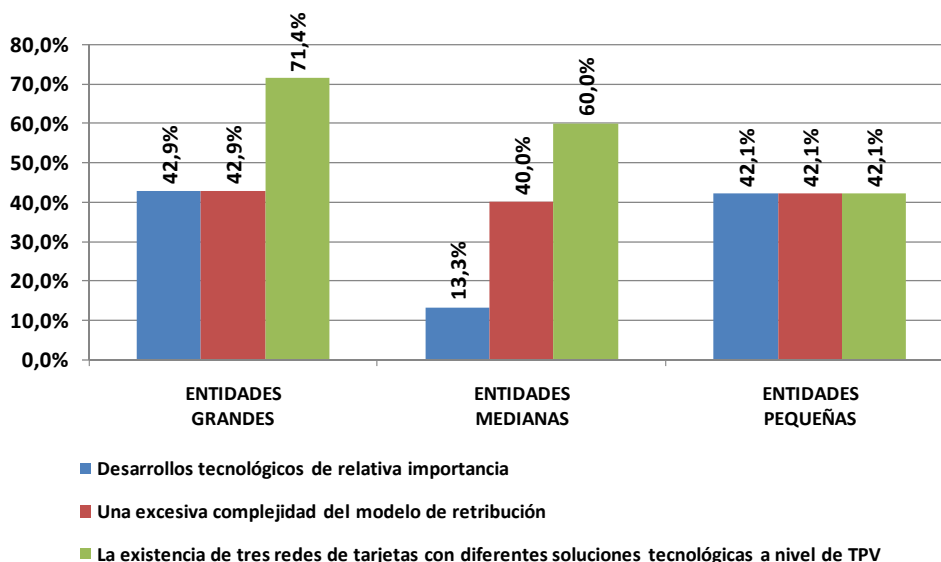
Gráfico 5-24: Obstáculos de componente operativo



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, en el gráfico 5-25 se reflejan los resultados obtenidos segmentando las respuestas por el “tamaño de las entidades”.

Gráfico 5-25: Obstáculos de componente operativo (tamaño)



Fuente: Elaboración propia.

- La respuesta C (limitaciones derivadas de las existencias de tres redes de pago / procesadores) ha sido escogida como la más relevante desde el punto de vista de los obstáculos operativos a vencer para la puesta en marcha de un modelo de reparto de beneficio entre entidad financiera y comerciante. Sin embargo, los porcentajes mostrados (53,7%) no son suficientemente elevados.
- No obstante, sí que consideramos relevante el que sean precisamente las “entidades grandes” las que hayan optado de forma más contundente por señalar esta coexistencia como un factor restrictivo, con porcentajes que llegan al 71,4% frente al 60% de las “entidades medianas” y el 42,1% de las “entidades pequeñas”. La explicación de estas divergencias pudiera derivarse del hecho de que un mayor volumen de negocio conlleva una mayor autonomía en lo que respecta a los desarrollos operativos de los procesadores, lo que hace que las “entidades grandes” sean más conscientes de las limitaciones inherentes a esta diversidad de redes / procesadores. Por el contrario, las “entidades pequeñas”, debido a su

menor capacidad financiera y tecnológica, suelen trabajar con procesos operativos estandarizados menos personalizados, lo que a su vez probablemente les lleva a no percibir de forma tan directa las limitaciones inherentes a la diversidad de redes y procesadores antes citada.

*Como conclusión, los resultados obtenidos **CONFIRMAN SÓLO PARCIALMENTE LA HIPÓTESIS**, ya que “la coexistencia de tres redes / procesadores como factor limitativo” ha sido la respuesta más aceptada por parte de los encuestados, tanto para las “entidades grandes” (71,4%), como en menor medida para las “entidades medianas” (60%), pero no para las “entidades pequeñas” (42,1%).*

HIPÓTESIS 8: La actual situación de crisis económica puede ralentizar el impulso de este nuevo enfoque, aunque no lo invalida a medio y largo plazo.

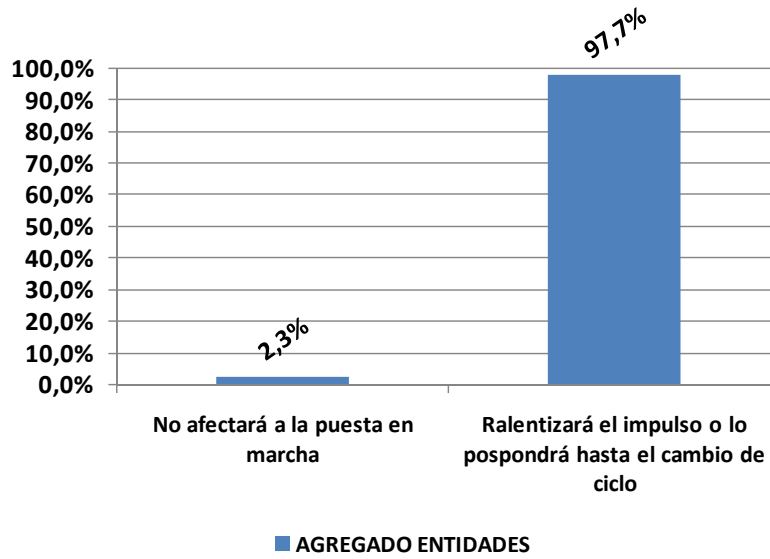
A los efectos de validar esta hipótesis hemos formulado dos preguntas relacionadas.

En primer lugar hemos consultado a las entidades financieras cuál creen que puede ser el efecto de la crisis económica sobre el desarrollo de un modelo de negocio basado en el incremento de la financiación con tarjeta bancaria, con dos respuestas posibles:

- A. No afectará a la puesta en marcha.
- B. Ralentizará el impulso o lo pospondrá hasta el cambio de ciclo.

Los resultados a nivel del “agregado de entidades” se recogen en el gráfico 5-26.

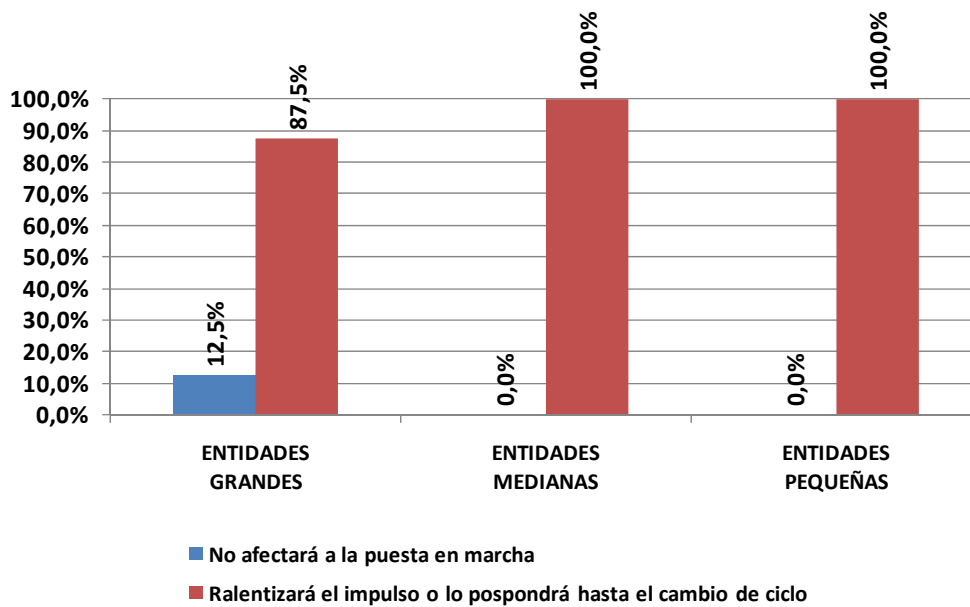
Gráfico 5-26: Efecto de la crisis económica en el desarrollo del modelo



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, en el gráfico 5-27 se reflejan los resultados obtenidos segmentando las respuestas por el “tamaño de las entidades”.

Gráfico 5-27: Efecto de la crisis económica en el desarrollo del modelo (tamaño)



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados alcanzados son concluyentes:

- ❑ El 97,7% de los encuestados creen que la crisis “ralentizará el impulso o lo pospondrá hasta el cambio de ciclo”.
- ❑ No existen aspectos diferenciales destacables al realizar la validación en función del tamaño de las entidades, aunque destacamos que el porcentaje de apoyo a la respuesta anterior se eleva en las “entidades medianas” y en las “entidades pequeñas” hasta el 100%, siendo del 87,5% en las “entidades grandes”.

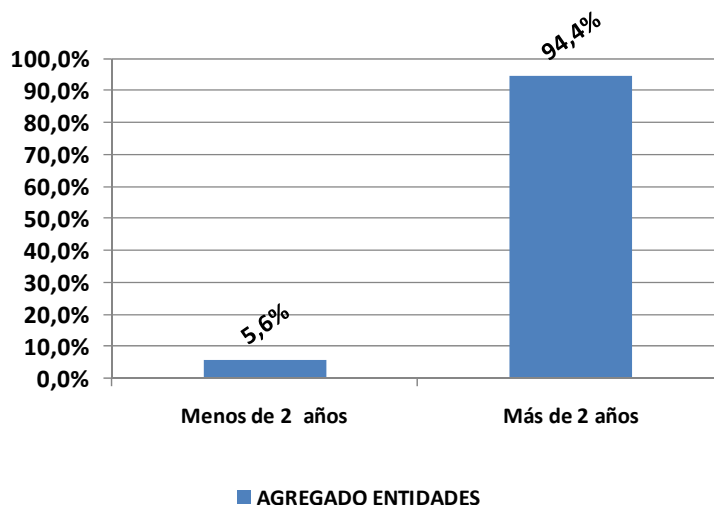
No obstante lo anterior, y con el fin de analizar el posible impacto en la implementación del nuevo enfoque, del retraso hasta el cambio de ciclo que acabamos de mencionar, hemos preguntado a las entidades cuál es el plazo que, aun sin considerar la actual situación de crisis económica, contemplan para la aproximación al modelo anglosajón (que como hemos visto está basado en altos porcentajes de financiación en tarjeta).

La pregunta contaba con dos posibilidades de respuesta:

- A. Menos de 2 años.
- B. Más de 2 años.

Los resultados a nivel del “agregado de entidades” se recogen en el gráfico 5-28.

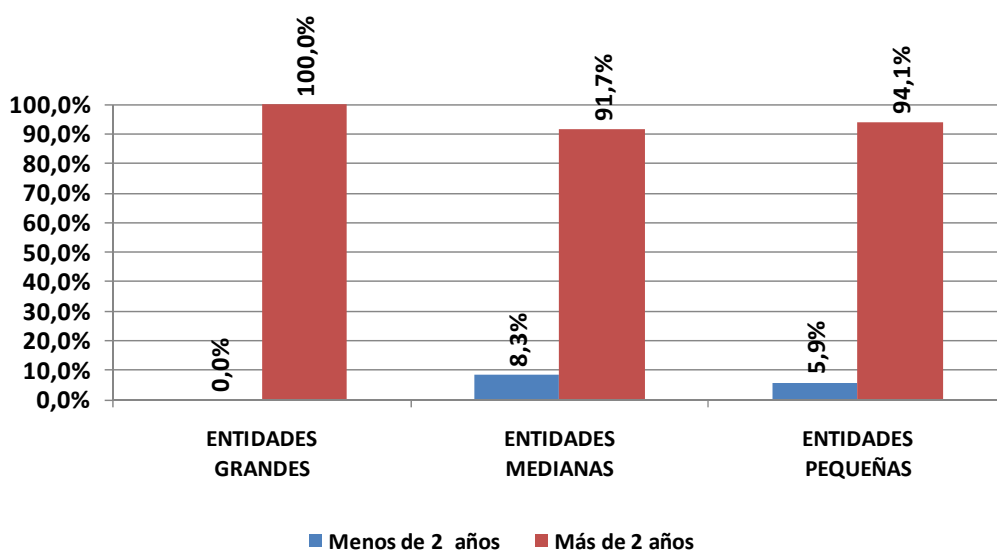
Gráfico 5-28: Horizonte temporal para la aproximación al modelo anglosajón



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, en el gráfico 5-29 se reflejan los resultados obtenidos segmentando las respuestas por el “tamaño de las entidades”.

Gráfico 5-29: Horizonte temporal para la aproximación al modelo anglosajón (tamaño)



Fuente: Elaboración propia.

- El 94,4% de los encuestados estiman que el acercamiento se llevará a cabo en un periodo de tiempo “superior a dos años”.
- El porcentaje anterior se eleva al 100% si tomamos como referencia la opinión de las “entidades grandes” (91,7% para las “entidades medianas” y 94,1% para las “entidades pequeñas”).
- Este plazo superior a dos años para la implantación de este nuevo enfoque, aún sin considerar la actual situación de crisis económica, es coherente toda vez que para llevar a cabo una transformación de ese calibre, además de un propósito decidido por parte de bancos y cajas, hace falta contar con otros factores que no se logran de forma inmediata, como son:
 - Un cambio de percepción por parte de los consumidores españoles sobre las posibilidades que les aporta el uso de las “tarjetas versus el efectivo”, así como sobre la opción de “pago aplazado versus el pago fin de mes”.
 - Una adaptación de los sistemas operativos y de la tecnología que soportan el negocio de los medios de pago en España.

En base a todo lo anterior, el posible retraso derivado de la actual crisis económica tiene menos relevancia, ya que por los motivos antes citados este nuevo enfoque podría implementarse en un plazo no inferior a dos años, periodo en el que según todos los pronósticos es previsible que se haya superado o esté en vías de superación la actual situación de recesión económica que padecemos.

En definitiva, los resultados CONFIRMAN LA HIPÓTESIS, ya que las entidades manifiestan que “la actual situación de crisis económica ralentizará hasta el cambio de ciclo el impulso de este nuevo enfoque de financiación en tarjeta” (97,7%). Por otro lado, este retraso no tendría un gran impacto para la implementación del nuevo enfoque a medio y largo plazo, ya que aún sin crisis económica, las entidades entienden mayoritariamente (94,4%) que el desarrollo de dicho enfoque “exigiría un plazo superior a 2 años”, plazo en el que es previsible que la actual situación de crisis económica esté superada o en vías de superación.

6. CONCLUSIONES

6.1. ASPECTOS PRELIMINARES

Antes de valorar las repercusiones de los movimientos regulatorios en el mercado español de medios de pago, hemos querido analizar los puntos fuertes y débiles que previamente lo han caracterizado, habiendo obtenido las conclusiones que se citan a continuación.

En primer lugar, hemos contrastado el gran despliegue de los medios materiales necesarios para la expansión del sistema (tarjetas en manos de los consumidores y TPV en manos de los comerciantes):

- *En los que respecta a los TPV, los resultados obtenidos indicaron que un 81,8% de los encuestados consideraron al parque como “suficiente” o “muy elevado”. De hecho, un 54,5% de las entidades lo consideraron como “muy elevado”.*
- *En lo que respecta a las tarjetas en circulación, aunque sin poder hablar de una situación análoga a la de los terminales en punto de venta que acabamos de mencionar, no podemos sin embargo dejar de reconocer que alcanzan niveles de penetración en el mercado relevantes, ya que un 77,3% de los encuestados consideraron al parque en circulación como “suficiente” o “muy elevado”. Aunque a diferencia de los resultados referentes al número de TPV, en este caso la opción más seleccionada ha sido la de “suficiente”, con un 45,5% del total de las respuestas.*

Un segundo aspecto preliminar analizado, directamente relacionado con los dos anteriores, fue comprobar hasta qué punto el desarrollo de los medios materiales antes analizado se corresponde con una adecuada utilización de los mismos, siempre tomando como referencia los índices mostrados por otros países de nuestro entorno.

Y a este respecto los datos ponen de manifiesto sin lugar a dudas que *las entidades consideran al uso dado a las tarjetas como “incorrecto”, ya que, en su opinión, se deberían utilizar más en compras (86,4%).*

Por último quisimos comprobar en qué medida el uso de efectivo ha sido un factor limitativo para el uso de las tarjetas en compras.

Las repuestas obtenidas son igualmente concluyentes: ***un 90,9% de las entidades encuestadas manifestaron que “el uso de efectivo ha sido uno de los causantes del bajo uso que las tarjetas tienen en comercios en nuestro mercado”.***

6.2. CONTRASTE DE LAS HIPÓTESIS

A continuación, y con independencia del cuadro resumen sobre el contraste de las hipótesis planteadas que se adjunta al final de este capítulo (tabla 6-1), vamos a subrayar las conclusiones más importantes que se derivan de la investigación empírica llevada a cabo.

En general, las conclusiones para el “agregado de entidades” son similares a las extraídas teniendo en cuenta los “segmentos por tamaño”, salvo excepciones que se citarán en cada caso.

6.2.1. REPERCUSIONES DEL ACUERDO DEL 02/12/2005

En primer lugar, hemos querido analizar el efecto que tanto sobre las entidades como sobre comerciantes y clientes ha podido tener la aplicación del acuerdo marco que regula la rebaja de las tasas de intercambio. Para ello se plantearon un total de dos hipótesis:

HIPÓTESIS 1: La caída de las tasas de intercambio ha tenido un efecto negativo en los resultados de las entidades financieras españolas.

*Los resultados **CONFIRMARON LA HIPÓTESIS**, ya que un 93,2% de los responsables de medios de pago encuestados manifestaron que la rebaja de las tasas de intercambio ha tenido un “efecto negativo” en sus resultados.*

Por otro lado, la idea que subyace en el acuerdo es que en la medida en que las tasas de intercambio cedidas por las entidades adquirentes a las entidades emisoras sean menores, también lo deberían ser las tasas de descuento cobradas por aquéllas a los comercios, y a su vez, los comerciantes deberían trasladar ese inferior coste al precio a pagar por los consumidores. Para comprobarlo se planteó la segunda hipótesis:

HIPÓTESIS 2: El principal beneficiado de la rebaja de las tasas de intercambio ha sido el consumidor final, en forma de un menor precio de compra.

Los resultados RECHAZARON DE FORMA CATEGÓRICA LA HIPÓTESIS, ya que el 93% de las entidades manifestaron que el principal beneficiado por la caída de las tasas ha sido “el comerciante”. De hecho, sólo un 2,3% de los encuestados señalaron “al cliente final” como beneficiario del acuerdo, lo que viene a significar que, al menos hasta ahora, los comerciantes no han trasladado este beneficio a los consumidores.

6.2.2. PARÁMETROS DEL NUEVO ENFOQUE

Ante este adverso efecto económico en su cuenta de resultados, las entidades financieras podrían manejar varios escenarios. El más simple pasaría por “asumir” las nuevas circunstancias sobrevenidas como consecuencia del movimiento regulatorio, y considerar como permanente la reducción de los resultados de este negocio. Una segunda visión implicaría la necesidad de reenfocar el negocio de los medios de pago en su conjunto, para recuperar dicha merma de resultados por otras vías. A este respecto fue utilizada una batería de tres hipótesis, que nos permitieron visualizar el modelo a seguir y sus vías de desarrollo.

HIPÓTESIS 3: Las entidades financieras deben reenfocar en los próximos ejercicios su actual modelo de negocio, tomando como referencia el modelo anglosajón, basado en niveles de financiación al consumo en tarjeta muy superiores a los del mercado español.

Los resultados CONFIRMARON LA HIPÓTESIS, ya que hemos podido corroborar que bancos y cajas consideran mayoritariamente al porcentaje actual de financiación soportado en tarjeta como “muy escaso” o “escaso” (97,7%), lo que les lleva a valorar como “positiva” la aproximación al modelo anglosajón (97,7%), considerando además “al incremento de la financiación en tarjeta” como una posible línea de actuación futura para este negocio (79,5%).

Por otro lado, para llevar a cabo el impulso de la financiación en tarjeta existen diversas vías de aproximación. Mediante la siguiente hipótesis hemos querido validar la importancia de la involucración activa del comerciante como palanca de dicho impulso:

HIPÓTESIS 4: En el nuevo enfoque de negocio basado en la financiación en tarjeta podría tener gran importancia la figura del comerciante.

Los resultados HAN CONFIRMADO LA HIPÓTESIS, ya que los encuestados han manifestado de forma mayoritaria que “el papel del comerciante es susceptible de alcanzar en el futuro una mayor relevancia” (95,5%). Además, de entre las acciones a implementar en aras a favorecer el incremento de la financiación en tarjeta, las entidades financieras manifiestan de forma mayoritaria como opción más relevante “la involucración del comerciante como prescriptor de la financiación en punto de venta” (79,1%), sin descartar otras opciones complementarias de la anterior, tales como las “acciones de promoción de financiación posteriores a la venta”, con un 76,7%, y la “utilización de las posibilidades tecnológicas del TPV para fomentar la financiación”, que se elevó al 58,1%.

Teniendo en cuenta el tamaño se observa como las “entidades grandes” han apostado por potenciar todas las alternativas posibles en mayor medida que las entidades de inferior tamaño. Esto pudiera derivarse del hecho de que la mayor capacidad de aquéllas en lo que se refiere a recursos tanto financieros como humanos, les permite llevar a cabo actuaciones comerciales directamente al consumidor en búsqueda de una mayor efectividad de la oferta de financiación.

Se valida pues que el comerciante tiene un nuevo e importante papel a desempeñar. No obstante quedaba por corroborar hasta qué punto las entidades financieras españolas consideran que para motivar el cambio de rol del comerciante, esa labor de prescripción, generadora de valor, debe de ser retribuida. Para ello se planteó la siguiente hipótesis:

HIPÓTESIS 5: Las entidades financieras consideran que para lograr un incremento sustancial de la financiación en tarjeta bancaria deben retribuir al comerciante por su actividad prescriptora de dicha financiación.

Los resultados CONFIRMARON LA HIPÓTESIS, ya que las entidades encuestadas manifestaron de forma mayoritaria que “deben retribuir al comerciante por su actuación de prescripción”. De hecho, un 93% de todas las entidades encuestadas consideran necesario compartir con el comerciante parte del valor adicional creado como consecuencia de la financiación.

6.2.3. BARRERAS PARA LA IMPLANTACIÓN DEL NUEVO ENFOQUE

Una vez analizada la validez del nuevo enfoque, cuyo pilar base debe ser el incremento de la financiación en tarjeta así como el cambio de rol a desempeñar por el comerciante, restaban por analizar las barreras para la implantación de una propuesta de esta naturaleza.

Para ello propusimos un total de tres hipótesis que intentan reflejar otras tantas limitaciones.

La primera de ellas hace referencia a la coexistencia del enfoque propuesto con otras modalidades de financiación ya establecidas, como por ejemplo el “préstamo al consumo”, ya que, en la medida en que también son instrumentos promovidos por bancos y cajas, podría existir una cierta colisión entre ellos.

HIPÓTESIS 6: El nuevo enfoque basado en la financiación en tarjeta bancaria prescrita por el comerciante, puede colisionar con otras figuras bancarias como el préstamo al consumo.

Los resultados NO HAN PERMITIDO CONFIRMAR LA HIPÓTESIS DE FORMA CATEGÓRICA, ya que aunque ciertamente las entidades encuestadas han señalado a esa posible “colisión entre figuras bancarias” como relevante (45,5%), no es menos cierto que un 65,9% manifestaron que la mayor barrera comercial para el impulso de un enfoque de esta naturaleza estriba en que “la tarjeta de crédito no es percibida por el consumidor como un instrumento de financiación, pese a su adecuada penetración”.

Todo ello quizás sea debido a la forma mayoritaria en que se han comercializado las tarjetas entre la clientela, más como un producto de venta cruzada ofertado por las entidades con finalidad de mero instrumento de pago, que como un producto de financiación para las compras.

A este respecto, han sido precisamente las “entidades grandes” las que han enfatizado de forma más contundente la importancia de esta barrera, con un porcentaje que llega al 87,5%, debido a que han sido éstas las que han llevado a cabo una política más intensiva de venta cruzada de tarjetas a sus clientes, sin que hayan explicado suficientemente todas las ventajas que incorporan las mismas.

La segunda limitación que hemos planteado pudiera partir de las propias peculiaridades del sistema de medios de pago español, en el que coexisten tres redes, Servired, 4B y Euro6000 (junto con sus correspondientes procesadores) bajo especificaciones propias y con niveles de interoperatividad restringidos. Para despejar esta cuestión se planteó la siguiente hipótesis:

HIPÓTESIS 7: El nuevo enfoque basado en la financiación en tarjeta bancaria prescrita por el comerciante, podría tener una limitación práctica en la existencia de tres redes / procesadores diferentes en el sistema español de medios de pago.

Los resultados CONFIRMARON SÓLO PARCIALMENTE LA HIPÓTESIS, ya que “la coexistencia de tres redes / procesadores como factor limitativo” ha sido la respuesta más aceptada por parte de los encuestados, tanto entre las “entidades grandes” (71,4%), como en las “entidades medianas” (60%), pero no así en las “entidades pequeñas” donde sólo fue considerada por el 42,1% de ellas.

Por último, y como una realidad coyuntural de la que no podemos prescindir en esta tesis doctoral, hemos querido conocer la valoración de la afectación que para la implantación de este nuevo enfoque pudiera suponer la actual situación de crisis económica. Se planteó por ello una última hipótesis:

HIPÓTESIS 8: La actual situación de crisis económica puede ralentizar el impulso de este nuevo enfoque, aunque no lo invalida a medio y largo plazo.

*Los resultados **HAN CONFIRMADO LA HIPÓTESIS**, ya que las entidades manifestaron en un 97,7% que la actual situación de crisis económica “ralentizará hasta el cambio de ciclo el impulso de este nuevo enfoque de financiación en tarjeta”, aunque no imposibilitará su desarrollo en el medio y largo plazo.*

En cualquier caso este posible retraso no sería de gran relevancia, ya que incluso fuera de un contexto de crisis económica como el actual, las entidades consideran de forma mayoritaria (94,4%) que “la implantación de un enfoque de este tipo requeriría de un plazo superior a dos años”, por lo que es previsible que en ese momento la actual situación de crisis económica esté superada o en vías de superación, según los pronósticos existentes.

Tabla 6-1: Resumen del contraste de las hipótesis realizado

HIPOTESIS	RESULTADO
<i>HIPÓTESIS 1: La caída de las tasas de intercambio ha tenido un efecto negativo en los resultados de las entidades financieras españolas.</i>	CONFIRMADA
<i>HIPÓTESIS 2: El principal beneficiado de la rebaja de las tasas de intercambio ha sido el consumidor final, en forma de un menor precio de compra.</i>	RECHAZADA
<i>HIPÓTESIS 3: Las entidades financieras deben reenfocar en los próximos ejercicios su actual modelo de negocio, tomando como referencia el modelo anglosajón, basado en niveles de financiación al consumo en tarjeta muy superiores a los del mercado español.</i>	CONFIRMADA
<i>HIPÓTESIS 4: En el nuevo enfoque de negocio basado en la financiación en tarjeta podría tener gran importancia la figura del comerciante.</i>	CONFIRMADA
<i>HIPÓTESIS 5: Las entidades financieras consideran que para lograr un incremento sustancial de la financiación en tarjeta bancaria deben retribuir al comerciante por su actividad prescriptora de dicha financiación.</i>	CONFIRMADA
<i>HIPÓTESIS 6: El nuevo enfoque basado en la financiación en tarjeta bancaria prescrita por el comerciante, puede colisionar con otras figuras bancarias como el préstamo al consumo.</i>	NO CONFIRMADA
<i>HIPÓTESIS 7: El nuevo enfoque basado en la financiación en tarjeta bancaria prescrita por el comerciante, podría tener una limitación práctica en la existencia de tres redes / procesadores diferentes en el sistema español de medios de pago.</i>	CONFIRMADA PARCIALMENTE
<i>HIPÓTESIS 8: La actual situación de crisis económica puede ralentizar el impulso de este nuevo enfoque, aunque no lo invalida a medio y largo plazo.</i>	CONFIRMADA

Fuente: Elaboración propia.

7. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

A lo largo del trabajo de investigación llevado a cabo en la presente tesis, se han ido suscitando algunos aspectos relacionados con la misma que podrían ser objeto de futuras líneas de investigación.

El primero de ellos se deriva de la palanca fundamental para el éxito del nuevo enfoque del negocio planteado en esta tesis, basado en el crecimiento de la financiación en tarjeta bancaria.

Esta palanca, tal y como se ha contrastado en la investigación empírica relacionada, no es otra que involucrar al comerciante como prescriptor de estas operaciones de financiación, para lo que se hace necesario igualmente incorporar una retribución para dicha labor.

En base a lo anterior ***una primera línea de investigación podría consistir en el desarrollo de un modelo que permitiera el cálculo del reparto del valor incremental generado como consecuencia de dicha prescripción.***

Efectivamente, los ingresos financieros provenientes de las operaciones de financiación nacidas al amparo de la acción prescriptora, incrementarían el margen de las entidades emisoras, y tal y como hemos visto en la investigación realizada, dichas entidades estarían dispuestas a compartir el mismo con el comerciante.

A estos efectos existen varias posibilidades que entendemos sería susceptibles de ser analizadas.

La primera y más simple pasaría quizás por la valoración del volumen de negocio inducido por parte del comerciante a la entidad financiera para un periodo de tiempo determinado, fijando una comisión sobre el mismo.

Otra alternativa, sin duda más sofisticada, podría consistir en intentar estimar el valor creado por cada operación de financiación individual prescrita. Sobre las técnicas tradicionales de valoración de inversiones se podrían superponer los criterios de

consumo de capital establecidos en el denominado “nuevo acuerdo de capital de Basilea¹²⁶”.

Otro aspecto a contemplar se deduce de uno de los hechos reflejados en esta tesis doctoral, en el sentido de que el número de TPV y tarjetas del mercado español presentan un sobresaliente y notable desarrollo respectivamente.

Quizás por ello, hoy en día la tarjeta bancaria se ha convertido en un producto masivo sin diferenciación ofrecido por todos los bancos y cajas (e incluso recientemente por algunos nuevos entrantes en el negocio de medios de pago¹²⁷), y percibido por los clientes como algo que proporciona valor pero que no es capaz de diferenciarse de entre las distintas propuestas de las entidades financieras. O lo que es lo mismo, las tarjetas se están convirtiendo en un producto útil y bien percibido, pero sin un claro valor emocional para el cliente.

Por otro lado, los aspectos demográficos están cambiando a mayor velocidad de lo que la mayoría percibimos. En los últimos años han aparecido nuevos segmentos de clientes con necesidades específicas en todos los ámbitos, segmentos que transforman la realidad del perfil estándar del cliente al que las empresas se habían acostumbrado. Hablamos de inmigrantes, de personas de la tercera edad, de jóvenes, en definitiva, de colectivos con nuevos hábitos de consumo y que muestran un punto en común: una gran capacidad de elección de productos gracias a la globalidad que estamos viviendo.

Las entidades financieras deberán pues tener la flexibilidad y capacidades suficientes para conseguir satisfacer todas estas necesidades emergentes, que sin duda marcarán el negocio de los medios de pago, sumergido actualmente en un “océano rojo” de competencia que será transformado en un “océano azul”¹²⁸ por aquellos agentes

¹²⁶ El nuevo acuerdo de capital de Basilea establece un estándar internacional que sirve de referencia a los reguladores bancarios para el establecimiento de los requerimientos de capital necesarios a los efectos de asegurar la protección de las entidades frente a los riesgos financieros y operativos.

¹²⁷ Un ejemplo es Paypal, hasta ahora un medio de pago circunscrito al mundo del comercio electrónico, que ha lanzado recientemente una tarjeta financiera en el mercado anglosajón, y también ha solicitado una licencia bancaria para operar como banco en Europa, pudiendo prestar otros servicios de valor añadido sobre su portfolio de medios de pago.

¹²⁸ Concepto extraído de CHAN KIM, W.; MAUBORGNE, R. (2005): “Blue ocean strategy”, Harvard Business School Press.

involucrados en el mismo que sepan aprovechar a su favor las fuerzas y factores mencionados.

En este sentido y *como segunda línea de investigación, sería interesante analizar cuáles podrían ser los “drivers” a utilizar por las entidades financieras para introducir un cierto nivel de personalización en este producto, con atributos que generen ese valor emocional que parece no existir en la actualidad.* Se trata pues de encontrar nuevos servicios de valor añadido más allá de los tradicionales que puedan generar un vínculo del cliente con su tarjeta, y en definitiva con su entidad, convirtiéndose así el medio de pago en algo que el cliente se sienta orgulloso de utilizar, más que usarlo simplemente por conveniencia o seguridad.

Para ello, y más allá de las distintas formas, texturas e imágenes a incorporar en una tarjeta bancaria, existen avances tecnológicos importantes que pueden suponer una revolución en el negocio de medios de pago en el corto-medio plazo, ya que cambian sustancialmente las condiciones de oferta y por consiguiente los hábitos de utilización del cliente.

A modo de ejemplo podemos citar la tecnología EMV, acrónimo de “Europay MasterCard Visa” (las tres compañías que inicialmente colaboraron en el desarrollo del estándar), cuyo objetivo es permitir una interoperabilidad segura, a nivel mundial, entre “tarjetas chip” (también denominadas ICC -Integrated Circuit Card-), TPV y cajeros automáticos.

Ejemplo de tarjeta EMV



Fuente: Elaboración propia.

Con la “tecnología chip” en sustitución de la banda magnética tradicional, además del incremento en seguridad, se multiplicarán las posibilidades de ofrecer servicios y aplicaciones de mayor valor añadido, de tal forma que una tarjeta podrá servir en el futuro no solamente para pagar, sino también como mecanismo de autenticación incorporando certificados digitales, acceso a edificios y dependencias seguras, e incluso incorporando aplicaciones verticales como puede ser un título de transporte público o programas de fidelización, como por ejemplo para generar beneficios en determinados comercios premiando las compras realizadas con mayor frecuencia.

Un último aspecto a contemplar se deriva de la necesidad, igualmente contrastada en la investigación llevada a cabo, de incrementar el uso de las tarjetas bancarias en comercios versus su utilización masiva actual en cajeros automáticos, para obtener efectivo con el que realizar el pago de las compras.

En este sentido y *como última línea de investigación, sería interesante analizar cómo puede afectar al logro de este objetivo de cambio, la aparición de nuevas tecnologías que pudieran dar lugar a nuevos formatos que supongan la ruptura de la tarjeta como soporte necesario para realizar pagos.*

A nivel de ejemplo se podrían citar las innovaciones en curso en relación con los pequeños pagos, que como hemos comentado con anterioridad se continúan cursando con efectivo, pese a que éste no deja de presentar problemas de inseguridad ante un posible robo, inconveniencia para ser transportado y poca velocidad para realizar una transacción en el caso de que el importe presentado no sea exacto, aspectos bien conocidos por determinados subsectores de retail con un alto grado de transaccionalidad con pequeños importes (comida rápida, parkings, taxis, etc.).

Aunque en el pasado han existido iniciativas de monedero electrónico orientadas a sustituir el efectivo, no fueron exitosas debido a la poca estandarización del producto. Sin embargo, gracias a la maduración de la tecnología “contactless”, que permite a dos dispositivos (como una tarjeta y un lector) comunicarse entre sí por radiofrecuencia solamente con acercarlos, se ha abierto la posibilidad de lanzar al mercado un sustituto del efectivo como instrumento de pago.

En esta dirección, tanto Visa a través de su estándar Contactless 2.0 como MasterCard con su línea de producto Paypass han estandarizado protocolos y productos de pagos sin contacto que las entidades emisoras pueden lanzar al mercado.

Cabe mencionar una singularidad añadida: al efectuarse la transacción por proximidad a través de un chip contactless en lugar de utilizar la banda magnética tradicional, se rompe la barrera de la tarjeta como elemento físico de pago. Cualquier dispositivo en el que se pueda alojar este chip contactless puede ser válido para realizar la transacción, lo que abre grandes posibilidades para segmentos de clientes que puedan tener preferencia por otro tipo de dispositivos tales como llaveros, pulseras, relojes, etc. De esta forma, el elemento de pago se convierte en un dispositivo de carácter mucho más personal que una tarjeta convencional.

Llegado a este punto, resulta esclarecedor pensar en que sucedería si se pudiese integrar un chip de pagos contactless de forma segura en un teléfono móvil. La respuesta es que podríamos obtener como resultado una tarjeta bancaria apta para pagos en proximidad, con capacidades de mostrar información de las transacciones efectuadas en la pantalla del dispositivo y con capacidad de comunicación para intercambiar información de saldos, movimientos, etc. con la entidad financiera.

Más allá del pago sin contacto, todos los agentes involucrados en el sector de la telefonía móvil y en el negocio de emisión de tarjetas bancarias están observando a este dispositivo como el elemento de pago revolucionario del futuro. Es algo que prácticamente todo el mundo utiliza, y que presenta enormes posibilidades de personalización y de generación de servicios de valor añadido en torno al pago.

8. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDE, J. M. (2000): “Comercio, tarjetas y comisiones. La difícil armonía de un triángulo esencial”, Distribución y Consumo.

ALMOGUERA, J. A. (2003): “Comercialización de productos financieros I”, Esine, Centro de Estudios Técnicos Empresariales.

ALONSO, R. (1994): “Tarjetas de crédito, medios de pago electrónicos y derecho de la competencia”, La Ley.

ALVIZUREZ, M. R. (2007): “El cumplimiento forzoso de la obligación pecuniaria de la tarjeta de crédito por medio de un proceso monitorio”, Universidad de San Carlos de Guatemala.

AMESTI, C. (1984): “El concepto de apertura de crédito y su diferenciación respecto al contrato de préstamo (sentencia de la AT de La Coruña de 15 de mayo de 1984)”, Comentarios a jurisprudencia de derecho bancario y cambiario.

ANCIANO, C. (2002): “Regulación del sistema y los medios de pago”, Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias.

ANDO, A.; MODIGLIANI, F. (1963): "Life cycle hypothesis of saving: aggregate implications and tests", American Economic Review.

ANDREU, J. M.; ARASA, C. (1995): “Economía sumergida, efectivo en circulación y billetes de 10.000 pesetas: continúa su progresión al alza”, Boletín Económico de ICE.

BANCA ESPAÑOLA (1989): “Interacciones actuales entre las nuevas tecnologías de la información y el sector bancario”.

BANCO CENTRAL EUROPEO (2006): “La opinión del Eurosistema sobre una SEPA para las tarjetas”.

BANCO CENTRAL EUROPEO (2006): “La zona única de pagos para el euro (SEPA): un mercado de pequeños pagos integrado”.

BANCO DE ESPAÑA (2006): “El proyecto de integración de los sistemas de pago minoristas de la UEM”, Boletín Económico.

BANCO DE ESPAÑA (2006): “Un área única de pagos para el euro: la SEPA. Génesis y principales ingredientes”, Dirección General de Operaciones, Mercados y Sistemas de Pago.

BANCO DE ESPAÑA (2007): “Las tarjetas de pago ante el proyecto SEPA: algunas reflexiones”, Estabilidad Financiera, nº 12.

BANCO DE ESPAÑA (2008): “Evolución en España de las tarjetas como medio de pago (1996-2004)”.

BANCO DE ESPAÑA (2009): “Indicadores estadísticos de la migración a SEPA”, Departamento de Sistemas de Pago. División de Análisis de Sistemas de Liquidación.

BARUTEL, C. (1997): “Las tarjetas de crédito y pago”, Bosch.

BATUECAS, A. (2005): “Pago con tarjeta de crédito: naturaleza y régimen jurídico”, Thomson-Aranzadi.

BERNAL, E. (2001): “El mercado español de tarjetas de pago bancarias: situación actual y perspectivas”, Civitas.

BOUZA, R. M. (1995): “A banker’s guide to consumer plastic”, The Banker Magazine.

BRIGHAM, E. F.; HOUSTON J. F. (2006): “Fundamentos de administración financiera”, Cengage Learning.

CARBONEL, J. C. (1994): “La protección del consumidor titular de tarjetas de pago en la Comunidad Europea”, Beramar.

CASTILLA, M. (2007): “La tarjeta de crédito”, Marcial Pons.

CASTRILLÓN, V. M. (2004): “La recodificación sustantiva del derecho mercantil”, Revista de Derecho Privado.

CHAN KIM, W.; MAUBORGNE, R. (2005): “Blue ocean strategy”, Harvard Business School Press.

COLLS, M. (1990): “El dinero de plástico. Todo sobre las tarjetas de crédito”, Decálogo.

COMISIÓN EUROPEA (1999): “Libro blanco del comercio”, Comunicación de la Comisión de las Comunidades Europeas al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones.

CORNEJO, J. F.; GARCÍA, J. J. (2003): “Medios de pago”, Fundación ConfeMetal Editorial.

DATAMONITOR (2006): “Consumer credit in Spain 2006”.

DATAMONITOR (2008): “Western European cards database 2008”.

DBK (2007): “Competitors: tarjetas de pago”.

DE LA CRUZ, J. A. (2000): “Regulación del sistema y los medios de pago”, Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias.

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (1998): “Comisiones y cargas por la aceptación de tarjetas como medio de pago”, Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la Pyme, Ministerio de Economía y Hacienda.

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (1998): “Las tarjetas en el comercio”, Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la Pyme, Ministerio de Economía y Hacienda.

DOXA, ESTUDIOS DE MERCADO Y OPINIÓN (2007): “Los medios de pago según percepciones de consumidores y comercios”.

DRURY, A. C.; FERRIER, C. W. (1984): “Credit card”.

ESCOBEDO, M^a I.; MAULEÓN, I. (1991): “Demanda de dinero y economía sumergida”, Instituto de Estudios Fiscales.

EUROCOMMERCE (1997): “Denuncia presentada por EuroCommerce ante la Dirección General para la Competencia de la Comisión Europea”.

EUROPEAN PAYMENTS COUNCIL (2009): “Making SEPA a reality”.

FERNÁNDEZ DE LIZ, S.; MARTÍNEZ, J.; SAURINA, J. (2000): “Crédito bancario, morosidad y dotación de provisiones para insolvencias en España”, Boletín Económico, Banco de España.

FERNÁNDEZ JURADO, M^a Y. (1995): “Dinero de plástico. Tarjetas de crédito y servicios comerciales”, Distribución y Consumo.

FUNDESCO (1998): “Las nuevas tecnologías de la información y el futuro del sistema financiero español”.

GABEIRAS, J. M. (1998): “El impacto de la implantación de la moneda única europea sobre el sistema español de medios de pago”, Revista Economista, Colegio de Economistas de Madrid, nº 78.

GETE-ALONSO, M^a C. (1990): “El pago mediante tarjetas de crédito”, La Ley.

GETE-ALONSO, M^a C. (1997): “Las tarjetas de crédito: relaciones contractuales y conflictividad”, Marcial Pons.

HERNÁNDEZ, L. (1986): “Medios de pago en el comercio internacional”, Grupo Editorial Babilonia.

INSTITUTO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS (2007): “La financiación al consumo: nuevos retos”.

INSTITUTO MONETARIO EUROPEO (1996): “Payment systems in the European Union”.

INSTITUTO SUPERIOR DE TÉCNICAS Y PRÁCTICAS BANCARIAS (1993): “Medios de pago empresariales y bancarios. Normas, técnicas y gestión”. Enciclopedia bancaria y financiera.

INSTITUTO SUPERIOR DE TÉCNICAS Y PRÁCTICAS BANCARIAS (1996): “Manual práctico de operaciones bancarias”.

LAFUENTE, A. (1980): “Una medición de la economía oculta en España”, Boletín de Estudios Económicos, nº 111, Universidad Comercial de Deusto.

LIDA DE MALKIEL, M. R. (2006): “Historia de Herodoto”, Biblioteca Clásicos Grecolatinos.

MANRIQUE, M. (1996): “Determinantes de la demanda de efectivo en España”, Boletín Económico, Banco de España.

MARQUÉS, J. R. (1998): “Servicios bancarios”, Pirámide.

MÁRQUEZ, J. M^a (1993): “Medios de pago en la compraventa internacional”, Esic-Icex.

MARTÍNEZ A. (1998): “Comercio electrónico, firma digital y autoridades de certificación”, Civitas.

MASTERCARD (2007): “Barómetro de tarjetas MasterCard España 2007”.

MATA Y MARTIN, R. M. (2007): “Los medios electrónicos de pago: problemas jurídicos”, Comares.

MAULEÓN, I.; SARDA, J. (1997): “Estimación cuantitativa de la economía sumergida en España”, Ekonomiaz, nº 39.

MERIGÓ, G. E.; GABEIRAS, J. M. (1993): “Trascendencia financiera de los medios de pago con tarjetas”, Papeles de Economía Española, nº 54.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO (2005): “Acuerdo entre las asociaciones del sector comercial y las entidades de crédito para la reducción de las tasas multilaterales de intercambio en los pagos realizados con tarjetas”, Secretaría de Estado de Comercio.

OCDE (1989): “Plastic card and the consumer”.

OLIVER WYMAN; EUROPEAN CREDIT RESEARCH INSTITUTE (2005): “Consumer credit in Europe: riding de wave”.

PAMPILLÓN, F. (2004): “Apuntes de tendencias del sistema financiero español”, Dykinson.

PARRAS, M.; BERNAL, E. (2001): “El sistema de tarjetas de pago bancarias en España y su influencia en el desarrollo del comercio electrónico”.

PÉREZ-SERRABONA, J. L.; FERNÁNDEZ, J. M. (1993): “La tarjeta de crédito. Derecho comunitario europeo, doctrina y formularios”, Comares.

QUINTÁS, J. R. (1990): “El sistema financiero ante el cambio tecnológico”, Cuadernos de Economía.

QUIRÓS, G. (1990): “La evolución del efectivo en manos del público”, Papeles de Economía Española, nº 43.

RAHNEMA, A. (2006): “El sector de las tarjetas bancarias en España”, IESE Business School.

RED.ES (2009): “Comercio electrónico B2C 2008”, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Secretaría de Estado de las Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información.

REQUEIJO, J.; IRANZO, J. E. (2006): “Economía española”, Delta Publicaciones.

- RESERVE BANK OF AUSTRALIA (2002): “Final reforms and regulation impact statement”.
- RESERVE BANK OF AUSTRALIA (2002): “Reform of credit card schemes in Australia”.
- ROBLES, J. (2002): “Práctica y normalización del sistema y los medios de pago”, Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias.
- RODRÍGUEZ, M. A.; FRÍAS, D. M. (1997): “Segmentación del mercado de las tarjetas de crédito”. Actualidad Financiera.
- RUESGA, S. M. (1988): “Al otro lado de la economía. Cómo funciona la economía sumergida en España”, Pirámide.
- RUIZ, A. V. (1997): “Segmentación del mercado financiero de economías familiares: un estudio empírico”, Esic-Market.
- SÁNCHEZ, A. (1992): “Análisis comparativo de los sistemas de pago de los países de la Comunidad Europea”, Banco de España.
- SÁNCHEZ, A. (2006): “El sistema de tarjeta de crédito”, Comares.
- SANTILLÁN, J. (1991): “El sistema de pago español”, Boletín Económico, Banco de España.
- SERANTES, P. (2001): “Análisis práctico de los diferentes medios de pago”, Instituto Español de Comercio Exterior.
- SUBDIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DEL SECTOR EXTERIOR (1998): “Internet y el comercio electrónico: desafíos para el próximo siglo”, Boletín Económico de ICE.
- TATUM (2007): “¿Cómo está evolucionando el negocio de los medios de pago?. ¿Por qué se ha (re) abierto la guerra de las tarjetas?”.
- THE NILSON REPORT (2007): “Top 300 issuers worldwide”, Issue nº 893.
- TNS FINANCE (2007): “La nueva generación de medios de pago”.
- VÍAS, J. (1989): “Las tarjetas de crédito y el mercado único”, Gaceta Jurídica de la C.E.E. nº 63.

TESIS DOCTORALES

ASPECTOS JURÍDICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO COMO COMERCIO TRANSNACIONAL (2006).

Autor: Meraz Espinoza, Ana Isabel.

Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Derecho.

ELECTRONIC COMMERCE OF SERVICES (2004).

Autor: Llorente Viejo, Silvia.

Universitat Pompeu Fabra.

EL PROCESO DE ADOPCIÓN DE NUEVOS SISTEMAS DE VENTA: APLICACIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO ENTRE PARTICULARES Y EMPRESAS (2005).

Autor: Herrero Crespo, Ángel.

Universidad de Cantabria, Departamento de Administración de Empresas.

LA NORMATIVA ISO 9000 COMO HERRAMIENTA PARA INCREMENTAR EL VALOR PERCIBIDO POR EL CLIENTE EN LAS ENTIDADES FINANCIERAS ESPAÑOLAS (2005)

Autor: Del Castillo Peces, Carlos.

Universidad Rey Juan Carlos.

MECANISMOS DE AUTENTICACIÓN BIOMÉTRICA MEDIANTE TARJETA INTELIGENTE (2000).

Autor: Sánchez Reíllo, Raúl.

Universidad Politécnica de Madrid, Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación.

NUEVO MARCO DE AUTENTICACIÓN PARA TARJETAS INTELIGENTES EN RED. APLICACIÓN AL PAGO ELECTRÓNICO EN ENTORNOS INALÁMBRICOS (2006).

Autor: Torres Márquez, Joaquín.

Universidad Carlos III de Madrid, Departamento de Informática.

RESPONSABILIDAD CONTRACTUAL POR UTILIZACIÓN INDEBIDA DE TARJETA DE CRÉDITO (2003).

Autor: Mariño López, Andrés.

Universidad Autónoma de Barcelona.

PÁGINAS WEB RELACIONADAS

- 4B: www.4B.es
- American Banker: www.americanbanker.com
- American Express: www.americanexpress.com
- Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional: www.aecem.org
- Ausbanc: www.ausbanc.es
- Banca Electrónica: www.firmainf.es
- Bancaja: www.bancaja.es
- Banco Central Europeo: www.ecb.int
- Banco Cooperativo Español: www.bancocooperativo.es
- Banco de España: www.bde.es
- Banco Mundial: www.bancomundial.org
- Banco Popular: www.bancopopular.es
- Banco Sabadell: www.bancsabadell.com
- Banco Santander: www.bancosantander.es
- Banesto: www.banesto.es
- BBVA: www.bbva.es
- Bureau Europeen des Unions de Consommateurs (BEUC): www.beuc.org
- Caixa Catalunya: www.caixacatalunya.es
- Caja Madrid: www.cajamadrid.es
- Capgemini: www.capgemini.com
- Card World International Journal: www.cardworldonline.com
- Carrefour Servicios Financieros: www.carrefour.es/pass
- Carte Bleue: www.cartebleue.com
- CECA: www.ceca.es
- Cetelem: www.cetelem.es
- Cinco Días: www.cincodias.com
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones: www.cmt.es
- Comisión Nacional de la Competencia: www.cncompetencia.es
- Datamonitor: www.datamonitor.com
- DBK: www.dbk.es
- Diners Club International: www.dinersclub.com
- Discover Financial Services: www.discoverfinanciam.com
- DOXA, Estudios de Mercado y Opinión: www.doxa.es
- Economist: www.economist.com
- El Economista: www.eleconomista.es
- EMT Málaga: www.emtmalaga.es
- EMVCo: www.emvco.com
- Euro6000: www.euro6000.es
- Euro Banking Association: www.ebaportal.info
- EuroCommerce: www.eurocommerce.be
- Euromonitor: www.euromonitor.com
- European Association of Co-operative Banks (EACB): www.eurocoopbanks.coop
- European Banking Federation (EBF): www.ebf-fbe.eu
- European Commission:
www.ec.europa.eu/internal_market/payments/sepa/index_en.htm
- European Payments Council: www.europeanpaymentscouncil.eu

- European Union Financial Services: www.euractiv.com/en/financial-services
- Expansión: www.expansion.com
- Federación de Comercio Electrónico y Marketing Directo: www.fecemd.org
- Financiera El Corte Inglés: www.elcorteingles.es/informacion/financiera/financiera.htm
- Finanzia: www.finanzia.es
- Global Platform: www.globalplatform.org
- GTA (Global Trust Authority): www.globaltrustauthority.org
- Instituto de Estudios de la Fundación Cajamar: www.fundacioncajamar.es
- Instituto de Estudios Económicos: www.ieemadrid.es
- Instituto Nacional de Consumo: www.consumo-inc.es
- Instituto Nacional de Estadística: www.ine.es
- Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias: www.istpb.com
- JCB: www.jcbusa.com
- La Caixa: www.lacaixa.es
- Lafferty Group: www.lafferty.com
- MasterCard España: www.MasterCard.com/es
- MasterCard Worldwide: www.MasterCardintl.com
- Ministerio de Economía y Hacienda: www.meh.es
- Mobile Payment Forum: www.mpf.org.in
- Mobipay: www.mobipay.com
- NFC Forum: www.nfc-forum.org
- Oliver Wyman: www.oliverwyman.com
- RBR: www.rbrlondon.com
- Red.es: www.red.es
- Santander Consumer Finance: www.santanderconsumerfinance.es
- SEPA: www.sepaesp.es
- Sermepa: www.sermepa.es
- Servicio de Estudios BBVA: serviciodeestudios.bbva.com
- Servired: www.servired.es
- Soventia: www.soventia.es
- Tatum: www.tatum.es
- The Banker: www.thebanker.com
- The Nilson Report: www.nilsonreport.com
- TNS Finance: www.tnsglobal.com
- Unión Europea: www.europa.eu
- Visa Europe: www.visaeurope.es
- Visa Inc.: www.corporate.visa.com

9. ANEXOS

9.1. GLOSARIO

ADQUIRENTE: Hace referencia a una entidad financiera que contrata a comerciantes para que éstos acepten tarjetas como medio de pago. Junto con el Emisor, el Titular de tarjeta y el Comercio, constituye una de las cuatro partes de los denominados sistemas cuatripartitos.

ÁREA ECONÓMICA EUROPEA (European Economic Area -EEA-): Los países incluidos en la misma son los 27 que integran la Unión Europea a los que hay que añadir Andorra, Ciudad del Vaticano, Gibraltar, Groenlandia, Guayana Francesa, Guadalupe, Islandia, Islas Feroe, Liechtenstein, Martinica, Mónaco, Noruega, Reunión y San Marino. Se tiene en cuenta a la hora de aplicar las tasas de intercambio intra-europeas.

ATM (Automated Teller Machine): Véase “CAJERO AUTOMÁTICO”.

AUTENTICAR: Confirmar los datos de seguridad, como una contraseña, número de identificación personal (PIN) o firma, a los efectos de verificar la identidad y permitir que se efectúe una operación.

BANDA MAGNÉTICA: Espacio físico de la tarjeta que contiene la información necesaria para realizar las transacciones.

BCE (Banco Central Europeo): Es el organismo encargado de marcar la política monetaria de los países integrados en la moneda única europea, lo que le convierte en el eje central del Eurosistema. El BCE es parte integrante del Sistema Europeo de Bancos Centrales y está sometido a las disposiciones del Tratado de la Comunidad Europea y a sus estatutos.

CAJERO AUTOMÁTICO: Máquina que accionada por el cliente mediante una clave realiza algunas funciones bancarias como desembolsar dinero, realizar el pago de recibos o consultar las cuentas del titular de la tarjeta.

CARGA / RECARGA: Operación en la que se aumenta la cantidad disponible en el monedero electrónico o chip de la tarjeta.

CASH BACK: Programa de recompensa que devuelve un porcentaje de la cantidad total consumida en un periodo de tiempo determinado.

CEV (Cardholder Expenditure Volume): Volumen total facturado con tarjeta considerando tanto las compras en comercios como las disposiciones de efectivo en cajero.

CHIP AND PIN: Hace referencia a cualquier operación realizada (tanto en compras como en cajeros) con una combinación de tarjeta chip EMV y un número personal (PIN). El término puede también ser utilizado como descripción de la tecnología que ampara este tipo de transacciones.

CNP (Card Not Present transactions): Transacción de compra realizada sin la interacción física de la tarjeta con el TPV.

COMERCIO: Se usa este término para referirse a cualquier minorista que acepta pagos con tarjeta. Junto con el Adquirente, el Emisor y el Titular, constituye una de las cuatro partes de los denominados sistemas cuatripartitos.

COMISIÓN DE ANTICIPO DE EFECTIVO: Cargo por retirar dinero con una tarjeta de débito o crédito.

COMISIÓN DE CAMBIO DE DIVISA: Comisión cobrada al comprar moneda extranjera o cambiar una divisa por otra. En el caso de las tarjetas hace referencia a la comisión cobrada por la entidad emisora por la realización de operaciones en moneda diferente de la del país en que fueron emitidas.

COMISIÓN DE EXCESO DEL LÍMITE DE CRÉDITO: Las entidades financieras suelen permitir el rebasamiento del límite de crédito en un porcentaje predeterminado. Usualmente cuando esto sucede se aplica un cargo extraordinario.

COMISIÓN DE RECLAMACIÓN DE POSICIONES DEUDORAS: Cuando no se puede producir el cargo en cuenta de la liquidación de la tarjeta, se devenga un cargo en concepto de reclamación de posición deudora que pasa a engrosar la deuda exigible por la entidad financiera.

COMISIÓN EUROPEA: Órgano central de la Unión Europea. Entre sus principales funciones se encuentra el proponer e implementar la legislación, así como actuar de garante del cumplimiento de la misma.

COMPRAS EN COMERCIOS: Hace referencia a los pagos realizados con tarjeta en los establecimientos en los que se realiza una adquisición.

CONTRATO DE TITULAR DE TARJETA: Condiciones acordadas por el titular de la tarjeta y la entidad emisora de la misma.

CRÉDITO REVOLVENTE (REVOLVING): Crédito que permite amortizar y volver a tomar a préstamo cantidades de dinero variables. El importe máximo que puede ser dispuesto se denomina límite de crédito. Las tarjetas de crédito que sólo admiten esta modalidad de pago se denominan genéricamente “revolving”.

CUOTA DE EMISIÓN / RENOVACIÓN: Comisión devengada por la emisión o mantenimiento de la tarjeta. Suele ser de carácter anual aunque su cargo al cliente en ocasiones es prorrateado por meses.

CVV2 (Card Verification Value 2): Medida de seguridad que se requiere para evidenciar que la tarjeta utilizada está realmente en presencia del titular (ya que el número CVV2 sólo se encuentra en la propia tarjeta sin que se almacene en dispositivo alguno). Por ello es especialmente adecuado como sistema de verificación en transacciones no presenciales (CNP) de uso en Internet o por teléfono móvil. Todas las tarjetas de crédito Visa, MasterCard, Discover y American Express que se han fabricado en los últimos cinco años cuentan con CVV2.

DCC (Dynamic Currency Conversion): Es un servicio financiero por el cual el titular de la tarjeta conoce el coste de la transacción convertida a su moneda nacional cuando está realizando una transacción en divisa. Actualmente está sólo disponible para Visa y MasterCard.

DISPOSICIÓN DE EFECTIVO: Retirada de dinero en un cajero (usualmente con tarjeta) o en una sucursal bancaria.

EC (European Commission): Véase “COMISIÓN EUROPEA”.

ECB (European Central Bank): Véase “BCE (Banco Central Europeo)”.

EMISOR: Aquella entidad de crédito que proporciona, generalmente a un cuentacorrentista de la misma, una tarjeta de pago, ya sea de crédito, de débito o de prepago. Las operaciones efectuadas con dicho instrumento de pago se liquidarán (excepto en el caso del prepago) en la cuenta que el titular de la tarjeta haya designado a tal efecto de entre las que mantenga con la entidad emisora (y en algunos casos en otras entidades). Junto con el Adquirente, el Titular de la tarjeta y el Comercio constituye una de las cuatro partes de los denominados sistemas cuatripartitos.

EMV (Europay MasterCard Visa): Estándar de interoperabilidad de las tarjetas chip y de los TPV y ATM con soporte IC (Integrated Circuit), para la autenticación de pagos mediante tarjetas de crédito y débito. El nombre EMV es un acrónimo de las tres compañías que inicialmente colaboraron en el desarrollo del estándar. Los sistemas de tarjeta chip basados en EMV están introduciéndose de forma escalonada en todo el mundo.

EPC (European Payments Council): Organismo decisor establecido por la banca europea para apoyar y promover la creación de SEPA.

EU (European Union): Véase “UNIÓN EUROPEA”.

EXTRACTO DE FACTURACIÓN: Extracto que muestra los abonos y adeudos de una cuenta durante un periodo fijo, generalmente de un mes para las tarjetas bancarias.

FACTURACIÓN EN COMPRAS: Véase “COMPRAS EN COMERCIOS”.

FLOAT: Periodo de tiempo que transcurre entre una compra y el registro de la transacción en la cuenta del usuario. Supone un periodo libre de interés ofertado por las entidades financieras a los titulares de tarjetas de crédito.

ICC (Integrated Circuit Card): Véase “TARJETA CHIP”.

INTERCAMBIO: Véase “TASA DE INTERCAMBIO”.

INTERÉS DE DEMORA: Interés cobrado por el retraso en el pago de una cuota de cualquier tipo de crédito.

INTEROPERATIVIDAD: Término que generalmente hace referencia a la capacidad de hardware y software de entornos diferentes para entenderse mutuamente, dentro de una misma red o a través de redes distintas. Dentro del mundo de los medios de pago significa que productos de pago diferentes de esquemas de pago diferentes deberían trabajar de la misma manera, en los mismos terminales, y a través de las mismas redes.

LEY DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA (LDC): Ley que prohíbe todo acto que restrinja, impida o falsee la competencia.

LIMITE DE CRÉDITO: Importe máximo de la línea de crédito otorgada por la entidad financiera.

LÍNEA DE CRÉDITO: Es un límite crediticio puesto a disposición del titular para que pueda utilizarse de forma continuada. Las tarjetas de crédito son modalidades de líneas de crédito.

MERCHANT: Véase “COMERCIO”.

MODALIDADES DE PAGO: Posibilidades puestas a disposición de los titulares de las tarjetas a los efectos de realizar el pago de la deuda contraída. Las tarjetas de débito sólo cuentan con una modalidad de pago (cargo directo en cuenta), mientras que las tarjetas de crédito pueden contar con tres modalidades diferentes: pago inmediato (se asienta sobre la cuenta de forma instantánea), pago fin de mes (las compras del periodo se liquidan transcurridos una serie de días sin coste financiero para los clientes), y pago aplazado (la deuda se liquida de forma periódica con intereses).

MULTILATERAL INTERCHANGE FEE (MIF): Véase “TASA DE INTERCAMBIO”.

ON-US: Operativa en la que el emisor y el adquirente se concretan en una misma entidad financiera. Término usado tanto para la operativa en compras como en cajeros.

PCE (Personal Consumption Expenditure): Valor total de mercado de todos los bienes y servicios comprados por economías domésticas y por instituciones sin ánimo de lucro.

PIN (Personal Identification Number): Número secreto utilizado para autenticar al titular de una tarjeta con el fin de evitar el uso fraudulento de la misma. Los PIN cada vez están siendo más utilizados para autenticar a los titulares cuando compran bienes o contratan servicios.

POS (Point Of Sell): Término usado para clasificar transacciones de compra con tarjeta. También es utilizado para describir el punto físico donde los bienes y servicios son vendidos a los titulares de tarjeta. Desde esta perspectiva puede tratarse de una tienda, una web, una empresa de venta por correo, un negocio de venta telefónica o el propio terminal.

PROCESADOR: Organizaciones independientes (tres en el caso de España) cuya única característica societaria común reside en que la titularidad de su capital la ostentan las entidades de crédito. La actividad de los procesadores se centra en la promoción de las actividades de medios de pago con tarjetas y en la prestación de servicios y desarrollos tecnológicos necesarios para la gestión de estos medios y de los movimientos electrónicos de los fondos subyacentes.

REDES DE MEDIOS DE PAGO: Esquemas de medios de pago participados por entidades financieras cuyo objetivo fundamental es asistir a las mismas en la sustitución del efectivo por sistemas de pago electrónicos innovadores y eficaces mediante el desarrollo de productos, proyectos o servicios que aporten beneficios diferenciales. Ostentan la representación de sus entidades miembros frente a la administración y frente a otros sistemas de pago nacionales e internacionales. En España existen tres redes: Servired, 4B y Euro6000.

RETAILER: Véase “COMERCIO”.

SEPA (Single Euro Payments Area): Término acuñado por el Banco Central Europeo para referirse a la política de establecimiento de un sistema de pagos único de carácter pan-europeo.

SISTEMA CUATRIpartito: Término usado para definir a aquellos sistemas de medios de pago en los que es posible diferenciar al Emisor, al Adquirente, al Titular de la tarjeta y al Comercio. Visa y MasterCard funcionan bajo sistemas cuatripartitos.

SISTEMA TRIpartito: Término usado para definir a aquellos sistemas de medios de pago en los que una misma entidad desempeña el papel Emisor y Adquirente, distinguiéndose además el papel del Titular de la tarjeta y del Comercio. American Express y Diners Club funcionan bajo sistemas tripartitos.

TARJETA BANCARIA: Es la emitida por una entidad reconocida legalmente como entidad de depósito bien bajo su propia marca o bien bajo la de otra en calidad de suscriptor de un contrato de franquicia. La característica esencial de las tarjetas bancarias es la diversidad de funciones que pueden realizar, unas en oficinas o terminales de autoservicio de la propia entidad, otras en oficinas y autoservicios de otras entidades bancarias, y finalmente, para la adquisición de bienes y servicios en comercios o establecimientos que tengan suscrito un contrato para su admisión como medio de pago.

TARJETA CHIP: Tarjeta que incorpora un componente electrónico con capacidad de memoria que permite efectuar operaciones financieras.

TARJETA DE CRÉDITO: Tarjeta magnética emitida por bancos, grandes almacenes y otras entidades, que permite a su titular el pago sin dinero en efectivo y el acceso a cajeros automáticos. Al disponer de un límite de crédito, las operaciones realizadas no se cargan en cuenta de forma inmediata, sino que generan una deuda que se liquida según la forma acordada entre emisor y titular.

TARJETA DE DÉBITO: Tarjeta utilizada para retirar fondos directamente de una cuenta corriente, ya sea en comercios u otros establecimientos o en un cajero automático.

TARJETA DE PAGO: Denominación que incluye a las tarjetas bancarias, financieras y privadas.

TARJETA FINANCIERA: Es la emitida por una entidad no bancaria ni comercial propietaria de una marca de tarjeta que concierne con establecimientos comerciales y suministradores de servicios la admisión de la misma para efectuar el pago de las compras. Los ejemplos multinacionales de este tipo de tarjetas son American Express y Diners Club. La proyección internacional de este tipo de tarjetas y la alta penetración en sectores como viajes, hoteles y restauración (así como en tarjetas de empresa), constituyen sus principales características, lo que ha propiciado que también sean conocidas como tarjetas “Travel & Entertainment”.

TARJETA PREPAGO: Aquella que requiere el anticipo del importe del consumo que se pretende realizar. De esta forma se efectúa una carga de dinero en la tarjeta (en efectivo, contra una cuenta corriente del cliente o contra otra tarjeta), pudiéndose realizar transacciones hasta consumir el importe cargado.

TARJETA PRIVADA: Hace referencia a la tarjeta emitida por una entidad no bancaria ni financiera con el objeto de que su titular pueda adquirir los bienes o servicios que comercializa la propia empresa en el establecimiento o los establecimientos de la misma. También son identificadas en la literatura como “Tarjetas Comerciales”. Se diferencian pues de las tarjetas bancarias y de las financieras en que únicamente pueden utilizarse en los establecimientos de la sociedad emisora (o en aquellos con los que ésta haya llegado a un acuerdo).

TARJETA REVOLVING: Véase “CRÉDITO REVOLVENTE (REVOLVING)”.

TARJETA TRAVEL & ENTERTAINEMENT: Véase “Tarjeta Financiera”.

TASA DE INTERCAMBIO: Comisiones que se ceden las entidades de crédito recíprocamente en cada transacción de compra con tarjeta. Más en concreto, se corresponden con las tasas recibidas por las entidades de crédito emisoras de tarjetas (negocio emisor), procedentes de las entidades financieras que recogen la facturación por medio de los terminales en punto de venta (negocio adquirente o merchant).

TASA DE INTERCAMBIO DOMESTICA: Tasa de intercambio aplicable en un mercado local.

TASAS DE INTERCAMBIO INTER-REGIONALES: Hace referencia a las tasas de intercambio a liquidar cuando la entidad emisora y la adquirente pertenecen a diferentes regiones.

TASAS DE INTERCAMBIO INTERSISTEMAS: Dentro de cada mercado local, hace referencia a las tasas aplicadas entre entidades financieras pertenecientes a diferentes redes (en el caso español, Servired, 4B y Euro6000).

TASAS DE INTERCAMBIO INTRA-REGIONALES: Hace referencia a las tasas de intercambio a liquidar cuando la entidad emisora y la adquirente pertenecen a diferentes países miembros de una misma región. En el caso de la región europea, hablaremos de “tasas intra-europeas”.

TASAS DE INTERCAMBIO INTRASISTEMA: Dentro de cada mercado local, hace referencia a las tasas aplicadas entre entidades financieras pertenecientes a la misma red (en el caso español, Servired, 4B y Euro6000).

TITULAR: Persona a favor de la cual se ha emitido una tarjeta, o a la que se ha autorizado para el uso de la misma. Junto con el Adquirente, el Emisor y el Comercio constituye una de las cuatro partes de un sistema cuatripartito.

TPV (Terminal Punto Venta): Dispositivo que situado en un comercio o punto de venta final gestiona mediante un sistema informático la creación e impresión del recibo de venta y la autorización inmediata para el pago con tarjetas.

TRANSACCIÓN: Es el proceso que tiene lugar cada vez que una tarjeta es usada para hacer una compra en un comercio o para realizar una operación de retirada de efectivo o consulta en un cajero.

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA: Es un órgano del sistema español de regulación de la competencia establecido por la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

UNIÓN EUROPEA: Unión intergubernamental y supranacional de 27 países europeos conocidos como Estados miembros.

9.2. ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 2-1: Modelo cuatripartito de medios de pago.....</i>	26
<i>Gráfico 2-2: Modelo tripartito de medios de pago</i>	29
<i>Gráfico 2-3: Número de tarjetas por marca en el mundo (2007)</i>	37
<i>Gráfico 2-4: Número de tarjetas por marca en Europa (2007)</i>	39
<i>Gráfico 2-5: Datos de tarjetas por zonas geográficas a nivel mundial (2006)</i>	41
<i>Gráfico 3-1: Procesadores del sistema de medios de pago español.....</i>	50
<i>Gráfico 3-2: Estructura organizativa de Visa.....</i>	51
<i>Gráfico 3-3: Estructura organizativa de MasterCard</i>	52
<i>Gráfico 3-4: Esquema de flujos económicos en las compras en comercios</i>	61
<i>Gráfico 3-5: Esquema de los circuitos de autorización y liquidación en las compras en comercios</i>	62
<i>Gráfico 3-6: Esquema de flujos económicos en las disposiciones de efectivo en cajeros.....</i>	63
<i>Gráfico 3-7: Distribución porcentual de los ingresos para una tarjeta tipo (2006)</i>	69
<i>Gráfico 3-8: Número de tarjetas por tipología (2006)</i>	71
<i>Gráfico 3-9: Evolución del número de tarjetas de débito / crédito (2004-2007).....</i>	72
<i>Gráfico 3-10: Distribución del número de tarjetas por redes (2006).....</i>	73
<i>Gráfico 3-11: Evolución del número de tarjetas bancarias por marca (1998-2006)....</i>	73
<i>Gráfico 3-12: Distribución del número de cajeros por redes (2006)</i>	74
<i>Gráfico 3-13: Distribución del número de TPV por redes (2006).....</i>	75
<i>Gráfico 3-14: Evolución de las operaciones de compra por tipo de tarjeta (2004- 2007)</i>	77
<i>Gráfico 3-15: Comparación de la evolución de la facturación en compras con las disposiciones de efectivo en cajeros (2005-2008)</i>	78
<i>Gráfico 3-16: Evolución del ratio de facturación en compras sobre la facturación total (2005-2008)</i>	79
<i>Gráfico 3-17: Número de tarjetas por habitante en Europa (2007).....</i>	80
<i>Gráfico 3-18: Número de TPV por millón de habitantes en Europa (2007).....</i>	81
<i>Gráfico 3-19: Evolución del número de TPV por millón de habitantes en Europa (1996-2004).....</i>	81
<i>Gráfico 3-20: Ratio de facturación en compras sobre facturación total en Europa (2007).....</i>	82
<i>Gráfico 3-21: El efectivo como % del consumo privado en Europa (2007).....</i>	85

Gráfico 3-22: <i>Distribución por producto del gasto total de los hogares en España (2007)</i>	86
Gráfico 3-23: <i>Facturación en compras como % del consumo personal en Europa (2007)</i>	87
Gráfico 3-24: <i>Distribución de los saldos de la financiación al consumo en España (2007)</i>	88
Gráfico 3-25: <i>Porcentaje de saldos aplazados en tarjetas en Europa (2007)</i>	88
Gráfico 3-26: <i>Comparación entre España y UK del uso de las tarjetas por sectores (2007)</i>	89
Gráfico 4-1: <i>Evolución de las tasas de intercambio medias (2002-2008)</i>	112
Gráfico 4-2: <i>Evolución de las tasas medias de descuento (2002-2008)</i>	114
Gráfico 4-3: <i>Evolución del número de tarjetas por tipología (2000-2008)</i>	118
Gráfico 4-4: <i>Simulación de la resolución sobre MasterCard dentro de SEPA (2008)</i>	123
Gráfico 4-5: <i>Tasa de intercambio para operaciones transfronterizas por regiones (2008)</i>	124
Gráfico 5-1: <i>¿Cómo considera al número de TPV instalados?</i>	178
Gráfico 5-2: <i>¿Cómo considera al número de tarjetas bancarias emitidas?</i>	179
Gráfico 5-3: <i>¿Cómo considera al número de tarjetas bancarias emitidas? (tamaño)</i>	180
Gráfico 5-4: <i>Valoración del uso de las tarjetas</i>	181
Gráfico 5-5: <i>Uso de efectivo y su influencia sobre el uso de tarjetas bancarias</i>	182
Gráfico 5-6: <i>Efecto económico del acuerdo sobre tasas de intercambio</i>	184
Gráfico 5-7: <i>Efecto económico del acuerdo sobre tasas de intercambio (tamaño)</i>	184
Gráfico 5-8: <i>Beneficiarios de la rebaja de las tasas de intercambio</i>	186
Gráfico 5-9: <i>Beneficiarios de la rebaja de las tasas de intercambio (tamaño)</i>	186
Gráfico 5-10: <i>Valoración del porcentaje financiado en tarjeta</i>	188
Gráfico 5-11: <i>Valoración del porcentaje financiado en tarjeta (tamaño)</i>	188
Gráfico 5-12: <i>Consideración de la aproximación al modelo anglosajón</i>	190
Gráfico 5-13: <i>Consideración de la aproximación al modelo anglosajón (tamaño)</i>	190
Gráfico 5-14: <i>Posibles actuaciones relativas al incremento de la actividad</i>	192
Gráfico 5-15: <i>Posibles actuaciones relativas al incremento actividad (tamaño)</i>	192
Gráfico 5-16: <i>Posibilidad de un mayor protagonismo del comerciante en el futuro ..</i>	195
Gráfico 5-17: <i>Posibilidad de un mayor protagonismo del comerciante en el futuro (tamaño)</i>	195
Gráfico 5-18: <i>Actuaciones para incentivar la financiación en tarjeta</i>	197
Gráfico 5-19: <i>Actuaciones para incentivar la financiación en tarjeta (tamaño)</i>	197

<i>Gráfico 5-20: Disposición de las entidades financieras para remunerar al comerciante por su labor prescriptora</i>	200
<i>Gráfico 5-21: Disposición de las entidades financieras para remunerar al comerciante por su labor prescriptora (tamaño)</i>	201
<i>Gráfico 5-22: Obstáculos de componente comercial</i>	202
<i>Gráfico 5-23: Obstáculos de componente comercial (tamaño)</i>	203
<i>Gráfico 5-24: Obstáculos de componente operativo.....</i>	205
<i>Gráfico 5-25: Obstáculos de componente operativo (tamaño).....</i>	206
<i>Gráfico 5-26: Efecto de la crisis económica en el desarrollo del modelo</i>	208
<i>Gráfico 5-27: Efecto de la crisis económica en el desarrollo del modelo (tamaño) ...</i>	208
<i>Gráfico 5-28: Horizonte temporal para la aproximación al modelo anglosajón</i>	210
<i>Gráfico 5-29: Horizonte temporal para la aproximación al modelo anglosajón (tamaño).....</i>	210

9.3. ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 2-1: Cuotas de mercado a nivel mundial (2007)</i>	38
<i>Tabla 2-2: Cuotas de mercado a nivel europeo (2007)</i>	39
<i>Tabla 3-1: Integrantes de las redes (Servired)</i>	48
<i>Tabla 3-2: Integrantes de las redes (4B y Euro6000)</i>	49
<i>Tabla 3-3: Interrelación de ingresos y gastos (actividad emisora)</i>	64
<i>Tabla 3-4: Interrelación de ingresos y gastos (actividad adquirente)</i>	65
<i>Tabla 3-5: Ingresos y gastos (actividad emisora y adquirente) y su interrelación</i>	66
<i>Tabla 3-6: Distribución de los resultados en una entidad financiera de actividad mixta (2006)</i>	68
<i>Tabla 3-7: Evolución del número de tarjetas en circulación (2000-2008)</i>	72
<i>Tabla 3-8: Evolución del número de cajeros (2000-2008)</i>	74
<i>Tabla 3-9: Evolución del número de TPV (2000-2008)</i>	75
<i>Tabla 3-10: Evolución de las operaciones de compra en TPV (2002-2008)</i>	76
<i>Tabla 3-11: Evolución de las operaciones de disposición de efectivo en cajeros (2002-2008)</i>	77
<i>Tabla 3-12: Ranking de las 50 entidades más relevantes de Europa</i>	84
<i>Tabla 4-1: Tasas de intercambio 2006-2010 según acuerdo del 02/12/2005</i>	105
<i>Tabla 4-2: Tasas medias de intercambio por operaciones de compra en una misma red (2002-2008)</i>	108
<i>Tabla 4-3: Tasas medias de intercambio por operaciones de compra en otra red nacional (2002-2008)</i>	109
<i>Tabla 4-4: Distribución de las actividades de cobro y pago por redes</i>	110
<i>Tabla 4-5: Tasas de intercambio medias (2002-2008)</i>	111
<i>Tabla 4-6: Tasas medias descuento por operaciones de compra (2002-2008)</i>	113
<i>Tabla 4-7: Análisis del spread descuento - intercambio (2002-2008)</i>	115
<i>Tabla 4-8: Análisis de la operación media con tarjeta de débito (2006-2008)</i>	117
<i>Tabla 4-9: Comparativa entre tasas de intercambio de crédito y de débito (2006-2008)</i>	118
<i>Tabla 4-10: Estimación de la tasa de intercambio media para el 2009-2010</i>	121
<i>Tabla 4-11: Acuerdo marco frente a las tasas intra-europeas de MasterCard</i>	127
<i>Tabla 4-12: Efecto del acuerdo marco para el periodo 2006-2008</i>	129
<i>Tabla 4-13: Efecto del acuerdo marco para el periodo 2009-2010</i>	130
<i>Tabla 4-14: Efecto del acuerdo marco para el ejercicio 2011 y sucesivos</i>	131

<i>Tabla 4-15: Actuaciones relativas a las comisiones</i>	134
<i>Tabla 4-16: Evolución de las comisiones por disposiciones de efectivo a débito</i>	136
<i>Tabla 4-17: Evolución de las comisiones por disposiciones de efectivo a crédito</i>	137
<i>Tabla 4-18: Evolución de las cuotas de emisión / renovación</i>	138
<i>Tabla 4-19: Evolución del resto de comisiones relevantes</i>	140
<i>Tabla 4-20: Actuaciones relativas a la actividad</i>	143
<i>Tabla 5-1: Evolución de la facturación en compras por trimestres (2008)</i>	164
<i>Tabla 5-2: Evolución de los préstamos concedidos por las entidades financieras en Europa (2006-2008)</i>	165
<i>Tabla 5-3: Exclusiones del censo de entidades</i>	169
<i>Tabla 5-4: Grupos de entidades en función del tamaño</i>	171
<i>Tabla 5-5: Nivel de respuesta en función del número de cuestionarios recibidos y de los activos totales representados</i>	176
<i>Tabla 6-1: Resumen del contraste de las hipótesis realizado</i>	221

9.4. CUESTIONARIO

- En referencia al mercado español de medios de pago, ¿Cómo considera al número de terminales en punto de venta (TPV) instalados?

- Insuficiente.
- Suficiente.
- Muy elevado.

- ¿Cómo considera al número de tarjetas bancarias emitidas?

- Insuficiente.
- Suficiente.
- Muy elevado.

- Teniendo en cuenta el número de TPV instalados y el número de tarjetas emitidas, ¿Cuál sería su valoración sobre el uso que se viene realizando de las tarjetas?

- Es correcto.
- Es incorrecto, ya que se deberían utilizar más en cajeros.
- Es incorrecto, ya que se deberían utilizar más en compras.

- ¿Considera que el uso de efectivo es un factor limitativo para el uso de las tarjetas bancarias?

- El uso de efectivo no es relevante en España.
- El uso de efectivo es relevante pero no ha tenido consecuencias negativas en el uso de las tarjetas bancarias.
- El uso de efectivo es relevante y ha sido un factor limitativo para el uso de tarjetas bancarias.

- ¿En qué medida el acuerdo alcanzado el 02/12/2005 entre las principales asociaciones de comerciantes y las entidades financieras representadas por las tres redes, y que regula las tasas de intercambio para el periodo 2006-2010, ha afectado a los beneficios del área de medios de pago de su entidad?

- Ha tenido un efecto positivo.
- No ha tenido ningún efecto significativo.
- Ha tenido un efecto negativo.

- ¿Quién cree que puede ser el principal beneficiado por la rebaja de las tasas de intercambio?

- El cliente final.
- El comerciante.
- Ambos.

- De acuerdo con la evolución de los resultados del departamento de medios de pago en los últimos ejercicios y teniendo en cuenta el escenario previsible, ¿Qué posibles actuaciones cree que podrían llevarse a cabo en el futuro? (posibilidad de varias respuestas).

- Incrementar la actividad adquirente.
- Emitir mayor número de tarjetas.
- Conseguir que las tarjetas sean más activas en cajeros.
- Conseguir que las tarjetas sean más activas en compras.
- Conseguir un mayor porcentaje de financiación en relación con las compras.
- Otras (especifíquese).

- Desde el punto de vista del mercado español de medios de pago, ¿Cómo considera al importe financiado con tarjeta en relación con el importe total facturado en compras?

- Muy escaso.
- Escaso.
- Suficiente.
- Elevado.
- Muy elevado.

- Para los resultados de los departamentos de medios de pago, ¿Cómo afectaría una aproximación al modelo anglosajón, que muestra porcentajes de financiación muy superiores a los del mercado español?

- Negativa.
- Indiferente.
- Positiva.

- En el caso de que haya considerado la aproximación al modelo anglosajón como positiva, ¿Que horizonte temporal contempla para dicha aproximación?

- No menos de 2 años.
- De 2 a 5 años.
- Más de 5 años.

- En un plan de actuación enfocado al incremento de la financiación en tarjeta, ¿Cuál o cuáles serían los principales obstáculos que se deberían vencer? (posibilidad de varias respuestas).

- La escasa penetración de la tarjeta de crédito.
- La penetración de la tarjeta de crédito es adecuada pero los usuarios no la consideran como un instrumento de financiación.
- La penetración de la tarjeta de crédito es adecuada y se conoce que puede ser un soporte para la financiación, pero existen otras figuras más conocidas para ese fin, como el préstamo al consumo.
- Otros (especifíquese).....

ANEXO DEL CUESTIONARIO**DESARROLLO DE LA FINANCIACIÓN CON TARJETA BANCARIA**

(A CUMPLIMENTAR POR AQUELLAS ENTIDADES QUE CONSIDEREN POSITIVO EL INCREMENTO DEL PESO DE LA FINANCIACIÓN EN TARJETA BANCARIA).

- En el medio y largo plazo y en un entorno económico estable, ¿Considera que la figura del comerciante podría tener una mayor importancia de cara a incrementar la financiación con tarjeta bancaria en el punto de venta?

- Sí.
- No.

- ¿Qué actuaciones estima que se podrían llevar a cabo en el momento de la venta para favorecer la financiación con tarjeta bancaria? (posibilidad de varias respuestas).

- Utilización las posibilidades tecnológicas del TPV para fomentar la financiación (p. e. mediante la inclusión de mensajes personalizados en las boletas).
- Actuaciones de promoción de la financiación posteriores a la venta (p. e. mediante envío de SMS o llamadas desde un call center para requerir el aplazamiento de la compra ya realizada por el cliente).
- Involucración del comerciante como prescriptor de la financiación con tarjeta en el momento de la venta.
- Otras (especifíquese).....

- En su caso, ¿Cree que su entidad estaría dispuesta a compartir con un comerciante parte del beneficio adicional creado por el aplazamiento de una operación que originariamente iba a ser realizada en modalidad fin de mes, en el caso de ser prescrita por éste?

- No.
- Sí.

- ¿Cuál o cuáles cree que pueden ser los principales obstáculos para la puesta en marcha de un modelo de reparto de beneficio entre entidad financiera y comerciante? (posibilidad de varias respuestas).

- Desarrollos tecnológicos de relativa importancia.
- Una excesiva complejidad del modelo.
- La existencia de tres sistemas de tarjetas (Servired, 4B y Euro6000), con diferentes soluciones tecnológicas a nivel de TPV, lo que hace que en el corto plazo un esquema como el propuesto tenga dificultades para funcionar de forma global.
- Otros (especifíquese).

- En relación con la crisis económica actual, ¿Cuál cree que puede ser su efecto sobre el desarrollo de un modelo de negocio basado en el incremento de la financiación con tarjeta bancaria?

- No afectará a la puesta en marcha.
- Ralentizará el impulso.