



Comisión para la Defensa y
Promoción de la
Competencia

***INFORME DE INVESTIGACION:
EL MERCADO DE LAS TARJETAS
DE PAGO (CREDITO Y DEBITO)
EN HONDURAS***

Marzo, 2008

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
I. ANTECEDENTES	7
II. ASPECTOS RELEVANTES DE ENTREVISTAS A BANCOS EMISORES Y/O ADQUIRENTES Y COMERCIOS AFILIADOS	8
1. Bancos Emisores y/o Adquirentes	8
2. Comercios Afiliados	9
III. FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE TARJETAS DE PAGO	10
IV. MARCO LEGAL	13
1. De la Constitución y Autorización de las Sociedades Emisoras de Tarjetas de Pago	15
2. De las Tarjetas de Pago	15
3. Del Vínculo Jurídico	16
3.1 De la Relación Jurídica entre la Propietaria de la Marca Comercial (i.e Visa, Mastercard) y la Entidad Emisora y/o Adquirente	16
3.2 De la Vinculación Jurídica entre el Emisor y/o Adquirente y el Tarjeta- Habiente	17
3.3 De la Vinculación Jurídica entre el Adquirente y el Comercio Afiliado	19
3.4 De la Relación Jurídica entre el Adquirente y el Emisor	20
3.5 De la Relación Jurídica entre el Comercio Afiliado y los Tarjeta- Habientes	20
V. DEFINICIÓN DEL MERCADO RELEVANTE	22
1. Mercado Producto	22
2. Mercado Geográfico	28
VI. ANÁLISIS DE POSICIÓN DE DOMINIO	29
1. Determinación del Grado de Concentración y Posición de Dominio en Emisión y Adquirencia	30
2. Posición de Dominio en los Medios de Pago	35
VII. BARRERAS DE ENTRADA	37
VIII. VALORACIÓN DE POSIBLES RESTRICCIONES A LA LIBRE COMPETENCIA EN EL SISTEMA DE TARJETAS DE PAGO	38
1. Tasa de Intercambio Bancaria y el Convenio	39
1.1 Análisis de Competencia	41
1.2 Discriminación Vertical	46
1.3 Restricciones Horizontales	48
1.4 Experiencia Internacional	49
2. Regla de No Sobre Cargo/No Discriminación	53
2.1 Análisis de Competencia	56
2.2 Teoría Económica Internacional	61
IX. CONCLUSIONES	64
X. RECOMENDACIONES	67
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71

ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS

AAP`s	Asociaciones de Ahorro y Préstamo
AMEX	American Express
BAC	Banco de América Central
BANCATLAN	Banco Atlántida
BANPAIS	Banco del País
BCH	Banco Central de Honduras
BGA/HSBC	Banco Grupo del Ahorro /Honkong Shangai Bank Corporation
CC	Categoría de Comercio
CDPC	Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia
CNBS	Comisión Nacional de Bancos y Seguros
CRi	Razón de Concentración de Orden i
CR1	Razón de Concentración de la empresa mas grande
CR2	Razón de Concentración de las dos empresas mas grandes
CR4	Razón de Concentración de las cuatro empresas mas grandes
FICOHSA	Banco Financiera Comercial Hondureña S.A
HHI	Índice de Herfindhal Hirschman (siglas en ingles)
LDPC	Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia
MCC	Código de Categoría de Comercios (siglas en ingles)
PIO	Procedimiento de Investigación de Oficio
POS	Punto de Venta (siglas en ingles)
RTF	Red de Transmisión de Fondos
TI	Tasa de Intercambio
TIM	Tasa de Intercambio Multilateral
TJUE	Tribunal de Justicia de la Unión Europea
TP	Tarjeta de Pago
T & E	Viaje y Entretenimiento (siglas en ingles)

INTRODUCCIÓN

El mercado de tarjetas como medio de pago representa un factor impulsor del sistema financiero, constituyendo un mecanismo de uso masivo cada vez más acentuado, a raíz de la amplia gama de emisores que penetran todos los segmentos socioeconómicos, mediante una variedad de ofertas de servicios y cobertura geográfica. A la par del crecimiento que se ha venido dando en el uso de las tarjetas de pago (crédito y débito), se han derivado beneficios, dentro de los que se cuentan, agilidad en las transacciones, seguridad al no portar el efectivo, entre otros. Asimismo, desde el punto de vista fiscal, ha redundado en un mejoramiento de los recaudos, especialmente en economías con alta evasión tributaria, al proporcionar información más expedita y fidedigna a las autoridades sobre las ventas realizadas a través del medio de pago.

Sin embargo, la proliferación del uso de estos instrumentos ha derivado en la generación de amplios debates en muchos países alrededor del funcionamiento del sistema de tarjetas de pago como tal, lo que ha llevado en algunos casos a implementar nuevas regulaciones por parte de las autoridades.

Es por ello que muchas Instituciones que tienen que ver con el tema, han mostrado un marcado interés en estudiar las relaciones que existen en este mercado tipificado como de “dos lados”, donde se enfrentan dos demandas interdependientes que deben satisfacerse de manera simultánea: una representada por los tarjeta-habientes y la otra por los comercios que aceptan los pagos por tarjeta. Los resultados plasmados en la literatura, resultan de notable utilidad para comprender con mayor precisión el comportamiento de este mercado tanto a nivel internacional como local. De hecho las experiencias de otros países donde se han realizado análisis exhaustivos sobre la materia, son de relevancia para profundizar sobre el funcionamiento de esta industria en un país como Honduras, en donde poco o nada se ha estudiado sobre el mercado en referencia.

Con el presente estudio, se realiza un análisis completo del mercado de las tarjetas de pago (crédito y débito), tomando en consideración la estructura y funcionamiento del sistema bajo una plataforma abierta, propia de un esquema de corte multilateral, donde el principal ingrediente lo constituye la “tasa de intercambio interbancaria o de reembolso al emisor”, establecida en convenios suscritos entre emisores y/o adquirentes que operan bajo una determinada marca, destacándose no solo la importancia que la misma reviste para el funcionamiento del sistema como tal, sino que además valorando los posibles efectos de esta tasa sobre la competencia, al representar ésta un piso sobre la cual es calculada la tasa de adquirencia o de descuento, y que es aplicada a los establecimientos afiliados.

Un elemento importante que debe destacarse y que deriva del presente estudio, es precisamente el hecho que el sistema de tarjetas como tal, se comporta como un mercado de “dos lados”, lo que hace que el mismo sea abordado de manera

diferente a un mercado tradicional unilateral. Es por esto que en este trabajo, se analiza el efecto que el nivel de la tasa de intercambio tiene sobre la adquirencia y en consecuencia sobre los demandantes, considerando el impacto que una tasa alta de intercambio puede ocasionar a la competencia entre los agentes que participan en el mercado, y a partir de allí poder sugerir recomendaciones que puedan eficientar el mercado, a través de tasas lo más competitivas como sea posible.

Además de lo anterior, y producto de la investigación fue necesario abordar otras variables que están igualmente vinculadas al esquema de precios bajo el que funciona el sistema, tal como es la Regla de No Sobre Cargo, como medida regulatoria y sus posibles efectos sobre la competencia.

Este estudio está organizado de la siguiente manera:

En el **primer capítulo** se presenta una descripción histórica sobre los antecedentes, explicándose la metodología desarrollada durante el proceso de investigación.

En el **segundo capítulo** se sintetizan los aspectos más relevantes derivados de las entrevistas realizadas a los bancos emisores y/o adquirentes, así como a los comercios afiliados durante la fase inicial del proceso de investigación, y que de hecho sirvieron como pivote para direccionar los resultados del presente informe.

En el **tercer capítulo**, se ofrece una descripción del funcionamiento del sistema de tarjetas de pago, partiendo de la experiencia internacional, así como de las presentaciones realizadas por los agentes involucrados y que fueron citados a las oficinas de la CDPC.

En el **cuarto capítulo**, se analiza muy a profundidad la base legal del estudio, que se fundamenta en un análisis de convenios suscritos entre las instituciones financieras miembros emisores de tarjetas de pago que operan, especialmente bajo la marca visa en Honduras, y demás instrumentos legales, contentivos de compromisos relacionados con políticas o estrategias de comercialización o prestación de servicios de tarjetas de crédito y débito, especialmente relacionados con tasas de intercambio y de adquirencia; además, se analiza la relación jurídica entre los agentes que convergen en este mercado, como emisores, adquirentes, comercio afiliados y tarjeta-habientes.

En el **quinto capítulo**, se define el mercado relevante como aspecto fundamental para orientar el estudio, llevando implícito un análisis detallado del mercado de producto y geográfico, a fin de delimitar qué y donde se transan los productos relacionados al mercado que se analiza.

El **sexto capítulo**, comprende un análisis de la posición de dominio que se deriva de este mercado, midiendo el grado de concentración en los principales segmentos del sistema de tarjetas como medios de pago, vale decir emisión y

adquirencia. Para ello fue posible utilizar, de acuerdo a la información proporcionada, el Índice Herfindhal-Hirschman (HHI) y la Razón de Concentración de Orden i (CR i). Asimismo, se incluye un breve análisis de la Regla de No Sobre Cargo como medida regulatoria que a priori tiene incidencias en la generación de cierto poder de dominio entre medios de medios de pago.

El **séptimo capítulo**, se identifican algunas barreras de entrada que afectan ambos segmentos del mercado, principalmente en la adquirencia en donde fue posible identificar algunas limitantes para aquellos bancos que tengan el interés de incursionar esta parte del mercado; así como barreras que limitan la competencia en los comercios afiliados.

En el **octavo capítulo**, se trata de hacer una valoración de las posibles restricciones a la libre competencia en el sistema de tarjetas de pago, como producto de la aplicación de la tasa de intercambio, como aspecto central del Convenio antes mencionado; así también, se realiza un análisis exhaustivo de la Regla de No Sobre Cargo, como medida regulatoria estrechamente vinculada con la Tasa de Adquirencia y que además constituye un factor determinante para el funcionamiento del sistema de tarjetas de pagos, destacándose sus bondades y efectos sobre el mismo sistema, y como dicha medida puede derivar en efectos negativos a la competencia.

Finalmente, en el **noveno y décimo capítulo**, se hace una descripción sucinta de cada una de las conclusiones y recomendaciones a las que llegó la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia con la realización del presente estudio.

I. ANTECEDENTES

La Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC) de conformidad con la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (LDPC), está facultada para realizar de oficio o a solicitud de parte investigaciones sobre un sector determinado cuando se presenten indicios sobre la ocurrencia de conductas restrictivas de la libre competencia. En tal sentido, la CDPC dio apertura a un proceso de **INVESTIGACIÓN DE OFICIO** en el sector financiero, particularmente en el sector de banca de consumo relacionado al mercado de Tarjetas de Crédito y Débito, donde confluyen sociedades emisoras, bancos adquirentes, establecimientos afiliados y tarjeta-habientes.

Durante el proceso de investigación desarrollado por la CDPC, inicialmente se encontró con un Convenio suscrito por los siguientes emisores de tarjetas de marca Visa: Ventas Internacionales S.A de C.V (BAC Honduras/Credomatic de Honduras); Crédito Hondureño, S.A de C.V; Banco Capitalizadora Hondureña, S.A; Banco Continental, S.A de C.V; Corporación de Crédito Atlántida; y Aval Card, S.A de C.V, suscrito por un término de seis meses, contados a partir del 27 de septiembre de 1992. De acuerdo a lo planteado en el marco de este Convenio los diferentes emisores y/o adquirentes fijan tasas por comisiones preestablecidas al comercio, de las que un 70% representa el reembolso al emisor y 30% son retenidas por el adquirente, y las mismas no pueden ser negociadas por los comercios. Encontrándose posteriormente que el Convenio perdió vigencia al ser firmado el nuevo “Convenio de Intercambio Local para Emisores Visa en la República de Honduras”, el 27 de junio de 2007, con la participación de las siguientes Instituciones¹: Ventas Internacionales, S.A (BAC Honduras/Credomatic de Honduras); Sociedad de Inversiones Aval Card, S.A de C.V; Banco Atlántida, S.A; Banco Promérica, S.A; Banco del País, S.A; Banco BGA; Banco Cuscatlán; Banco Ficohsa; Banco Lafise. Conforme a este Convenio, la tasa reembolso a pagar al Emisor (Tasa de Intercambio), representa un equivalente al 3.37%², exceptuando una serie de comercios clasificados por categoría (MCC-Merchant Category Code), en relación a los cuales se reembolsará al emisor una tasa diferenciada. Se infiere que dicho porcentaje representa un límite de piso, que afecta tanto al comercio como al tarjeta-habiente.

Bajo este contexto, y dentro del marco del proceso de investigación, se procedió a convocar a las oficinas de la CDPC (bajo la modalidad de citaciones) a los diferentes agentes involucrados, vale decir a los bancos emisores de la marca Visa en Honduras (algunos de los cuales eran a la vez adquirentes), quienes explicaron, desde su perspectiva, el funcionamiento del mercado en referencia, enfatizando en las relaciones contractuales y de operación bajo las que funciona dicho mercado; en especial, lo relacionado con el flujo transaccional por el que se liquidan las tasas de intercambio y adquirencia, en donde figuran varios agentes

¹ El Convenio enuncia al Banco Continental como parte del mismo, pero su representante no suscribió dicho Convenio.

² Calculado sobre el valor total de la compra, incluyendo impuestos, propinas u otros cargos, sin importar el método utilizado por el Miembro Principal para procesar y liquidar la transacción.

económicos, a saber: emisores, adquirentes, comercios afiliados y tarjeta-habientes³. Asimismo, con el fin de ampliar la investigación, se continuó con el proceso, ahora bajo la modalidad de visitas a un total de catorce comercios focalizados, de una muestra de quince, tomando como referencia la categorización comprendida en el precitado Convenio⁴.

II. ASPECTOS RELEVANTES DE ENTREVISTAS A BANCOS EMISORES Y/O ADQUIRENTES Y COMERCIOS AFILIADOS

1. Bancos Emisores y/o Adquirentes

Como fuera apuntado anteriormente, en el caso de los bancos se utilizó la modalidad de citaciones a las oficinas de la CDPC por los bancos suscriptores del Convenio, quienes después de hacer su presentación, eran requeridos por funcionarios de la CDPC para responder a un cuestionario preelaborado para tal efecto. Levantándose un Acta, misma que fue firmada por los presentes en cada reunión, a la vez que se hacía entrega al banco participante de un requerimiento de información específica, concediéndose un plazo de diez (10) días hábiles para su entrega a la CDPC, tanto en forma electrónica como impresa.

Dentro de los principales aspectos que se derivaron de dichas entrevistas, destacan los siguientes hallazgos y manifestaciones:

- Los diez bancos investigados operan bajo la marca Visa; dos bancos operan Master Card (BANCATLAN y BAC HONDURAS); un banco opera AMEX y DINERS (BAC HONDURAS); y tres como propietarias (BANCATLAN, PROMERICA y BAC HONDURAS).
- Hay cinco bancos solo emisores y cinco que son adquirentes y emisores a la vez (BANCATLAN, CONTINENTAL, AVAL CARD, BAC HONDURAS/ CREDOMATIC DE HONDURAS⁵ y PROMERICA).
- Los convenios para fijar la tasa de intercambio se negocian de buena fe, son consensuados y ratificados por los bancos operadores del sistema.
- Las tasas son fijadas en forma multilateral para facilitar el mecanismo de liquidación e intercambio de transacciones. Se deciden a nivel de todos los bancos emisores; y las tasas de adquirencia son libres al negociarse con el comercio afiliado.
- Las mismas tasas aplican para ambos tipos de tarjeta (crédito y débito).
- Los negocios de emisión y adquirencia funcionan como negocios separados.
- Pagan por el uso de licencia a la dueña de la Marca.
- Hay un solo banco liquidador, vale decir BANCATLAN.

³ Un resumen de los aspectos más relevantes que se derivaron de las convocatorias a los bancos involucrados en la investigación se ofrece en el siguiente Capítulo.

⁴ En el Capítulo siguiente se recoge un resumen de los aspectos más relevantes que fueron recabados producto de las visitas a los comercios.

⁵ Para los efectos de análisis de emisión y adquirencia estos dos bancos se separan así: Banco de América Central - BAC HONDURAS como emisor; y Credomatic de Honduras como adquirente.

- No hay sobre cargos al consumidor (Ley de Tarjetas de Crédito lo prohíbe, art.44).
- Las tasas por categoría de comercio, se diferencian por las ganancias que pueda tener cada rubro/volúmenes de venta. Influyen aspectos como seguridad, riesgo, entre otros.
- No se puede cobrar una tasa de adquirencia menor a la tasa de intercambio, dado que se debe cubrir esta última.
- En cuanto a ventajas de afiliar comercios: para el emisor, representa más opciones para usar más su tarjeta; y para el adquirente, es el porcentaje que le cobra al comercio afiliado y se convierte en cliente permanente.

2. Comercios Afiliados

En el caso de los comercios, se procedió con la siguiente metodología: i) realización de entrevistas al principal de cada negocio, el cual por lo general se hacía acompañar por el técnico correspondiente; ii) utilización de un cuestionario previamente diseñado para tal fin, mismo que era contestado por cada entrevistado. Al final de cada proceso se levantaba un “Acta de Inspección y Constatación de Hechos”, la cual era firmada tanto por los entrevistados, como por los funcionarios de la CDPC; y iii) entrega de una Solicitud de Información, firmada por el Comisionado Presidente. Para contestar dicha solicitud, se les explicaba que de acuerdo a Ley tenían un plazo de diez días hábiles, contados a partir de la fecha de recepción de la solicitud. La información solicitada, debía ser entregada tanto en forma electrónica como impresa en las oficinas de la CDPC.

A continuación se resumen los hallazgos más importantes de las encuestas realizadas a los comercios afiliados:

- La totalidad de los comercios de la muestra están afiliados a Banco Credomatic de Honduras. Además de este banco, cuatro comercios trabajan con Banco Atlántida; dos con Aval Card; dos con Banco Promerica; y uno con Banco Continental.
- Todos los comercios aceptan todo tipo de tarjetas.
- La tasa de adquirencia aplica para todo tipo de tarjetas (crédito y débito), indistintamente del tipo estándar o preferencial.
- Las tasas son diferenciadas por categoría de comercios y aún dentro de un mismo banco adquirente.
- La generalidad es que todos los comercios pequeños pagan tasas de adquirencia altas; y comercios mejor posicionados pagan tasas bajas.
- Los comercios más grandes no reportan problemas para pagar la tasa de adquirencia aplicada. Sin embargo, hay productos en los cuales la utilidad es muy baja lo cual incide en la decisión de aceptar o no las tarjetas de pago⁶.

⁶ El representante de una Ferretería, indicó que para las ventas de cemento no aceptan pagos con tarjetas, ya que la utilidad es baja, de apenas un 2.5%, y pagan una tasa de adquirencia de 3%.

- Existe un mayor poder de negociación de parte de los negocios grandes. Los negocios pequeños no tienen capacidad de negociar, dado su categoría de no cliente representativo.
- Los negocios pequeños, tienen que aceptar el contrato que firman con el banco adquirente, tal y como viene establecido si quieren entrar al negocio de las tarjetas (a efecto de no perder clientes). Es necesario contar con el servicio para poder competir.
- Casi en su totalidad, las personas entrevistadas manifestaron un desconocimiento de los contratos firmados con el banco adquirente.
- No existe distinción en cuanto al cobro que se haga tanto por tarjeta de pago, como en efectivo. Asimismo, no sobre cargan los precios por el pago con tarjeta, ni tampoco otorgan descuentos por pagos en efectivo⁷.
- El aparato POS se brinda en condición de comodato.
- En cuanto al criterio de que POS escoger al momento de realizar la transacción, para el caso donde haya más de uno, se refirió que se selecciona el que cobra la menor tasa y el del banco que registre un mayor número de tarjeta-habientes. En algunos casos prefieren usar el POS de un banco en particular, dado que tienen otros negocios con ellos.
- Con la aceptación de tarjetas de pago el negocio ha crecido para la mayoría de los comercios encuestados. En promedio los pagos con tarjeta oscilan entre 40%-60%.
- Finalmente, los negocios pequeños refirieron efectos negativos a la competencia, dado lo elevado de las tasas de adquirencia.

III. FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE TARJETAS DE PAGO

La teoría especializada considera que el sistema de las tarjetas de pago (crédito y débito) funciona como un “mercado de dos lados”, dado que enfrentan dos demandas interdependientes que deben satisfacerse de manera simultánea: una estaría representada por los tarjeta-habientes y la otra por los comercios que aceptan los pagos por tarjeta. Para que estos actores puedan vincularse y a la vez conciliarse, es necesario que entre en escena un tercer actor, denominado “plataforma”. En este mercado y derivado del papel que desempeña la plataforma, se genera el elemento de complementariedad entre los actores, dado que “el hecho que existan compradores con tarjeta hace que el comercio quiera formar parte de esta red de medios de pago y, de la misma manera, si varios establecimientos comerciales aceptan pagos con tarjeta, muchos consumidores se interesarán en adquirir una tarjeta de pago. Por el contrario, si ningún comprador es usuario de una determinada tarjeta, ningún comerciante va a estar interesado en vincularse a la red de esa tarjeta en específico y viceversa”. (Arbeláez y Nieto: 2006). Es decir, que debe producirse una retroalimentación entre los demandantes, a lo que se le denomina “externalidad de red”; en tal sentido, el papel de la plataforma es precisamente internalizar dicha externalidad, dado que

⁷ El representante de una Farmacia, consideró a esta medida (contenida en la Ley de Tarjetas de Crédito, Dec. No. 106-2006, publicado el 23 octubre 2006) como “ridícula e injusta, ya que los pobres terminan pagando más que los ricos”.

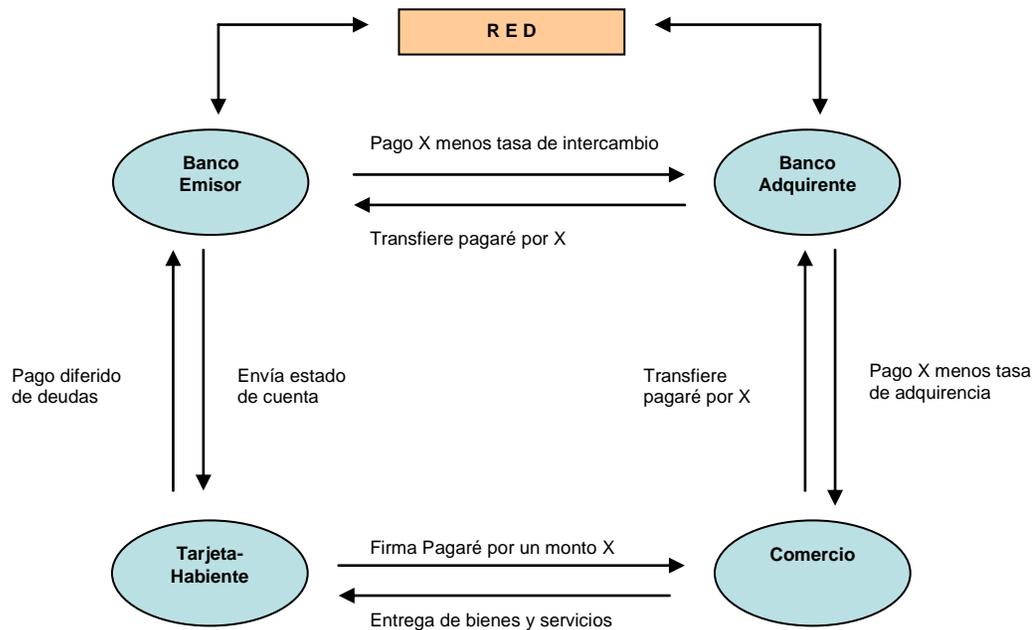
los demandantes o consumidores adolecen de la capacidad para hacer efectiva esta acción.

Resulta entonces importante destacar el papel que cada actor realiza dentro del mercado. Se necesita conocer qué lo incentiva a participar en dicho mercado. En tal sentido, sus motivaciones que lo inducen a participar en una determinada transacción, son importantes en mercados multilaterales, tal es el caso del análisis que nos ocupa. Dadas las mismas externalidades, los incentivos que un agente tiene para vincularse o no a una plataforma, usar sus tarjetas o suscribirse a una determinada red incide de manera determinante en el comportamiento del mismo mercado, dado que las demandas de los consumidores son interdependientes, de modo que las decisiones que tome afectan al resto de los agentes participantes. En tanto que el mercado está en función del número de participantes dentro de la red, las motivaciones o incentivos determinan el equilibrio y más aún los resultados finales del mercado.

Cabe destacar, que en el mercado de tarjetas, participan además de los tarjeta-habientes y comercios, dos tipos de plataformas: cerrada (unitaria) y abierta (multilateral). En la primera una sola organización realiza las funciones de autorización y liquidación de las transacciones ejecutadas con tarjetas (i.e. American Express, Discover y Dinners Club). Bajo este sistema, el comercio le vende al tarjeta-habiente a un precio determinado, el sistema directamente cancela al comercio el precio menos una comisión y a su vez el tarjeta-habiente paga al sistema el precio más una tasa cobrada por el emisor. Al mismo tiempo, el sistema incurre en un costo para efectuar las transacciones. En la segunda, o plataforma abierta, la misma se compone por dos bancos (emisor y adquirente) y una red de transferencia de fondos (RTF), tales como Visa o Master Card.

El esquema siguiente, ilustra las relaciones entre los diferentes agentes que intervienen en una transacción pagada con tarjeta, bajo una plataforma abierta. *Vale señalar que para efectos de la presente Investigación se estará analizando este tipo de esquema.* El titular de la tarjeta, acuerda un precio con el comercio por la compra de un producto o servicio. Para realizar este pago, el tarjeta-habiente firma un pagaré que compromete al banco emisor de la tarjeta a cubrir el adeudo por dicho consumo. El comerciante envía el pagaré al banco adquirente, quien a su vez, reenvía al emisor la información contenida en el mismo, a través de la plataforma de tarjeta, para su liquidación. El banco emisor paga al adquirente los recursos dispuestos por el tarjeta-habiente para cubrir el costo del producto o servicio, menos una tasa de intercambio. El banco adquirente, a su vez, envía al comerciante dicho pago, restándole la tasa de adquirencia o de descuento. Finalmente, el tarjeta-habiente liquida (total o parcialmente) su deuda con el emisor.

Esquema de Funcionamiento Tarjetas de Pago



Vale mencionar, que la tasa cobrada a los comercios representa el único ingreso para el adquirente como tal. Con los ingresos generados por la misma deberán cubrirse los gastos de funcionamiento⁸ y los costos de ejecución de la transacción⁹. Por su parte, el banco emisor cobra al adquirente una tasa por los servicios ofrecidos a través de las tarjetas (tasa de intercambio), además de otros cobros que aplica a sus tarjeta-habientes que incluyen: cuota de apertura, anualidad, y otras comisiones por distintos servicios, así como por intereses ordinarios y moratorios¹⁰. En cuanto a costos, el banco emisor asume los que se deriven del funcionamiento óptimo de la red. Se asume que este banco, debe responder por el riesgo que implica diferir en el tiempo el pago del tarjeta-habiente, en el caso de las tarjetas de crédito; a la vez de los gastos en que éstos incurren en la promoción de las tarjetas y mantenimiento de los clientes.

En un sistema abierto, para que una determinada transacción pueda realizarse es necesario que ambos tipos de bancos participantes, es decir emisores y adquirentes, se pongan de acuerdo sobre aspectos como: i) riesgos derivados del no pago por parte del tarjeta-habiente, fraudes, fallas en el comercio en cuanto al suministro de los bienes demandados, entre otros; y ii) nivel de compensación de ambos por los costos en que incurran por la transacción realizada. Una salida son los acuerdos bilaterales entre bancos; no obstante, cuando concurre un número considerable de bancos esto no es posible, dado que los mismos se vuelven

⁸ Afiliación y mantenimiento de la red.

⁹ Tasa de intercambio y costos asociados con la ejecución de la transacción como tal.

¹⁰ No obstante, en aquellos casos en que un banco sea emisor y adquirente a la vez, la comisión pagada por el banco adquirente a raíz de una transacción de un tarjeta-habiente propio, no necesariamente incluirá la tasa de intercambio, dado que siendo el mismo banco, a priori tiene la posibilidad de cobrar una tasa de adquirencia incluso por debajo de la tasa de intercambio.

ineficientes y costosos. Ante esto es que surgen los acuerdos multilaterales, en los que se define la asignación de riesgos y las liquidaciones entre las partes participantes tanto en la emisión como en la adquirencia.

De estos acuerdos se deriva lo que se conoce como la tasa de intercambio. Alguna literatura evidencia que “la tasa de intercambio es un instrumento que permite el funcionamiento del mercado, y sin ella no podrían existir las asociaciones de tarjetas de pago¹¹...Esto pone de presente que no se está hablando de una industria con integración vertical, pues la generación de valor se da en dos instancias del mercado, cuyos demandantes dependen el uno del otro. En consecuencia, debe existir una tarifa que nivele la presencia de ambos en el mercado”. (Arbeláez y Nieto: 2006).

IV. MARCO LEGAL

Las tarjetas de pago (débito y crédito) han tenido un prominente ascenso dentro de los medios de pago alrededor del mundo. Sin embargo, la proliferación del uso de estos instrumentos en muchos países ha estado acompañada de varios debates alrededor del funcionamiento del sistema, e incluso, algunos aspectos del mismo han sido objeto de nuevas regulaciones por parte de las autoridades del ramo en cada país. En virtud de lo anterior, se han efectuado diversos estudios respecto a las relaciones que existen entre los agentes de este mercado y las reglas que lo dominan, tanto desde una perspectiva jurídica como académica.

En este capítulo, se analiza jurídicamente el sector de tarjetas de pago, en el que cual se describen los tipos de participantes que intervienen en dicho sector, características relevantes de los contratos y el marco legal que las regula, lo que resulta de gran utilidad para entender con mejor precisión el comportamiento de esta industria en Honduras.

Los organismos oficiales responsables de legislar y vigilar la práctica financiera y monetaria en Honduras son:

- **Banco Central de Honduras:** Institución dedicada a formular, dirigir y ejecutar la política monetaria, crediticia y cambiaria; con el propósito de velar por el mantenimiento del valor interno y externo de la moneda nacional y el buen funcionamiento y estabilidad de los sistemas financieros y de pagos del país.
- **Comisión Nacional de Bancos y Seguros:** Institución encargada de ejercer mediante la supervisión efectiva, la vigilancia, el control de las instituciones del sistema financiero, asegurador y demás sujetos de su control y fiscalización, a efecto de fomentar la solvencia y confiabilidad de dichas instituciones con el fin de proteger el interés público.

¹¹ Aunque otra literatura considera que aun sin la existencia de dicha tasa, el negocio aun sería rentable y factible para los emisores (Interim Report on Payment Cards I; April 12, 2006. European Commission, Competition DG. Pag 11).

- **Superintendencias de Bancos, Financieras y Asociaciones de Ahorro y Préstamos (AAP's), Seguros y Pensiones y Valores, y otras Instituciones:** Dependencias adscritas a la Comisión Nacional de Bancos y Seguros.
- **Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia:** Ente encargado de promover y proteger la libre competencia con el fin de procurar el funcionamiento eficiente del mercado y bienestar del consumidor.

La práctica jurisprudencial en el ámbito bancario y financiero nacional, muestra un considerable número de leyes, normas y resoluciones administrativas sobre dicho sector, dentro de las cuales se pueden distinguir los siguientes estamentos legales:

ESTAMENTOS LEGALES	OBJETIVO	OBSERVACIONES
Ley de Tarjetas de Crédito (Decreto No. 106-2006)	Regular las operaciones de Tarjetas de Crédito en Instituciones Bancarias, Establecimientos Comerciales u otras Obligaciones de Dinero.	Emitida 31 Agosto 2006 Publicada 23 Octubre 2006
Reglamento de la Ley de Tarjetas de Crédito (Resolución No. 1145/28-11-2006)	Desarrollar las disposiciones contenidas en la Ley de Tarjetas de Crédito	Emitida 28 noviembre 2006
ESTAMENTOS LEGALES APLICADOS SUPLETORIAMENTE		
Ley del Sistema Financiero (Decreto 129-2004)	Regular la organización, autorización, constitución, funcionamiento, fusión, conversión, modificación, liquidación y supervisión de las instituciones del sistema financiero y grupos financieros.	Emitida 21 septiembre 2004 Publicada 24 Septiembre 2004
Ley de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (Decreto 155-1995)	Supervisar, regular y controlar las instituciones bancarias, aseguradoras y financieras.	Emitida 18 Noviembre 1995 Publicada 08 Diciembre 1995
Código de Comercio (Decreto No 73-1949)	Contempla normas que rigen a los comerciantes, actos de comercio y las cosas mercantiles.	Emitido el 01 marzo 1949
Ley del Banco Central de Honduras (BCH) (Decreto 53-1950)	Velar por el mantenimiento del valor interno y externo de la moneda nacional y propiciar el normal funcionamiento de del sistema de pagos.	Emitida 03 Febrero 1950 Publicada 03 Febrero 1950
Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (Decreto 357-2005)	Promover y proteger el ejercicio de la libre competencia, a fin de procurar el funcionamiento eficiente del mercado y bienestar del consumidor.	Emitida 16 Diciembre 2005 Publicada 04 febrero 2006
Reglamento de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (Acuerdo No. 001-2007)	Desarrollar el régimen de aplicación de las normas contenidas en la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia.	Emitido 06 Julio 2007
Ley de Protección al Consumidor (Decreto 41-89)	Establecer el ordenamiento jurídico necesario para lograr y mantener una protección adecuada de los consumidores, a fin de garantizarles un trato justo y equitativo en la adquisición y uso de bienes y servicios.	Emitida 07 Abril 1989 Publicada 29 Abril 1989
Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor (Decreto 264-89)	Desarrollar las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor.	Emitida 25 enero 1990

1. De la Constitución y Autorización de las Sociedades Emisoras de Tarjetas de Pago

Sin perjuicio de lo establecido en la Ley del Sistema Financiero y otros estamentos legales para las instituciones por ellos reguladas, las sociedades que pretendan emitir tarjetas de crédito deberán constituirse como sociedades anónimas de capital fijo; que en ningún caso será inferior a Cuarenta Millones de Lempiras (L.40,000,000.00) según lo establece el artículo 25 de la Ley de Tarjetas de Crédito; dividido en acciones nominativas, y cuya única finalidad será la de emitir y de realizar las operaciones relacionadas con las tarjetas de crédito, siendo la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS) la institución encargada de autorizar la constitución de sociedades que pretendan obtener autorización para operar como emisores de tarjetas de crédito. La solicitud deberá contener el nombre, nacionalidad y domicilio de cada uno de los socios fundadores, y con ella se presentará la siguiente documentación:

- a) El proyecto de escritura de constitución y de los estatutos sociales;
- b) La estructura financiera y administrativa, los planes técnicos y las operaciones que se propone realizar la sociedad proyectada;
- c) El estudio económico y financiero que demuestre la factibilidad de la nueva sociedad emisora, y que comprende: descripción del proyecto, estudio del mercado, estudio técnico-operativo y estudio económico-financiero;
- d) El certificado de depósito o de custodia que demuestre que el diez por ciento (10%) por lo menos, del capital propuesto se ha depositado en el Banco Central de Honduras o que se ha invertido en Títulos Valores del Estado; y
- e) El origen de los fondos a ser utilizados para el pago del capital mínimo requerido.

2. De las Tarjetas de Pago

Con relación al funcionamiento de las tarjetas de pago, se pueden identificar varios actores: empresas propietarias de las marcas, entidades financieras emisoras de las tarjetas, bancos adquirentes, comercios afiliados al sistema y tarjeta-habientes.

La emisión de tarjetas de pago implica la celebración de diversos contratos comprendidos en un sistema ideado y organizado por la entidad emisora, y dentro de los cuales encontramos los siguientes: i) entre la empresa propietaria de la marca y los bancos emisores y/o adquirentes; ii) entre la entidad financiera emisora y cada uno de los usuarios o tarjeta-habientes; y iii) entre cada entidad financiera adquirente y cada uno de los comercios que se afilian al sistema, en virtud de los cuales éstos se obligan a vender bienes o prestar servicios a quienes exhiban tarjetas de créditos, previa adecuada identificación.

La emisión de una tarjeta de crédito y su utilización se produce en virtud de la ejecución de varios contratos celebrados entre diversas parejas de actores, que generan una vinculación entre los referidos contratos debido a que la existencia de unos está en función de la existencia de otros. Es decir, si una entidad emite

tarjetas de crédito, es porque existe una vinculación con comercios afiliados que aceptan vender o prestar servicios a los tarjeta-habientes.

Del conjunto de las relaciones anteriormente mencionadas destacan los siguientes vínculos jurídicos: i) entre las empresas propietarias de la marca y los bancos emisores y/o adquirentes; ii) entre la entidad emisora de la tarjeta y el tarjeta-habiente; iii) entre el adquirente y el comercio afiliado, así como las operaciones que se efectúan en función del respectivo contrato; iv) entre el adquirente y la entidad emisora de la tarjeta; y v) entre el comercio afiliado y el tarjeta-habiente.

3. Del Vínculo Jurídico

Previo al análisis de las relaciones enumeradas en el párrafo precedente, es de fundamental importancia realizar el respectivo comentario sobre la definición de obligación, la cual, según la común doctrina, implica un vínculo jurídico, pues liga, ata o constriñe a una parte a practicar determinada prestación en favor de otra. Sin embargo, el Código Civil hondureño no se pronuncia en forma expresa sobre tal definición, pero en cambio da una definición de contrato en su artículo 1539¹².

3.1 De la Relación Jurídica entre la Propietaria de la Marca Comercial (i.e Visa, Mastercard) y la Entidad Emisora y/o Adquirente

Entre la propietaria de la marca comercial y la entidad emisora y/o adquirente, se origina una relación jurídica compleja cuyas condiciones se estipulan en un documento denominado, generalmente, como “*Convenio de intercambio local*” para emisores de la respectiva marca comercial (i.e. Visa, Mastercard, etc.), el cual tiene por objeto establecer los términos y condiciones que regularán el Servicio de Intercambio local de la respectiva marca comercial, de conformidad a las disposiciones, estatutos, reglas y Reglamento operativo que rigen la marca comercial (i.e. Visa, Mastercard, etc.).

En virtud de la suscripción del convenio a que se ha hecho referencia, se acuerda pagar a la entidad emisora como consecuencia de las actividades de intercambio que se contemplan en el respectivo convenio, un monto porcentual, calculado sobre el valor total de cada compra, incluyendo impuesto, propinas u otros cargos, sin importar el método de cálculo utilizado por el miembro principal para procesar y liquidar la transacción, porcentaje que es diferenciado según la categoría de comercio. ***El porcentaje antes mencionado no se encuentra regulado en nuestra legislación vigente, ya que el mismo es producto de un convenio directo realizado entre las partes contratantes.*** Es así, que se acuerda trasladar a favor del emisor y a cabalidad los montos correspondientes al intercambio de acuerdo a las tasas de intercambio al emisor establecidas en el respectivo documento para tal efecto, y realizar la correcta clasificación de los

¹² “Contrato es una convención en virtud de la cual una o más personas se obligan para con otra u otras, o recíprocamente, a dar, hacer o no hacer alguna cosa”.

comercios afiliados según lo define el Reglamento Operativo de la marca comercial (i.e. Visa, Mastercard etc.).

3.2 De la Vinculación Jurídica entre el Emisor y/o Adquirente y el Tarjeta-Habiente

Entre la entidad emisora de la tarjeta de pago y el cliente, llamado también tarjeta-habiente, se origina una relación jurídica compleja cuyas condiciones se estipulan en un documento denominado, generalmente, como “Contrato de Apertura de Crédito”, el cual tiene por objeto poner a disposición del acreditado una suma de dinero, o por la de asumir obligaciones por cuenta de éste, y por la restitución del importe de aquélla o de éstas, más el pago de intereses en la forma convenida, que incumbe al interesado, tal como lo deja establecido el artículo 875 del Código de Comercio vigente; crédito del cual el acreditado podrá disponer y usar por medio de tarjeta de pago.

En virtud de la suscripción del contrato al que se ha hecho referencia, derivan respecto a las partes contratantes tanto derechos como obligaciones, dentro de las cuales destacan y se mencionan de manera general las siguientes:

a) Derechos del emisor

- Cargar en la cuenta del tarjeta-habiente los consumos y disposiciones de efectivo que éste realice de la línea de crédito;
- Cobrar mensualmente la parte proporcional acordada en las disposiciones del crédito, incluyendo los intereses (contemplados en los artículos 34 y 37 de la **Ley de tarjetas de Crédito**) y otros cargos pactados;
- Dar por terminado y vencido anticipadamente el contrato, y suspender el uso de la tarjeta por el incumplimiento del tarjeta-habiente; y
- Aumentar o disminuir el límite del crédito autorizado.

b) Obligaciones del emisor

- Entregar al tarjeta-habiente y al fiador, copia íntegra del contrato y entregar al tarjeta-habiente la tarjeta al titular de la misma una vez autorizado el crédito;
- Notificar al tarjeta-habiente cualquier modificación que se haga al contrato;
- Pagar los importes que el tarjeta-habiente efectuó en virtud de las transacciones por compra de bienes y servicios o entregas en efectivo, en los comercios afiliados al banco;
- Responder de todos aquellos cargos efectuados con posterioridad al aviso de pérdida, robo y extravío o destrucción de la tarjeta de crédito;
- En caso de reclamo por el tarjeta-habiente revertir temporalmente los cargos, a fin de efectuar el proceso de investigación;
- Aplicar la tasa de interés corriente, de conformidad a lo que establece el artículo 34 de la **Ley de Tarjetas de Crédito**; y
- Elaborar y enviar con la debida antelación, un estado de cuenta mensual en forma impresa o por correo electrónico, según lo indique el tarjeta-habiente.

- c) Derechos del tarjeta-habiente
- Adquirir mediante la tarjeta de crédito, bienes y/o servicios en los establecimientos afiliados, locales y/o internacionales, según estipulaciones del contrato;
 - Disponer de efectivo con cargo al crédito concedido;
 - Gozar del plazo otorgado para el pago de los importes generados por el uso de la tarjeta de crédito; y
 - Aceptar o rechazar, cuando proceda, la no aplicación del seguro por extravío, robo o destrucción de la tarjeta u otros servicios electrónicos.
- d) Obligaciones del tarjeta-habiente
- Firmar el contrato de apertura de crédito que instrumenta la contratación;
 - Presentar la tarjeta de crédito al operar transacciones de compras de bienes o servicios o disposiciones en efectivo que realice;
 - Responder por los cargos generados por el uso que haga por medio de la tarjeta de crédito y demás cargos y comisiones establecidos en el respectivo contrato y que haya sido expresamente aceptado por el tarjeta-habiente, en virtud de la línea de crédito concedida;
 - Responder del mal uso de la tarjeta;
 - Reportar de inmediato el extravío, robo o destrucción de la tarjeta; y
 - Respetar el límite de crédito.

En síntesis, las partes de este contrato asumen distintas obligaciones, mediante las cuales la entidad emisora de la tarjeta de pago se obliga a entregar a su cliente una tarjeta que lo habilitará para realizar compras o requerir servicios en comercios afiliados, de conformidad a las condiciones que para tal efecto se estipulan. Asimismo, la entidad emisora le concede un crédito al tarjeta-habiente, el que utilizará cuando realice transacciones con la tarjeta, siendo la entidad financiera quien realice los pagos en efectivo y quien se compromete a llevar una cuenta en que se registrarán todos los pagos que haya realizado, para posteriormente remitir al tarjeta-habiente el respectivo estado de la cuenta con la finalidad que éste proceda a restituir los importes que el emisor adelantó y que resulten de la utilización de la tarjeta.

La complejidad de los contratos relacionados con las tarjetas de pago radica en que en él se acuerdan varios negocios jurídicos y relaciones jurídicas futuras y eventuales que podrán o no celebrarse.

Del establecimiento de la tasa de interés

De conformidad a lo que establece el artículo 34 de la **Ley de Tarjetas de Crédito**, en relación con el artículo 48 reformando de la Ley el Banco Central de Honduras (BCH), los intereses que las sociedades emisoras de tarjetas de crédito cobran por el financiamiento de saldos en moneda nacional o extranjera, originados por el uso de las tarjetas de crédito, son establecidos y se encuentran regulados por el Banco Central de Honduras (BCH), entre tanto no exista en el

sector garantías de libre competencia, según informe de la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia.

Asimismo, el referido cuerpo legal con el objeto de garantizar la libre competencia, establece que las sociedades emisoras, como también la Comisión Nacional de Bancos y Seguros, deberán dentro de los diez primeros días de cada mes y en forma detallada, publicar en un diario de circulación nacional y en la página electrónica, las tasas de interés anualizadas aplicadas en el mes anterior en sus diferentes tarjetas de crédito. Adicionalmente, el Banco Central de Honduras publicará mensualmente en forma comparativa las tasas de interés anualizada aplicada por cada una de las sociedades emisoras de tarjetas de crédito.

3.3 De la Vinculación Jurídica entre el Adquirente y el Comercio Afiliado

Entre la entidad emisora y/o adquirente y el cliente llamado también comercio afiliado, se origina una relación jurídica compleja cuyas condiciones se estipulan en un documento denominado, generalmente, como “*Contrato de Afiliación de Empresas*”, el cual tiene por objeto establecer los términos y condiciones que regularán que el comercio afiliado acepte a los legítimos titulares de las tarjetas de crédito que emite la entidad emisora y/o adquirente y cualquier otra dentro del mismo sistema, para que puedan llevar a cabo compras de bienes y/o servicios en su establecimiento contra el crédito concedido a los tarjeta-habientes, siguiendo los procedimientos que la entidad emisora y/o adquirente indique para efectos de seguridad y en consonancia con las regulaciones que al efecto ha emitido la entidad propietaria de la marca comercial (i.e. Visa, Mastercard, etc.).

Este conjunto complejo y sistematizado de contratos individuales da origen al sistema de tarjetas de Pago (crédito y débito), en el cual se incluye tanto titulares de tarjetas como establecimientos comerciales dispuestos a aceptarlas, que hacen necesaria la existencia de un mecanismo de intermediación entre ambos que asegure el funcionamiento del sistema de pagos.

Por otra parte, la entidad adquirente se obliga a abonarle al comercio afiliado el monto de todos los vouchers firmados por sus tarjeta-habientes, menos la tasa de adquirencia, una vez que el comercio afiliado haya cumplido con ciertos deberes de diligencia impuestos expresamente en el contrato.

Respecto a la tasa de adquirencia anteriormente relacionada, es importante señalar que ***nuestra legislación no prevé ningún tipo de regulación para este tipo de tasas***; en ese sentido, la referida tasa es negociada entre la entidad de crédito adquirente y el comercio afiliado, la cual es diferenciada, ya que la misma varía según el rubro o volumen de ventas que realizan los comercios afiliados.

Por estos contratos, los comercios afiliados se obligan a proveer de bienes y/o servicios a los tarjeta-habientes, y aceptar que los poseedores de las tarjetas de

pago (crédito o débito) cancelen los importes de sus consumos o compras de conformidad a los términos estipulados en los respectivos contratos.

Con relación a lo anterior, el artículo 44 de la Ley de Tarjetas de Crédito establece que los establecimientos comerciales no podrán aplicar recargos que encarezcan el precio de los bienes y servicios para compensar las comisiones que deban pagar a la sociedad emisora de la tarjeta de pago. Asimismo, los comercios afiliados no podrán adoptar prácticas discriminatorias como consecuencia de la realización de pagos utilizando la tarjeta de pago en lugar del efectivo, particularmente los referidos a descuentos, ofertas y promociones. Si lo hiciera, el emisor responsable de la afiliación y la Comisión Nacional de Bancos y Seguros, una vez presentada la denuncia por el tarjeta-habiente, deberán efectuar una investigación en un plazo no mayor de treinta días hábiles.

3.4 De la Relación Jurídica entre el Adquirente y el Emisor

Entre la entidad adquirente y la entidad emisora se establece una relación jurídica compleja que se origina a tenor del mismo documento generalmente llamado “*Convenio de intercambio local*” para emisores de la respectiva marca comercial (i.e. Visa, Mastercard, etc.), mediante el cual se establecen las condiciones, responsabilidades y obligaciones de los respectivos emisores de conformidad a las disposiciones, estatutos, reglas y Reglamento Operativo que rigen la marca comercial (i.e. Visa, Mastercard, etc.).

Por estos contratos, se acuerda trasladar a favor del emisor, que en ciertos casos transaccionales también asumen el rol de adquirente, los montos correspondientes al Intercambio de conformidad a las Tasas de Reembolso establecidas en el Convenio de Intercambio Local, para lo cual se deberá realizar la correcta clasificación de los comercios afiliados, tal como lo define el Reglamento Operativo de Visa, mediante los Códigos de Categoría de Comercio (Merchant Category Code).-

Respecto a la tasa de intercambio anteriormente relacionada, es importante señalar que ***nuestra legislación no prevé ningún tipo de regulación para este tipo de tasas***; en ese sentido, la referida tasa resulta de una negociación entre entidades financieras que intervienen en los mercados de emisión y adquirencia, y la misma es diferenciada ya que varía básicamente según la categorización del respectivo Comercio.

3.5 De la Relación Jurídica entre el Comercio Afiliado y los Tarjeta-Habientes

Entre el comercio afiliado y los tarjeta-habientes también se han de celebrar contratos. Esos contratos son independientes de los demás, aunque se celebren dentro de su marco normativo. El contrato de emisión de tarjetas prevé la

posibilidad de que el usuario celebre, con comercios afiliados al sistema, contratos que, en general, serán de compraventa o de arrendamiento de servicios.

Al contratar con el comercio afiliado, el cliente firma un documento que le proporciona el comercio afiliado, por el cual el se obliga a pagar una cantidad que equivale al precio de compra.

De los contratos de Apertura de Crédito, Afiliación de Empresas, incluyendo el Convenio de Intercambio Local para emisores de Tarjetas de Pago, como contratos de Adhesión

De manera general *nuestra legislación no se pronuncia expresamente sobre la definición de contratos de apertura de crédito para disposición y uso de tarjeta de crédito, afiliación de empresas e intercambio local para emisores de tarjetas de pago*. No obstante, el Código de Comercio, a tenor del artículo 715, establece que los contratos mercantiles que no estén especialmente reglamentados por el relacionado Código, como lo es en el caso particular el contrato celebrado para poder disponer y usar una tarjeta de pago (crédito o débito), se regirán por las reglas generales y por las estipulaciones de las partes, y en lo que fueren omisas por las disposiciones del contrato con el que tengan mas analogía de los reglamentos en el Código de Comercio o en su defecto en el Código Civil.

Bajo esa premisa, la común doctrina señala que dichos contratos se encuentran comprendidos dentro de los llamados **Contratos de Adhesión**, que son un tipo de contrato cuyas cláusulas son redactadas por una sola de las partes, con lo cual la otra se limita tan sólo a aceptar o rechazar el contrato en su integridad. Ejemplos claros de contratos de adhesión están dados por los llamados contratos de suministro de servicios públicos (energía eléctrica, agua, gas, telefonía, etc.) o la mayoría de los contratos de seguros y contratos bancarios.

El principal problema que plantean los contratos de adhesión es el relativo a la validez del consentimiento. En el Derecho Civil y Mercantil tradicional, el consentimiento contractual se entendía como el resultado de una relación bilateral equilibrada entre dos o más personas, las cuales llegaban a un entendimiento que se reflejaba en las cláusulas del contrato. Esta relación equilibrada se rompe con la aparición del contrato de adhesión. La empresa que vende un bien o presta un servicio, ofrece el mismo a través de un contrato innegociable, y el consumidor debe elegir entre aceptar el bien o servicio con todas sus cláusulas o no hacerlo.

Lo anterior provoca dos dudas muy importantes acerca del consentimiento; En algunos casos en los que lo que se contrata es un servicio esencial (agua, combustibles, etc.), el consumidor no tiene capacidad de negarse a firmar las condiciones, dado que no tiene otra opción para conseguir el producto esencial (y más en el caso de monopolio). Esto provoca la duda de si existe verdaderamente un consentimiento en ese caso. En otros casos, el consumidor elige comprar un producto o servicio, pero es muy poco habitual que éste realmente valore las cláusulas del contrato que está firmando. En muchas ocasiones las cláusulas se

encuentran redactadas de forma oscura, extensa y en otras ni siquiera están a su disposición en el momento de la firma. Por último, muchos consumidores omiten su lectura a sabiendas de que no cabe negociación.

Esto ha planteado muchos problemas jurídicos, que en general se han ido regulando a través de distintas soluciones:

- Se admite que el contrato de adhesión es válido. Cualquier otra opción provocaría la paralización del mercado, y se entiende que el contrato de adhesión es una necesidad. Sin embargo, se tiene en cuenta la especial debilidad del consumidor, a quien se le protege por otras vías (legal, jurisprudencial, etc.);
- Las vías a través de las cuales se da protección al consumidor son mediante la prohibición de las cláusulas abusivas, que son nulas de pleno Derecho, y a través de la vigilancia por las instituciones públicas de la actuación de las empresas; y
- En algunos casos, la comercialización de productos esenciales se regula directamente por el Estado, de forma que éste suplanta el consentimiento de las partes y lo sustituye por una relación jurídica regulada previamente de forma equilibrada. El intervencionismo puede tener distintos grados, y puede abarcar la casi totalidad de la relación contractual.

V. DEFINICIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

El mercado relevante está compuesto de bienes y servicios que tienen sustituibilidad razonable para el propósito para el cual fueron producidos; es así que tanto los precios, el uso, así como las cualidades pueden ser considerados para su determinación. Adicionalmente, la determinación del mercado relevante lleva implícito el análisis del Mercado Producto y el Mercado Geográfico con el objetivo de delimitar lo máximo posible qué y dónde se transan los productos específicamente.

1. Mercado Producto

El mercado de tarjetas de pago también es llamado, por la teoría, como “mercado de dos lados o de múltiples lados”, dependiendo con el detalle en como se divida el mismo.

Como ya se mencionó en el Marco Legal, derivado de la explicación del funcionamiento de este mercado se pueden dar las siguientes relaciones como mínimo:

- Relación entre marcas procesadoras y emisores
- Relación entre emisores y tarjeta-habientes
- Relación entre emisores y adquirentes
- Relación entre adquirentes y comercios afiliados
- Relaciones entre comercios afiliados y tarjeta-habientes

Sin embargo, esta distinción de relaciones no implica que los efectos de competencia dentro de las mismas sean independientes de los efectos en el uno u otro lado del mercado. Es por eso que en estos mercados lo que predomina en el análisis de competencia son los llamados efectos/externalidades de red. No obstante, por el hecho de simplificar el análisis lo que se acostumbra es la identificación de dos tipos de consumidores dentro del funcionamiento de la red: (i) los tarjeta-habientes y (ii) los comercios afiliados. Pues como se explicó anteriormente, es el encuentro o vinculación entre ambos el que le da el verdadero propósito de ser a la plataforma o la red.

El tarjeta-habiente tiene relación directa con el emisor (como fuera explicado) mediante un contrato de apertura de crédito, en el caso de tarjetas de crédito, o por el contrato/relación de contar con depósitos de ahorro, en el caso de una tarjeta de débito. Y el comerciante tiene relación con el adquirente (que puede ser emisor al mismo tiempo) mediante un contrato de adhesión. Nótese que el comerciante solamente “consume” los servicios del banco adquirente con el propósito de vender bienes o servicios al tarjeta-habiente y que por otra parte el tarjeta-habiente “consume” los servicios del banco emisor con el propósito de comprar bienes o servicios al comerciante; de ahí que la relación es interdependiente entre ambas partes¹³. En ese sentido, los servicios del emisor como los del adquirente no son un fin en si mismos *sino un “medio para pagar transacciones”*.

A pesar de esta diferencia en este tipo de mercados, existen autores (Renata B. Hesse, Joshua H. Soven, Erich Ernich y T. Scout Thompson; 2006) que argumentan que aun se pueden utilizar los métodos neoclásicos tradicionales para medir el mercado relevante dentro de los mismos; para el caso el ejercicio del “monopolista hipotético”. Lo que se debe hacer es determinar cuál es el efecto neto en la rentabilidad de la plataforma o red si ésta incrementara los precios para cualquiera de sus dos tipos de consumidores (tarjeta-habiente o comercio)¹⁴.

Adicionalmente, estos autores sugieren que la elevación de precios significativa y no transitoria impuesta en *cualquiera* de los dos tipos de consumidores del mercado no debería ser contrarrestada por una reducción en ingresos del otro lado del mercado, que hiciese entonces que el incremento en precios fuere no rentable. En otras palabras, el efecto neto debería ser opuesto a uno de suma cero.

¹³ El servicio de las tarjetas de crédito y el de las de débito también permite “retiros de efectivo” en cajeros llamados “ATMs”. Este servicio es más común que lo realicen los tarjeta-habientes de débito, sin embargo según estudios en otros países, como el de Jonathan Zinman, Debit or Credit, Dartmouth College, 2007, estiman que la sustitución del crédito por el débito ha ido creciendo en los últimos años y que la razón principal para escoger uno por el otro son los costos de usar el servicio mismo. De hecho los bancos en Honduras también consideran que las tarjetas de débito se usan como medio de pago aún y cuando mucha gente las use para sacar efectivo más de lo que usa las tarjetas de crédito.

¹⁴ Nótese que aquí el ejercicio del monopolista hipotético no se usa como el típico agente económico que vende y comercializa bienes y servicios para los consumidores, sino que en este caso éste es considerado como todo el sistema de pagos con tarjetas que vincula a ambos tipos de consumidores.

De ahí que la pregunta para definir el mercado producto es ¿Cuál es el mercado más grande posible en el cual un monopolista hipotético, operando una plataforma de dos lados, podría rentablemente imponer un precio significativo y no transitorio en (al menos) uno de los dos tipos de consumidores?

Para contestar esta pregunta, se debe considerar primero un factor determinante, y es que debido al hecho que los consumidores (cualquier tipo de consumidores) tienen la posibilidad de cambiar de proveedor del servicio o el producto, y esto **restringe** la capacidad de cualquier firma o empresa de imponer precios por encima del nivel competitivo o precios monopólicos; la definición del mercado relevante/producto descansa entonces en la determinación de **sustitutos disponibles**.

Asimismo vale preguntarse ¿Es este un sistema que en sí mismo genera el bienestar neto social? En cuyo caso no tendría sustitutos¹⁵. Originalmente cuando los sistemas cuatripartitos o abiertos de tarjetas nacieron en los 60s y 70s en Estados Unidos, eran un producto tan innovador como **medio de pago** que no tenían sustitutos cercanos, por lo que en ese entonces los bancos desarrollaron maneras de proveer el servicio eficientemente mediante acuerdos tales como la fijación de tasas de intercambio multilaterales y la regla de honrar todas las tarjetas (regla HAC por sus siglas en inglés) que permitieran la liquidación entre bancos de distintos Estados y garantizaran la aceptación de tarjetas emitidas por bancos que no eran Interestatales, y otras que incentivaran el uso de las tarjetas tal como la “regla de no sobre cargo” (no surcharge rule).

De la misma manera, esta práctica se esparció por todo el mundo generando un crecimiento increíble en la aceptación de las tarjetas de pago. Es así que hoy en día en pleno siglo XXI el dilema de “la gallina y el huevo”, en donde no se sabía si primero se requiere la aceptación de tarjetas para luego poder emitir las o viceversa; ya fue superado. Tal es así que ahora los bancos, incluso en países en vías de desarrollo como Honduras, prácticamente regalan las tarjetas para incentivar su uso, conociendo que estas son ampliamente aceptadas por los consumidores y los comerciantes al menos en las regiones más urbanizadas del país¹⁶. Actualmente los sistemas de tarjetas de pago son considerados un producto establecido como medio de pago y en constante crecimiento que debe competir con otros sistemas de pagos similares y alternativos.

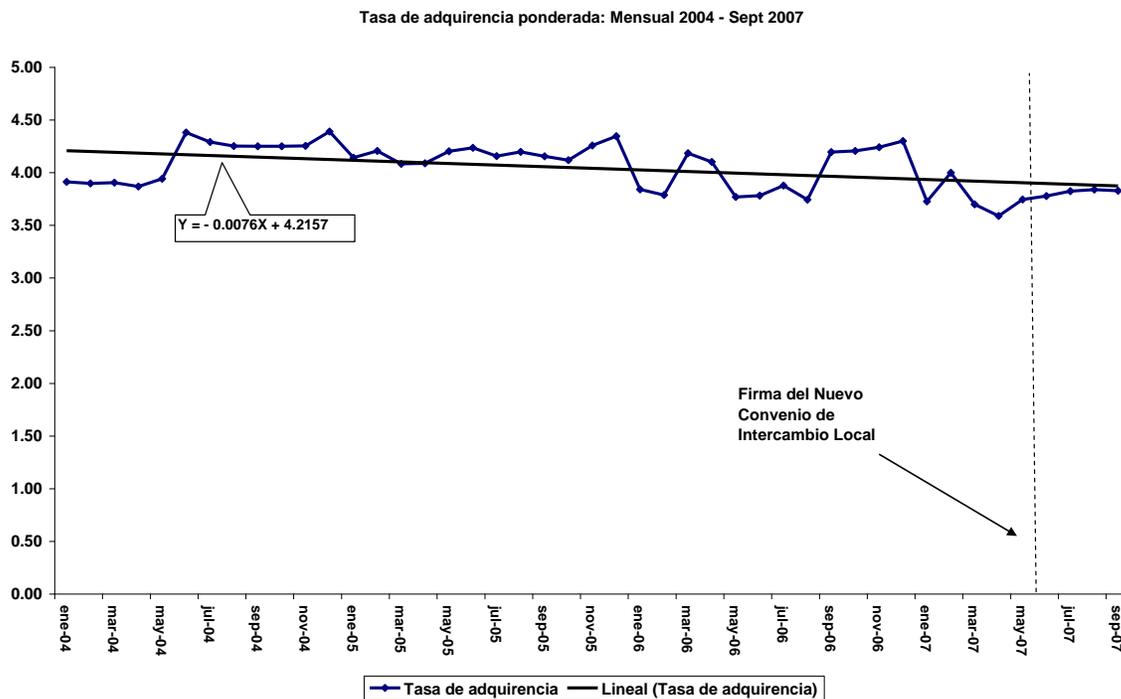
Resulta importante destacar que el incremento en el uso, y por lo consiguiente de la aceptación de tarjetas de pago, revela la presencia de externalidades, en donde

¹⁵ Un ejemplo clásico es el del nacimiento del tren a vapor y los ferrocarriles. Cuando este servicio nació a finales del siglo XIX, el sistema en sí mismo generaba un bienestar neto social por la diferenciación del mismo frente a otros como los animales de carga, los coches o el caminar humano. En otras palabras, no existían sustitutos cercanos de manera que el servicio de carga y/o transporte en masa fuese similar. Lo mismo pasa con el sistema de teléfonos en donde el telégrafo y el correo eran sustitutos muy pobres. Estos productos de red notablemente en un inicio tendían hacia el monopolio y no competían originalmente con otros productos de red.

¹⁶ Con la salvedad que algunas teorías consideran que según sea la demanda, es probable que se incentive más uno de los dos lados mediante mejores precios y/o beneficios con el propósito de que el otro lado se vuelva inelástico a los precios y por lo tanto el efecto neto sea el aumento de las transacciones del sistema.

ambos lados reciben un beneficio neto por participar en este mercado. De no ser así, no habría incentivos para participar en el mismo.

Bajo este contexto y de acuerdo a la información proporcionada por los bancos adquirentes, se observa que las tasas de adquirencia ponderadas en función de los montos facturados por categorías de comercio – las que pagan los comerciantes – han variado considerablemente según la época del año en que se calculen (se observan picos en los meses de diciembre de cada año) debido a que estas dependen de la facturación que se registra en las terminales de punto de ventas o POS y del número de comercios afiliados, entre otras cosas. La gráfica lineal de tendencia, muestra que al principio de la curva hay un cambio creciente pero que después existe un cambio muy pequeño decreciente al final de la misma. En general la ecuación indica que el cambio negativo o decreciente que ocurre en cada mes durante el periodo considerado tiende a cero o en otras palabras es muy pequeño (- 0.0076), y que a su vez la mayor parte de las observaciones se encuentran alrededor de 4.02% en promedio.¹⁷



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por los bancos adquirentes

Por otro lado, el número de transacciones vinculadas a tarjetas de pago así como los ingresos obtenidos por concepto de operaciones de emisión como de

¹⁷ Debido que uno de los bancos no proporcionó información específica y puntual sobre las tasas efectivas que este banco cobra a los comercios afiliados de todas las categorías, se hizo necesario realizar ajustes estadísticos y de estimación que permitieran obtener cálculos no sesgados. No obstante, los resultados pueden estar subestimados en vista que los datos no reflejan el comportamiento que se pudiese haber obtenido si se hubiera incluido en el análisis las tasas efectivas que este banco cobra a los comercios afiliados de todas las categorías.

adquirencia han aumentado significativamente como puede observarse en la siguiente tabla:

Facturación Interanual con Tarjetas de Pago

Año	Facturación (L.)	Variación Anual
2004	4,796,133,118.85	-
2005	8,892,742,615.04	85.41%
2006	21,660,904,145.62	143.58%
Sept - 2007	31,627,878,815.15	NA
Proyección 2007	43,953,438,733.98 ¹⁸	102.9%

Fuente: Elaboración propia, en base a datos proporcionados por los bancos adquirentes.

La teoría al respecto dice que este tipo de mercado en efecto puede aumentar los precios, bajarlos y/o mantenerlos constantes para cualquiera de sus demandantes y aumentar sus ingresos sin temor de perder clientes en cualquiera de las dos demandas, amparándose, (como se verá en los próximos capítulos) en la capacidad que tiene el sistema de influir sobre la elasticidad de la demanda de los dos distintos consumidores así como en los subsidios cruzados de consumidores fuera del sistema. El comportamiento de esta tasa se deriva del hecho que la estrategia seguida por los bancos hondureños gira principalmente alrededor de la emisión. La gran mayoría de los bancos solamente se dedican a emitir y proponer mejores ofertas y promociones para los tarjeta-habientes, mientras que son un menor número de bancos los que se dedican a afiliar comercios. Asimismo, como se verá mas adelante, son unos pocos comercios los que reciben mejor trato por parte de los bancos, debido a su poder de negociación principalmente basado en el volumen de ventas que generan. Ante esta situación cabría la pregunta ¿qué tienen que ver las tasas de adquirencia con los demás medios de pago, tal como el efectivo? Como veremos en las siguientes secciones, no se pueden desligar los efectos sobre el sistema de medios de pago sin primero tomar en cuenta las causas que los generan. Estas causas están principalmente relacionadas con la forma en que operan los sistemas de pagos con tarjeta y como estos se relacionan con los sistemas sustitutos.

Volviendo a la pregunta sobre si el bienestar neto social es generado por el mismo sistema de tarjetas de pago o no, queda claro que al existir sistemas de pagos alternativos tales como: otras redes de tarjetas, el efectivo y/o cheques, cualquier reducción en el uso de uno de ellos es contrarrestado por el incremento en el uso de otro, de tal manera que **el bienestar neto social se mantiene constante** puesto que tanto consumidores como comerciantes siempre necesitarán de los medios de pagos para transar productos¹⁹. Los representantes de los sistemas de medios de pago con tarjeta a menudo argumentan que el sistema debe ser protegido mediante sus mismas reglas (auto-regulación) para evitar la amenaza de

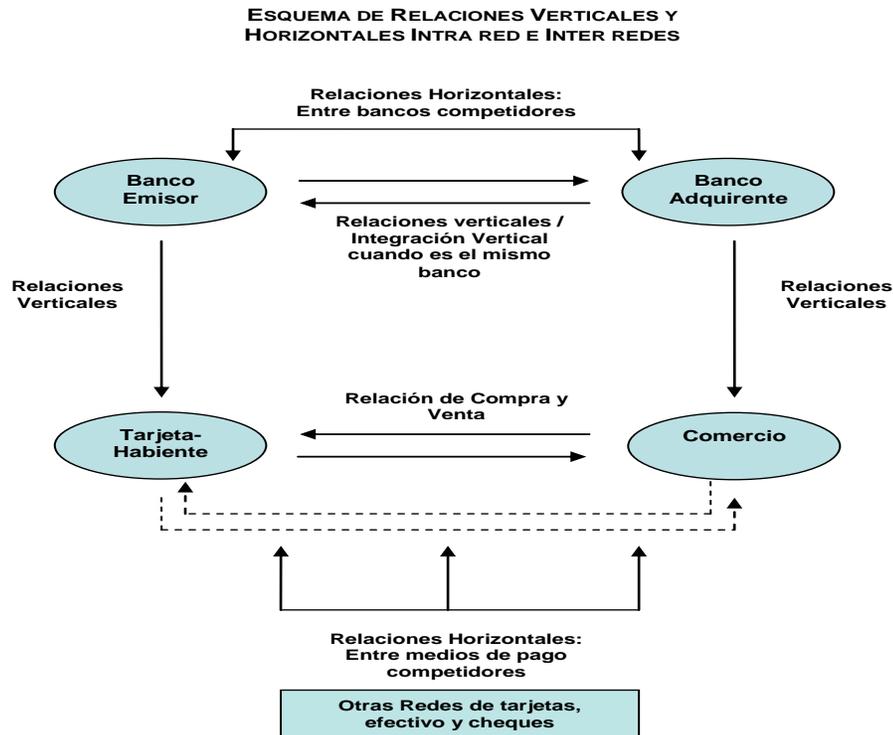
¹⁸ La facturación con tarjetas de pago en la actualidad representa un porcentaje importante respecto al PIB. Según datos preliminares del PIB que se consideren (cuentas nacionales anteriores o actuales), las transacciones con tarjetas oscilan en un rango ntre el 18.86% y 23.44% del PIB.

¹⁹ Dado cualquier número de transacciones en principio debería ser un juego de suma cero en donde los consumidores siempre necesitarán medios de pago. Entonces no es una proposición de "todo o nada" en cuanto al sistema de pago si no de ¿Qué sistema de pago se utiliza? Y esa respuesta debería ser contestada por el libre mercado.

la “reducción del valor de la red”, en otras palabras suscriben que el beneficio neto social se enmarca dentro de la misma red en sí. Sin embargo, como ya se explicó, esto no es así en un sistema de medios de pago con aceptación general y que enfrenta competencia de medios de pago sustitutos también de aceptación general, y por lo tanto este argumento para justificar el funcionamiento del sistema de tarjetas de pago no debe ser considerado como factor de eficiencia económica.

Con estas premisas, la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia define al mercado producto como **“El sistema de medios de pago”**, en vista que esta función es el propósito inherente al desarrollo tanto de las tarjetas de crédito como de las de débito, comprar y adquirir bienes o servicios a cambio de aceptar el medio de pago.²⁰

Adicionalmente, se rescata la naturaleza de las relaciones que se dan dentro del sistema de tarjetas de pago en donde convergen distintos actores y por lo tanto la competencia intra-sistema se puede dar en distintos niveles, no obstante dado que a priori deben existir sustitutos muy cercanos a este medio de pago, también existe competencia inter-sistemas entre medios de pago (ver esquema siguiente). Es precisamente esta característica del mencionado mercado producto la que permitirá encontrar relaciones tanto verticales como horizontales dentro del sistema de medios de pago con tarjeta, como horizontales con otros medios de pago sustitutos.



²⁰ Las tarjetas de crédito tienen un servicio adicional a las tarjetas de débito: sirven como instrumento para diferir el pago en el tiempo. No obstante en Honduras ambas tarjetas operan bajo la misma infraestructura y tecnología, convirtiéndolas, desde el punto de vista del consumidor y el comerciante al momento de realizar una compra o venta, como un mismo producto. Es por eso que para efectos de definir el mercado relevante no se realiza distinción alguna entre ambos tipos de tarjetas.

Estas relaciones verticales y horizontales además servirán mas adelante de apoyo y soporte para dilucidar ciertos resultados económicos en materia de competencia que derivan de las mismas.

2. Mercado Geográfico

La delimitación del mercado geográfico se realiza con el objetivo de conocer el área geográfica más pequeña a la cual los consumidores pudieran acudir por el producto relevante en el caso que un monopolista hipotético incurriera en una práctica de elevar significativamente los precios y de manera no transitoria. Esta explicación también implica que debería existir en teoría una oferta capaz de satisfacer la demanda del producto relevante ante dicha situación.

En función que el producto relevante quedó definido como “los sistemas de medios de pago”, el mercado geográfico para un consumidor cualquiera estaría determinado, entre otras cosas, por las condiciones que le brinda su entorno económico para utilizar cualquiera de los medios de pago existentes. Los medios de pagos considerados aquí son:

- El efectivo
- Los cheques
- Las tarjetas de pago de distintas redes

Si bien es cierto todos constituyen medios de pago de aceptación general, también tienen características que los distinguen entre si, especialmente las relacionadas a los costos transaccionales (cuando estos se pueden distinguir) y otros como la seguridad de su uso. No obstante, dadas las características de portabilidad de todos, **el mercado geográfico estaría definido como todo el territorio al que puedan acudir y en donde la aceptación del medio de pago exista²¹.**

Queda claro que en el caso específico de las tarjetas de pago, su uso dependerá de la existencia de dos consumidores distintos e interdependientes que sin embargo no precisamente implica que la transacción en si no sea llevada a cabo debido a la existencia de los sustitutos; *como se dijo antes: “los consumidores siempre necesitarán los medios pago”.*

Adicionalmente, se considera que un consumidor que posee tarjetas de pago es porque muy probable tenga y haya tenido acceso al efectivo en cualquier determinado momento. Esto implica que está en sus manos decidir qué medio de pago satisface las necesidades de la compra cualquiera que pretende realizar en un determinado momento. Por lo tanto, finalmente la determinación de cuál medio de pago utilizar dependerá de las necesidades del consumidor (en cualquier punto

²¹ Queda claro que los cheques no son tan manejables ni cómodos como el efectivo y las tarjetas de pago. Especialmente cuando se trata de compras relativamente pequeñas y medianas. En este sentido los medios de pago se vuelven relativamente menos sustituibles según las características de cada consumidor y de los bienes o servicios a adquirir.

determinado geográficamente) y no totalmente de las características del medio de pago²².

Dicho lo anterior y dada las características mencionadas, el ejercicio del monopolista hipotético en el mercado geográfico para este producto relevante está en función tanto de las características económicas del consumidor, del tipo de bien o servicio que desea adquirir y del lugar en donde se encuentra en ese preciso momento, por lo tanto no resulta una herramienta tan confiable, a diferencia que en el caso de la definición del mercado producto.

VI. ANÁLISIS DE POSICIÓN DE DOMINIO

La teoría especializada define a la posición de dominio como “aquella situación en la que una empresa tiene la posibilidad de actuar en un mercado, o tomar decisiones de forma independiente al resto de sus competidores, sin una capacidad de respuesta efectiva por parte de estos últimos”²³ El concepto de posición de dominio se ha manejado en la doctrina internacional como una noción funcional. El Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) señala que existe un supuesto de posición de dominio cuando “un grupo de empresas ocupa una posición dominante caracterizada por una situación de potencia económica que le da el poder de obstaculizar la competencia en el mercado”. Esto remite claramente a los mercados en los que existe una gran concentración, como el oligopolio que permite a unas pocas empresas controlar una cuota importante del mercado con lo que crean y gozan de condiciones en las que pueden dominar el mercado o realizar operaciones de una manera muy similar a la de un monopolista.

Cabe destacar que el hecho de ocupar esta posición dominante no es inaceptable en sí, ya que puede ser el resultado de la eficacia económica de la empresa. En cambio, si tal empresa aprovecha su poder para obstaculizar la competencia, ello constituye una práctica contraria a la competencia que se considera abusiva. Así pues, lo que es reprobable es el abuso de la posición dominante. La empresa en posición dominante podría intentar abusar de esta situación para aumentar sus ingresos y consolidar su influencia en el mercado, debilitando o expulsando del mercado a sus competidores u obstaculizando el acceso al mismo a nuevos competidores. Esta empresa podría actuar frente a los otros operadores del mercado de forma no equitativa, imponiendo, por ejemplo, precios de compra o venta exagerados o concediendo ventajas discriminatorias a algunos clientes con el fin de controlar su comportamiento.

Un concepto semejante es manejado por las autoridades de competencia en los Estados Unidos y Canadá, tal es el de “poder de mercado” que refiere a la

²² Aquí se asume lógicamente que un comercio cualquiera, sea afiliado o no a una red de tarjetas, también está dispuesto en todo momento a aceptar los demás medios de pago sustitutos.

²³ Cuevas Sarmiento, J. Alejandro. “La Posición de Dominio”. PROCOMPETENCIA. Venezuela.

capacidad de una empresa de controlar los precios del mercado (fijar sus precios por encima del nivel de competencia) o excluir competencia.

Bajo este contexto y a fin de establecer la existencia de competencia efectiva en el mercado, o determinar cuan concentrado están los segmentos del sistema de tarjetas como medio de pago (vale decir emisión y adquirencia), que conduzca a indicios de una posición dominante, se utilizará el Índice Herfindhal-Hirschman (HHI)²⁴ y la Razón de Concentración de Orden i (CRi)²⁵, evaluando las condiciones de competencia al interior de la red principal que opera en Honduras (i.e. Visa). Asimismo, se incorpora un breve análisis de la “Regla de No Sobre Cargo” como medida regulatoria que a priori incide en la generación de cierto poder de dominio en el sistema de medios de pago en relación a otros medios alternativos.

1. Determinación del Grado de Concentración y Posición de Dominio en Emisión y Adquirencia

Tal como se indicó anteriormente, el esquema que se está analizando es el “abierto” o cuatripartito, el cual es propio de las marcas Visa y Master Card. Para efectos de la investigación y tomando en cuenta la información proporcionada por los bancos que operan bajo la marca Visa, se consideraron los datos registrados por dichos bancos (en función de ciertas variables seleccionadas), como actores sujetos de la investigación, dado el origen de la misma como fuera apuntado previamente. Además, partiendo de la información suministrada en relación al stock de tarjetas emitidas (crédito y débito) para ambas marcas y para los diez bancos analizados, se tiene que la mayor proporción (82.4%) se registra en las tarjetas marca Visa, las cuales están concentradas en alrededor de cuatro bancos emisores (Banco Atlántida, BANPAIS, Aval Card y FICOHSA).

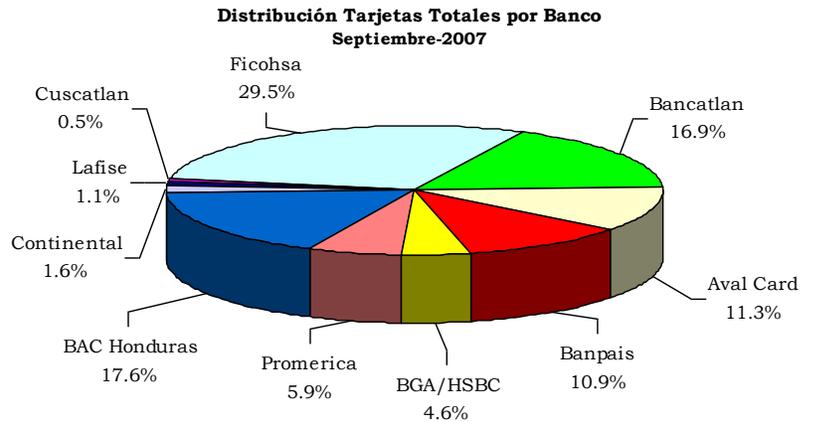
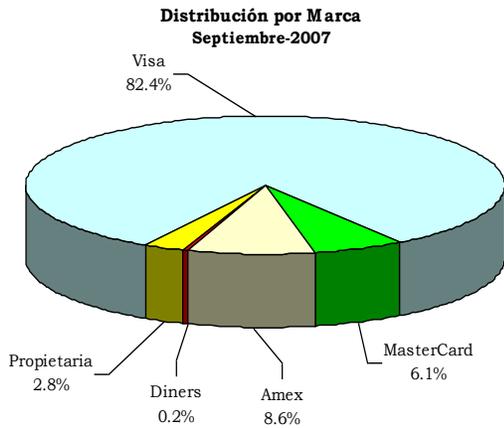
Stock de Tarjetas Crédito y Débito a Septiembre de 2007

Banco	Visa	MasterCard	Amex	Diners	Propietaria	Total	% Débito	% Crédito
1 Ficohsa	478,529	0	0	0	0	478,529	92.3	7.7
2 Bancatlan	248,529	7,285	0	0	19,093	274,907	77.5	22.5
3 Aval Card	183,366	0	0	0	0	183,366	n.d	100.0
4 Banpais	176,438	0	0	0	0	176,438	90.8	9.2
5 BGA/HSBC	74,014	0	0	0	0	74,014	86.6	13.4
6 Promerica	70,267	0	0	0	25,870	96,137	3.0	97.0
7 BAC Honduras	52,232	91,045	139,949	3,031	54	286,311	38.7	61.3
8 Continental	25,635	0	0	0	0	25,635	94.0	6.0
9 Lafise	18,313	0	0	0	0	18,313	51.2	48.8
10 Cuscatlan	8,822	0	0	0	0	8,822	60.3	39.7
Sub-Total	1,336,145	98,330	139,949	3,031	45,017	1,622,472	63.6	36.4

Fuente: Elaboración propia, con base a datos proporcionados por los bancos participantes.

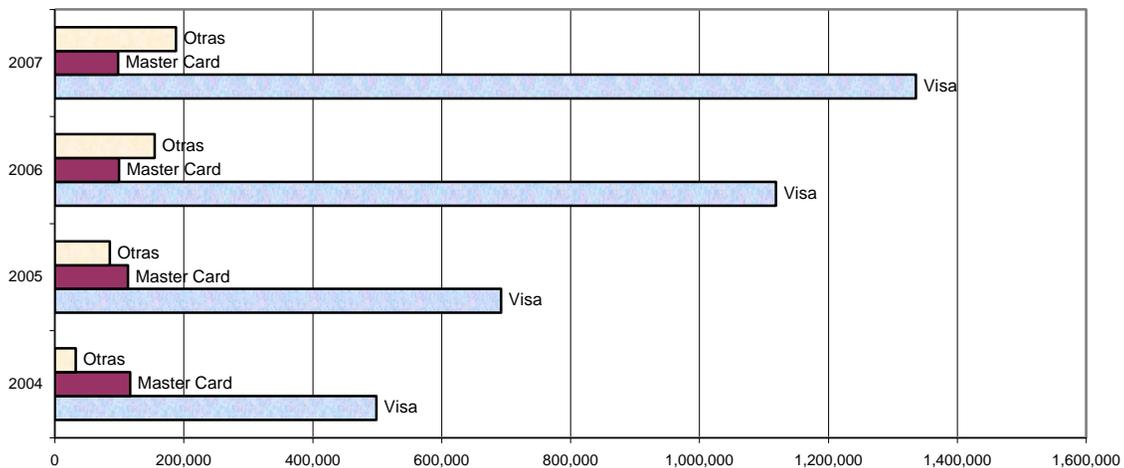
²⁴ Este Índice se calcula como la sumatoria de los cuadrados de las participaciones de mercado individuales de todos los participantes ($HHI = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2$, donde S_n = cuota del mercado de la empresa i).

²⁵ El CRi consiste en el porcentaje de aporte sobre el total de la empresa o empresas con mayor participación, conforme a su orden. De acuerdo a los estándares internacionales, para los índices CR1, CR2 y CR5, valores superiores a 33.3%, 50% y 66%, respectivamente, indican mercados altamente concentrados.



Cabe señalar, que en el caso de la marca Master Card, cerca del 93% está concentrado en un solo banco emisor, es decir BAC Honduras, además este Banco es el emisor exclusivo de otras marcas tales como American Express (AMEX) y Diners.

Stock de Tarjetas de Pago Emitidas por Marca



Para medir el nivel de concentración en estos segmentos del mercado, considerando los bancos pertenecientes a la precitada red²⁶, se realizó un cálculo del HHI de acuerdo a su función de emisión y adquirencia. Para el caso de la emisión, se consideraron los ingresos reportados por tasas de intercambio y cuotas de manejo (provenientes de los consumidores), que comprenden intereses por financiación, comisiones por retiro, membresías, seguros, cargos por servicios, entre otros; y con relación a la adquirencia, los cálculos se realizaron tomando en consideración los ingresos por tasas de adquirencia neta cobrada al comercio (sin incluir las tasas de intercambio).

²⁶ Del total de los diez bancos que pertenecen a la marca Visa, cinco son emisores y adquirentes a la vez y el resto solo trabajan como emisores.

INDICE HERFINDHAL HIRSCHMAN (HHI)				
EMISIÓN				
Participaciones ²				
Banco	2005	2006	Sept 2007	
1 BAC HONDURAS	1,455.0	1,304.6	995.3	
2 AVAL CARD	947.8	989.3	1,157.9	
3 PROMERICA	282.3	270.0	233.4	
4 BANCATLAN	35.7	38.1	32.5	
5 FICOHSA	13.5	8.8	14.8	
6 BGA/HSBC	7.8	15.5	29.6	
7 BANPAIS	1.3	2.2	5.7	
8 LAFISE	0.2	0.1	0.2	
9 CONTINENTAL	0.0	0.1	0.1	
10 CUSCATLAN	0.0	0.8	1.1	
Índice	2,743.6	2,629.5	2,470.6	

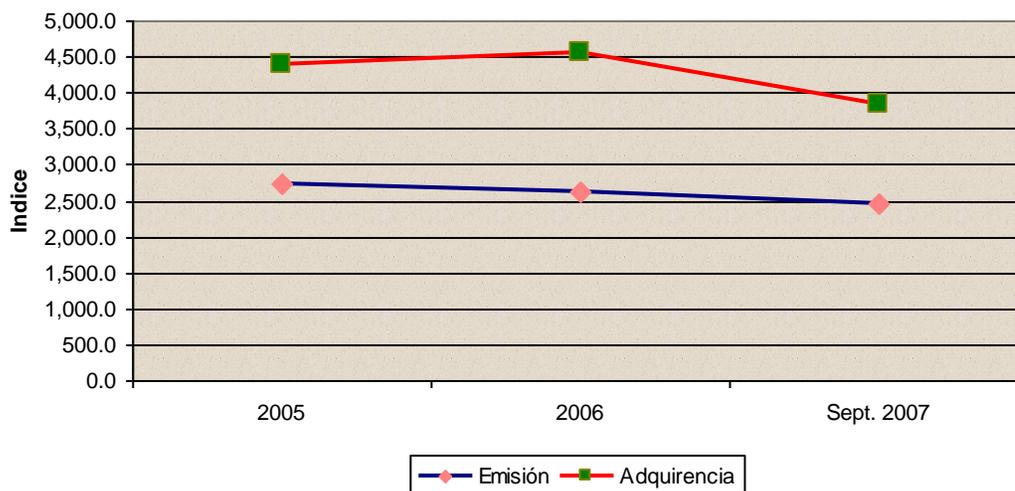
Fuente: Elaboración propia, con base a datos proporcionados por los bancos participantes marca Visa.

INDICE HERFINDHAL HIRSCHMAN (HHI)				
ADQUIRENCIA				
Participaciones ²				
Banco	2005	2006	Sept 2007	
1 HONDURAS	3,673.5	3,942.1	3,187.9	
2 AVAL CARD	601.0	531.1	510.7	
3 BANCATLAN	66.2	33.0	46.7	
4 PROMERICA	43.1	38.4	38.6	
5 CONTINENTAL	0.0	4.9	62.3	
6 BANPAIS	0.0	0.0	0.0	
7 FICOHSA	0.0	0.0	0.0	
8 LAFISE	0.0	0.0	0.0	
9 BGA/HSBC	0.0	0.0	0.0	
10 CUSCATLAN	0.0	0.0	0.0	
Índice	4,383.8	4,549.5	3,846.2	

Fuente: Elaboración propia, con base a datos proporcionados por los bancos participantes.

Los resultados sugieren que ambos tipos de negocio están altamente concentrados, sobrepasando los estándares internacionales establecidos para el Índice HHI²⁷, pero con un mayor peso en la adquierecia, dado que en este segmento solo participan cinco bancos, los cuales son emisores a la vez. En la gráfica es posible observar las elevadas concentraciones que se han registrado en ambos segmentos de este mercado, durante el período Enero/2005-Septiembre/2007 siendo notoria la brecha que denota que la adquierecia está mucho más concentrada que la emisión.

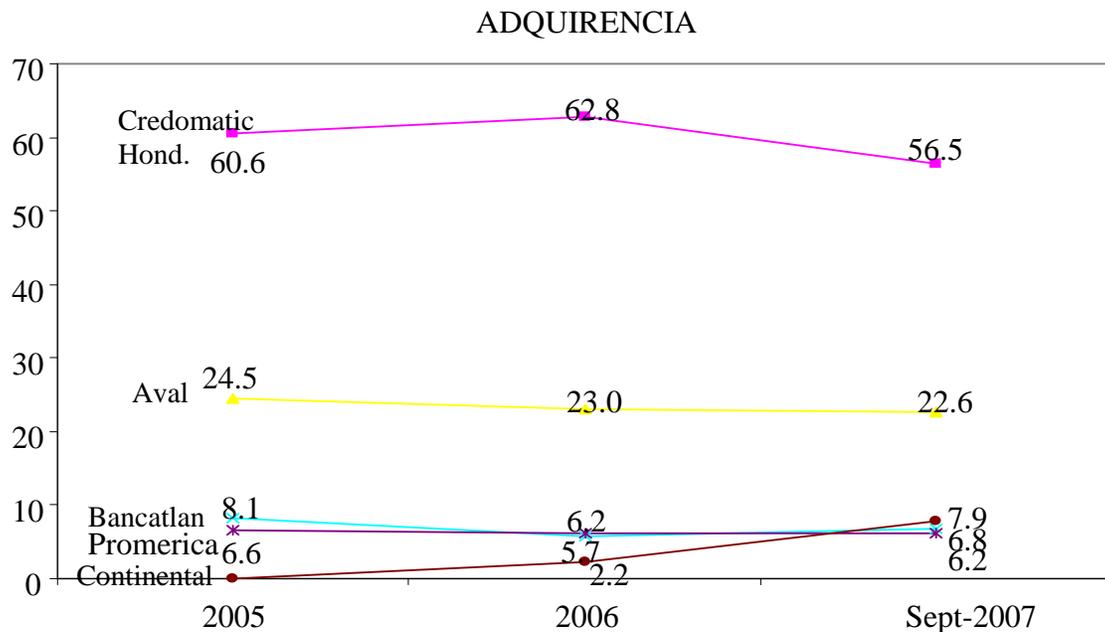
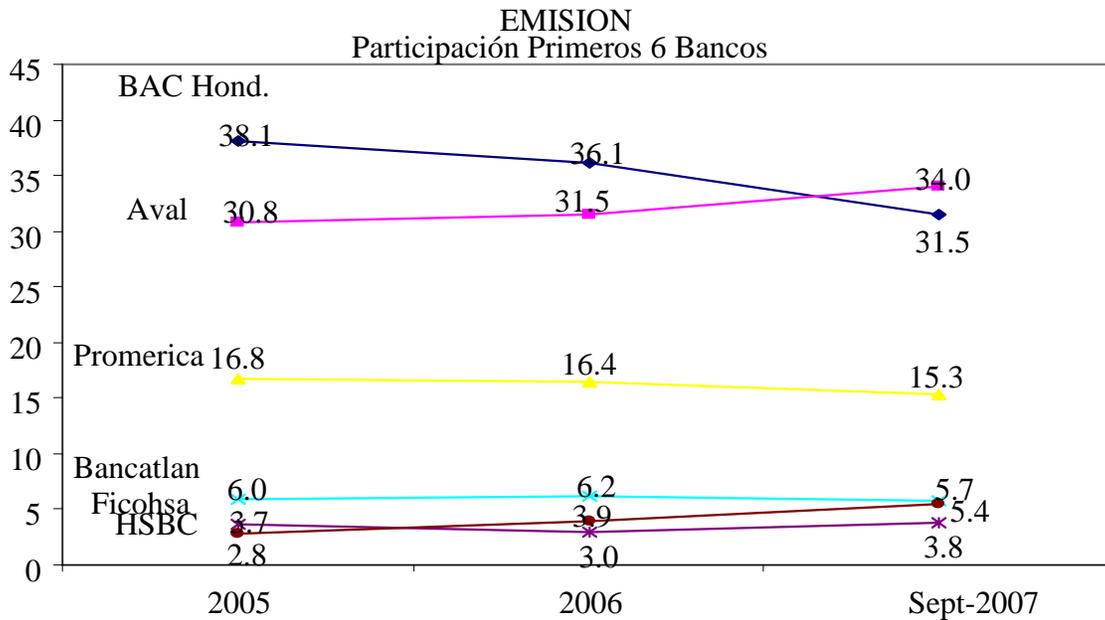
Concentración HHI: Emisión y Adquierecia



La gráfica anterior nos muestra una leve tendencia de disminución de la concentración en la Emisión, misma que se puede inferir que obedece a una

²⁷ Sobre una base de 10,000, el nivel de concentración se clasifica como sigue: un HHI menor a 1,000, se considera como baja concentración; entre 1,000 y 1,800 reporta concentración media; y mayor a 1,800 se toma como concentración alta.

participación más activa de BGA/HSBC, Ficohsa, Banpais y Banco Cuscatlán. Aún tomando en cuenta que los datos del año 2007 corresponden al mes de septiembre, lo que limita que en la Adquirencia se pueda realizar una comparación interanual que revele en mejor forma el cambio de comportamiento de la concentración en el período 2006-sept/2007, no se puede dejar de lado el crecimiento en la participación del Banco Continental en la adquirencia (pasó de 0% en 2005 a 7.9% en sept-2007) como un factor determinante en la disminución en la concentración de este segmento de mercado.



Considerando la Razón de Concentración de Orden i (CRI), se tiene que el segmento de la emisión está concentrado en dos bancos emisores (i.e. BAC

Honduras y Aval Card), con un CR2 promedio 2005-Sept/2007 equivalente a 67.3%, muy por arriba del límite mínimo establecido en los estándares internacionales (CR2=50%), en donde valores superiores a este porcentaje indican mercados concentrados. Considerando el CR1, es decir el banco emisor más fuerte, esta calificación recae sobre BAC Honduras, con un CR1=35.2% en promedio para el mismo periodo, superior al mínimo de 33.3% de acuerdo a los estándares internacionales.

Asimismo, en la adquirencia el CR2 promedio 2005-Sept/2007 representa el 83.35% para los mismos bancos mencionados en la emisión, indicando un mayor grado de concentración en este segmento, destacando Credomatic de Honduras el cual concentra la mayor proporción en adquirencia con un CR1=59.97% promedio para los últimos tres años.

Estos elevados grados de concentración en los segmentos de la emisión y adquirencia en el mercado de las tarjetas de pago y con mayor pronunciación en dos bancos (BAC Honduras/Credomatic de Honduras y Aval Card) que a la vez operan como emisores y adquirentes, revelan *a priori* una situación dominante de parte de los mismos, que pueden influenciar decididamente en el mercado, de tal forma que les derive en un poder de negociación de la tasa de intercambio e indirectamente de la tasa de adquirencia.

La tasa de intercambio que se deriva, tal como fuera apuntado, de los acuerdos o convenios multilaterales es un instrumento que permite el funcionamiento del mercado, y de hecho sin ella los sistemas de tarjetas abiertos difícilmente podrían ser viables. No obstante, el dilema es cuan óptima es esta tasa, donde desde el punto de vista social, la misma consiga ofrecer el máximo beneficio tanto al sector oferente como a comerciantes y tarjeta-habientes. Hay que recordar que bajo el nuevo “**Convenio Intercambio Local para Emisores Visa en la República de Honduras**”, suscrito en junio de 2007²⁸, aún cuando la comisión por adquirencia es de libre negociación con el comercio, como se verá mas adelante, **la tasa de intercambio representa un piso sobre el cual la comisión cobrada al comercio es negociada**. En esta etapa de fijación de la tasa de intercambio puede identificarse la existencia de un cierto “*poder de mercado*” tanto al interior de la emisión como de la adquirencia, como fuera señalado, por parte de dos bancos con participación notable en este mercado, que a la vez realizan ambos tipos de negocios, y que pueden incidir de manera determinante en la fijación de la tasa de intercambio y por consiguiente en la de adquirencia. Cabe mencionar que en Honduras los bancos adquirentes son emisores a la vez, aunque de acuerdo a lo manifestado por representantes de los bancos que operan ambos segmentos del mercado, los mismos funcionan como negocios separados.

²⁸ Anteriormente las redes o franquicias de tarjetas (i.e. Mastercard, Visa) fijaban individualmente la tasa que era aplicada por los miembros adquirentes a cada sistema en particular. Dicha fijación, consistía en la determinación del nivel de las comisiones y la tarifa de intercambio por la Junta Directiva de cada red. Usualmente el total de los ingresos por comisiones era asignado entre bancos emisores y adquirentes, donde el emisor recibía aproximadamente un 70% de los mismos y el adquirente el 30% restante.

De hecho, los efectos de este poder relativo son absorbidos al final por los dos tipos de consumidores (comerciantes y tarjeta-habientes). Al considerar los resultados de las entrevistas realizadas a los comercios afiliados²⁹, fue notoria la presencia de una situación de discriminación de dichos negocios, al cobrarse tasas de adquirencia diferenciadas dentro de una misma categoría de comercios y para un mismo banco adquirente, aunque con considerables diferencias entre comercios grandes y pequeños – la generalidad es que los comercios grandes paguen tasas más reducidas que los pequeños. Esta diferenciación de tasas obedece principalmente al mayor poder de negociación que ostentan los comercios fuertes frente al banco adquirente, no quedando claro que esta diferenciación de tasas responda estrictamente a economías de escala.

En tal sentido, la negociación de la tasa de adquirencia, que aún cuando sea libre, depende de la capacidad que al respecto tenga el negocio³⁰; brindando el adquirente claras ventajas a los establecimientos fuertes en cuanto a volumen de ventas, en detrimento de los negocios pequeños (limitándoles aún más la capacidad de competir con menores precios) o de aquellos que quieran incursionar en un determinado segmento del mercado.

2. Posición de Dominio en los Medios de Pago

De manera general, cabe destacar que el prominente ascenso que ha experimentado el uso de las tarjetas como medio de pago, en detrimento de los medios alternativos, ha derivado en que las redes o plataformas ensanchen su participación en el mercado con una rapidez muy notoria, trayendo como consecuencia cierta “predominancia de efectos de red” en función de los dos tipos de consumidores que corresponden a un mercado de dos lados, tal es el caso que se analiza. Como fuera señalado, ambos consumidores interactúan entre si o se retroalimentan (externalidad de red), y es a través de la plataforma, que al proporcionar el servicio de intermediación por los bancos emisores y adquirentes, se internaliza la externalidad, balanceando el sistema de pagos a través de la tasa de intercambio³¹.

Vinculado a lo anterior, un aspecto a considerar en este apartado y en el cual puede advertirse *a priori* una situación de “*posición de dominio*”, es lo que tiene que ver con el efecto de la imposición de la “Regla de No Sobre Cargo o de Discriminación de Precios”³² en el mercado de tarjetas de pago. Esta medida regulatoria está contemplada en la Ley de Tarjetas de Crédito (Decreto Legislativo No. 106-2006, publicada el 23 de octubre de 2006), en donde en su artículo No.

²⁹ Muestra de catorce comercios, tomando como referencia la categorización presentada en el Convenio vigente suscrito entre emisores. Dichos comercios fueron seleccionados conforme a su tamaño.

³⁰ En el caso de los comercios pequeños, la tasa de adquirencia ya viene establecida en el Contrato y deben aceptarla si quieren formar parte de la red de pago mediante tarjetas de crédito y débito. Las posibilidades de negociación son muy limitadas, derivado de su categoría de no cliente representativo.

³¹ Un análisis más detallado sobre esta tarifa se realiza en el capítulo VIII.

³² Un análisis más detallado sobre esta medida se desarrolla en el capítulo VIII.

44³³ establece claramente la prohibición a los establecimientos comerciales a aplicar recargos a los precios de los bienes y servicios para compensar las comisiones que deban pagarse a los emisores de tarjetas, así como adoptar prácticas discriminatorias al no pagar en efectivo.

Con esta Regla de No Sobrecargo se estimula el uso de las tarjetas para realizar las transacciones, dado que no hay incentivos (descuentos) por pagar en efectivo - como medio de pago sustituto más cercano en cuanto a su uso- ni señales de diferenciación por pagar con tarjetas. Al valorar el efecto de esta medida sobre el sistema de tarjetas como medio de pago, no puede descartarse la existencia de cierta “*posición dominante*” de parte del sistema mismo sobre los otros medios alternativos o sustitutos, afectando la capacidad de competir de parte de estos últimos al establecer un precio igual³⁴, independientemente del medio que se utilice para pagar, especialmente con el efectivo; dado que anteriormente se concedían descuentos lo que permitía a los comercios seleccionar la mejor opción en cuanto a qué medio de pago aceptar, tomando en consideración el que le resulte menos costoso, y al tarjeta-habiente poder discriminar sobre el medio de pago a usar al momento de pagar, en función de lo que le dejare un mejor excedente, contribuyendo a ello la información que le sea permitida obtener en cuanto a los beneficios que reditúan uno u otro medio de pago.

En general con esta medida lo que se persigue es mejorar la rentabilidad del negocio de la emisión y adquirencia, pudiéndose a priori inferir que, dado el ensanchamiento alcanzado por este medio de pago, podría inducir incrementos en los precios, sin generar una capacidad de respuesta suficiente de parte de los otros medios alternativos, de manera que contrarresten estos incrementos o que afecten las ganancias de las redes.

Finalmente, la expansión misma alcanzada por este sistema de pago, en donde han contribuido las facilidades que se han venido dando para otorgar una tarjeta de pago, así como la aplicación de la precitada medida regulatoria, ha derivado en que el mismo pueda considerarse como un “sistema establecido”. No aceptar por parte de algunos comercios este medio de pago estaría sentando las bases para una quiebra inminente, dado que los mismos se verían del todo imposibilitados a competir en un mundo cada vez más globalizado.

³³ “Artículo 44: Los establecimientos comerciales, no podrán aplicar recargos que encarezcan el precio de los bienes y servicios para compensar las comisiones que deban pagar a la sociedad emisora de la tarjeta de crédito. Asimismo, los establecimientos comerciales afiliados no podrán adoptar prácticas discriminatorias como consecuencia de la realización de pagos utilizando la tarjeta de crédito en vez de efectivo, particularmente los referidos a descuentos, ofertas y promociones...”

³⁴ Con esta medida se considera que los que no poseen una tarjeta de pago subsidian a los que si poseen una, precisamente por el hecho de pagar un mismo precio, independientemente del medio de pago a utilizar.

VII. BARRERAS DE ENTRADA

Un factor a tomar en consideración para establecer la competencia efectiva en un mercado determinado, es precisamente la capacidad de los competidores potenciales para ingresar a dicho mercado. Las barreras de entrada se refieren a una serie de factores que impiden la entrada de nuevas empresas en un sector de actividad, o son disuadidas para hacerlo, aún cuando las empresas ya instaladas obtengan beneficios extraordinarios. En forma más amplia, estas barreras son el resultado de la diferenciación de productos, de las ventajas absolutas de costo de las empresas instaladas y de las economías de escala.

El sector financiero, se caracteriza por una variedad de *posibles barreras de entrada*. Estas barreras pueden consistir en la aplicación de requisitos de red y de normalización a determinadas infraestructuras o derivarse del marco reglamentario o las prácticas bancarias. Desde el punto de vista de la política de competencia, las barreras de entrada relacionadas con las prácticas bancarias suscitan una especial preocupación; por ejemplo, las barreras de acceso a los sistemas de pago pueden deberse a un abuso de posición dominante (i.e. por parte de una red dominante) o a un comportamiento coordinado de operadores históricos para excluir a nuevos operadores.

En el caso hondureño, el sector bancario y particularmente el de tarjetas de pago, está regulado conforme a Ley por la Comisión Nacional de Bancos y Seguros. No obstante, en las instituciones autorizadas para prestar servicios de banca múltiple no existen limitantes para emitir tarjetas de crédito o de débito. Es decir, podría pensarse que hay barreras a la entrada en la medida en que existan restricciones para constituir un banco, pero no en el servicio de emisión de tarjetas como tal. Sin embargo, aunque la mayor parte de las instituciones de banca múltiple en Honduras emiten tarjetas de pago, no todas lo hacen con la misma intensidad³⁵, registrándose concentraciones en unos pocos emisores, lo que en teoría podría obedecer a economías de escala, considerando aspectos como eficiencia en costos, así como las múltiples ventajas que poseen las empresas ya establecidas, dado que manejan el mercado, en cuanto a marcas (diferenciación de tarjetas) y mantenimiento de un universo de consumidores, en los cuales inciden aspectos como preferencias, concesiones, publicidad, entre otros.

De allí que las barreras que puedan identificarse para el sector bancario, tanto para el negocio de la emisión como la adquirencia, podrían ser aplicables para los bancos que deseen incursionar este segmento del mercado financiero. Asimismo, de la investigación realizada, es posible deducir las siguientes barreras por el lado de los bancos y los establecimientos comerciales:

³⁵ Si diferenciamos entre los factores que podrían incidir para emitir una tarjeta de crédito, está el riesgo crediticio que acarrea prestar el servicio de financiación; entre tanto, las de débito son ofrecidas por las entidades bancarias como un producto adicional a los depósitos en cuentas de ahorro o corriente.

Para los Bancos:

- Requerimientos mínimos de capital de L.250 millones, en caso de ser una institución bancaria y L.40 millones para el establecimiento de una sociedad emisora de tarjetas. Cabe mencionar que para establecer una institución financiera, proveedora de servicios de tarjetas de crédito y débito, deberá estar respaldada por un banco, el cual estará regulado por la Ley del Sistema Financiero.
- Permisos de operación otorgados por la Comisión Nacional de Bancos y Seguros, así como de la marca de tarjeta que pretenda comercializar.
- Mayor poder de negociación de los bancos adquirentes mejor posicionados en el mercado y con mayor experiencia en el manejo de este segmento (BAC-Honduras/Credomatic de Honduras y Aval Card), en detrimento de los adquirentes con menor participación, en cuanto a afiliar establecimientos comerciales más grandes (respecto a volumen de ventas), con tasas más reducidas, incidiendo en los márgenes de negociación de tasas de adquirencia más competitivas, desincentivando el ingreso de nuevos competidores a este segmento del mercado.

Para los Comercios:

- Poder de negociación de la tasa de adquirencia por parte de los comercios afiliados, proporcionando claras ventajas a los comercios grandes (en cuanto a volúmenes de venta), en detrimento de los pequeños, limitando su capacidad de competir con mejores precios, dada la existencia de una situación de discriminación de negocios, desincentivando por lo tanto el ingreso de competidores potenciales a este segmento del mercado.
- El ensanchamiento alcanzado por el sistema de tarjetas de pago, lo que ha derivado en “casi una obligación” de aceptación por parte de los comercios afiliados, si es que quieren seguir compitiendo y mantenerse en el mercado.
- La introducción de la regla de no sobre cargar precios ni otorgar descuentos limita a los comercios la opción de poder elegir el medio de pago que le sea menos costoso y que le genere una mayor rentabilidad, limitando con ello la competencia entre medios de pago y entre comercios, lo que desincentivaría el ingreso de competidores potenciales.

VIII. VALORACIÓN DE POSIBLES RESTRICCIONES A LA LIBRE COMPETENCIA EN EL SISTEMA DE TARJETAS DE PAGO

Además de que con anterioridad se mencionaron algunos indicios relacionados con efectos restrictivos a la libre competencia, en especial derivados de una situación de posición de dominio en el sistema de tarjetas, tanto a lo interno del mismo sistema como entre sistemas de medios de pago, en este capítulo se hace una valoración en forma más amplia sobre posibles restricciones a la libre competencia como producto de la aplicación de la Tasa de Intercambio Bancaria acordada mediante Convenio, y de la Regla de No Sobre Cargo.

1. Tasa de Intercambio Bancaria y el Convenio

En muchos países, la tasa de intercambio ha sido objeto de debate por parte de las instituciones de competencia, bancos centrales e incluso de los actores involucrados dentro de la misma plataforma tales como los comercios afiliados, desde hace muchos años, pero especialmente en el presente milenio en que las transacciones de pagos con tarjetas están representando un porcentaje bastante significativo y han aumentado a un ritmo acelerado dentro de las distintas economías de los países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo.

Se estima que la tasa de intercambio originalmente nació en Estados Unidos en 1971 dentro del esquema de tarjetas abierto o multibancario, inicialmente con el *objetivo de cubrir los costos de emitir tarjetas, el fraude y el período de gracia*³⁶. A diferencia de las redes de tarjetas cerradas tal como American Express donde no existe tal tasa debido a que las redes se encargan de las operaciones de emisión y adquirencia por completo, la tasa de intercambio en conjunto con una serie de reglas propias de este sistema (regla de no sobre cargo, regla de aceptar todas las tarjetas, y otras) se han convertido en el motor de esta industria.³⁷

A medida que se fue desarrollando el mercado y el conocimiento sobre la interdependencia del mercado de dos lados, los emisores se dieron cuenta que las tasas de intercambio fundamentalmente servirían para dos cosas: asegurar que los participantes de la red recuperaran sus costos de emisión y también para coordinar las actividades entre bancos que emiten tarjetas y bancos que adquieren comercios e influenciar sobre la elasticidad de la demanda, ya fuera de los tarjeta-habientes o de los comercios. Estas acciones se traducirían en dos resultados posibles: (i) que al menos se recuperasen los costos de emisión, y (ii) que se maximice el valor de la red para sus participantes.³⁸

Estudios recientes, como el realizado por Diamond Management and Technologies Consultants (2007), arrojan resultados que indican que la tasa de intercambio ha mutado en los últimos años de manera que ya no solo funciona para cubrir los costos de la red si no para cubrir especialmente los programas de lealtad y premios por el uso de tarjetas. Ese mismo estudio estima que el 44% del valor de la tasa de intercambio promedio en Estados Unidos está dedicado a financiar los programas de lealtad y premios de la industria. Solamente el 13% del valor de la tasa de intercambio es necesario para cubrir los costos directamente asociados a la misma, lo cual ha generado gran debate sobre el propósito de esta tasa³⁹.

³⁶ Recuérdese que la tarjeta de débito no conlleva un período de flote (diferir el pago) puesto que supone un débito automático a la cuenta del tarjeta-habiente.

³⁷ En Estados Unidos, solamente durante 2006, los comercios americanos pagaron a los bancos un total de US\$ 57 billones para aceptar tarjetas. Más que toda la industria de biotécnica, la industria de la música, la industria del microchip, la industria de los juegos electrónicos, las ventas para las películas de Hollywood y otras inversiones a nivel mundial. Ver Nilson Report, Issue 877 (April, 2007)

³⁸ M. Hunt, Robert; An Introduction to the Economics of Payment Card Networks

³⁹ De hecho, las tarifas de intercambio medias ponderadas en Estados Unidos han ido en aumento, considerando el periodo 1990 -2002; asimismo los programas de lealtad y las promociones de tarjetas. (Weiner, 2005).

Los bancos miembros de las asociaciones de tarjetas (tales como Visa y Mastercard) establecen las tasas de intercambio de forma multilateral entre ellos y argumentan que sirven para distribuir los costos que conllevan el funcionamiento de la plataforma entre bancos adquirentes y bancos emisores. Por lo tanto las asociaciones de tarjetas consideran que las tasas de intercambio en nada afectan finalmente a los comercios que se afilian a la red o más aún a los tarjeta-habientes que hacen uso de ellas.

En Honduras, al igual que en la mayoría de los países, las tasas de intercambio – como ya se expuso anteriormente - son establecidas mediante un **convenio** suscrito por los bancos miembros de las marcas de tarjetas de Visa o Mastercard.⁴⁰ La tasa específica en Honduras tanto para la marca VISA como Master Card es llamada “tarifa de reembolso al emisor” y se fundamenta en el “principio de buena fe que priva entre los emisores de tarjetas locales o nacionales”⁴¹. Esta tasa actualmente es determinada en una cantidad porcentual para todas las transacciones o ventas totales (incluyendo impuestos, propinas y otros cargos) de acuerdo a las categorías de comercios según la tabla siguiente:

Correlativo	Categoría de Comercio	MCCs*	Tasa de Reembolso al Emisor (Intercambio)
1	Instituciones Sin fines de Lucro	8398	0.50%
2	Pagos Transacciones Gobierno	9399	
3	Pago de Impuestos	9311	
4	Gasolineras	5541	0.60%
5	Gasolineras –Pago en Bombas	5542	0.75%
6	Escuelas Primarias y Secundarias	8211	
7	Colegios y Universidades	8220	
8	Escuelas por Correspondencia	8241	
9	Escuelas Vocacionales	8249	
10	Servicios de Escuelas y Educación	8299	
11	Supermercados	5411	1.75%
12	Comidas Rápidas	5814	2.00%
13	Bienes Inmuebles	6513	
14	Teatros de Películas	7832	2.15%
15	Venta de Seguros y Aseguradoras	6300	
16	Franquicias Internacionales o Nacionales de Comida	5972	2.45%
17	Ferreterías	5251	
18	Bodegas de Suministros de Hogar	5200	
19	Bodegas de Materiales de Construcción	5211	
20	Farmacias	5912	
21	Hospitales	8062	
22	Clínicas y Servicios Médicos Especializados	8011	
23	Laboratorios Médicos y Dentales	8071	
24	Dentistas y Ortodoncistas	8021	
25	Optometristas y Oftalmólogos	8042	
26	Osteólogos	8031	
27	Quiroprácticos	8041	
28	Quiropodistas, Podólogos	8049	
29	Servicios Médicos y Practicantes	8099	

⁴⁰ En México por ejemplo son acordados mediante convenio de la Asociación de Bancos Mexicanos, en Colombia, Australia, Canadá, EUA, Dinamarca, Reino Unido España y otros son establecidas colectivamente también por los miembros de las redes o mejor dicho los bancos. Es importante mencionar que en algunos de estos países si bien la tasa es fijada colectivamente, ésta es supervisada por la regulación de competencia o los bancos centrales de cada país. También es necesario distinguir que para algunos países las tasas de intercambio de Visa y Mastercard son fijadas distintamente, por ejemplo en EUA, Master Card es quien fija las tasas de intercambio y no los bancos miembros de la red.

⁴¹ El entrecorillado es nuestro. Este principio es mencionado en el Convenio que los bancos firman para establecer la Tasa de Intercambio.

Correlativo	Categoría de Comercio	MCCs*	Tasa de Reembolso al Emisor (Intercambio)
30	Tiendas por Departamentos	5311	2.80%
31	Hoteles	7011	
32	Líneas Aéreas	4511	
33	Alquiler Automóviles	7512	
34	Alquiler Camiones	7513	
35	Agencias de Viaje	4722	
36	Casinos	7995	4.00%
37	Todo lo demás		3.37%

* Categoría de Código de Comerciantes

Fuente: Convenio suscrito por los bancos emisores de tarjetas en Honduras

Vale mencionar que en este convenio solamente aparecen 36 categorías de comercio con nueve tasas diferenciadas, cuando según la información proporcionada por los bancos adquirentes, existen aproximadamente unas 190 categorías de comercio con afiliación en Honduras; lo cual indica que al menos 154 categorías de comercio son cobradas con el 3.37% pactado.

En esta sección se tratará de valorar los efectos que sobre la competencia podrían derivarse de la aplicación de la tasa de intercambio establecida en el mencionado Convenio, a fin de poder determinar a priori si existen suficientes indicios de que el mecanismo mediante el cual se establece dicha tasa deriva en una restricción a la competencia, a tenor de lo establecido en el artículo 5, numeral 1) de la LDPC.

1.1 Análisis de Competencia

El sistema de tarjetas de pago hondureño, al igual que en la mayoría de países, funciona de la siguiente manera: En cada transacción doméstica de tarjeta de crédito o de débito el adquirente con quien el comercio afiliado ha entrado en un contrato de adquirencia, le paga al emisor la tasa de intercambio o de reembolso al emisor en forma de un porcentaje del precio pagado en la transacción. En consecuencia, el nivel de dicha tasa tiene un efecto en el nivel de la tasa de adquirencia que el comerciante finalmente le paga al banco adquirente.

Por otro lado, la tasa de intercambio o de reembolso al emisor es parte de los ingresos percibidos por los bancos emisores. Es así que el nivel de la tasa de intercambio influye también en la porción de los costos que deben ser cubiertos por las comisiones que pagan los tarjeta-habientes⁴². En estricto sentido, suponiendo que la tasa de intercambio solamente cubre costos tal como los mencionados anteriormente (emisión, fraude, periodo de flote), al ser más alta la tasa y al aumentar el número de transacciones con tarjetas, menores deberían ser los costos cubiertos por los tarjeta-habientes.

En teoría, el precio más relevante para los adquirentes debe ser el nivel de la tasa de intercambio puesto que influye finalmente en el nivel de la tarifa que cobrará al

⁴² Esto es porque partiendo del supuesto que la tarifa de intercambio funciona también para recuperar costos de emisión, el nivel de ésta influye en los precios que los tarjeta habientes pagaran en forma de comisiones o membresías y otras, según sea que la tasa de intercambio es más alta o más baja.

comercio afiliado⁴³. Al ser más alta la tasa de intercambio, menor es el margen de negociación que queda para poder ofrecer una tasa de adquirencia competitiva, considerando que existen emisores que también son adquirentes con poder de mercado sustancial. **En tal sentido, esta Comisión de Competencia considera que la tasa de intercambio establece el piso a partir del cual se cobra la tasa de adquirencia o descuento.**

Ingresos por la Emisión de Tarjetas	
Tarjetas de Crédito	Tarjetas de Débito
Intereses	Reposición de Tarjeta
Comisión de Seguros	Comisión por Retiro
Comisión de Membresía	<i>Comisión de Intercambio</i>
Comisión por adelanto de Efectivo	
Morosidad	
Reposición	
Promoción	
Otros Ingresos	
<i>Comisión de Intercambio</i>	

Como se mencionó, la tasa de intercambio también influye el margen disponible para establecer precios del lado de los tarjeta-habientes, aunque en la dirección opuesta. Tiene una relevancia directa en la porción de costos que deben ser cubiertos por los tarjeta-habientes. En la actualidad los ingresos por concepto de la tasa de intercambio de los bancos emisores en Honduras dan cuenta de un 1/5 aproximadamente del total de ingresos de este negocio⁴⁴. Esta relación puede variar si se enmarca dentro del negocio de tarjetas de crédito o de débito y por lo tanto aquí influye la fortaleza de cada banco en tal o cual negocio. Aun así, el ingreso por este concepto generalmente es el segundo o tercer ingreso más importante en cuanto a su monto para los bancos emisores de tarjetas.

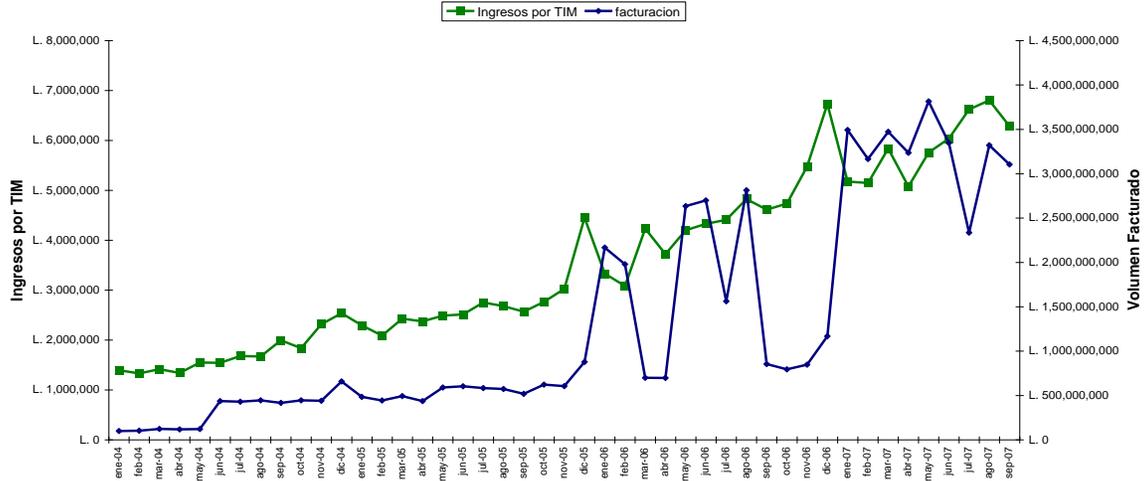
En efecto, a medida que aumentan las transacciones realizadas con tarjetas de pago asimismo aumentarán los ingresos por concepto de la tasa de intercambio toda vez que ésta representa un porcentaje de la transacción realizada. De hecho la correlación entre ambos datos varía entre 81.2% y 93.8% según la cantidad de datos que se incluyan en el análisis⁴⁵. Aun así esta correlación es muy significativa.

⁴³ Por lo tanto esto influye en su capacidad de ofrecer las condiciones o niveles de ésta al comerciante.

⁴⁴ Cálculo propio. Para este calculo se excluyen los datos de los 3 mayores bancos emisores de tarjetas de crédito, aunque el resultado con ellos incluidos se mantiene cercano al indicado.

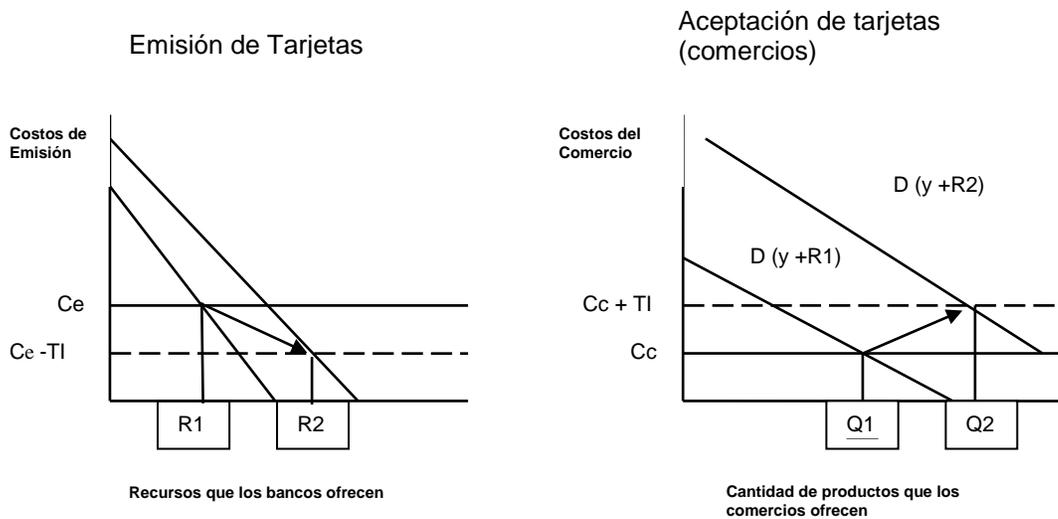
⁴⁵ Uno de los bancos no precisó la información sobre ingresos por concepto de TIM, de forma que si se correlacionan los ingresos de TIM de todos los bancos con las facturaciones totales de estos bancos, la correlación es de 93.8%; sin embargo si se correlaciona los ingresos por TIM de los bancos exceptuando al que no dio la información, con las facturaciones de todos los bancos –incluyendo al banco que no proporcionó los ingresos por concepto de TIM – la correlación es de 81.2%. En todo caso, la correlación de 93.8% es menos sesgada.

Comportamiento de Ingresos por TIM versus comportamiento de Facturación:
Mensual 2004 - Sept. 2007



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por bancos emisores y bancos adquirentes.

Cabe señalar que dada la naturaleza del funcionamiento de este mercado, existen numerosos estudios que avalan los acuerdos multilaterales, puesto que los consideran más eficientes que acuerdos bilaterales, el cual es la otra alternativa. Algunos autores sostienen que en teoría, el sistema podría funcionar sin una tasa de intercambio, pero que esto redundaría en una escala de operaciones y competitividad reducida, ya que los tarjeta-habientes tendrían acceso a una red de comerciantes más pequeña y los comerciantes a un número menor de titulares de tarjetas (Rochet y Tirole, 2003) (ver siguientes gráficos).



La TI incentiva la asignación de más recursos [de $D(y + R1)$ a $D(y + R2)$] a disponibilidad de los consumidores, lo que a su vez incentiva más disponibilidad de productos a la venta por parte de los comercios (de $Q1$ a $Q2$). En este modelo, la tarifa de intercambio reduce los costos de emisión de los bancos e incentiva mayores ventas para los comercios o compras para los consumidores o tarjeta habientes.

Este enfoque, como se deduce, trata sobre el otorgamiento de incentivos a los bancos emisores para que sigan emitiendo tarjetas.⁴⁶

Por otro lado, un enfoque distinto sostiene que las ganancias de red son generadas por cada participante en la medida de las actividades de promoción que cada uno realice. Lo anterior indicaría que la distribución de ganancias las puede hacer el mercado mediante la competencia en los distintos mercados y sin necesidad de intervención de un acuerdo conjunto entre los bancos para distribuir esas ganancias⁴⁷. En esto se basaría el argumento que sostienen muchas autoridades de competencia de que las tasas de intercambio únicamente deben servir para recuperar el costo del servicio y no para distribuir ganancias de red⁴⁸.

En general, se considera que **la tasa “multilateral de intercambio” evita negociaciones bilaterales que podrían generar trato discriminatorio y barreras a la competencia de nuevos entrantes. Asimismo, esta tasa multilateral reduce los costos de la operatividad del sistema y en teoría todos los bancos reciben el mismo trato**, justificando con ello su carácter multilateral.

La fijación contenida en el Convenio de Intercambio Local para Emisores Visa en la República de Honduras”, suscrito el 27 de junio de 2007 por los bancos participantes de la red VISA, corresponde a la fijación de la tasa de reembolso al emisor (tasa de intercambio multilateral) y no a la fijación de las tasas de adquirencia finales a cobrarse a los comercios; mismas que en términos prácticos vendrían a equivaler al “precio” o la “tarifa” que los competidores (los bancos adquirentes) ofertan sus servicios a los consumidores (los comercios) en el segmento de mercado donde compiten (la adquirencia). Como ya se ha reiterado, lo que el Convenio establece es la tasa de intercambio, misma que por su carácter transaccional se refleja en la tasa de adquirencia como un componente de costo que es considerado como un piso a partir del cual cada banco adquirente fija individualmente la tasa de adquirencia o descuento a cobrar a cada uno de sus comercios afiliados. En tal sentido, la fijación de la tasa de intercambio establecida en el mencionado convenio, no puede considerarse constitutiva de suficientes indicios de que se trate de una práctica restrictiva, según lo prescrito en el artículo 5, numeral 1) de la Ley.

Por otra parte, debido a la característica de la tasa de intercambio de influir tanto en el mercado de tarjeta-habientes como en el lado de comerciantes, las autoridades de competencia consideran que la misma *debe al menos ser competitiva y permitir que los agentes, tanto pequeños como con poder de mercado, puedan competir libremente sin la necesidad que existan subsidios cruzados de unos a otros, sean estos bancos, comercios o tarjeta-habientes de*

⁴⁶ No obstante, consideramos que cuando el dilema del “huevo y la gallina” ha sido superado, los incentivos no necesariamente vienen por el nivel de la tarifa de intercambio

⁴⁷ Cabe mencionar que NO existe un mecanismo para determinar las tarifas de intercambio que sea aceptado a nivel internacional.

⁴⁸ Hernández Carlos Romero; Aspectos Relevantes de la reglas de los sistemas de tarjetas bancarias; Junio, 2004.

crédito o débito e incluso aquellos que no poseen tarjetas. A este respecto, en el caso del **convenio** recién firmado entre los bancos emisores de Honduras en junio de 2007, se tiene el problema de su falta de transparencia en la segmentación de las categorías de comercios y en el cálculo de las nuevas tasas de intercambio pactadas, que si bien se podría analizar si este cálculo debería o no ser público, al menos el ente regulador o la autoridad de competencia deberían conocer los elementos precisos que lo fundamentan.

Anteriormente como ya se explicó, las tasas de adquirencia desde los años 90s eran compuestas por un 70% para el emisor y un 30% para el adquirente, pero en el nuevo convenio se tomaron treinta seis categorías de comercio a las cuales se les asignaron las tasas más bajas y diferenciadas dejando a más de ciento cincuenta categorías restantes con un 3.37% de tasa de intercambio. Resultaría interesante conocer la composición de esta nueva tasa, dado que según análisis de esta Comisión pareciera ser que los bancos tomaron las tasas de adquirencia históricas de los bancos adquirentes, obtuvieron su media aritmética y a partir de ahí calcularon un 70% para la tasa de intercambio asegurándose así –arropados por la existencia del no sobre cargo en la nueva Ley unos ingresos fijos que si bien ahora dejan a la tasa de adquirencia libre, el piso es estático y basado probablemente en un cálculo histórico y no en costos.

Usando los datos provistos por los bancos, esta Comisión calculó las tasas de intercambio a partir de las medias aritméticas de las tasas de adquirencia de mercado, cuyas características estadísticas se observan en el siguiente cuadro. Se observa claramente que “la moda” para las categorías que no están dentro del actual convenio es un 3.36%, lo cual es muy similar al 3.37% que los bancos emisores acordaron. Si bien los datos proporcionados no fueron los precisos especialmente por parte de uno de los bancos, el hecho que los cálculos arrojaran este resultado tan parecido genera indicios que los bancos hayan acordado un piso de 3.37% sencillamente porque era el porcentaje que más se repetía entre las categorías de comercios que no pertenecieran a las treinta y seis privilegiadas y basado en un cálculo usando datos históricos.⁴⁹

Estadística Descriptiva	
Media	3.0510
Error típico	0.0525
Mediana	3.3040
Moda	3.3600
Desviación estándar	0.7255
Varianza de la muestra	0.5264
Curtosis	7.8307
Coefficiente de asimetría	-2.5676
Rango	4.2000
Mínimo	0.0000
Máximo	4.2000

⁴⁹ El alto nivel de concentración medido por el Curtosis no es alarmante dado que de hecho el propósito del convenio es el de *fijar* las tarifas de intercambio.

Por otro lado, existe un argumento que de no existir la tasa de intercambio multilateral los comercios tendrían que tener la misma cantidad de POS como bancos emisores existen. Para el caso, si no existiera la tasa de intercambio multilateral en Honduras los comercios que aceptan tarjetas deberían tener aproximadamente diez o más POS⁵⁰. Esto de hecho carece de validez si se considera que lo que permite la aceptación de las tarjetas de todos los bancos es la “Regla de Honrar todas la Tarjetas”⁵¹, la cual también existe de facto en los POS tanto VISA como Master Card en Honduras. De manera que este argumento para justificar la Tasa de Intercambio queda fuera de consideración para el presente análisis.⁵²

Dicho lo anterior, la tasa de intercambio multilateral o de reembolso al emisor – **esencia del convenio suscrito** - es considerada como un instrumento entre agentes económicos (bancos emisores) que compiten a nivel interno de un mercado, sirviéndoles para balancear costos y/o ganancias entre las partes participantes, y facilitando el control de la elasticidad de la demanda de ambos consumidores (comercios afiliados y tarjeta-habientes), derivando su carácter multilateral y su contribución al funcionamiento del sistema abierto de tarjetas. Por lo tanto, dado que dicha tasa multilateral permite ese balance e influye en las elasticidades de ambos consumidores, la misma debería ser sujeta de un análisis más exhaustivo en cuanto a su cuantificación.

1.2 Discriminación Vertical

Tal como fue apuntado anteriormente, otra situación de competencia que se da en el establecimiento de la tasa de intercambio multilateral en el caso de Honduras es que, a pesar que la misma se hace por categoría de comercios, un factor que los bancos adquirentes consideran es el volumen de ventas de cada comercio, lo cual discrimina contra los comercios pequeños e irónicamente lo que hace es desincentivar el uso y la aceptación de tarjetas en el corto plazo, dado que muchos comercios que tienen la intención de aceptar tarjetas no lo hacen debido a que la tasa de adquirencia cobrada resulta muy alta en función de los márgenes de ganancia que aspiran.

Es interesante como algunos bancos en Honduras, conociendo la tasa de intercambio por categoría de comercio, ofrecen tasas de adquirencia menores a comercios de la misma categoría, generando así una discriminación vertical aguas abajo. Si la tasa de adquirencia es porcentual por cada transacción por qué habría de importarles el volumen de ventas de los comercios pequeños si la recaudación

⁵⁰ Para el caso, sería imposible que en Estados Unidos, al faltar una TI los comercios tuviesen miles de POS (por que hay miles de bancos) en sus cajeros.

⁵¹ Esta regla podría ser objeto de una futura investigación por parte de la CDPC, en caso se presenten indicios que obstruye la libre competencia.

⁵² La Regla de Honrar Todas la Tarjetas (regla HAC) nació por parte de los bancos estadounidenses para asegurar que las tarjetas emitidas por ellos mismos fueran aceptadas por comerciantes que se encontraran en distintos estados del país puesto que en aquel entonces los bancos en Estados Unidos no eran interestatales. Hoy en día, según ciertos autores, la regla de Honrar todas las Tarjetas solamente existe para garantizar que los comercios acepten tarjetas con altas tasas de adquirencia independientemente de qué banco las emita. Ver Levit, Adam; Priceless? The cost of Credit Cards, 2007.

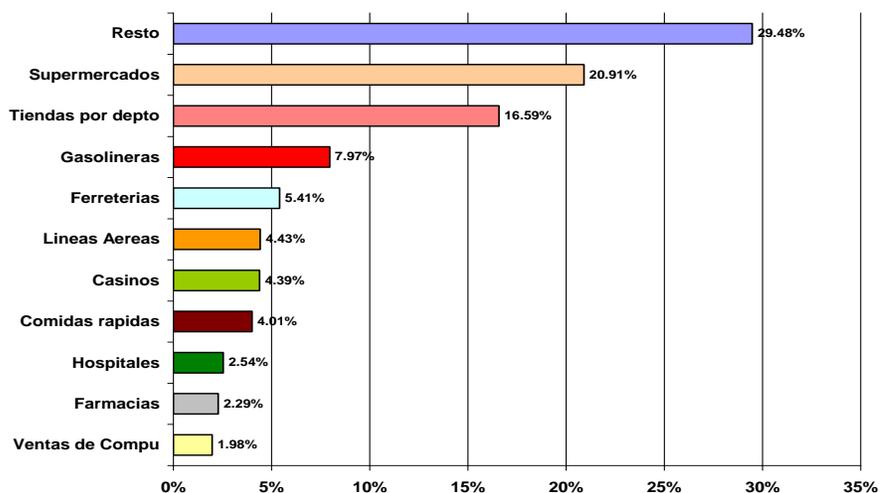
sería relativa de acuerdo al mismo. A manera de ejemplo, dado un 4% de tasa de adquirencia para un hotel con unas ventas promedios diarias de Lps. 100,000.00, la comisión equivaldría a Lps. 4,000.00 lo que es idéntico a que se le cobre la misma tasa a un hotel con ventas promedio de solamente Lps. 10,000.00, teniendo una recaudación de Lps 400.00 equivalente al mismo 4%.

Aún y cuando se consideran los costos en los que incurren los bancos adquirentes por el funcionamiento de la red, la verdad es que procesar y autorizar una transacción cuesta lo mismo sea si esta es para una cantidad de un millón de lempiras como para cien lempiras; en ese sentido, el hecho que la tasa que se cobre sea porcentual hace que el efecto sea el de absorber esas diferencias absolutas.

De manera que argumentar que el volumen de ventas disminuye el costo para los bancos y que por lo tanto es el que influye en que se cobre más a comercios pequeños que a comercios grandes no es una razón suficiente con lógica económica que justifique la discriminación de tasas de adquirencia a favor de los grandes comercios. *Hasta este momento la evidencia solamente permite inferir que la razón de esta discriminación se debe a que los comercios grandes tienen más poder de negociación que los pequeños, porque en función del monto de ventas permiten a los bancos captar más comisiones por concepto de los porcentajes cobrados.*

De hecho, según la información disponible, de la mayor parte de los cientos de millones que se facturan mes a mes en las terminales de venta dentro de Honduras, un 70.52% aproximadamente corresponde solamente a diez tipos de categorías de comercios. Ver cuadro siguiente:

Composicion porcentual de la facturacion por CC a septiembre de 2007



Fuente: Elaboración propia en base a los datos proporcionados por los bancos adquirentes.

Nótese que las tasas de intercambio para prácticamente todas estas categorías de comercios están acordadas en los convenios que se han firmado tanto para VISA como para Master Card. Esto es normal si se piensa que también en otros países - dado el monto de ventas de estos sectores - los bancos acuerdan cobrarles una menor TI para que así quede mayor espacio de negociación para fijar la tasa de adquirencia a la hora que sean afiliados por un banco adquirente.

1.3 Restricciones Horizontales

El problema que puede resultar en un mercado tan pequeño como el hondureño, pero con un sistema de tarjetas bastante establecido, es que los bancos (vale decir adquirentes) mejor posicionados y con mayor expertise en el segmento de la adquirencia, así como el legado histórico en el negocio de tarjetas, son los que también afilian a estos grandes negocios dejando así a los bancos adquirentes pequeños⁵³ y con menor participación en el corto y mediano plazo con los negocios más pequeños **a los cuales el convenio les fija las Tasas de Intercambio más altas** y por lo tanto menor margen de negociación para afiliar comercios con tasas de adquirencia competitivas.

De hecho si bien es cierto, a nivel agregado las categorías de comercios que aparecen en el gráfico son las más importantes en el total de facturaciones de la economía, a nivel de cada banco individual, y especialmente de los bancos adquirentes pequeños, estos valores no son necesariamente los más importantes puesto que estos bancos deben afiliar comercios que no necesariamente facturan esas enormes cantidades, si es que quieren promover la adquirencia en categorías de comercios no acaparadas por los grandes bancos.

Esta restricción derivada del convenio, sumado al hecho que el ente regulador no supervisa esta parte del funcionamiento del mercado, puede incentivar - como se observa en algunos de los datos proporcionados - a que los bancos, en su afán de no pagar las altas tasas que aplican a la gran mayoría de las categorías de comercios, estén afiliando comercios en categorías que no les corresponden y que están acordadas con tasas más bajas. Por ejemplo, se puede estar dando el caso que un restaurante con un gran volumen de facturación esté afiliado no en la categoría de “restaurantes” sino en la categoría de “comidas rápidas” para que así la base para el cobro de tasa de adquirencia (la tasa de intercambio a pagar) no sea 3.37% si no un 1.75%. El mayor problema con esto es que otros restaurantes más pequeños y con menor poder de negociación sí podrían estar siendo afiliados bajo la categoría correcta y pagando tasas de adquirencia más altas debido a que el banco adquirente debe pagar una tasa de intercambio más alta.

En este sentido, y a fin de evitar esta serie de discriminaciones y barreras, podría considerarse la inclusión de una mayor cantidad de categorías de comercios (i.e.

⁵³ Los bancos adquirentes pequeños no solamente son pequeños en relación al número de comercios que afilian si no que también en relación a la cantidad de tarjetas que emiten. De tal forma que aunque un banco tenga una buena cantidad de comercios afiliados no le será tan rentable como si también tuviese una buena cantidad de tarjetas emitidas, en cuyo caso sería más alta la probabilidad de no tener que pagar las altas tasas de intercambio que fija el convenio acordado.

la mitad del número de categorías existentes) en los porcentajes más bajos de tasas de intercambio, reduciendo de esta manera el número de establecimientos comerciales (actualmente alrededor de 150) que tienen que cubrir las tasas más altas.

1.4 Experiencia Internacional

Dado el ínfimo, si no inexistente, nivel de transparencia sobre la fijación de estas tasas en nuestro país, cabe valorar qué es lo que se ha hecho en otras partes del mundo en donde existe mayor experiencia sobre el tema, como por ejemplo:

Respecto a la tasa:

- La fijación de un nivel de tasa.
- El diseño de criterios, ya sean detallados o generales para efectos de su determinación.

Respecto a Transparencia:

- En varios países se han tomado decisiones en torno a la obligación de que la tasa de intercambio sea publicada o difundida con el propósito de lograr una mayor transparencia en el mercado.

Cuando se ha decidido una fijación lo que se busca es que las tasas ponderadas de intercambio no sobrepasen los valores establecidos, y cuando se definen criterios por lo general se pretende que la misma corresponda estrictamente a los elementos de costos asociados directamente al funcionamiento correcto de la red, así como la fijación de tramos de facturación con tasas de intercambio diferenciadas⁵⁴. En este sentido, se han dado muchos debates en la identificación de cuáles son los elementos precisos que se deben identificar.

En los países donde se ha regulado esta tasa por parte de las autoridades de competencia, los bancos centrales o los reguladores del sistema financiero, los costos que normalmente se consideran son los que están directamente vinculados con el funcionamiento de la red⁵⁵:

- Costos de autorización y procesamiento de las transacciones,
- Riesgo de fraude / garantía de pago, y
- Periodo de flote o de gracia

En primer lugar, debe remarcarse que las operaciones con *tarjeta de débito son por naturaleza menos costosas para las redes de tarjetas ya que no implican diferir el pago en el tiempo o el no pago de intereses por un tiempo definido (tiempo de gracia), asimismo el riesgo por fraude es notablemente más reducido ya que el débito se aplica contra una cuenta líquida*; de allí que el único costo relevante es el de procesamiento y autorización. Todos los países que han

⁵⁴ Ver: <http://www.bde.es/sispago/spestad.htm>

⁵⁵ Vale decir que fue la misma red Visa la que propuso un análisis de la tarifa basado en estos costos a la Comisión Europea de Competencia cuando se pretendía regular dicha tarifa por considerarse una práctica de fijación de precios.(2002).

regulado y aun los que no regulan las tasas de intercambio (como Estados Unidos) establecen la necesidad de que éstas sean diferenciadas en base al costo que implica emitir las mismas.

Tasas de Intercambio para Crédito y Débito en Distintos Países

País, Región / Categoría	TI Débito	TI Crédito	Relación R*
EUA (Supermercados)	0.62% + \$ 0.13	2.20% + \$ 0.10	1 a 3
EUA (otros)	1.90% + \$ 0.25	2.70% + \$ 0.10	1 a 1.3
México (Supermercados)	1.10%	1.80%	1 a 1.6
México (otros)	1.15%	1.95%	1 a 1.7
Australia (otros)	\$ 0.12	0.50%	1 a 4**
España (otros)	0.47 €	1.30%	1 a 2.7**
Visa Europa (otros)	0.26 €	0.65%	1 a 2.5**
Honduras (Supermercados)	1.75%	1.75%	1 a 1
Honduras (otros)	3.37%	3.37%	1 a 1

*Sobre la base (X) de 100 unidades monetarias

** Si $X = 100 * N$, entonces $R_i = (1 a R * N)$; Si $X = 100 + N$, entonces $R_{ii} = [1 a R + (R * N) / 100]$

Fuente: Banco de México, Banco de Australia, Visa Europa, Visa Internacional, Convenio de intercambio local entre emisores de la republica de Honduras, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España.

En cuanto a los costos de autorización y procesamiento, se cree que este debe ser fijo, toda vez que cuesta lo mismo procesar una transacción de L.100.00 que una de L.1,000,000.00. De allí que la única cantidad porcentual es la relativa al riesgo por fraude y el periodo de flote en base a la cantidad de la transacción, la cual se puede determinar mediante una escala calculada periódicamente; en ese sentido, la tasa podría estar definida por la ecuación que se señala a continuación. El periodo de flote, sin embargo, es objeto de debate respecto a si debería ser considerado un costo propio del funcionamiento de la red toda vez que beneficia más directamente al tarjeta-habiente.

$$TIM = CFijo + CVar$$

En donde:

TIM = Tasa de intercambio multilateral

CFijo = costos de procesamiento y autorización

CVar = fraude, periodo de flote y gracia (como % de los créditos otorgados)

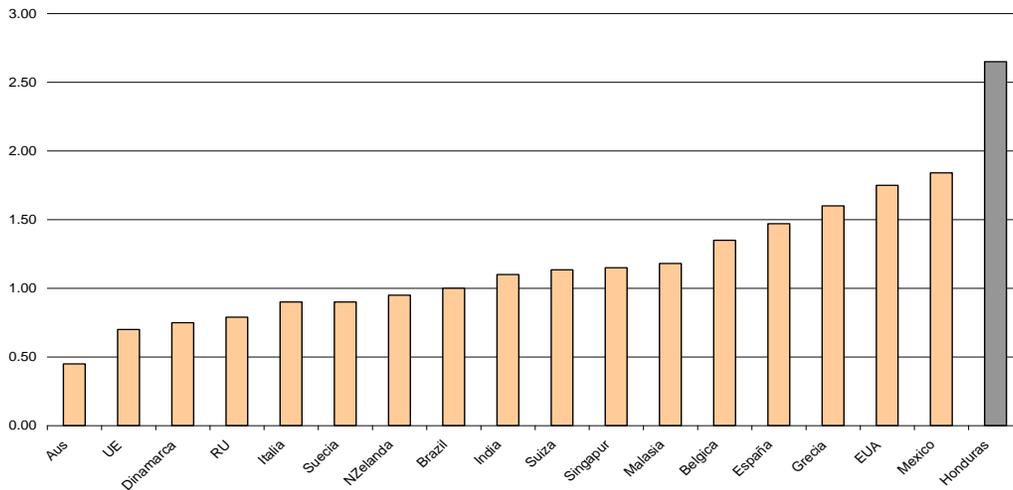
Asimismo, las transacciones con tarjeta de débito solamente deben incluir costos de procesamiento y de autorización por las razones ya explicadas, y por lo tanto la tasa de intercambio deber ser una cantidad fija por escala de venta.

El gráfico siguiente muestra las tasas de intercambio ponderadas para un grupo de países que registran información específica sobre esta plataforma.⁵⁶ La antigüedad de los datos varía de los años 2001 al 2007, sin embargo se observa que la tasa actual de Honduras es la más alta de todas. Nótese que no se puede

⁵⁶ El dato de Honduras se calcula en base a la información proporcionada por los bancos. El dato corresponde al promedio de la tarifa de intercambio ponderada de enero a septiembre de 2007. Este dato es completamente distinto al calculado anteriormente a partir de las medias aritméticas de las tarifas de adquisición puesto que en este caso el cálculo lleva implícito una ponderación. Es decir, que aquella tasa era nominal y esta es efectiva.

alegar que el volumen de transacciones influye en el nivel de la tasa (la tasa es alta porque el volumen del mercado nacional es pequeño, o viceversa), pues para el caso de Estados Unidos, que es presumiblemente el país en donde más transacciones con tarjetas se registran, ostenta una de las tasas más altas⁵⁷, solo sobrepasada por México y Honduras.⁵⁸

Tarifas de Intercambio en el mundo



Fuente: La TI de Honduras es elaboración propia en base a la información proporcionada por los bancos. Las TI de los demás países proviene del documento Interchange Graphs publicado por el Merchant Payments Coalition de los Estados Unidos (2007)

En este apartado y enmarcándonos en el mercado nacional, debe considerarse que en Honduras, para el caso de la marca Visa, existen diez bancos emisores de tarjetas, de los cuales cinco son a la vez adquirentes y dentro de éstos se encuentran los tres bancos que más tarjetas de crédito emiten (ver gráfico). Esto puede generar un sesgo a favor de los emisores (en donde el índice CR4 es de 86% a septiembre de 2007) al momento de establecer las tasas de intercambio – como se mencionó anteriormente – si se asume que la gran concentración en el lado de la emisión genera un poder de mercado que beneficia el establecimiento de tasas de intercambio más altas que a su vez favorezcan con más beneficios a los tarjeta-habientes (i.e. membresías con precios bajos o nulos, tasas de interés estables, entre otros); y por otro lado, se tengan altas tasas de adquirencia a los comercios⁵⁹.

⁵⁷ Según el Federal Reserve System, al 2003 las transacciones con tarjetas de crédito y débito en conjunto sumaban un 90% de todas las transacciones que no fuesen en efectivo.

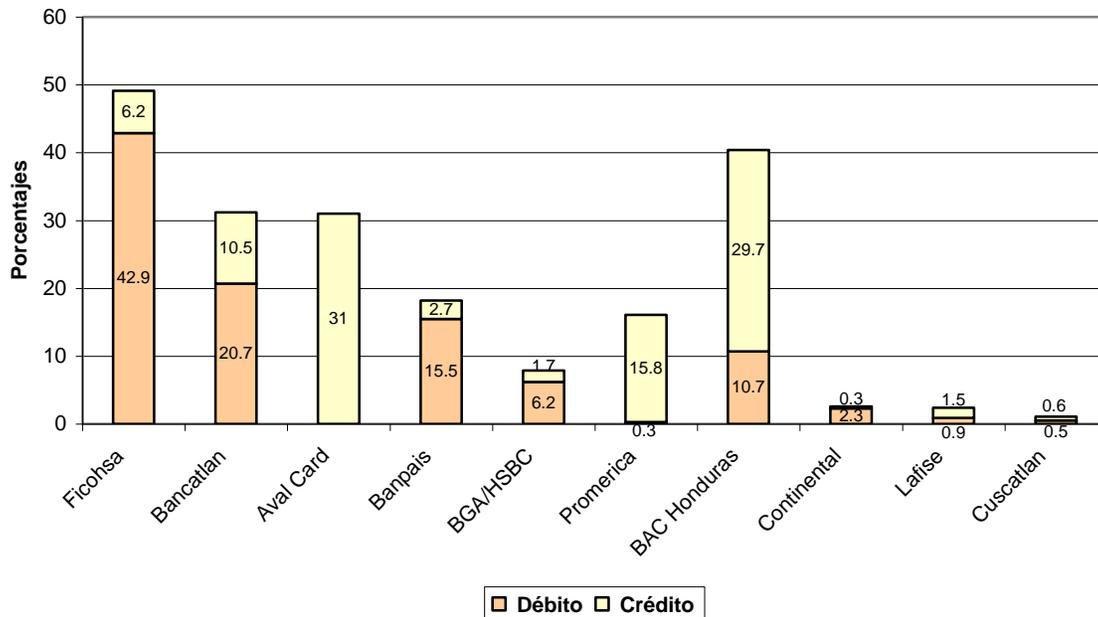
⁵⁸ Vale mencionar que las tasas de intercambio para todos estos países excepto Honduras, solo se refieren a las aplicadas a tarjetas de crédito. Las tasas aplicadas a tarjetas de débito son considerablemente menores a las primeras debido a razones ya descritas, sin embargo en Honduras el sistema aplica la misma tasa para ambos tipos de tarjetas.

⁵⁹ Situación que sería diferente en la medida que la emisión no estuviese tan concentrada y que la adquirencia tuviera un mayor desarrollo en la industria.

Tarjetas de Pago y Comercios Afiliados a Sep -2007 ⁶⁰		
Cantidad de Tarjetas de pago		Comercios Afiliados
Crédito	591,045	36.4%
Debito	1,031,427	63.6%
Total	1,622,472	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la información proporcionada por los Bancos y la CNBS

Participación Cada Banco por Tipo de Tarjeta



Estas altas tasas de adquirencia, *combinadas con un bajo o nulo poder de negociación de los comercios pequeños en cuanto a volumen de ventas, falta de información transparente en cuanto a los niveles de tasa de intercambio y la existencia de una regla de “no sobre cargo”* cuyo incumplimiento es sancionado por la Ley, indudablemente vuelve a los comercios pequeños - que consideran la aceptación de tarjetas como una ventaja o paso estratégico - en precio-aceptantes (demanda inelástica) que deben asumir mayores costos de aceptación a medida que aumentan las transacciones con tarjetas y que a su vez no les queda otra opción que externalizar, vía precio, el costo a todos los consumidores sean o no tarjeta-habientes.

Este análisis es congruente con lo manifestado al inicio del capítulo sobre la capacidad que genera la tasa de intercambio para influir en el nivel de la elasticidad de los dos tipos de consumidores de este mercado. *Todo indica que en el mercado hondureño, son los comercios los más inelásticos al precio de aceptar tarjetas toda vez que están casi obligados a hacerlo por razones estratégicas.* Obviamente existen miles de comercios esparcidos por el territorio nacional que no aceptan tarjetas en vista que no existe una afluencia considerable de tarjeta-habientes, sin embargo en la medida que el uso de tarjetas alcance estos lugares

⁶⁰ El dato de tarjetas de pago corresponde a la suma de tarjetas de crédito con tarjetas de débito.

como sustituto de medio de pago también estos comercios se volverán parte del sistema.

De manera general, puede remarcarse que los montos de las tasas de intercambio establecidos para el mercado hondureño con base al convenio suscrito son elevados, si los comparamos con los registrados en otros países. Pudiendo inferirse que los mismos no están orientados a costos, sino que representan el comportamiento histórico derivado de la aplicación de los convenios anteriores. Por lo tanto, debe considerarse que esta tasa, no debería ser tan alta que explote la aceptación de este medio de pago, en cuyo caso la tasa genera una sobre oferta de tarjetas para los tarjeta-habientes pero circunscrita a un concentrado número y tipo de comercios por lo tanto los demás comercios son precio – inelásticos y deben cargar con tasas más altas que expanden la red más allá de lo socialmente óptimo; ni tan bajas que de hecho tampoco permitan que la emisión de tarjetas por parte de los bancos y la red sea sub-desarrollada.⁶¹

2. Regla de No Sobre Cargo/No Discriminación

Además del análisis de la Tasa de Intercambio, en términos de la Competencia y del contexto de Honduras es sumamente importante el análisis de la regla de no sobre cargo puesto que, como se verá a continuación, está vinculada con la Tasa de Intercambio y es un factor determinante para que el funcionamiento del sistema de tarjetas se beneficié de sus bondades y efectos, y que su existencia puede incidir negativamente en el nivel de competencia entre medios de pagos alternativos, especialmente generando rentas extraordinarias a costa de los consumidores que no pueden diferenciar qué medio de pago les genera mayor bienestar basado en su costo.

Esta regla es justificada en algunos países por las asociaciones de tarjetas y sus bancos miembros por el hecho que evita la discriminación de consumidores que usan tarjetas en detrimento del “valor” que éstos le asignan al uso del servicio proporcionado por éstas⁶². En ese sentido, las asociaciones de tarjetas la consideran una regla que genera eficiencia y bienestar económico al incrementar el valor que sus consumidores le asignan a dicha red o plataforma.

Sin embargo, lo que esta y otras reglas similares⁶³ hacen es que previenen que los comercios le den señales a los consumidores sobre el verdadero costo de usar determinado medio de pago. De manera que el propósito implícito del **NO SOBRE CARGO** como se verá a continuación, es el de eliminar la competencia entre medios de pago al establecer el precio observado en cualquier POS como el precio idéntico al usar cualquier otro medio de pago.

⁶¹ Ver: M. Hunt; Robert; An introduction to the economics of payment card networks; Junio, 2003.

⁶² Lo que algunos teóricos llaman los efectos negativos de red o externalidades negativas de red: el fenómeno del decrecimiento en el tamaño de la red, resultando en el consecuente decrecimiento del valor de la red para los participantes que aun permanecen dentro de la misma.

⁶³ Regla de aceptar todas las tarjetas, reglas de no mínimos y de no máximos.

Originalmente la reglas de no sobre cargo y/o no descuento⁶⁴ nacieron en los años 70s del siglo pasado según la información de la House Select Committee on Small Business Survey de 1970 (la encuesta de pequeños negocios de Estados Unidos). El comité enfocó la encuesta en: (i) tres redes cerradas de tarjetas (AMEX, Diners Club y Carte Blanche); (ii) veintisiete compañías petroleras que emitían tarjetas para gasolina; (iii) treinta y dos bancos que entonces emitían tarjetas a través de Bank Americard (VISA) o por el Inter Bank (Master Card) o sus propias marcas; y (iv) la Asociación de tarjetas Interbancaria. De acuerdo a los resultados de la encuesta, se tiene que para 1970 todas las redes de tarjetas (T & E) no contaban con reglas de no sobre cargo ni de no descuento. Las redes de bancos multibancarias como Master Card y Visa originalmente tampoco aplicaban estas reglas. En vez de esto, las reglas fueron siendo adoptadas individualmente y en forma paulatina por cada banco miembro. Tanto Master Card como Visa solamente adoptaron estas reglas en algún momento después de 1970.

Los “efectos de red” o “externalidades negativas de red” no fueron la razón que impulsó a que se formaran estas reglas. De hecho la literatura económica no identificó estos efectos si no hasta después de 1974 y hubo pocos estudios al respecto hasta recién mediados de los años 80s. Es por eso que debido a que las reglas de no sobre cargo o no descuento eran propias de los adquirentes individualmente, no fueron creadas para proteger a la red en sí. Un adquirente individual no podía contrarrestar que un comerciante afiliado con otro banco, realizase sobre cargo o descuento por pagos en tarjeta o efectivo, respectivamente.

Las reglas de no sobre cargo o no descuento fueron naciendo debido a que grupos de comerciantes comenzaron a ofrecer descuentos por el uso de solamente una marca de tarjetas, entonces las redes interbancarias se dieron cuenta que tenían que aumentar el valor de su producto para los tarjeta-habientes. De hecho al tarjeta-habiente no le hubiese sido tan atractivo el periodo de gracia y las bajas membresías anuales si también debiera pagar un porcentaje por la tasa de adquirencia que el comercio les transmitiría en el precio. Para el caso, asumiendo una tasa de adquirencia ponderada de un 5% y un periodo de gracia de 30 días, sería como si estuviese tomando un préstamo de 30 días con una tasa anualizada del 60%. De manera que para esconder esta información (que en realidad el periodo de gracia sí se paga por x o y consumidor sea o no tarjeta-habiente), se crearon estas conocidas “reglas” que en realidad fueron en función de la rentabilidad del sistema de tarjetas y no así de los efectos de red o de las externalidades negativas.⁶⁵

⁶⁴ Comúnmente llamada regla de “no discriminación” en Europa.

⁶⁵ Otro argumento de las asociaciones de tarjetas es que “*el servicio financiero que ellos le proveen a los comercios afiliados les brinda mayores beneficios que costos y que de no existir, los comercios tendrían que gastar más dinero o invertir ellos mismos para adquirir el mismo servicio. De manera que los comercios afiliados no tienen porque sobre cargar los precios y pasarlos al consumidor.*” El problema con este argumento es que supone que los otros costos de los comercios, tal como pago de empleados, compra de equipo, publicidad, instalaciones son distintos a los servicios financieros y que no brindan comodidad al consumidor. Claramente, estos servicios financieros no son más que otro costo más de hacer negocios.

Honduras es un caso particular dado que como se mencionó anteriormente la regla de no sobre cargo y no descuento actualmente está incluida dentro de la legislación del sector, a diferencia de lo que ocurre en la mayoría de las economías del mundo. Como ha acontecido históricamente en la mayoría de los países es que esta regla, es propia del funcionamiento del sistema de tarjetas de pago como tal y **NO** se deriva de alguna legislación que busca la protección de un determinado agente económico, sea este consumidor o competidor.

En ese sentido, lo que se ha hecho por parte de las autoridades de competencia o los Bancos Centrales alrededor del mundo es obligar a las asociaciones de tarjetas a que: (i) eliminen dicha regla, como ha sido el caso de Australia (2003), Suiza, Finlandia, Holanda, Portugal, Suecia (2004), El Reino Unido, y en el caso de Master Card, dicha marca eliminó voluntariamente la regla en todos los países Europeos a partir de Enero de 2005; o (ii) a que modifiquen los niveles de las tasas de adquirencia que los comercios deben observar, tal es el caso de México (1993), Argentina y España.⁶⁶

Sin embargo, en Honduras esta regla fue incluida en el artículo 44 en la nueva Ley de Tarjetas de Crédito⁶⁷. La argumentación de dicho artículo se basa en la “no discriminación” de los consumidores que efectúan pagos con tarjeta de crédito en relación a los que pagan con otro medio de pago, que es básicamente el mismo argumento introducido desde los años 70s del siglo pasado por los bancos Estado Unidenses propulsores de esta regla. Nótese que la Ley solo menciona a las tarjetas de crédito y no así a las de débito, de manera que en teoría la no discriminación solo debería aplicar para las tarjetas de crédito. Esta diferenciación si bien no se hace explícita en la Ley, según la experiencia conocida alrededor del mundo es justificada por el hecho que para los bancos emisores resulta menos costoso (en términos de riesgo, la no existencia del periodo de flote y la autorización de transacciones) operar el procesamiento de tarjetas de débito como ya se explicó anteriormente.⁶⁸

Como veremos a continuación, es posible que al aprobar este artículo de la Ley de Tarjetas, el Congreso Nacional erróneamente haya percibido esta “no discriminación” como algo positivo que traería mayor bienestar y transparencia al funcionamiento de esta plataforma.

⁶⁶ En Estados Unidos han existido una numerosa cantidad de demandas hacia las asociaciones de tarjetas sobre el conjunto de reglas que gobiernan el sistema de tarjetas de pago. Tarifa Interbancaria (1986 y 2005), Regla de honrar todas las tarjetas (1996), Regla de exclusión (2001); las cuales han terminado con resultados distintos, unos a favor de los demandantes (generalmente comercios afiliados y bancos pequeños) y otros a favor de los demandados (Visa y Master Card), no obstante cuando los resultados han sido a favor de los demandados, las cifras de las multas establecidas han sido de cientos de millones de dólares.

⁶⁷ Decreto No.106 -2006 de fecha 31 de agosto de 2006) y publicada en el Diario Oficial la Gaceta el 31 de octubre de 2006

⁶⁸ En todos los países mencionados también existen diferencias explícitas entre las comisiones por tarjetas de crédito y las comisiones por tarjetas de débito.

2.1 Análisis de Competencia

Si tenemos que el precio por aceptar las tarjetas para el comercio es la comisión por descuento o tasa de adquirencia y correlacionamos ésta con el volumen de transacciones pagadas en tarjetas de pago, obtendremos una correlación casi perfecta directa y positiva cercana a 1. Suponiendo que en el periodo analizado la tasa de descuento no ha sido modificada, esto implica que al aumentar el volumen facturado en tarjetas de pago, la comisión pagada aumenta positivamente y prácticamente en la misma cuantía.

Ahora bien, si correlacionamos los pagos en efectivo con las comisiones pagadas (el precio de aceptar tarjetas) no debería existir una correlación alta ni tan significativa toda vez que ambas variables no dependen una de la otra. No obstante, la correlación si debería ser positiva en la medida que ambas variables siguen aumentando en el tiempo al ir aumentando también el uso de tarjetas de pago como medio de pago *alternativo (sustituto)*. En ese sentido, aunque el precio de aceptar tarjetas no está perfectamente correlacionado con el uso de efectivo (precio cero) la relación todavía sigue siendo positiva.

La relación se volvería cero o negativa en el caso que fuesen variables completamente independientes o que el aumento de uso de una elimina de hecho el uso de la otra respectivamente (no tienen relación alguna o uno niega completamente la existencia del otro).

Entonces, por ejemplo en los comercios en donde la elasticidad precio del producto que se transa se encuentra entre 0 y 1 ($0 < \varepsilon < 1$) o es perfectamente inelástica y por lo tanto los precios no influyen en la cantidad vendida por el comerciante, el aumento de éstos incrementará los ingresos del comerciante y la disminución de estos hará lo opuesto. De la misma forma el aumento de costos disminuirá las utilidades del comerciante si no aumenta los precios y la disminución de costos aumentará las utilidades sin necesidad de aumentar los precios.

Es por esto que en este tipo de negocios el comerciante tiene la opción de aceptar el medio de pago que mejor rentabilidad le deje (prefiere bajar costos que subir precios debido a la competencia) y otorgar descuentos por el uso del medio de pago que le resulte menos costoso, y así vender en volumen y aumentar sus ingresos. Desde el punto de vista del consumidor esta diferenciación permite escoger el medio de pago que le deje mayor excedente de consumidor y por lo tanto internaliza los beneficios de usar efectivo versus los costos de usar tarjetas. En pocas palabras el consumidor tiene información casi perfecta sobre los medios de pagos alternativos que le permite escoger cual medio de pago es más eficiente utilizar de acuerdo a sus características socioeconómicas.

Sin embargo, al introducirse una regla de no sobre cargar precios ni otorgar descuentos por aceptar tarjetas y por aceptar efectivo respectivamente, el

comerciante ya no tiene la opción de reducir sus costos aceptando el medio de pago menos costoso y no puede otorgar descuentos por el pago en efectivo; de manera que para seguir con la política de ventas en volumen debe necesariamente “estandarizar sus precios” al precio más alto posible derivado de la aceptación de tarjetas como medio de pago. Es así que seguirá otorgando descuentos ya no por la distinción del medio de pago si no para vender en volumen; con la salvedad que para no interiorizar el costo de la aceptación de tarjetas, lo externaliza y lo asigna al precio en etiqueta de todos sus productos, cargando de esta manera esta externalidad finalmente al consumidor, sea o no tarjeta-habiente:

$$P_{ef} + Comision \cong P_{tp}.$$

Donde:

P_{ef} = Precio en efectivo

$Comisión$ = tasa de adquirencia o descuento

P_{tp} = Precio con tarjeta de pago

El resultado anterior es más preocupante si se piensa que ahora no solamente los que paguen con tarjetas estarán pagando el precio más alto posible por la aceptación de este medio de pago, si no que también los que no tienen tarjetas también pagan el mismo precio que los primeros reduciendo su excedente del consumidor al mínimo y subsidiando al mismo tiempo a los primeros y al medio de pago de tarjetas en general, sin siquiera recibir los beneficios que los primeros sí reciben (puntos, millas, otras promociones, etc.).⁶⁹ De esta manera la regla de no sobre cargo ni descuento *elimina la competencia* entre medios de pagos alternativos al negar la existencia y las diferencias que conllevan la aceptación del efectivo u otros medios de pago sustitutos y sus costos asociados. Esta es la razón por la que la correlación entre los pagos en efectivo con los pagos de comisiones por aceptación de tarjetas, a partir de la vigencia de la nueva Ley de Tarjetas de Crédito, genera un coeficiente de relación inverso o negativo para comercios que anteriormente diferenciaban precios según el medio de pago, ya que necesariamente el uso de cualquier medio de pago automáticamente elimina la existencia del otro y/o la disminuye paulatinamente.

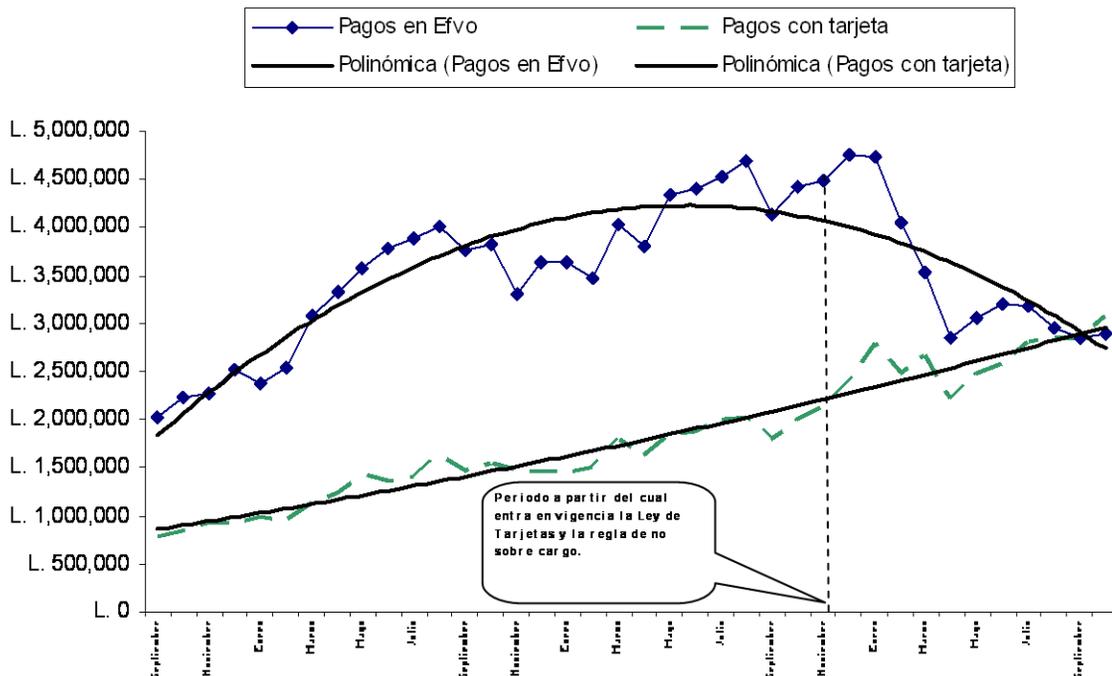
Se observa en el gráfico siguiente, usando datos reales de la facturación de un establecimiento farmacéutico⁷⁰ que antes otorgaba descuentos por el pago en efectivo, que a partir de la entrada en vigencia de la nueva Ley de Tarjetas de Crédito (noviembre de 2006) los pagos en efectivo han comenzado a decrecer a favor de los pagos con tarjeta; de hecho a octubre de 2007 los pagos con tarjeta ya superaron a los pagos en efectivo. Este es precisamente el efecto de una regla

⁶⁹ Sin embargo en la práctica, en Honduras existen comercios afiliados que a pesar de las implicaciones legales que conlleva el acto, siguen aplicando el sobrecargo/descuento en función del medio de pago que más les conviene aceptar en base a la tarifa de adquirencia que el banco les cobra. Esto, como ya se dijo, beneficia a los no tarjeta habientes, vale decir los que no poseen una línea de crédito o bien no poseen fondos personales disponibles para un tarjeta de débito.

⁷⁰ Se usan datos de este tipo de negocios ya que dada las características de los productos que vende, enfrentan demandas inelásticas de consumidores, pero como comercio eran elásticos a la tasa de adquirencia que pagaban al banco, situación que cambió después de la regla de no sobre cargo.

de no sobre cargo: el de *incrementar las transacciones con tarjetas explotando el subsidio que los no tarjeta-habientes le brindan a la red.*

Facturación con distintos medios de pago en una farmacia:
Sept 2004 - Sept 2007



Fuente: Elaboración propia en base a información proporcionada por un establecimiento farmacéutico.

Lo anterior aplicará para los negocios en donde la elasticidad es $\epsilon > 1$ (demanda elástica). En este tipo de negocios los comerciantes pueden incrementar sus ventas al disminuir sus precios y viceversa. Dependiendo del tipo de producto que se venda (generalmente no aplica para los servicios ni para los negocios en donde el uso de tarjetas es ínfimo o mayoritario como el caso de los grandes hoteles) el comerciante puede vender más otorgando descuentos por aceptar efectivo en vez de tarjetas o vender menos (dependerá del tipo de negocio) por sobrecargar precios a la aceptación de tarjetas **en el corto plazo**.⁷¹

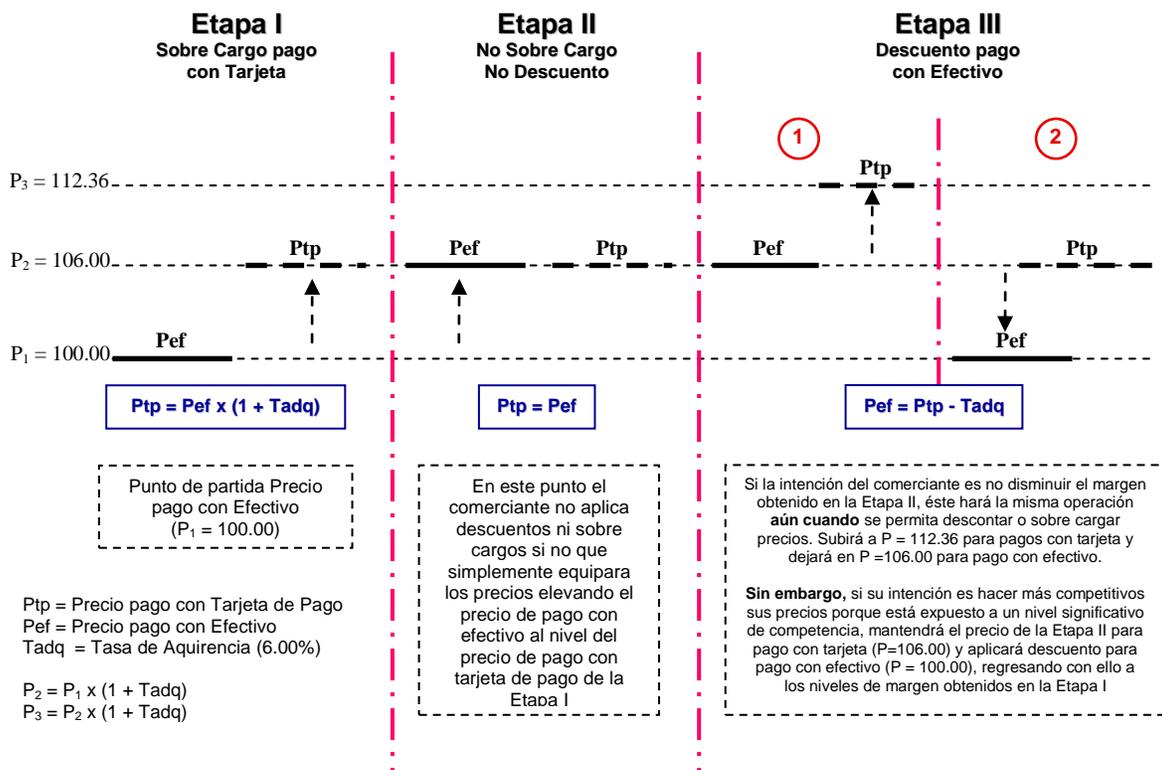
No obstante, la opción anterior permite en principio que el consumidor identifique cual medio de pago le conviene utilizar en función de las características de su precio; condición imprescindible en el mantenimiento y buen funcionamiento de un sistema en competencia, en este caso entre medios de pago alternativos. De cualquier forma la teoría al respecto es clara en distinguir que cuando el sistema de aceptación de tarjetas está alcanzando un desarrollo potencial en una economía, la regla de no sobre cargo no es necesaria toda vez que el medio de

⁷¹ Generalmente este efecto negativo solamente se dá en el muy corto plazo, dado que ante esta situación, las asociaciones de tarjetas se verán forzadas a bajar el precio de aceptar tarjetas si desean que su producto siga siendo competitivo.

pago ha alcanzado una aceptación general y no necesita de estos subsidios cruzados para funcionar; todo lo contrario, para ser aún mas competitivo deberá comenzar a competir con otros medios de pago similares o sustitutos.

Por otro lado, lo anterior no significa que la gente ya no utilizará este medio de pago ni que no lo aceptará ya que la simple amenaza de sobre cargar los precios obligaría a los emisores de tarjetas a reducir las tasas de intercambio y las de adquirencia consecuentemente, para que el uso y la aceptación de las mismas resulte menos costoso. Este escenario es más favorable dado que cada agente que participa en la plataforma internaliza sus costos respectivos, se reduce la asimetría de información y se promueve la competencia entre medios de pagos alternativos como dentro del mismo sistema de medios de pago con tarjeta.

El siguiente diagrama muestra que es lo que sucede con la aplicación de la regla de no sobre cargo/no descuento asumiendo una tasa de adquirencia del 6.00%, cuando se aplica a los precios de los bienes en una etapa y muestra qué pasaría si la regla es derogada o en otras palabras si se permite el sobre cargo y/o el descuento sin distinción alguna en una siguiente etapa:



El efecto neto del sobre cargo y del descuento es igual, nada mas que con dos nombres distintos, y la única diferencia palpable entre ambos procesos es que el sobre cargo no va sumado en la etiqueta del precio mientras que el descuento si está incluido en la misma. No obstante el precio de pagar en efectivo para el

consumidor **queda diferenciado (más bajo)** con el de pagar con tarjeta y la decisión de subir los precios a un nuevo nivel o de bajarlos al nivel original **dependerá totalmente de la estrategia que el comerciante considere sea la óptima para su negocio** y a los incentivos que posea producto del grado de competencia al que esté expuesto.

Por otro lado, al ser permitido el sobre cargo y el descuento **los nuevos comercios** entrantes a la red ya no partirán de la base de P= 106.00 para decidir el precio diferenciado, si no que lo más probable es que inicien de una base menor, igual o cercana a P = 100.00 y por lo tanto con precios más bajos.

Continuando con el tema de subsidios cruzados, también resulta interesante observar el efecto que la regla de no sobre cargo genera entre la competencia de tarjetas de débito como medio de pago y las tarjetas de crédito (se sabe que existen aproximadamente el doble de tarjetas de débito que de crédito en circulación). En Honduras los comerciantes son indiferentes a si se les paga con tarjeta de crédito o débito ya que saben que el sistema no diferencia la tasa de adquirencia y además ambos funcionan perfectamente igual como medio de pago.

Bajo este esquema, resulta que las personas que usan el débito como mejor alternativa, también están subsidiando a los que si usan tarjetas de crédito y reciben beneficios adicionales por su uso (millas, premios, promociones). Como se expuso en la sección anterior, debido a que las personas que utilizan tarjetas de crédito tienen la probabilidad de incurrir en intereses por financiamiento y mora además de las membresías anuales y por lo tanto de mayores ingresos para los emisores de tarjetas; al sistema de tarjetas le conviene que no exista diferenciación entre ambos productos *ya que el subsidio del débito al crédito lo que hace es incrementar el uso generalizado de tarjetas de crédito y por lo tanto de mayores fuentes de ingresos.*

Básicamente si la tasa de adquirencia es la misma para la aceptación de tarjetas de crédito y débito, aun y cuando el comerciante tenga la opción de sobre cargar a los pagos con débito, no lo hará en los casos que considere que esta practica lesione el total de ventas, y mucho menos ofrecerá un descuento dado que conoce que el sistema cobra la misma tasa de adquirencia para ambos productos. No obstante, como ya se explicó, sí existen comerciantes que ejercen esta práctica (sobre cargan o hacen descuentos) independientemente si se paga con tarjeta de crédito o débito; estos comerciantes son los que si son precio-elásticos al nivel de la tasa de adquirencia debido a su propia estructura de costos y se arriesgan a ser sancionados de acuerdo a la Ley.

Desde el punto de vista del comerciante, el débito o crédito es el mismo producto en tanto funciona como medio de pago bajo la misma plataforma; pero desde el punto de vista del consumidor o tarjeta-habiente son productos que si bien sirven como medio de pago su costo es bastante diferente, lo cual bajo un esquema de competencia libre debería ejercer presión sobre los agentes económicos del

sistema para que la aceptación por parte de los comercios sea diferenciada en base a precios.⁷²

Directa o indirectamente, la regla de no sobre cargo/no descuento se ampara en que la tasa de adquirencia es la misma para ambos tipos de tarjetas en cada comercio (sin considerar que los costos asociados a los pagos con las tarjetas de débito son menores a los de las tarjetas de crédito) y por lo tanto en la práctica aplica a ambos productos sin advertir que en la Ley de Tarjetas de Crédito solamente se prescribe para tarjetas de crédito. *Una vez más, esta práctica elimina la competencia ya no solamente entre medios de pagos alternativos o sustitutos como el efectivo, si no dentro de los distintos servicios que ofrece el mismo sistema de tarjetas de pago al no permitir la diferenciación del costo de aceptación de este tipo de tarjetas.*

2.2 Teoría Económica Internacional

Algunos autores como Rochet y Tirole (2002) así como Schmalensee (2003) estiman bajo modelos distintos que las reglas de no sobre cargo pueden incluso incrementar el bienestar social bajo ciertos supuestos en donde el sobre cargo limita el uso de tarjetas y crea una externalidad negativa en el sistema. Julian Wright (2002) por otro lado utiliza los modelos de estos autores y los enfoca bajo dos extremos: el de **monopolio** y el de **competencia perfecta** en donde en ambos casos el poder de mercado de un comerciante limita su capacidad de poder sobre cargar precios.

En el **primer caso** y cuando no se puede sobre cargar precios, un comerciante monopolista local solo aceptará tarjetas cuando el beneficio marginal de transacción sea mayor que la tasa de adquirencia que debe honrar, en este sentido, la tasa de intercambio sirve para pasar a los consumidores los costos del lado adquirente del mercado y los beneficios transaccionales que los comercios afiliados obtienen. De esta forma los comercios monopolistas aun dejan cabida a que nuevos tarjeta-habientes se unan a la red y de hecho el nivel de la tasa de intercambio es por defecto el socialmente óptimo.

Por otro lado si el sobre cargo es permitido, los comerciantes monopolistas locales lo que hacen es elevar el precio excesivamente independientemente del valor de la tasa de intercambio y o adquirencia (extraerán rentas “súper” extraordinarias) de esta manera generando un efecto negativo en el valor de la red y contribuyendo a la destrucción de la misma.

El problema con ambos argumentos más allá de considerar que existen costos de transacción similares para cualquier tarjeta-habiente así como información perfecta para todos, es que asumen *que el bienestar social se deriva de la existencia misma de la red de tarjetas*. Este argumento ya fue debatido en el

⁷² Sin embargo, en este caso, la regla de no sobre cargo no es el problema si no que el nivel de la tasa de descuento es la misma para ambos productos.

establecimiento del mercado relevante en donde los medios de pagos maduros compiten entre si y juntos generan el bienestar social. Adicionalmente, el argumento que los comercios con poder de mercado aumentarían excesivamente el precio al ser permitido el sobre cargo no es plausible en la vida real y bajo un contexto dinámico:

- Un comerciante con poder de mercado tendrá precios altos independientemente de qué medio de pago acepta y por lo tanto nada nos dice que el precio de sobre cargo será sustancialmente distinto al que ya puede cobrar. La única manera en que una diferencia sustancial pudiera darse es en el caso que solamente las tarjetas de pago fueran el medio de pago existente.
- Además, si un monopolista local ya controla la oferta de un bien o servicio, por qué habría de importarle desvirtuar las ventas pagadas con tarjetas de pago sabiendo que mucha gente solamente utiliza este medio de pago⁷³. En este caso estaría poniendo en peligro el volumen de ventas que maneja así como desviando sus compradores hacia otros competidores ubicados en otra zona; o incluso estaría propiciando la entrada de otro competidor al crear una demanda insatisfecha.

En el **segundo caso** cuando existe competencia perfecta lo que sucede según este autor es que los rendimientos de los bancos y el bienestar social son independientes de la tasa de intercambio –adquierecia y de la regla de no sobre cargo, ya que los comercios simplemente se “separarán entre aquellos que aceptan tarjetas y aquellos que no las aceptan. Bajo la regla de no sobre cargo algunos comercios aceptarían tarjetas y cobrarían más mientras que otros solo aceptarían efectivo y cobrarían menos. Cualquier comercio que acepte ambos medios de pagos es vulnerable a un competidor que minimice sus costos y solo acepte el medio de pago de efectivo de los consumidores.

El argumento sufre de las mismas premisas del primero pero en este caso, las lleva a mayor extensión. Para empezar, la decisión de un comerciante para poder decidir que medio o medios de pago aceptar no depende de si mismo si no de lo que este observe está sucediendo en el mercado de los tarjeta-habientes que lo rodea y dado que en realidad no conoce el número de tarjeta-habientes existentes para un momento dado, en realidad preferirá mantener un POS y aceptar tarjetas que suponer que solo compradores con efectivo llegarán a su tienda.⁷⁴ En otras palabras como se dijo anteriormente, los comercios *aceptan tarjetas por razones estratégicas*; ejemplo de esto es un mall en donde existan varias tiendas de ropa distribuidas por el mismo, estas tiendas venden productos similares con precios poco diferenciados y si dos de ellos decidieran no aceptar tarjetas estarían probablemente perdiendo más de lo que se ahorrarían al solo aceptar efectivo, dado que precisamente existe competencia cercana y que debido a las

⁷³ Esto solo ocurriría en el caso que el comerciante no considere la aceptación de tarjetas como una estrategia para atraer clientes. Lo cual en el caso de Honduras se puede dar en las zonas rurales, marginales o ciudades muy pequeñas y también cuando el producto o productos que se transen no lo permita.

⁷⁴ Claro que esto depende del tipo de bien o servicio que el comercio venda así como de la ubicación geográfica y de sus características socioeconómicas, como ya se definió en el mercado geográfico.

características socioeconómicas de la gente que transita por ese lugar, la tarjeta de pago es el medio que probablemente se utiliza más⁷⁵.

De manera que consideramos que la eliminación de la “regla de no sobre cargo” no reduciría el bienestar social, dadas las razones expuestas. Los modelos basados en supuestos estáticos y de información perfecta no son viables bajo el contexto de una economía dinámica y en donde la asimetría de información es la característica más preponderante. Con la eliminación de la regla de no sobre cargo y/o no descuento se reduciría la asimetría de información y por lo tanto la barrera a la competencia que un medio de pago le impone al otro, lo que generaría competencia entre los mismos, la cual induciría al sistema de tarjetas a volver más competitivos los precios que los comerciantes y los consumidores deben observar, a la larga aumentando el mismo volumen de transacciones de la economía y generando bienestar social.

Como ya se dijo la regla de no sobre cargo impone que sea *el mismo precio el que se cobre por comprar bienes y servicios usando tarjetas que por usar cualquier otro medio de pago*. De manera que si consideramos al comerciante como el comprador y a los bancos emisores/adquirentes como los agentes económicos que tienen el poder de mercado en el servicio de tarjetas; estos últimos no precisamente le dicen a los comercios “el precio al que se debe aceptar/vender mi producto es x;” si no que más bien le dicen: “el precio al que se debe aceptar mi producto debe ser el mismo que aquel de la competencia”; esto es, el efectivo y otros sustitutos.

Seguidamente, mediante la publicidad, los puntos, las millas y demás promociones explotan esta imposición vertical con efectos horizontales e impulsan el uso de su producto paulatinamente ganando cuota de mercado a costa de los demás medios de pagos alternativos, o en otras palabras eliminando la competencia.

En ese sentido, la habilidad del sistema de pagos de tarjetas de controlar los precios y ganar mayor cuota de mercado **NO** resulta de la eficiencia o de la producción de un bien superior a los demás, si no más bien de calculadas y muy planificadas decisiones de negocios⁷⁶.

⁷⁵ Julian Wright (2004) retoma el análisis y considera como premisa de su modelo que en efecto, los comercios aceptan tarjetas por razones “estratégicas” tal y como pretendemos explicarlo en este párrafo.

⁷⁶ Levitin, Adam (September 2007). “Priceless? The Cost of Credit Cards.” Georgetown University Law Center. Business, Economics and Regulatory Policy Working Papers Series.

IX. CONCLUSIONES

1. Respecto al Convenio

- 1.1. En sistemas abiertos, como lo son los de Visa y Mastercard, para que una determinada transacción pueda realizarse es necesario que los bancos emisores y adquirentes se pongan de acuerdo sobre aspectos como: riesgos derivados del no pago por parte del tarjeta-habiente, fraudes, fallas en el comercio en cuanto al suministro de los bienes demandados, y el nivel de compensación de ambos por los costos en que incurran por la transacción realizada. Cuando concurre un número considerable de bancos en ambos segmentos de mercado, los acuerdos bilaterales se vuelven ineficientes y costosos, por lo que los acuerdos multilaterales se hacen necesarios. De estos acuerdos se deriva lo que se conoce como la tasa de intercambio.
- 1.2. La fijación contenida en el Convenio de Intercambio Local para Emisores Visa en la República de Honduras”, suscrito el 27 de junio de 2007 por Ventas Internacionales (BAC Honduras/BAC Credomatic), Sociedad de Inversiones Aval Card, Banco Atlántida, Banco Promérica, Banco del País, Banco BGA (HSBC), Banco Cuscatlán, Banco Ficohsa y el Banco Lafise, corresponde a la fijación de la tasa de reembolso al emisor (tasa de intercambio multilateral) y no a la fijación de las tasas de adquirencia finales a cobrarse a los comercios; en ese sentido, la fijación de la tasa de intercambio establecida en el mencionado convenio, no puede considerarse constitutiva de suficientes indicios de que se trate de una práctica restrictiva, según lo prescrito en el artículo 5, numeral 1) de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia.

2. Respecto a la Tasa de Intercambio y la Tasa de Adquirencia

- 2.1. La tasa de intercambio que se deriva del Convenio Multilateral suscrito entre emisores de la marca Visa en junio de 2007, es considerada como un instrumento entre agentes económicos (bancos emisores) que compiten a nivel interno de un mercado, sirviéndoles para balancear costos y/o ganancias entre las partes participantes, y facilitando el control de la elasticidad de la demanda de ambos consumidores (comercios afiliados y tarjeta-habientes), derivando su carácter multilateral y su contribución al funcionamiento del sistema abierto de tarjetas.
- 2.2. Se considera que la tasa multilateral de intercambio evita negociaciones bilaterales las que podrían generar trato discriminatorio y barreras a la competencia de nuevos entrantes. Por otra parte, la tasa multilateral reduce los costos de la operatividad del sistema y en teoría todos los bancos reciben el mismo trato.

- 2.3. Los montos de las tasas de intercambio (tasa de reembolso al emisor) establecidos en el convenio son altos, comparados con los registrados en otros países. Pudiendo inferirse que los mismos no están orientados a costos, sino que representan el comportamiento histórico derivado de la aplicación de los convenios anteriores.
- 2.4. La tasa de intercambio por su carácter transaccional se refleja en la tasa de adquirencia como un componente de costo que es considerado como un piso a partir del cual cada banco adquirente fija individualmente la tasa de adquirencia o descuento a cobrar a cada uno de sus comercios afiliados. La misma representa un incentivo a los bancos emisores para que sigan emitiendo tarjetas, especialmente a los bancos con pequeñas participaciones en el mercado o que no han entrado ni pretenden entrar al mercado de adquirencia.

3. Respecto a los Segmentos del Mercado

- 3.1. Los elevados grados de concentración en los segmentos de emisión y adquirencia del mercado de las tarjetas de pago y con mayor pronunciación en dos bancos (BAC-Honduras/Credomatic de Honduras y Aval Card), que a la vez operan como emisores y adquirentes, revelan *a priori* una situación dominante de parte de los mismos, los cuales pueden influenciar decididamente en el mercado, de tal forma que les derive en un poder de negociación de la tasa de intercambio e indirectamente de la tasa de adquirencia.
- 3.2. En el segmento de la adquirencia se infiere la existencia de un mayor poder de negociación de los bancos adquirentes mejor posicionados en el mercado y con mayor experiencia en el manejo de este segmento (BAC-Honduras/Credomatic de Honduras y Aval Card), en detrimento de los adquirentes con menor participación, en cuanto a afiliar establecimientos comerciales más grandes (respecto a volúmenes de ventas), con tasas más reducidas, incidiendo en los márgenes de negociación de tasas de adquirencia más competitivas, desincentivando el ingreso de nuevos competidores a este segmento del mercado.
- 3.3. Las altas tasas de adquirencia, **combinadas con el bajo o nulo poder de negociación de los comercios pequeños** en cuanto a volúmenes de ventas, **la falta de información transparente en cuanto a los niveles de tasa de intercambio y la existencia de la regla de “no sobre cargo”** cuyo incumplimiento es sancionado por la Ley, indudablemente vuelve a los comercios pequeños - que consideran la aceptación de tarjetas como una ventaja o paso estratégico - en precio-aceptantes que deben asumir mayores costos de aceptación a medida que aumentan las transacciones con tarjetas y que a su vez no les queda otra opción que externalizar, vía precio, el costo a todos los consumidores sean o no tarjeta-habientes.

- 3.4. Desde el lado de la demanda, la tasa de adquirencia se ve influenciada por la capacidad de negociación que tengan los comercios afiliados, proporcionando claras ventajas a los comercios grandes (en cuanto a volúmenes de venta), en detrimento de los pequeños, limitándoles el poder competir con menores precios, dada la existencia de una situación de discriminación de negocios, al cobrarse tasas de adquirencia diferenciadas, dentro de una misma categoría de comercios y por un mismo banco adquirente.

4. Respeto a los Efectos de la Regulación

- 4.1 La aplicación de la “Regla de No Sobre Cargo o No Discriminación de Precios”, afecta la competencia entre medios de pago sustitutos, en tanto que establece un precio igual al consumidor, sin importar el medio de pago utilizado al momento de realizar una determinada transacción y sus costos asociados, no habiendo incentivos por pagar en efectivo - como medio de pago sustituto más cercano en cuanto a su uso y con el menor costo asociado- ni señales de diferenciación por pagar con tarjetas. Los comercios ya no pueden seleccionar la mejor opción en cuanto a qué medio de pago aceptar, tomando en consideración el que le resulte menos costoso, y el tarjeta-habiente no puede discriminar sobre el medio de pago a usar al momento de pagar, en función de lo que le deje un mejor excedente.
- 4.2 Con la Regla de No Sobre Cargo se ve afectada la competencia entre tarjetas de débito y crédito cuando son utilizadas como medio de pago, ya que directa o indirectamente esta regla se ampara en que la tasa de adquirencia es la misma para ambos tipos de tarjetas en cada comercio (sin considerar que los costos asociados a los pagos con las tarjetas de débito son menores a los de las tarjetas de crédito) y por lo tanto, en la práctica aplica a ambos productos, sin advertir que en la Ley de Tarjetas de Crédito solamente se prescribe para las tarjetas de crédito.
- 4.3 Debido al efecto de la Regla de No Sobrecargo y por no estar diferenciadas las tasas de Intercambio y adquirencia según el tipo de tarjeta, existen subsidios cruzados entre medios de pagos (efectivo y tarjetas) y entre tipo de tarjetas (débito y crédito) que benefician solamente el mayor uso de tarjetas de crédito, que se apoyan en la ausencia de señales de diferenciación de costos para los consumidores, y por lo tanto, en la ausencia de competencia efectiva entre los medios de pago.

5. Respeto a Vacíos Regulatorios

- 5.1 Los actuales estamentos legales que regulan lo concerniente al giro de operaciones de crédito realizadas por las sociedades mercantiles autorizadas como emisoras de tarjetas, no contemplan disposiciones que regulen específicamente el contenido de los contratos que deben regir las relaciones

jurídicas y/o contractuales entre los diferentes actores, como son las relaciones entre emisores y/o adquirentes y entre adquirentes y comercios afiliados. Contrario a los contratos de apertura de crédito para disposición y uso de tarjeta de crédito, que están regulados de conformidad a lo que establece el artículo 25 del Reglamento de Tarjetas de Crédito, los que deberán someterse a la aprobación de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros.

- 5.2** La Ley de Tarjetas de Crédito no contempla la regulación o reglamentación respecto al establecimiento de la tasa de adquirencia y tasa de intercambio en este segmento del mercado, pero si lo hace en relación a la tasa de interés que las sociedades emisoras de tarjetas de crédito podrán cobrar por el financiamiento de saldos en moneda nacional y extranjera, conforme al artículo 34 de dicha Ley.

6. Sobre la Transparencia del Sistema

- 6.1** El sistema de tarjetas de pago muestra una total falta de transparencia (asimetría de información), que deriva en un marcado desconocimiento sobre el funcionamiento de la plataforma – que incluye los niveles de las tasas de intercambio y la categorización de comercios –, de parte de los agentes económicos que participan del lado de la demanda, vale decir, comercios afiliados, tarjeta-habientes y consumidores en general.

X. RECOMENDACIONES

Realizado un análisis de la estructura del mercado de las tarjetas de pago, del mercado relevante y de la participación de las empresas investigadas en el mismo, y además desarrollado el análisis de una serie de variables que son representativas del funcionamiento y complejidad que caracteriza al sistema, destacando siempre la relevancia o incidencia de la tasa de intercambio en la competencia del sector, la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia recomienda:

1. Respecto al Convenio

- 1.1.** En vista de que la fijación de la tasa de intercambio establecida en el Convenio de Intercambio Local para Emisores Visa en la República de Honduras”, suscrito el 27 de junio de 2007 entre emisores y/o adquirentes que operan bajo la marca Visa en Honduras, no puede considerarse constitutiva de suficientes indicios de que se trate de una práctica restrictiva, según lo prescrito en el artículo 5, numeral 1) de la Ley, es improcedente formular cargos contra los bancos investigados, a saber: Ventas Internacionales, S.A (BAC Honduras/BAC Credomatic); Sociedad de Inversiones Aval Card, S.A de C.V;

Banco Atlántida, S.A; Banco Promérica, S.A; Banco del País, S.A; Banco BGA; Banco Cuscatlán; Banco Ficohsa; y Banco Lafise.

2. Sobre Aspectos Regulatorios

2.1. Que el ente regulador (económico y/o técnico), emita o impulse las regulaciones económicas pertinentes, en lo referente a:

a. Tasas de intercambio

- Definir criterios detallados que permitan que con el tiempo la tasa de intercambio tienda a orientarse a costos, haciendo la diferenciación de tasas aplicadas a pagos con tarjetas de crédito y de débito, de tal forma que se refleje en las correspondientes tasas de adquirencia.
- Establecer los criterios y mecanismos a fin de incluir una mayor cantidad de categorías de comercios en los porcentajes más bajos de Tasas de Intercambio, con esto se reduciría el número de establecimientos comerciales (actualmente en alrededor de 150) que tienen que cubrir las tasas más altas.

b. Tasas de Adquirencia

- Establecer los mecanismos necesarios que permitan minimizar el grado de discriminación de un banco adquirente al fijar tasas de adquirencia significativamente diferenciadas para comercios afiliados en una misma categoría distinguiéndolos por su volumen de ventas y/o poder de negociación.
- Promover los mecanismos de mercado necesarios que permitan trasladar las reducciones que se registren en los niveles de la tasa de intercambio a las correspondientes tasas de adquirencia.

c. Transacciones con tarjetas de débito

- Impulsar una reforma por adición a la Ley de Tarjetas de Crédito que también incluya disposiciones relativas a las diversas tarjetas de pago, particularmente las de débito.

d. Relaciones entre emisores y/o adquirentes

- Definir criterios detallados que rijan los vínculos contractuales entre emisores y/o adquirentes a efecto de normar los aspectos necesarios para la efectiva operación de la plataforma y del sistema, en particular los aspectos económicos.
- Establecer que previo a la entrada en vigencia del convenio multilateral, éste sea objeto de la aprobación del ente regulador, la cual estará condicionada a que el mismo cumpla con las normas dispuestas.

e. Relaciones entre adquirentes y comercios afiliados

- Definir criterios detallados que rijan los vínculos contractuales entre adquirentes y comercios afiliados a efecto de normar los aspectos

necesarios para la efectiva operación de la plataforma y del sistema, en particular los aspectos económicos y de liquidación.

- Establecer que el ente regulador apruebe los contratos modelos que el adquirente pretenda suscribir con sus comercios afiliados.

f. Transparencia

- Establecer que las tasas de intercambio sean públicas, tal que los comercios conozcan sus niveles y puedan negociar en base a los mismos. Así también, la metodología de cálculo de las nuevas tasas de intercambio pactadas, debería ser conocida por el ente regulador, vale decir la Comisión Nacional de Bancos y Seguros, y por la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia.

g. Estadísticas sobre el funcionamiento de la plataforma

- Imponer la obligación a los bancos emisores y/o adquirentes de proveer al ente regulador (CNBS) con periodicidad mensual, estadísticas actualizadas sobre el funcionamiento del sistema, que permitan a las demás instituciones tales como Banco Central de Honduras y la Comisión para Defensa y Promoción de la Competencia realizar los estudios periódicos y pertinentes en base a los mandatos de sus respectivas leyes. Las estadísticas a proporcionar deberán ser, entre otras las siguientes:
 - √ Número de tarjeta-habientes (crédito y débito), clasificados por marca.
 - √ Cantidad de tarjetas emitidas por tipo de tarjeta y por las distintas marcas
 - √ Listado y/o número de comercios afiliados por categoría; tasas de adquirencia cobradas a los establecimientos afiliados por categoría de comercio y marca de la tarjeta de pago.
 - √ Costos asociados con autorización y procesamiento de la transacción mediante un POS/TPV.
 - √ Valor total de las transacciones o consumos facturados con las tarjetas usadas en el POS/TPV por categoría de comercio.
 - √ Ingresos por tasas de intercambio (reembolso al emisor) y por tasas de adquirencia.

- 2.2.** Que el ente regulador impulse la derogación del artículo No. 44 de la Ley de Tarjetas de Crédito que incluye la “Regla de No Sobre Cargo o Discriminación de Precios”, como medida regulatoria que afecta la competencia al impedir que los medios de pago alternativos, en especial el efectivo como sustituto más cercano en cuanto a su uso, puedan competir basados en la diferenciación de costos y por lo tanto de escogencias del comercio afiliado y del consumidor final.

3. Recomendaciones Finales

- 3.1** En vista de los fallos de mercado observados en esta plataforma y dadas las recomendaciones de regulación propuestas como medidas correctivas a éstos, esta Comisión recomienda que después de aplicadas las medidas en un plazo mínimo de seis meses, se realice por parte de los organismos competentes un **estudio exhaustivo** del sistema, a efecto de determinar el impacto de las mismas sobre el funcionamiento eficiente del mercado.
- 3.2** En caso que transcurridos diez meses a partir de publicado el presente informe, y que no se hayan implementado las recomendaciones antes relacionadas, esta Comisión, a fin de procurar el funcionamiento eficiente del mercado y el bienestar de los consumidores, de conformidad con la Ley, adoptará las medidas que sean pertinentes para promover los niveles adecuados de competencia en el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agenda Parlamentaria; Situación de la Industria de Tarjetas de Crédito y Débito en la Argentina (Año 1, número 1, Septiembre 2002). Argentina
- Arbeláez, María Angélica y Nieto, Adriana (2006). "Mercado de Tarjetas en Colombia y el Debate Sobre la Tarifa de Intercambio". FEDESARROLLO, Colombia.
- Banco de México (2006). "Descripción de las Tasas de Descuento y Cuotas de Intercambio en el pago con Tarjetas Bancarias en México".
- Cárcamo Tercero, Hernán (2001). Eficacia e Ineficacia de los Contratos en Materia Civil. Editorial Universitaria. Tegucigalpa, Honduras.
- Código Civil, emitido mediante Decreto Legislativo Número 76 de fecha 22 de enero de 1906.
- Código de Comercio, emitido mediante Decreto Legislativo Número 73, de fecha 1º de marzo de 1949.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2007). "Investigación de Conformidad con Artículo No.17 del Reglamento (CE) No.1/2003 en Sector de Banca Minorista – Informe Final". Comunicación de la Comisión. Bruselas.
- Comisión Nacional de Banca y Seguros (2007). "Estudio sobre Competitividad en el sector de tarjetas de Crédito". Honduras.
- Competition Commission (2003); "Amicable Settlement in the case of the investigation under article 27 on the Federal Act on Cartels and other Restraints on Competition, relating to: 22 - 0264: Credit Cards – Interchange Fees." Switzerland.
- Cuevas Sarmiento, J. Alejandro. "La Posición de Dominio". PROCOMPETENCIA. Venezuela.
- Dawson Amy; Hugener Carl (2007). "A New Business Model for Payment Cards". Diamond Management and Technology Consultants.
- European Commission, Competition DG (April 12, 2006). "Interim Report on Payment Cards I."(Pag 11).
- E. Weiner, Stuart; Wright Julian (December 2005). "Interchange Fees in Various Countries: Developments and Determinants". Review of Network Economics.
- Food Market Institute (FMI) – August 2007 -. "Hidden Credit Card Fees: Interchange Fees Cost Consumers, billions each year".
- Fuentes R, Piedad Constanza (Noviembre 2006). "Aplicación de Normas de Competencia en Colombia, Caso Tarjetas Visa y Master Card". Super Intendencia de Industria y Comercio.
- Gorjón, Sergio (Diciembre 2006); "Tasas de Intercambio y Descuento en el ámbito de las Tarjetas de Pago Bancarias: Estadísticas". Departamento de sistemas de Pago, Banco de España.
- Ley de Tarjetas de Crédito, Decreto Legislativo Número 106-2006 de fecha 31 de Agosto de 2006 y publicado en el Diario Oficial La Gaceta, el 23 Octubre 2006.
- Levitin, Adam (September, 2007). "Priceless? The Cost of Credit Cards." Georgetown University Law Center. Business, Economics and Regulatory Policy Working Papers Series.
- Ministerio de Industria 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 tarjeta". Dirección General de Política Comercial, España.
- Negrín, Jose Luis; O Dogherty, Pascual (2003). "Estructura y Competencia en el Mercado Mexicano de Tarjetas de Crédito". Banco de México.
- Nilson Report, Issue 877 (April, 2007), citado en Food Market Institute (FMI) – August 2007 -. "Hidden Credit Card Fees: Interchange Fees Cost Consumers, billions each year".
- Prager, Robin (December 2005). "Country Studies of Interchange Fees: Commentary". Board of Governors of the Federal Reserve System.
- Reglamento de la Ley de Tarjetas de Crédito, emitido mediante Resolución Número 1145/28-11-2006, de fecha 28 de noviembre del 2006.
- Reserve Bank of Australia (1999). "The Designated Visa Debit System".
- Reserve Bank of Australia (1999). "The Setting of Whole Sale (Interchange) fees in the Designated Credit Card Schemes".

- Robert, M. Hunt (June 2003). "An Introduction to the Economics of Payment Card Networks". Research Department, Federal Reserve Bank of Philadelphia.
- Rodríguez Olivera, Nuri y López Rodríguez, Carlos Eduardo. "Tarjetas de Crédito", Derecho Comercial. Editorial Fundación de Cultura Universitaria.
- Romero Hernández; Carlos (2005). "Aspectos de Competencia en las Redes de los Sistemas de Tarjetas Bancarias". Boletín Latino Americano de Competencia; México.
- VISA (Septiembre 2006). Código de Buen Gobierno Corporativo.
- Wright Julian (October, 2002); "Optimal Card Payment Systems". Department of Economics, University of Auckland, New Zealand. European Economic Review.
- Zinman, Jonathan (August, 2007). "Debit or Credit?" Dartmouth College.
- <http://www.banxico.org.mx/sistemasdepago/index.html>
- <http://www.rba.gov.au/Statistics/Bulletin/index.html>
- http://www.banxico.org.mx/sistemasdepago/servicios/tarifasComisionesServPago/TasasyCI_TDD.html
- <http://nilsonreport.com/index.htm>
- <http://www.bde.es/sispago/spestad.htm>
- <http://www.unfaircreditcardfees.com/site/media/>
- http://ec.europa.eu/comm/competition/index_es.html