



Comisión para la Defensa y
Promoción de la
Competencia

ANÁLISIS DEL MERCADO DE LAS TARJETAS DE PAGO (CRÉDITO Y DÉBITO) EN HONDURAS

Junio, 2016

ÍNDICE

I.	Aspectos Generales.....	5
II.	Caracterización del Mercado de las Tarjetas de Pago	6
	1. El Sistema Financiero en Honduras	6
	2. Sistema de Tarjetas de Pago en Honduras y su Funcionamiento.....	9
	3. Marco Jurídico.....	11
	3.1 De la Constitución y Autorización de las Sociedades Emisoras de Tarjetas de Pago.....	13
	3.2 De las Tarjetas de Pago	14
	3.3 Del Vínculo Jurídico.....	14
	3.3.1 De la Relación Jurídica entre la Propietaria de la Marca Comercial (i.e Visa, Mastercard) y la Entidad Emisora y/o Adquirente	14
	3.3.2 De la Vinculación Jurídica entre el Emisor y/o Adquirente y el Tarjeta-Habiente	15
	3.3.3 De la Vinculación Jurídica entre el Adquirente y el Comercio Afiliado.....	17
	3.3.4 De la Relación Jurídica entre el Adquirente y el Emisor.....	18
	3.3.5 De la Relación Jurídica entre el Comercio Afiliado y los Tarjeta-Habientes	18
	3.3.6 De las Principales Reformas/Adiciones a la Ley de Tarjetas de Crédito según Decreto No. 33-2013.....	19
	4. Bancos Comerciales Operando, Emisores y/o Adquirentes.....	21
	5. Productos o Servicios que Ofrecen los Bancos Emisores y/o Adquirentes	21
	6. Stock Actual de las Tarjetas de Crédito y Débito	23
	7. Número de Tarjeta-Habientes, Clasificados por Marca.....	25
	8. Ingresos y Costos Asociados al Uso de las Tarjetas de Crédito	26
	8.1 Tasa de Financiación de Tarjetas de Crédito.....	26
	8.2 Comisiones por Adelantos en Efectivo	28
	8.3 Otras Comisiones	29
	8.4 Costos Asociados al Uso de Tarjetas de Crédito	30
	9. Ingresos y Costos Asociados al Uso de Tarjetas de Débito.....	32
	9.1 Comisiones Tarjetas de Débito Cuenta de Ahorro	32
	9.2 Costos por Transacción Adicional para el Banco Emisor de Tarjeta de Débito en Cuenta de Ahorro y Cheque	33
	9.3 Tasas de Interés Otorgadas a los Ahorros en Tarjeta de Débito - Cuenta de Ahorro	33
	9.4 Tasa de Interés Moratoria.....	34
	10. Beneficios para el Comercio y Tarjeta-Habiente de la Industria de Tarjetas de Pago.....	35
	11. Número de Transacciones o Consumos Facturados con las Tarjetas de Pago Usadas en los Comercios.....	35
	11.1 Transacciones con Tarjeta de Débito.....	35
	11.2 Transacciones con Tarjetas de Crédito.....	38
III.	Mercado Relevante	40
	1. Mercado Producto	41
	2. Mercado Geográfico.....	43
IV.	Análisis de Posición de Dominio (Participación Notable de Mercado)	43
	1. Determinación del Grado de Concentración	43
	1.1 Grado de Concentración Tarjetas de Crédito.....	44
	1.2 Grado de Concentración Tarjetas de Débito	48
	2. Posición de Dominio (Participación Notable de Mercado)	51
V.	Valoración de Posibles Fallos de Mercado en el Sistema de Tarjetas de Pago	52

1. Tasas de Intercambio y Adquircencia.....	52
2. Tasas de Interés-Ley de Tarjetas de Crédito.....	55
2.1 Funcionamiento.....	55
2.3 Tasas de Interés por Tipo de Tarjeta de Crédito con Características Similares.....	57
2.4 Correlación de Tasas de Interés de Tarjetas de Crédito por Banco.....	58
2.5 Flexibilidad en las Tasas de Interés de las Tarjetas de Crédito - Modelo de Ausubel.....	59
3. Regla de No Sobre Cargo.....	64
4. Central de Riesgos y Buró de Créditos.....	66
4.1. El Funcionamiento de las Centrales de Riesgo.....	66
4.2. Los Resultados Esperados de las Centrales de Riesgo.....	68
4.3. Situaciones con Posibles Restricciones a los Derechos de los Titulares de la Información Crediticia.....	69
VI. Consideraciones sobre Algunos Medios de Pago a través de Dinero Electrónico ...	72
1. Instituciones No Bancarias que Brindan Servicios de Pago Utilizando Dinero Electrónico (INDEL).....	73
2. Tigo Money.....	74
VII. Barreras de Entrada.....	77
VII. Conclusiones.....	79
VIII. Recomendaciones.....	81
Referencias Bibliográficas.....	83

ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS

AHIBA	Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias
AMEX	American Express
BAC	Banco de América Central
BANHCAFE	Banco Hondureño del Café
BANCATLAN	Banco Atlántida
BANCOCCI	Banco de Occidente
BANCON	Banco Continental
BANPAIS	Banco del País
BCH	Banco Central de Honduras
BANRURAL	Banco de Desarrollo Rural
CAT	Costo Anual Total
CB	Citi Bank
CDPC	Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia
CNBS	Comisión Nacional de Bancos y Seguros
CR4	Razón de Concentración de las cuatro empresas más grandes
CT	Citi Tarjetas
FICOHSA	Banco Financiera Comercial Hondureña S. A
HHI	Índice de Herfindhal Hirschman (siglas en inglés)
LDPC	Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia
MCC	Código de Categoría de Comercios (siglas en inglés)
POS	Punto de Venta (siglas en inglés)
RTF	Red de Transmisión de Fondos

I. Aspectos Generales

La literatura especializada en temas de organización industrial considera que el mercado de las tarjetas de pago tiene características que permiten identificarlo como “un mercado de dos partes” o “mercado de dos lados”. Los productos en estos mercados enfrentan dos demandas interdependientes que deben satisfacerse de manera simultánea. Una demanda estaría representada por los tarjetahabientes y, la otra, por los comercios que aceptan pagos con tarjeta. En el 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 tarjetahabientes.

La emisión de tarjetas implica la celebración de diversos contratos comprendidos en un sistema ideado y organizado por la entidad emisora, y dentro de los cuales se encuentran: 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 crédito o débito, previa identificación.

La vinculación que se genera entre los diferentes actores participantes, dados los contratos celebrados, obedece a que la existencia de unos está en función de la existencia de otros. Es decir, si una entidad emite tarjetas de pago, es porque existe una vinculación con comercios afiliados que aceptan vender o prestar servicios a los tarjetahabientes. 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 tarjetahabiente; 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 tarjetahabiente.

Para que estos actores puedan vincularse y a la vez conciliarse, es necesario que entre en escena otro 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 los demandantes o consumidores adolecen de la capacidad para hacer efectiva esta acción.

Se necesita conocer qué incentiva a cada actor a participar en el mercado. En tal sentido, sus motivaciones que lo inducen a participar en una determinada transacción, son importantes en mercados multilaterales. 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, 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 funcionamiento¹ y los costos de ejecución de la transacción². 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 moratorios³. 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 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 pago⁴...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).

II. Caracterización del Mercado de las Tarjetas de Pago

1. El Sistema Financiero en Honduras

En Honduras la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS) ejerce la supervisión, vigilancia y control de las instituciones bancarias, aseguradoras y financieras. Por otro lado, el Banco Central de Honduras (BCH) es el responsable de velar por el mantenimiento del valor interno y externo de la moneda nacional y el buen funcionamiento y estabilidad del sistema financiero y de pagos del país. El sistema financiero hondureño

¹ Afiliación y mantenimiento de la red.

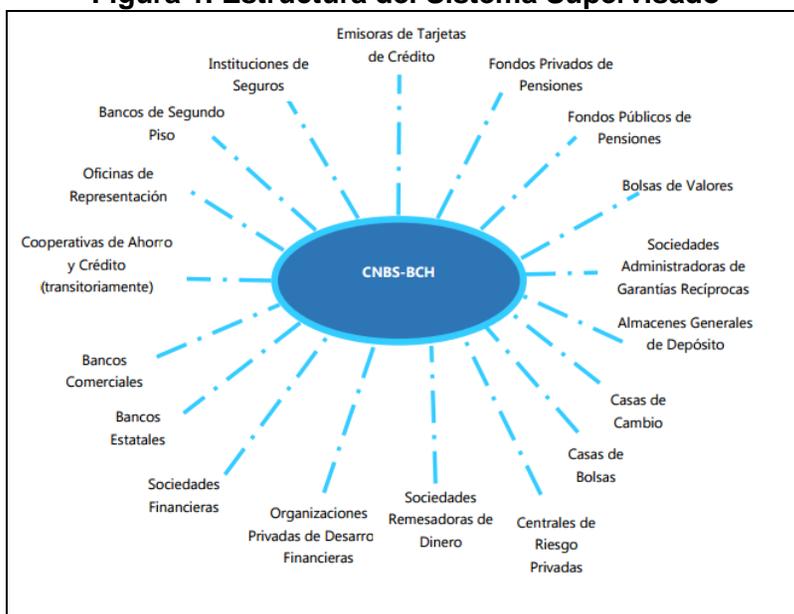
² Tasa de intercambio y costos asociados con la ejecución de la transacción como tal.

³ 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.

⁴ 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).

que regula la CNBS y el BCH está conformado por bancos comerciales, bancos estatales, bancos de segundo piso, instituciones de seguro, instituciones de previsión, sociedades financieras, organizaciones privadas de desarrollo financieras, sociedades remesadoras de dinero, centrales de riesgo privadas, casas de bolsas, casas de cambio, almacenes generales de depósito, sociedades administradoras de garantías recíprocas, bolsas de valores, fondos públicos de pensiones, emisoras de tarjetas de créditos y cooperativas de ahorro y crédito.

Figura 1. Estructura del Sistema Supervisado

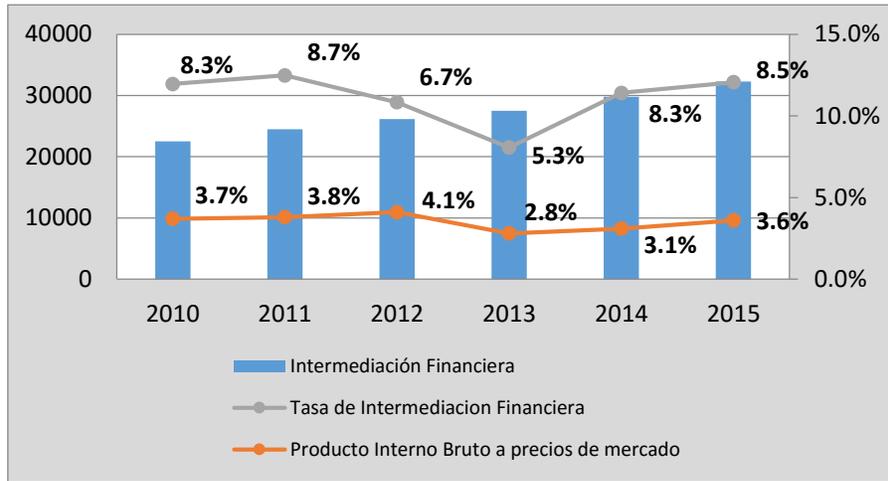


Fuente: CNBS

El sistema financiero en Honduras tiene una importante participación en la economía, lo cual se evidencia con una contribución al Producto Interno Bruto (PIB) a precios corrientes entre el 14.0% y 17.0% durante el periodo 2010-2015, igualmente registró un incremento de 7.5% durante este periodo en la actividad de intermediación financiera⁵. Honduras presentó un crecimiento promedio durante este mismo periodo del 3.5% en términos reales pese a la inestabilidad del desempeño económico global. Este resultado se debe al dinamismo experimentado en las actividades agropecuarias y manufactureras, como respuesta a una mayor demanda interna y externa. Asimismo, se destaca el comportamiento positivo de las actividades de Intermediación Financiera, Comercio, Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones (Gráfico 1).

⁵ Actividad que consiste en tomar fondos en préstamo de unos agentes económicos para prestarlos a otros agentes económicos que desean invertirlos.

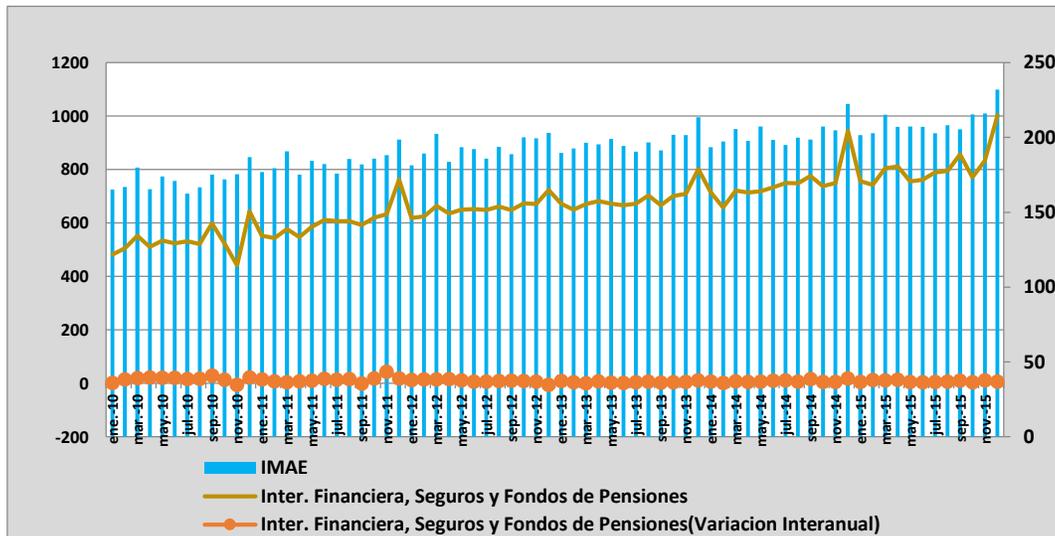
Gráfico 1. Participación del Sistema Financiero con respecto al PIB y Tasas de Crecimiento



Fuente: Elaboración propia con datos del BCH.

El índice Mensual de Actividad Económica (IMAE) brinda una valiosa información para el seguimiento de los objetivos y metas establecidos para la política económica del país. Este índice refleja las variaciones en cantidad de un subconjunto de actividades económicas, pero no de los precios asociados a esas actividades. Una de las actividades que incluye este indicador es, la Actividad Financiera de Seguros y Pensiones⁶, donde la actividad financiera del sistema bancario registró un crecimiento de 1.0% durante el periodo 2010-2015. Para estos años, el sistema financiero ha presentado un gran dinamismo especialmente para los años 2011 y 2012, cuyo crecimiento fue de 13.6% y 11.1% respectivamente (Gráfico 2).

Gráfico 2. IMAE y Actividad Financiera y de Seguros (valor absoluto y variación mensual)



Fuente: Elaboración propia con datos del BCH

⁶ Este Indicador se compone por la intermediación financiera del sistema bancario y la intermediación financiera de seguros y pensiones.

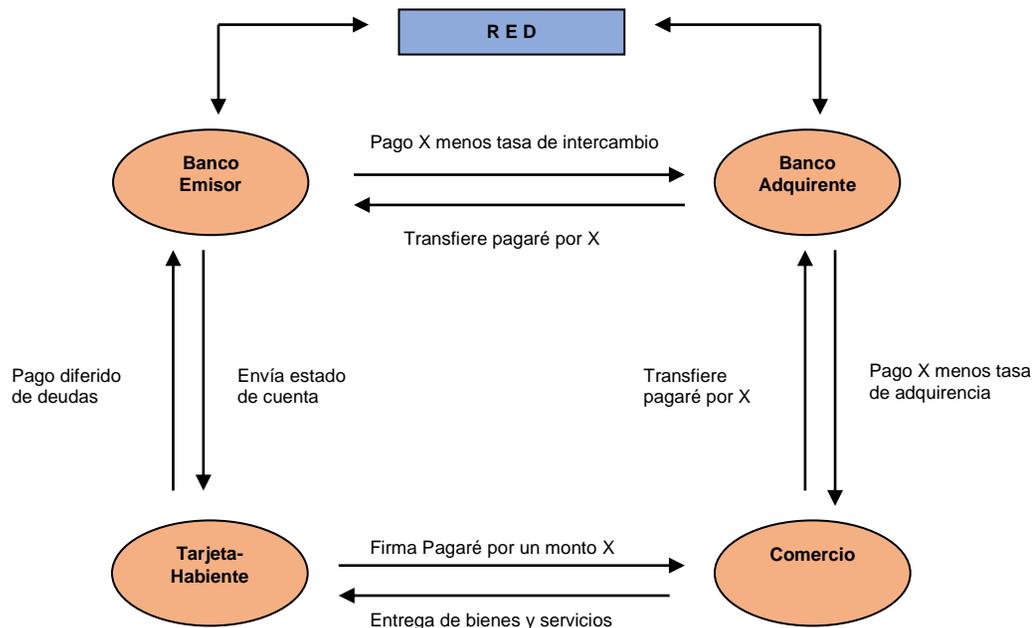
Este dinamismo es resultado de la mayor colocación de nuevos préstamos por el sistema financiero, principalmente a las actividades de comercio y consumo (20.6%), igualmente se han destinado préstamos para la propiedad raíz a la industria, servicios y actividades agropecuarias. El mayor dinamismo en el otorgamiento de nuevos créditos destinados al comercio y al consumo, puede asociarse al proceso de reactivación económica interna experimentado, así como a una mayor certidumbre en el entorno económico interno. En el caso de los créditos destinados a propiedad raíz, su comportamiento obedece en parte a la utilización de los recursos disponibles en el Banco Hondureño para la Producción y la Vivienda (BANHPROVI) y del Régimen de Aportaciones Privadas (RAP), a tasas de interés inferiores a las de mercado, influenciando positivamente la demanda de préstamos para este rubro (BCH, 2010).

2. Sistema de Tarjetas de Pago en Honduras y su Funcionamiento

Tal como se había mencionado, el mercado de las tarjetas de pago, se caracteriza por ser un mercado de dos partes o de dos lados. 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 Diners 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; en Honduras el Banco que maneja este tipo de plataforma es el Banco de América Central (BAC). 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, donde son utilizados los POS (Point Of Sale) instalados en los comercios afiliados. *Vale señalar que, para efectos del presente trabajo, se estará analizando este tipo de esquema, propio de las marcas Visa y Mastercard, y es donde se registra el mayor número de tarjeta-habientes.* 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



Es preciso destacar que, bajo esta plataforma se ha innovado el uso de los POS, a través de la tecnología mPOS, el cual constituye un punto de venta móvil, el cual es operado a través de un teléfono inteligente, tableta o dispositivo inalámbrico que realiza las funciones de una caja registradora o punto de venta electrónico (POS). Es considerado como una nueva innovación disruptiva, es decir, es un servicio antes inexistente o bien una nueva forma de ofrecerlo, que podría alterar la estructura y funcionamiento de las terminales de puntos de ventas existentes, con la que no solo podrán aceptar pagos con tarjeta de crédito y débito con mayor movilidad, tener mayor seguridad al no manejar tanto efectivo, ahorrar costes frente a los sistemas de cobro tradicionales, sino que podrán disponer de herramientas que, a un bajísimo coste, les permitirán situarse en una posición privilegiada para competir.

El mPOS es mucho más pequeño que el tradicional POS y permite conectarse a un depósito móvil vía bluetooth o al auricular del móvil, que funcionará con el aplicativo requerido descargado. La tarjeta de pago se introduce o se pasa por la ranura del dispositivo anexo. Luego se registra el monto a pagar, se firma en la pantalla, y el comprobante de pago no se imprime sino que se envía a un correo electrónico o como mensaje de texto. El precio que se le cobra al comercio depende de los convenios que tengan los bancos o empresas con cada marca.

Actualmente México y Perú son los países Latinoamericanos que más influencia tienen de los mPOS, y el caso de Honduras, solo Credomatic ofrece el servicio de punto de venta móvil que tiene el nombre de MiPOS y permite usar un lector de tarjetas de crédito o débito a través de un smartphone para procesar pagos con todas las tarjetas de marca American Express, Mastercard, Visa, Discover y Dinners Club. El servicio que ofrece Credomatic es a través de GeoPagos que es una empresa que ofrece el servicio de mPOS a nivel internacional para instituciones financieras y grandes empresas. GeoPagos

cuenta con certificaciones y protocolos de seguridad de la industria de pagos móviles para proteger a las instituciones, comercios y a los clientes de éstos. Además brinda una licencia de uso para su software white-label, más un servicio de soporte tanto para la institución como para sus comercios. La aplicación puede ser personalizada, y se integra rápidamente, ya que no solo es un proveedor de tecnología, también ayuda convertir el mPOS en un elemento transformador.

Dado que la incursión en el mercado hondureño no es significativa, puede establecerse *a priori* que este sistema al menos en el mediano plazo no sustituirá en una forma representativa a los POS tradicionales.

En cuanto a las marcas de tarjetas que se comercializan en el mercado hondureño la Tabla 1, muestra que Visa se ofrece en todos los bancos comerciales a excepción de Banco Azteca que solamente ofrece Mastercard. Esta última es ofrecida por Banco Atlántida (BANCATLAN), Banco de América Central de Honduras (BAC - Honduras), Banco del País (BANPAÍS) y Banco Continental (BANCON) mientras estuvo en operación⁷; asimismo, dentro de la plataforma cerrada se encuentra American Express (AMEX), que como ya se había mencionado solo se ofrece por BAC - Honduras. Es importante destacar que, el único banco que hace uso de las dos plataformas y que puede ofrecer mejores beneficios en los productos/servicios de tarjetas de pago es BAC - Honduras, de igual manera también existe mayor diversificación en lo que el banco ofrece a sus tarjeta-habientes.

Banco	Marca			
	Visa	Mastercard	Diners	American Express
BANCATLAN	X	X		
BAC – Honduras	X		X	X
Banco Financiera Comercial Hondureña, S.A. (FICOHSA)	X			
Banco Davivienda	X			
Banco Hondureño del Café (BANHCAFE)	X			
Banco Lafise	X			
Banco de Occidente (BANCOCCI)	X			
Banco Promérica	X	X		
Banpaís	X	X		
Banco de Desarrollo Rural (BANRURAL)	X			
Banco Azteca		X		

Fuente: Elaboración propia con datos del BCH.

3. Marco Jurídico

La actividad implícita en el sector de las tarjetas de pago, se ha caracterizado por ser sujeto a un notable control administrativo. En la mayoría de los países latinoamericanos en los últimos años se han introducido reformas a la legislación que regula la actividad de este sector, a fin de adaptar las respectivas regulaciones a un entorno de modernización y un proceso de globalización, como respuesta a los cambios que experimenta el sector financiero como un todo. Sin embargo, cabe destacar que tanto las leyes, como las

⁷ En el mes de octubre de 2015 la CNBS declara la liquidación forzosa del Banco continental, por lo tanto, este banco deja de formar parte del sistema bancario comercial hondureño.

normativas que regulan y configuran los distintos sectores de la economía, dentro de los cuales se encuentra el sector financiero, y en particular el de las tarjetas de pago, podrían de alguna manera fungir como señales de incentivo o de desincentivo para los agentes económicos.

En este capítulo, se hace un esbozo del marco jurídico del sector de las tarjetas de pago, en el cual se describen los participantes que intervienen en dicho sector, así como las relaciones entre ellos, y el marco legal que los regula, lo que resulta de gran utilidad para entender con mejor precisión el comportamiento de este sector en Honduras.

Vale destacar que, los entes oficiales que tienen la responsabilidad de legislar y vigilar la práctica monetaria y financiera son: Banco Central de Honduras (BCH); Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS); Superintendencias de Bancos, Financieras y Asociaciones de Ahorro y Préstamos (AAP's), Seguros y Pensiones y Valores.

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 Reformada mediante Decreto No. 33-2013, publicado el 05 Abril de 2013
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
Reglamento a Reformas de la Ley de Tarjetas de Crédito (Resolución No. 676/22-04-2013)	Desarrollar las disposiciones contenidas en la Ley de Tarjetas de Crédito aprobada y reformada mediante Decretos Legislativos Nos. 106-2006 y 33-2013, de fechas 31 de agosto de 2006 y 7 de marzo de 2013, publicados en el diario oficial La Gaceta el 23 de octubre de 2006 y 5 de abril 2013, respectivamente.	
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 sistemas 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 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	Desarrollar el régimen de aplicación de las normas contenidas en la Ley	Emitido 06 Julio 2007

Competencia (Acuerdo No. 001-2007)	para la Defensa y Promoción de la Competencia.	
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
Reglamento de la Ley de Ordenamiento de las Finanzas Públicas, Control de las Exoneraciones y Medidas Anti-Evasión (Acuerdo No. 462-2014)	Art. 3: Numeral 6: Es la devolución del 8% del Impuesto Sobre Ventas (ISV) efectivamente pagado y discriminado por el comercio afiliado o desglosado en la transacción con tarjeta de débito o crédito.	Emitida 18 de Junio de 2014

3.1 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.

Es preciso destacar que, en las reformas a la Ley de Tarjetas de Crédito (Decreto No. 33-2013), se incorpora a las instituciones autorizadas por Ley y demás sociedades mercantiles domiciliadas en Honduras para emitir tarjetas de crédito a las Cooperativas de Ahorro y Crédito y las financieras, ambas supervisadas por la CNBS.

3.2 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.

3.3 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 1539⁸.

3.3.1 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.).

⁸ "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".

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

3.3.2 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 reformado 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.

3.3.3 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.

3.3.4 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.

3.3.5 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 él 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 más 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.

3.3.6 De las Principales Reformas/Adiciones a la Ley de Tarjetas de Crédito según Decreto No. 33-2013

A continuación se enuncian las principales reformas establecidas en el Decreto No. 33-2013 publicado en el diario oficial La Gaceta en fecha 05 de abril de 2013, y que

constituyen adiciones a lo consignado en la Ley original, conforme Decreto No. 106-2006, publicado en fecha 23 de octubre de 2006.

- Incorporación de conceptos novedosos y modificación de otros que ya se establecían en la Ley original, a efecto de adecuarlos a las necesidades que han surgido en los últimos años. Así por ejemplo, se introduce la definición del término “Acoso u hostigamiento en la cobranza” a la conducta por parte de un emisor o agencia de cobranza contratada por éste, que no respete los criterios establecidos en la ley de tarjetas de crédito y la normativa de transparencia emitida por la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS) para estos efectos, pudiendo ocasionar eventuales problemas a la salud del Tarjeta-Habiente.
- Se considerará como emisor únicamente a la Institución autorizada para celebrar un contrato con las personas (natural o jurídica) en virtud del cual le hace entrega de una o varias tarjetas de crédito para ser usadas conforme a lo pactado en dicho contrato, a diferencia de lo que señalaba el Decreto 106-2006 que el Emisor podía o no pertenecer al sistema financiero.
- Se autoriza a las Cooperativas de Ahorro y Crédito y a las Financieras para que puedan emitir Tarjetas de Crédito de acuerdo a los Términos de la Ley, lo cual hasta esta reforma no era posible.
- Se establecen las cláusulas que serán nulas (sin valor) en caso de ser incluidas en los contratos y se mantienen la mayoría de las cláusulas que se establecieron en el Decreto 106-2006. Se añaden tres nuevas cláusulas consideradas nulas, que son las siguientes:
 - Las que faculden al Emisor para modificar las condiciones de los contratos, estableciendo cargos, comisiones o primas adicionales no pactadas con el Tarjeta Habiente, excepto las que se acepten por éste expresamente.
 - Las que establezcan cargos o penalidades por cancelación de contrato, por administración de créditos; sobregiros no autorizados por el cliente; emisión, impresión o envío de información por medio de correo electrónico; rehabilitación de líneas de crédito o activación de cuentas más allá de los límites establecidos por la Comisión; gestión de cobranza; renovación o vencimiento del plástico; activación de la cuenta; y sustracción, caducidad o terminación del contrato.
 - Las que se establezcan para la contratación, voluntaria u obligatoria, de coberturas de seguros por Fraude u otras coberturas en los que se amparen riesgos que de acuerdo a lo establecido en la presente Ley, deben ser cubiertos ya sea por el establecimiento comercial asociado, el Emisor, Procesadora o Comercializadora de tarjetas de Crédito.
- El emisor solo puede requerir al Tarjeta Habiente la contratación de un seguro por Hurto, Robo y extravío, previa aceptación expresa del mismo, cuando la misma responda por usos no autorizados de al menos 48 horas antes del aviso de pérdida, hurto, robo o extravío.
- Las pólizas de seguros que generen primas cargadas a las tarjetas de crédito o de financiamiento, deben ser contratadas por el ente Emisor con Instituciones de Seguros autorizadas, atendiendo las normas que para tales efectos emita la CNBS, y que tendrán por objeto garantizar la obtención de mejores condiciones entre cobertura y precio, para beneficio del Tarjeta Habiente.
- En cuanto a la cancelación de los contratos, el Emisor una vez recibida la comunicación respectiva, durante los cinco días hábiles subsiguientes, debe transferir el saldo de la tarjeta a un préstamo personal a nombre del Tarjeta Habiente o mantener las mismas condiciones de crédito del contrato original. En este caso, si el Emisor decide mantener las mismas condiciones de financiamiento del contrato original, a partir de la fecha en que se haya efectuado la comunicación para terminar el contrato por parte del Tarjeta Habiente, no podrá capitalizar intereses de ningún tipo, y la tasa de interés aplicable será la vigente en el momento de la referida comunicación.
- Cuando los saldos totales, sean pagados en su totalidad entre la fecha de corte y la fecha máxima de pago, no se generarán intereses al Tarjeta Habiente. En caso que lo pagado sea inferior al saldo total del último estado de cuenta y que dicho pago o pagos sean efectuados el día de la fecha de vencimiento de pago o antes, lo pagado debe cancelar de forma prioritaria el saldo inicial del corte actual que representa el saldo no pagado del corte anterior. Si el pago efectuado es superior a lo anterior, se debe aplicar dicha diferencia a partir de los cargos más antiguos del corte actual, hasta el monto que cubra el saldo dejado al corte anterior que representan las transacciones que el cliente tiene cargado al último corte. Por el monto del saldo de capital no cancelado le deben ser calculados los intereses, desde la fecha de cada transacción no cubierta, hasta la fecha en que se cancele lo adeudado o la fecha de corte siguiente, lo que ocurra primero.
- Los emisores de tarjetas de crédito y aquellos que actúan en su representación, deben realizar la gestión de cobro directamente con el deudor y sus fiadores, sin prácticas de acoso u hostigamiento, y conforme a las normas vigentes de cobro de acuerdo con las normas vigentes de transparencia y respeto al usuario financiero, en horarios diurnos, ni más de una sola vez de gestión de cobro exitosa en el día.
- La instalación, funcionamiento, calidad y seguridad de las operaciones realizadas en los cajeros automáticos es responsabilidad de los propietarios de los mismos, para lo cual los locales donde se encuentren instalados deben brindar las condiciones de seguridad y confianza para los usuarios. Estos cajeros automáticos deberán estar provistos de cámaras de grabación de video en tiempo real de calidad suficiente para ser posible identificar al usuario del cajero automático y lo que sucede a su alrededor. Dicha cámara debe estar protegida y oculta. En el caso de las tarjetas de débito, los emisores deben establecer al menos un mecanismo de retiro inmediato y expedito que sea gratuito, para que el usuario pueda disponer del saldo de su cuenta sin cargos adicionales asociados a su cuenta y el emisor está obligado a informar al Tarjeta Habiente de ese mecanismo. Sin perjuicio de lo anterior, el emisor no podrá establecer comisiones por retiro con tarjeta de débito que sean mayores a L.20.00 (aproximadamente un dólar de Estados Unidos) o al 5% de la transacción, la que resulte menor.

4. Bancos Comerciales Operando, Emisores y/o Adquirentes

Según la Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias (AHIBA) a diciembre 2015 existían en el mercado hondureño 11 emisores de tarjetas de crédito y/o débito en el país autorizados y regulados por la CNBS. Entendiéndose como emisores las instituciones autorizadas por ley, y que celebran un contrato con una persona natural o jurídica en virtud del cual se entrega una o varias tarjetas de crédito o financiamiento para uso conforme a las condiciones pactadas.

Institución	Emisor	Adquirente
BANCATLAN	X	X
Banco Azteca	X	
BAC – Honduras	X	
Credomatic de Honduras		X
BANCOCCI	X	X
BANPAIS	X	X
Banco FICOHSA ⁹	X	X
BANHCAFE	X	
Banco Lafise Honduras	X	
Banco Promérica	X	X
Banco Davivienda	X	X
BANRURAL	X	X
Fuente: AHIBA.		

Asimismo, se entiende por bancos adquirentes a las entidades financieras que aceptan transacciones de pago con tarjetas, gestionan liquidaciones de tarjetas, reducen riesgos, entre otros. En el caso del mercado hondureño de las tarjetas de pago, solamente Banco Credomatic de Honduras no emite tarjetas de crédito y/o débito, pero si es adquirente. Banco Azteca, BAC - Honduras, BANHCAFE, y Banco Lafise no son adquirentes, es decir, no permiten realizar transacciones dentro de los mismos bancos con las tarjetas de crédito (Tabla 2). Vale decir que, a diciembre de 2015, del total de bancos involucrados en el negocio de la emisión y la adquirencia, 11 eran emisores, 8 adquirentes y 7 operan como emisores y adquirentes a la vez.

Cabe destacar que, debido a las reformas realizadas a la Ley de Tarjetas de Crédito en el año 2013, se amplió la cobertura de emisión de las mismas, incorporando a las Cooperativas de Ahorro y Crédito y las Financieras, siendo supervisadas por la CNBS para que logren emitir tarjetas de crédito.

5. Productos o Servicios que Ofrecen los Bancos Emisores y/o Adquirentes

De manera general, los bancos comerciales hondureños ofrecen diversos productos y servicios financieros individuales o corporativos dentro los cuales destacan: i) cuentas de ahorro; ii) inter-banca; iii) seguros de vida; iv) crédito de consumo, vivienda, y vehículo; v) entrega de remesas familiares; vi) pagos de servicios públicos e impuestos; vii) tarjetas de débito y crédito; entre otras.

En cuanto a las tarjetas de crédito y débito existen diversos productos y/o servicios que éstas les brindan al tarjeta-habiente que se ofrecen como beneficios por adquirir y ser

⁹Incluye el Banco Ficohsa (Citi Bank) y Ficohsa Tarjetas (Citi Tarjetas).

parte de cierta red de tarjetas, los mismos responden a los diferentes tipos de perfiles¹⁰, y el uso que el tarjeta-habiente puede otorgarle, si es nacional o extranjero, dependiendo del segmento de mercado en donde se encuentre. En las tarjetas de crédito, destacan descuentos en ciertos establecimientos del comercio hondureño, seguros de vida y accidentes, acumulación de millas que son intercambiables por premios en diversas empresas, seguros de deuda, financiamientos dentro y fuera del límite de las tarjetas según sea el caso y retiro de efectivo en los cajeros que acepten las tarjetas, cobertura nacional e internacional, compras por internet, entre otros.

En cuanto a las tarjetas de débito que asimismo ofrecen cobertura nacional e internacional, comprenden el suministro de servicios como: retiros gratis en ciertos cajeros automáticos para diferentes bancos¹¹ y/o cierta cantidad de retiros gratis para otra instituciones¹², protección por robo, fraude y extravío, cobertura de vida, límites en tarjetas adicionales, descuentos en comercios, se incorpora al tarjeta-habiente para que obtenga diversas promociones en distintos establecimientos, reciben cierta tasa de interés por su cuenta de ahorro, entre otros (Tabla 3).

Tabla 3. Productos y Servicios Ofrecidos por los Principales Emisores y Adquirentes de Tarjetas de Crédito. A Diciembre 2015	
Banco	Servicio o Producto
BANCATLAN	Membresía gratis el primer año
	Promociones de temporada.
	Extrafinanciamiento 0%
	Descuentos
	Megapuntos
Banco Lafise	puntos
BANCOCCI	Membresía gratis el primer año
	Programa de Extrafinanciamientos
	Tarjeta adicional gratis el primer año.
	Mayapuntos
BANPAIS	Extrafinanciamientos 0%
	Descuentos
	Puntos
Davivienda	membresía gratis el primer año
	Dadinero
	Davipuntos
	Descuentos
	Extra-financiamiento.
Promérica	Tasas Preferenciales
	Descuento de 7.5% en Supermercados
	Descuento de 10% en Principales Tiendas por Departamento.
	Acumulación de Millas
	Acumulación de puntos por cada dólar de consumo canjeables
Banco Azteca	concurso semanales para ganar L. 60,000
	Pagos fijos, chiquitos y semanales
	No cobra comisión.
BANRURAL	Hasta 55 Días Sin Cobro de Intereses
	Membresía Vitalicia
FICOHSA	Membresías Gratis
	10% de Cash-Back
	Tasa Preferencial
	Acumulación de Millas Canjeables por cada Dólar consumido

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

¹⁰ Black, Platinum, Dorado, Clásico y Local.

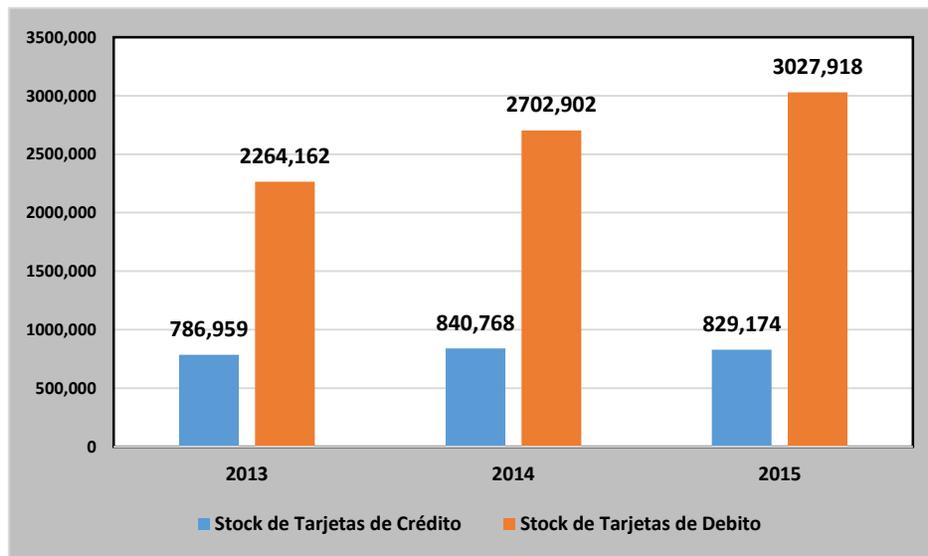
¹¹ Banco Ficohsa.

¹² Se encuentran bancos como BAC, Banco Atlántida, entre otros.

6. Stock Actual de las Tarjetas de Crédito y Débito

Como se mencionó anteriormente, las tarjetas de pago ya sean de débito o crédito involucran interacciones entre varios actores independientes: una red de tarjetas, un emisor, un adquirente, un comerciante y un consumidor final (Martínez, s.f.). En la práctica, la cantidad de tarjetas que se encuentran en circulación depende del valor que se le asigne en el mercado, ya que una tarjeta es más valiosa para un usuario cuando más comerciantes la acepten y el comerciante prefiere aceptar aquellas tarjetas en las que la mayor parte de usuarios estén presentes. La tarjeta de crédito es un instrumento que, de conformidad con el contrato suscrito con el emisor, podrá ser utilizada dentro o fuera del país. De igual forma, las tarjetas emitidas, comercializadas y adquiridas en el extranjero podrán ser utilizadas en el territorio nacional. En este último caso, la relación entre el tarjeta-habiente y el emisor extranjero se regirá por el respectivo contrato y cualquier reclamación, deberá hacerse ante la autoridad del país en donde se emitió (Ley de Tarjetas de Crédito, 2006, p.2).

Gráfico 3. Stock de Tarjetas de Crédito y Débito en Circulación. Periodo 2013 – 2015



Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

El Stock de tarjetas de débito en circulación de diciembre de 2013 a diciembre de 2015 (Gráfico 3), muestra un comportamiento hacia el alza con tasas de crecimiento que se encuentran en 19.0% a diciembre de 2014 y de 12.0% a diciembre de 2015, cabe mencionar que los recursos utilizados con las tarjetas de débito son propios del tarjeta-habiente y la misma se ofrece cuando se apertura una cuenta en los diferentes bancos del sistema financiero. Por su parte, las tarjetas de crédito han mostrado un comportamiento constante, es decir, no muestran un crecimiento significativo. Por ejemplo, a diciembre de 2014 el crecimiento de dichas tarjetas fue de 6.8% y a diciembre de 2015 se presenta un comportamiento decreciente con una tasa de -1.4%, esto puede ser explicado por las altas tasas de interés que cobran los bancos emisores de tarjetas de crédito a sus tarjeta-habientes, así como por las altas tasas moratorias que se aplican en dichos bancos.

Al mes de diciembre de 2015, el total de tarjetas de crédito en circulación ascendía a 829,174. Los bancos que sobresalen en el otorgamiento de tarjetas de crédito son: Banco FICOHSA (34.87%), BAC-Honduras (27.99%), BANCATLAN (9.74%), Banco Promérica

(7.82%). Entre los bancos del sistema financiero que menos tarjetas de crédito han otorgado se encuentran: BANRURAL (0.05%), Banco de Occidente (0.62%), y BANHCAFE (0.69%). El total de tarjetas de crédito que los bancos otorgan depende de las condiciones (tasas de interés, recargos, comisiones) y servicios (descuentos, puntos, millas etc.) que ofrecen al cliente, entre mayor sean los beneficios que perciben el cliente, existe una mayor demanda, indicando a priori, cierta competencia en la colocación de tarjetas.

Tabla 4. Stock de Tarjetas de Crédito en Circulación. A Diciembre 2015		
Institución Financiera	Tarjetas en Circulación	Participación
BANCO ATLANTIDA, S.A.	80,788	9.74%
BANCO AZTECA DE HONDURAS, S.A.	46,926	5.66%
BANCO DE AMÉRICA CENTRAL HONDURAS, S.A.	232,115	27.99%
BANCO DE OCCIDENTE, S.A.	5,155	0.62%
BANCO DEL PAIS, S.A.	53,818	6.49%
BANCO FINANCIERA COMERCIAL HONDURENA, S.A.	289,125	34.87%
BANCO HONDURENO DEL CAFÉ, S.A	5,752	0.69%
BANCO LAFISE HONDURAS, SOCIEDAD ANÓNIMA	25,519	3.08%
BANCO PROMERICA, S.A.	64,821	7.82%
BANCO DAVIVIENDA HONDURAS, SOCIEDAD ANONIMA	24,710	2.98%
BANCO DE DESARROLLO RURAL S.A	445	0.05%
Total	829,174	100.00%
Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.		

Por su parte, y como fuera apuntado, las tarjetas de débito a diferencia de las tarjetas de crédito, solo pueden utilizarse contra los fondos que se tengan en cuenta líquida ligada a la tarjeta, y éstas no sirven para mejorar el puntaje de crédito, ni ofrecen programas de incentivos como acumular puntos o millas. Esto se debe a que la tarjeta de débito no está pensada como un instrumento de financiación, sino como un **medio de pago** para disponer del capital que cada ahorrador tiene en su cuenta. Sin embargo, en el país, únicamente el BANCOCCI y el Banco Lafise ofrecen el servicio de acumular puntos al usar las tarjetas de débito en los diferentes comercios afiliados, pero éste es mucho menor que con tarjetas de crédito de estos mismos bancos.

En Honduras, a diciembre de 2015 el total de tarjetas de débito en circulación era de 3,027,918, mayor que el número de tarjetas de crédito en circulación. Esto puede deberse a las menores exigencias (requisitos) para poder adquirir una tarjeta de débito, a diferencia de la de crédito, así como a un mejor control del presupuesto por parte del cliente, ya que solo puede gastar lo que tiene en su cuenta bancaria. A esa fecha, los bancos que mayor número de tarjetas colocaron, fueron: BANCATLAN (22.01%), Banco FICOHSA (17.10%), BAC - Honduras (16.89%), y BANCOCCI (13.54%). Por su parte, los bancos que tienen el menor volumen de tarjetas en circulación son: Banrural (0.09%), FICENSA (0.27%) y Banco Popular (0.41%).

**Tabla 5. Stock de Tarjetas de Débito en Circulación.
A Diciembre 2015**

Institución Financiera	Tarjetas de Débito	Participación
Banco Atlántida, S.A.	666,498	22.01%
Banco de Occidente, S.A.	409,926	13.54%
Banco de los Trabajadores, S.A.	35,293	1.17%
Banco Financiera Centroamericana, S.A.	8,275	0.27%
Banco Hondureño del Café, S.A.	45,126	1.49%
Banco del País, S.A.	125,307	4.14%
Banco Financiera Comercial Hondureña, S.A.	517,746	17.10%
Banco Lafise Honduras, Sociedad Anónima	89,202	2.95%
Banco Davivienda Honduras, Sociedad Anónima	270,216	8.92%
Banco Promérica, S.A.	34,475	1.14%
Banco de Desarrollo Rural, S.A.	2,785	0.09%
Banco Azteca de Honduras, S.A.	299,312	9.89%
Banco Popular, S.A.	12,405	0.41%
Banco de América Central Honduras, S.A.	511,352	16.89%
Total	3,027,918	100.00%

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

7. Número de Tarjeta-Habientes, Clasificados por Marca

La Tabla 6, muestra la cantidad de tarjeta-habientes a diciembre de 2015, en donde solo aparecen, según las Normas Complementarias para el Fortalecimiento de la Transparencia, la Cultura Financiera y Atención al Usuario Financiero los bancos más representativos del sistema bancario hondureño, es decir, las instituciones que tienen el mayor número de usuarios financieros que registran el 80% de las operaciones financieras. La mayor cantidad de tarjeta-habientes se encuentran en BANPAIS, aglutinando el 51.7% de los tarjeta-habientes en el mercado hondureño con tarjeta de crédito marca visa, asimismo Promérica representa el 28.6% dentro de dicho mercado con respecto a la marca Visa. En cuanto a Davivienda, BANCOCCI y BANCATLAN representan juntos el 19.5% de los tarjetas-habientes¹³.

Tabla 6. Tarjeta-Habientes por Marca y Banco Comercial. A Diciembre 2015

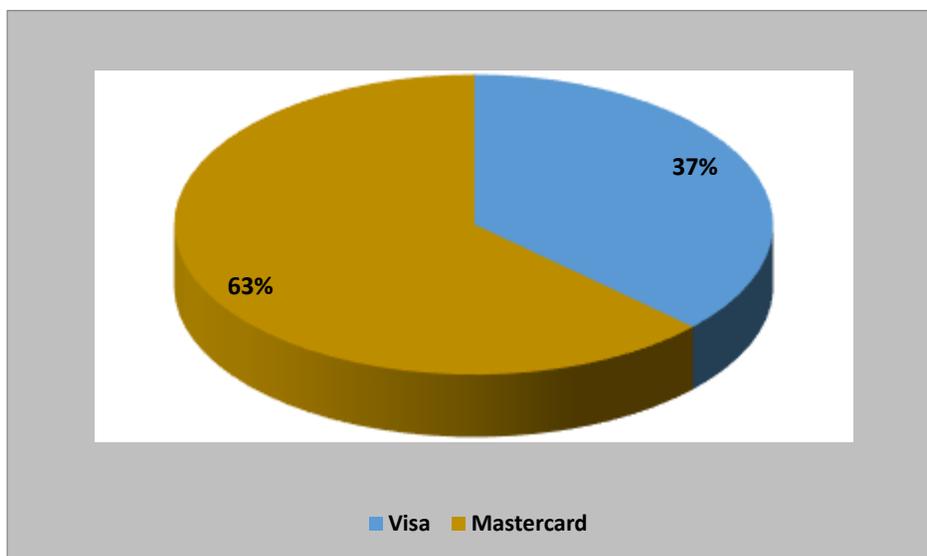
Institución	Visa	%	MasterCard	%
BANCATLAN	8,105	8.1		
BANCOCCI	1,426	1.4		
BANPAIS	52,051	51.7		
Banco Davivienda	10,050	10.0		
Banrural	235	0.2		
Banco Promérica	28,793	28.6	11,000	6.4
Banco Azteca		0.0	160,733	93.6
Total	100,660	100	171,733	100

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

¹³ Información disponible en la página web de la CNBS, según las Normas Complementarias de Transparencia.

Por otra parte, Banco Azteca que ofrece una tarjeta de financiamiento plus¹⁴ obtiene el 93.6% de tarjeta-habientes con marca Mastercard, de igual manera Banco Promérica representa el 6.4% de los mismos; cabe destacar, que dichos bancos compiten en segmentos diferentes, debido a que no ofrecen los mismos beneficios por sus tarjetas y son diferentes marcas y tipos de tarjetas. En esta misma línea, el banco que ofrece ambas marcas (Visa y Mastercard) es Promérica el cual obtiene el 35% del mercado nacional con las dos marcas. Por otra parte, la menor cantidad de tarjeta-habientes se encuentra en Banrural con un 0.2% y BANCOCCI con 1.4% de clientes en su cartera, dicho comportamiento puede ser explicado por la adversidad al riesgo que manejan estos bancos y por la seguridad que sus actuales clientes le ofrecen para no sufrir pérdidas en sus operaciones de intermediación. Si se analiza, el mercado desde las marcas de tarjetas que hay en circulación dentro del mercado hondureño Mastercard lidera el mercado con un 63% de los tarjeta-habientes, esto debido a que existen un gran porcentaje de clientes que obtienen crédito con Banco Azteca a través de su tarjeta de financiamiento. Por otra parte, Visa representa el 37% de los tarjeta-habientes en el mercado hondureño, a pesar de ser la marca mejor posicionada en el país, debido a que la ofrecen la mayoría de los bancos en el país (Gráfico 4).

Gráfico 4. Porcentaje de Tarjeta Habientes por Marca. A Diciembre 2015



Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

8. Ingresos y Costos Asociados al Uso de las Tarjetas de Crédito

8.1 Tasa de Financiación de Tarjetas de Crédito

El Gráfico 5, muestra el comportamiento de las tasas de interés que se financian con las tarjetas de crédito y las tasas de interés pasivas nominal que ofrecen los bancos a sus clientes por los ahorros realizados. Mostrando durante el periodo 2010- 2015 para el caso de la tasa de interés con tarjetas de crédito, un alza en 6.67 puntos porcentuales, lo que puede deberse a que algunos bancos han modificado la tasa de interés máxima que cobran a los tarjeta-habientes, una vez concluido el plazo para pagar sin interés.

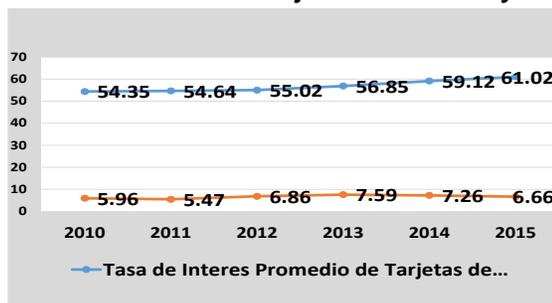
¹⁴ De marca Mastercard y permite realizar compras en comercios afiliados y/o disponer de dinero efectivo de acuerdo a un límite de crédito.

Por su parte, la tasa de interés pasiva nominal en moneda nacional que ofrecen los bancos por los ahorros son menores, presentando una brecha de 54.36 puntos porcentuales con respecto a la tasa de interés de tarjetas de crédito para diciembre de 2015. Según Tépach Marcial (2009) existen 4 factores que determinan la tasa de interés que cobra un banco:

- a) El costo de captación de los fondos: hace referencia al nivel de tasa de interés que pagan los bancos por la captación de los ahorros, que es la tasa de interés pasiva.
- b) El riesgo del prestatario: se presenta por las posibilidades de que éste incumpla con el pago de su deuda, debido a la mala evolución de la actividad para la que demandó el préstamo, así como por las dudas sobre la solvencia de quién toma el préstamo.
- c) El riesgo de tasa de interés: se presenta para el prestamista ante la posibilidad de que se produzcan cambios desfavorables en la tasa de interés durante el período de maduración del préstamo.
- d) El conocimiento del cliente por parte del banco: es el costo por la apertura del crédito asociado con la investigación del nivel de ingreso, de los antecedentes crediticios del demandante del crédito, entre otros aspectos.

De los factores antes mencionados, el que más debería influir en el nivel de la tasa de interés por tarjetas de crédito, es el nivel de riesgo del prestatario, lo que en teoría estaría explicando las tasas de interés elevadas; sin embargo, y tal como se aborda en el capítulo V, sección 4, aun cuando el nivel de riesgo ha disminuido en los últimos años, el efecto en las tasas de interés no ha sido el esperado.

Gráfico 5. Tasa de Interés Tarjetas de Crédito y Tasa Pasiva Nominal en Moneda Nacional



Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

En esta misma línea, la Tabla 7 muestra los ingresos percibidos por financiar consumo con tarjeta de crédito por las instituciones bancarias que han estado operando activamente con la emisión de tarjetas de crédito en Honduras durante los últimos 6 años, destacando que BAC-Honduras percibe ingresos entre L. 1,000 millones a 4,000 millones de lempiras, esto concatenado a que la tasa de interés que ha cobrado en promedio

durante el período antes mencionado fue de 60.9% siendo una de las más altas del sistema financiero.

Seguidamente, FICOHSA obtiene ingresos entre L. 1,400 millones y cerca de L. 4,400 millones anualmente, esto debido a que cobra la segunda tasa de interés más alta por financiar consumo con tarjeta de crédito que en promedio ha sido de 64.6% durante los últimos 6 años; de igual manera, FICOHSA muestra diferentes tarjetas incentivando a los consumidores de diferentes mercados, es decir, han implementado estrategias de mercado en donde segmenta a sus tarjeta-habientes según sus gustos de compra teniendo tarjetas exclusivas de Diunsa, Kielsa, La Colonia, entre otras.

Por su parte, Promérica recibe ingresos entre L. 672 millones y L. 1,800 millones, siendo el primer banco que más cobra por financiar consumo con tarjeta de crédito con una tasa de interés promedio durante los 6 años de 64.7%. Por otra parte, bancos como Banhcafé obtienen ingresos que oscilan entre L.8 millones y L.43 millones teniendo las tasas de interés más bajas del sistema bancario en promedio durante los últimos 6 años (43% - 50%), esto muestra que dichos bancos manejan una moderada cartera de tarjeta-habientes debido a que sus créditos por financiar consumo con tarjeta de crédito son bajos.

Tabla 7. Ingresos Percibidos por Financiación con Tarjetas de Crédito¹⁵ al 31 de Diciembre de 2015 (En Millones de Lempiras)							
Banco	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total por Banco
Atlántida	211.7	221.3	234.8	345.7	570.1	713.1	2,296.7
Occidente	44.9	46.4	52.3	55.7	56.7	55.0	310.9
Continental	11.4	12.5	10.6	14.9	22.5	0.0	71.9
Ficensa	7.1	7.4	6.1	6.4	0.0	0.0	27.1
Banhcafe	8.8	9.5	14.2	26.5	34.7	43.6	1,37.3
Banpais	91.9	211.8	363.2	506.0	489.7	508.0	2,170.5
Ficohsa	1,097.4	1,296.5	1,868.6	2,726.1	6,843.4	3,934.2	17,766.2
Lafise	115.2	131.5	156.2	185.3	185.9	205.2	979.2
Davivienda	168.9	158.9	180.4	202.4	314.4	628.8	1,653.8
Promerica	672.6	773.9	821.4	979.5	1,284.0	1,804.1	6,335.6
Bac - Honduras	1,467.9	1696.4	2528.8	2816.2	3562.9	4413.9	16,486.0
Banrural ¹⁶	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9	1.9
Total por año	3,897.8	4,566.0	6,236.7	7,864.6	13,364.3	12,307.8	48,237.2

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS y BCH.

8.2 Comisiones por Adelantos en Efectivo

Las comisiones son cobros distintos a las tasas de interés que el banco otorga por los créditos y tienen el propósito de cubrir los costos directos y gastos administrativos que se relacionan directamente con el crédito; en el caso de la economía hondureña los bancos fijan, ya sea una tasa o un monto en lempiras, indicando comisiones diferenciadas. De los bancos que representan el 80% de las operaciones financieras en el mercado de tarjetas de crédito se puede observar en la Tabla 8 las comisiones que cobran los bancos por retiro en efectivo ya sea en su propia red o en otras redes, las cuales varían del número de transacciones y el monto.

¹⁵ Debido a la falta de información en el mercado, se estimó multiplicando el monto de cartera crediticia de cada año con la respectiva tasa de interés máxima en moneda nacional de cada banco y la del promedio del sistema financiero.

¹⁶ Aparece como emisor de tarjetas de crédito en Marzo de 2015.

Tabla 8. Comisiones por Retiro en Efectivo a Diciembre de 2015		
Bancos	En la Propia Red	En Otra Red
Atlántida	5% sobre el monto del retiro, hasta un máximo de comisión de L.20.00	5% sobre el monto del retiro, hasta un máximo de comisión de L.20.00.
Occidente	Comisión por retiro en cajero automático para montos menores o iguales a L.400.00 es de 5% del valor retirado, para montos superiores se cobra L.20.00.	Comisión por retiro en cajero automático para montos menores o iguales a L.400.00 es de 5% del valor retirado, para montos superiores se cobra L.20.00.
Trabajadores	Se aplica el 5% sobre retiros de efectivo < a L.400.00 y L.20.00 por retiros > a L.400.00.	Se aplica el 5% sobre retiros de efectivo < a L.400.00 y L.20.00 por retiros > a L.400.00.
Banhcafé	5% hasta L.400.00, por retiro superior a L.400.00 costo L.20.00.	5% Hasta L.400.00, por retiro superior a L.400.00 costo L.20.00.
Banpaís	Retiros menores de L.400.00 se cobra el 5%, retiros mayores a L.400.00 se cobra L.20.00.	L.20 por transacción.
Ficohsa	L.0.00 por transacción.	De L. 100.00 a L. 300.00 se aplica el 5% de comisión por el monto retirado de L. 400.00 en adelante se aplica una comisión de L.20.00.
Lafise	L.20 por transacción.	L.20.00 por transacción.
Promérica	L.0.0 por transacción.	L.20.00 por transacción.
Davivienda	L.20.00.	L.20.00 Si el monto de la transacción es <= Lps. 400.00 la comisión cobrada es de 5%.
Azteca	L.0.00 por transacción.	De L.0.00 a L. 10.00 por transacción.
POPULAR	L.0.00 por transacción	L.20.00 Retiro en atm's.
BAC HONDURAS	L. 20.00 A partir del retiro no. 11.	L.20.00 por transacción.
BANRURAL	L.0.00 por transacción.	L.20 Para montos < hnl 400.00 se cobra el 5% del monto retirado, para montos => hnl400.00 se cobra hnl20.00.

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

8.3 Otras Comisiones

Las comisiones por membresías consisten en un pago anual que los tarjeta-habientes deben realizar por usar las tarjetas de crédito y los beneficios que muchas de ellas brindan. Como se observa en la Tabla 10, en promedio el banco que cobra las comisiones más altas por membresía es BANPAIS debitando L. 950.0 anuales a sus clientes de tarjetas de crédito; seguido de Promérica con L. 900.96 y 1,126.21 dependiendo la tarjeta y Davivienda con L. 750.0 anuales. Asimismo, los demás bancos del sistema financiero comercial mantienen un comportamiento estable a diciembre de 2015 con montos que están entre L. 75.0 y L. 300.0 anuales.

**Tabla 10. Comisiones Cobradas por los Bancos.
A Diciembre de 2015. En Lempiras**

Banco	Comisión			
	Membresía	Reposición	Rehabilitación	Extra-Judicial
BANCATLAN	125	50	600	25.00%
BANCOCCI	75	75	100	10.00%
BANPAIS	950	180	200	0.00%
Lafise	300	200	200	12.00%
Davivienda	750	100	150	0.00%
Promérica	900.96	337.86	200	20.00%
	1,126.21	337.86	200	20.00%
BANRURAL	0.00	160	200	10.00%- 20.00%

Fuente: CNBS

Por su parte, las comisiones por reposición se refieren a las que perciben los bancos comerciales que emiten tarjetas de crédito por extravío ya sea de la tarjeta-habiente titular o adicional. El banco que mayor monto cobra por reposición de tarjetas es Banco Promérica, seguido de Lafise, BANPAIS, Banrural, Davivienda, BANCOCCI y el que menos cobra es BANCATLAN. Es importante destacar que en varios de estos bancos se tiene un cobro establecido para dichas comisiones. Consecuentemente las comisiones por rehabilitación se definen como los ingresos recibidos por rehabilitar las tarjetas de crédito que estaban fuera de servicio para los usuarios financieros, el banco que cobra mayor comisiones de este tipo por tarjeta es banco Atlántida y el que menos cobra es banco de occidente.

Asimismo, las comisiones por cobros extrajudiciales, son los ingresos que perciben los bancos por clientes que llevan su deuda a instancias judiciales y por lo cual los clientes deben de hacerse cargo de los pagos de dichos trámites. En el caso de las tarjetas de crédito, se pueden observar que los bancos más representativos son BANCATLAN, Promérica y Banrural, con una tasa de comisiones entre un 25.0% y un 20.0% respectivamente; bancos como Davivienda o BANPAIS, no reflejan ninguna tasa cobrada por dichos costos.

8.4 Costos Asociados al Uso de Tarjetas de Crédito

Para analizar los costos asociados al uso de las tarjetas de crédito, se utilizará el Costo Anual Total (CAT) que calcula la CNBS, que consiste en un indicador del costo total del financiamiento, que permite comparar el costo financiero entre créditos aunque sean de plazos o periodicidades diferentes e incluso productos diferentes, con el fin de informar al público y promover la competencia en dicho mercado. El CAT incluye dentro de su cálculo la tasa de interés, comisiones por apertura, cuota anual, mensualidad de seguros y cualquier otro gasto en el que incurra la institución para otorgar y mantener vigente la tarjeta de crédito.

Tabla 11. Costo Anual Total. A Diciembre 2015.

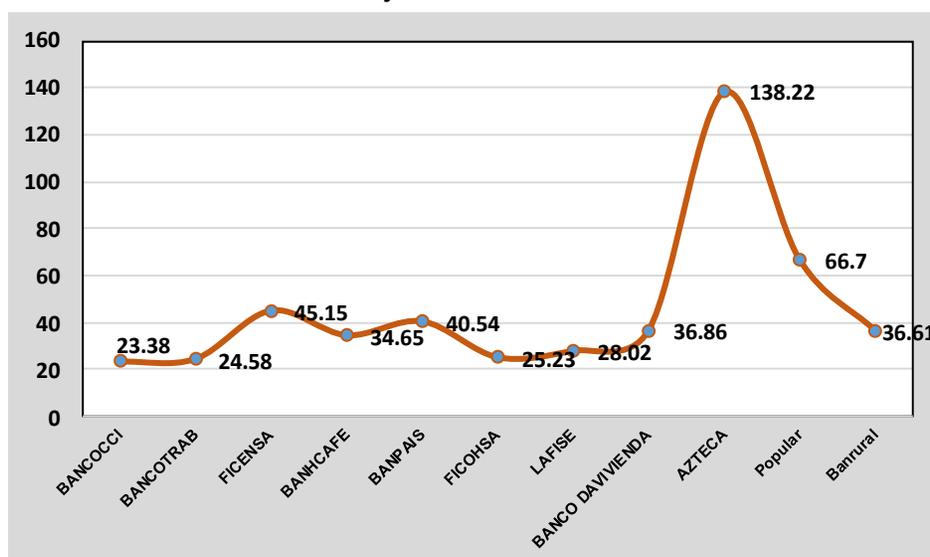
Nombre de la Institución	Créditos Personales a 6 Meses (L. 50,000)	Créditos Personales a 12 meses (L. 100,000)
BANCATLAN	-	42.37%
BANCOCCI	23.38%	21.17%
BANCOTRAB	24.58%	26.56%
FICENSA	45.15%	37.54%

BANHCAFE	34.65%	24.06%
BANPAIS	40.54%	38.34%
FICOHSA	25.23%	25.95%
LAFISE	28.02%	28.02%
BANCO DAVIVIENDA	36.86%	29.45%
AZTECA	138.22%	186.26%
Popular	66.7%	55.86%
Banrural	36.61%	31.86%

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

Para analizar el CAT, se utilizan según la CNBS los créditos personales, que son aquellos que se otorgan para uso libre del dinero, así como las tarjetas de crédito con la diferencia de que éstas tienen fecha límite para cancelar todo lo consumido en un mes. En el caso del mercado hondureño, dicho indicador muestra un comportamiento estable, a excepción de Banco Azteca que tiene un valor por encima del 100%, es decir, que es mucho más caro el crédito con dicho banco, seguido de Banco Popular (66.7%), FICENSA (45.2%), BANPAÍS (40.5%), Davivienda (36.9%) y BANRURAL (36.6%); asimismo, los bancos que muestran tener el crédito más barato son BANCOCCI con un CAT sobre Créditos Personales de 23.4%, Banco de los Trabajadores 24.6%, FICOHSA 25.2%, y Lafise con 28.0% (Gráfico 6).

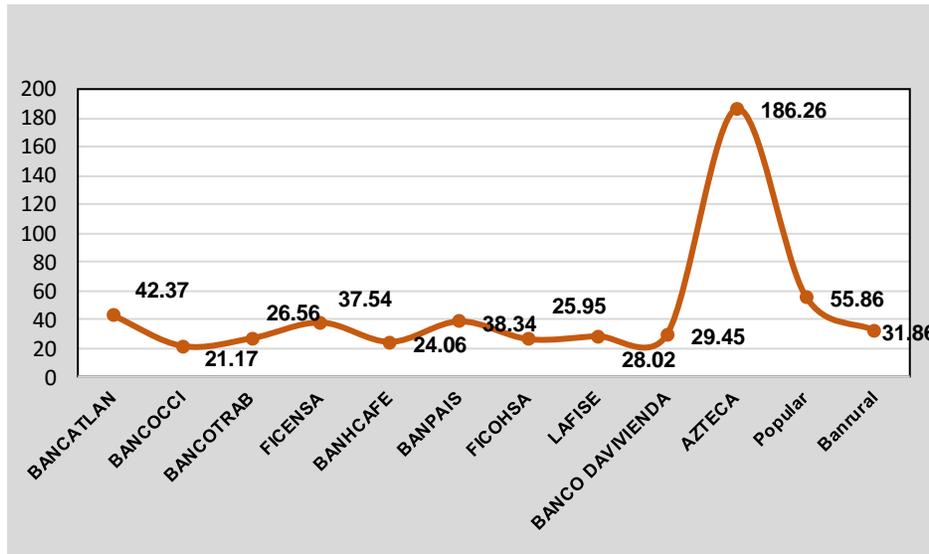
Gráfico 6. CAT sobre Préstamos Personales. Plazo: 6 Meses, Monto: L. 50,000, en Porcentaje. A Diciembre de 2015



Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

En cuanto al CAT sobre los créditos personales con plazo de 12 meses y montos otorgados para dichos créditos de L. 100,00.00, la tendencia refleja mayor estabilidad, de igual manera se observa en el Gráfico 7, que Banco Azteca presta a un porcentaje más alto con un costo del 186.3%, seguido de Banco Popular 55.9%, BANCATLAN 42.4%, BANPAIS con 38.3%, FICENSA 37.5% y BANRURAL 31.9%.

Gráfico 7. CAT sobre Préstamos Personales Plazo: 12 Meses, Monto: L. 100,000 en Porcentaje. A Diciembre 2015



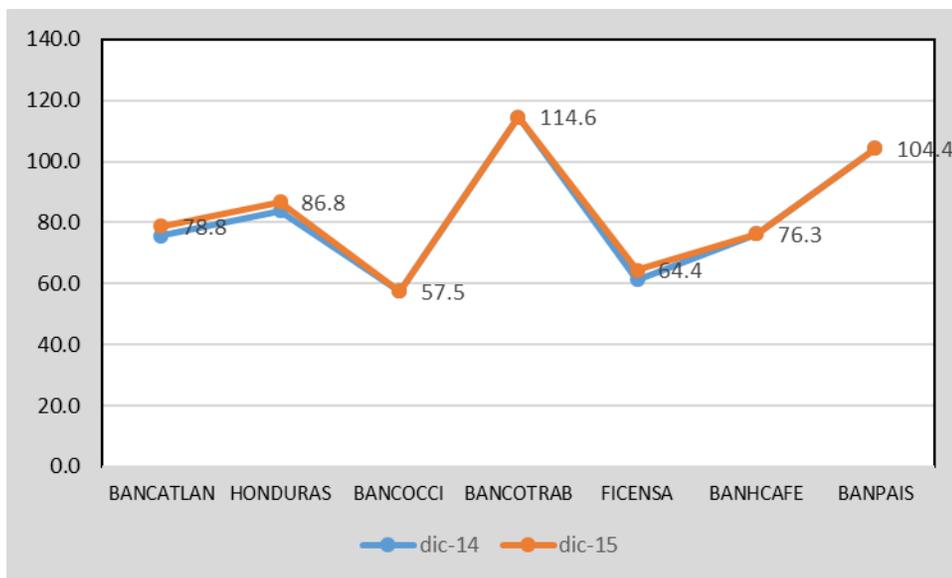
Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

9. Ingresos y Costos Asociados al Uso de Tarjetas de Débito

9.1 Comisiones Tarjetas de Débito Cuenta de Ahorro

Dentro de las comisiones por tarjeta de débito que cobran los bancos se encuentran las transacciones realizadas por internet, por reposición de tarjeta de débito, reposición de libreta, seguro por robo de tarjeta, emisión de constancia, cheques depositados devueltos, inactividad de cuenta, cobro por saldo mínimo. El Gráfico 8, muestra el promedio de cobro por las comisiones antes mencionadas de los principales bancos comerciales que otorgan tarjetas de débito al mercado financiero hondureño.

Gráfico 8. Comisiones Promedio por Tarjeta de Débito Cuenta de Ahorro en Lempiras



El promedio de cobro de comisiones hasta diciembre de 2014 fue de 81.6 lempiras por transacción realizada con las tarjetas de débito en cuenta de ahorro, aumentando en L.1.3 en diciembre de 2015, debido a los aumentos en las comisiones que perciben Banco Ficensa (5.1%), BANCATLAN (4.1%), y Banco de Honduras (3.5%). Asimismo, el único banco que aumentó dichos ingresos en el sistema financiero fue Banco FICENSA, con un aumento de 5.0% en sus comisiones.

Cabe señalar que, los bancos comerciales cobran diferentes montos por transacciones a los tarjeta-habientes, observándose que no existen similitudes entre ellos y que la mayoría de los bancos han mantenido estables los cobros por comisiones en cuenta de ahorro, teniendo solo ligeros movimientos en los últimos años (31 de diciembre de 2014 – 31 de diciembre de 2015).

9.2 Costos por Transacción Adicional para el Banco Emisor de Tarjeta de Débito en Cuenta de Ahorro y Cheque

En cuanto a los costos en que incurren los bancos por cada transacción adicional en el mercado de las tarjetas de débito, solo existen tres bancos que cobran esos costos a sus tarjeta-habientes, 1) BANCOCCI con L. 65.0 para cuenta de ahorro y cheque, 2) BANPAIS con 5.0% de las transacciones que se realizan para cuenta de cuenta de ahorro y cheque y 3) BANRURAL que cobra en su cuenta de ahorro L. 5.0. Los demás bancos no muestran ningún costo extra-asociado con las tarjetas de débito (Tabla 12).

Banco	Costo (Cuenta de Ahorro)	Costo (Cuenta de Cheque)
BANCOCCI	L.65.0	L.65.0
BANPAIS	5.0%	5.0%
BANRURAL	L.5.0	

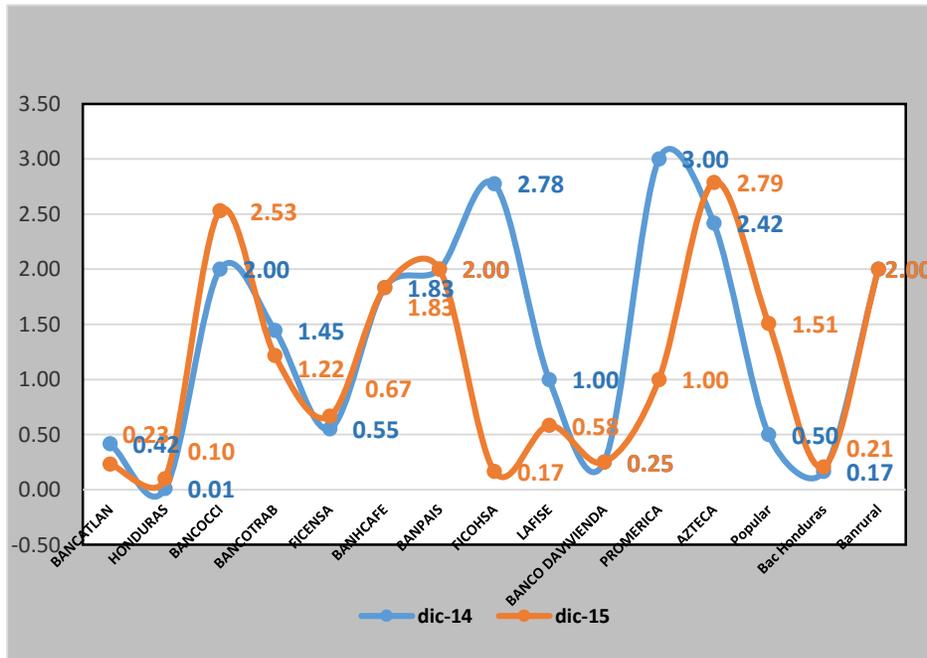
Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

9.3 Tasas de Interés Otorgadas a los Ahorros en Tarjeta de Débito - Cuenta de Ahorro

Cómo se observa en el Gráfico 9, la tendencia de la tasa de interés que se le otorga al tarjeta-habiente de tarjetas de débito, se encuentra en promedio en 1.25% de sus cuentas ahorros. Por otra parte, el banco que otorga una mayor tasa de interés por mantener dichos ahorros es Banco Azteca, que registró en el período de diciembre de 2014 - diciembre de 2015 una tasa que se aproxima a 3.0%, seguido por Banco FICOHSA que otorga aproximadamente 2.8% y Banco de Occidente con una tasa de interés de 2.5%.

Asimismo, los bancos con una menor tasa de interés para las cuentas de ahorro son Banco de Honduras con un 0.01% de los ahorros, Bac-Honduras 0.17% y BANCATLAN, 0.4%, Davivienda, en 0.25% y Ficensa que se ubica en valores cercanos a 0.5% y 0.65%. Los demás bancos se encuentran en valores cercanos al promedio (1.25%).

Gráfico 9. Tasas de Interés Efectivas Promedio en Cuenta de Ahorro en Tarjetas de Débito

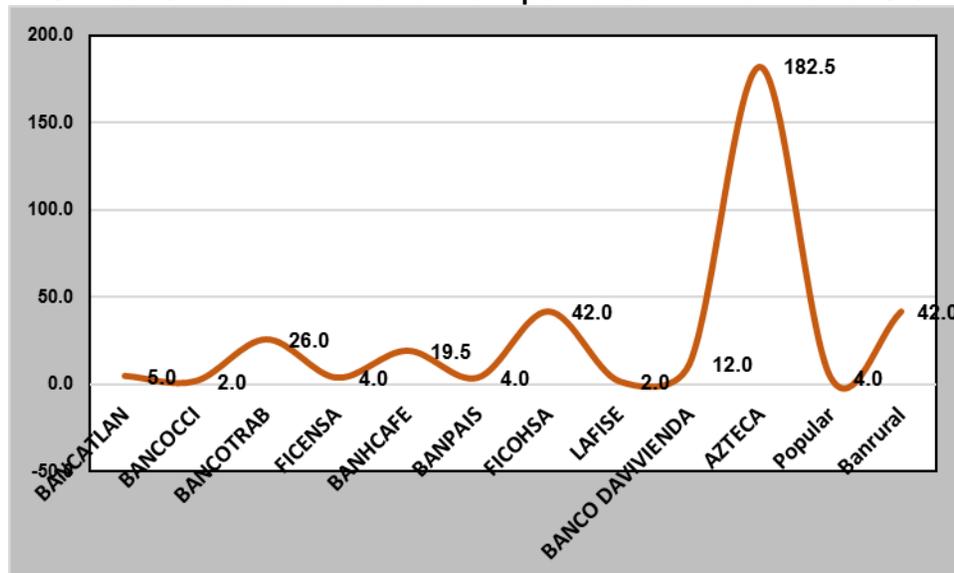


Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

9.4 Tasa de Interés Moratoria

El Gráfico 10, muestra la tasa de interés por mora que cobran los bancos comerciales que registran el 80.0% de las transacciones del sistema financiero, mostrando un comportamiento volátil. Los bancos que muestran un comportamiento similar debido a que cobran la misma tasa son FICENSA, BANPAIS y Banco Popular con un 4.0% de mora por los crédito que otorgan por sus tarjetas de crédito; BANCOCCI y Lafise tienen una tasa de 2.0%.

Gráfico 10. Tasa de Interés Moratoria por Banco. A Diciembre de 2015



Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

10. Beneficios para el Comercio y Tarjeta-Habiente de la Industria de Tarjetas de Pago

El comercio que acepta tarjetas tiene los siguientes beneficios.

- Mayores ventas
- Le traslada el problema del crédito a un especialista (bancos emisores)
- No pierde dinero en incobrables
- No compromete capital para soportar una cartera de crédito
- El comercio pequeño puede ofrecer las mismas condiciones de crédito a sus clientes que el comercio grande
- Minimiza el impacto del riesgo de asalto
- Ofrece control para los comercios de sus transacciones, automatiza las conciliaciones y el control contable lo cual genera eficiencia
- Acepta como clientes de crédito a una amplia base de clientes, inclusive a aquellos que no son sus clientes pero que recibieron crédito de los bancos.

Los tarjeta-habientes tienen muchos beneficios por su tarjeta:

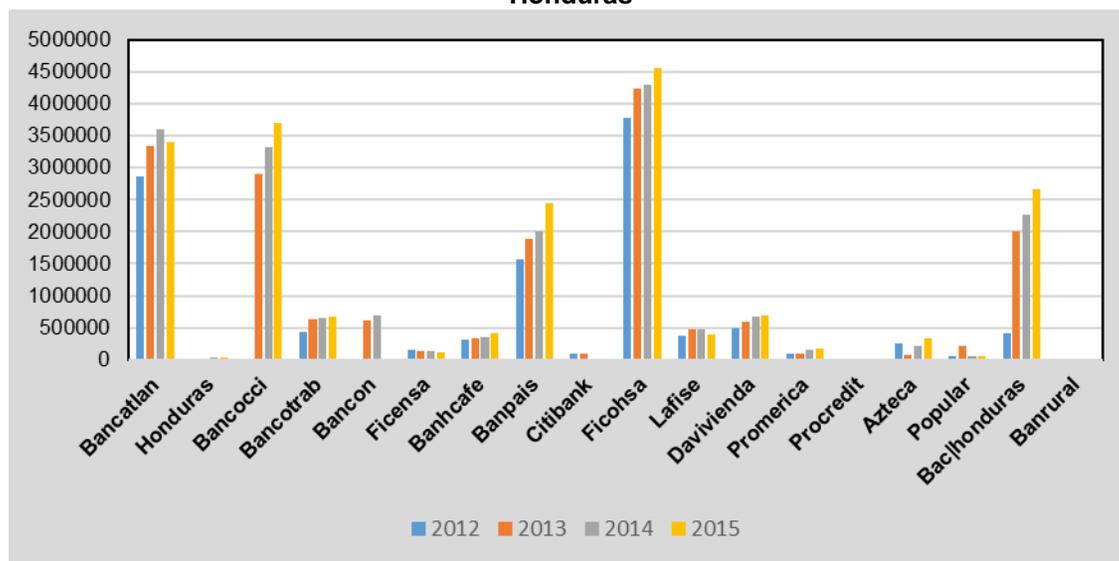
- Acceso automático al crédito, capacidad de decidir cada mes si desea financiarse o pagar de contado.
- Flote sin costo para aquellos tarjeta-habientes que deciden no financiarse.
- Acceso al crédito y débito en cualquier parte del mundo y en cualquier momento
- Mecanismos de pago seguro que minimiza la consecuencia de los asaltos
- Beneficios por los agresivos programas de lealtad
- Beneficios promocionales
- Mecanismo para control de presupuesto
- Beneficios complementarios como seguros, protecciones, servicios de asistencia, etc.

11. Número de Transacciones o Consumos Facturados con las Tarjetas de Pago Usadas en los Comercios

11.1 Transacciones con Tarjeta de Débito

Los pagos que los consumidores hondureños realizan mediante tarjetas de débito a través del POS en los diferentes comercios, lo realizan con los fondos que tienen en cuentas de ahorro, cuentas en cheque y cuentas a plazo. El banco que lidera en el número de transacciones realizadas con tarjetas de débito en Honduras es banco FICOHSA presentando una participación del 25.1% en el número de transacciones en cuenta de ahorros para el periodo 2012-2015, manteniendo su posición en este mercado. Asimismo, BANCATLAN posee una fuerte participación en este mercado representando un 19.7% para el periodo en estudio, consecuentemente le sigue BANCOCCI (14.8%) y BANPAIS (11.8%). El resto de los bancos poseen el 28.6% en el número de transacciones en cuenta de ahorro.

Gráfico 11. Número de Transacciones en Cuenta de Ahorros¹⁷ con Tarjeta de Débito en Honduras



Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

Tabla 13. Número de Transacciones en Cuenta de Ahorros con Tarjeta de Débito en Honduras

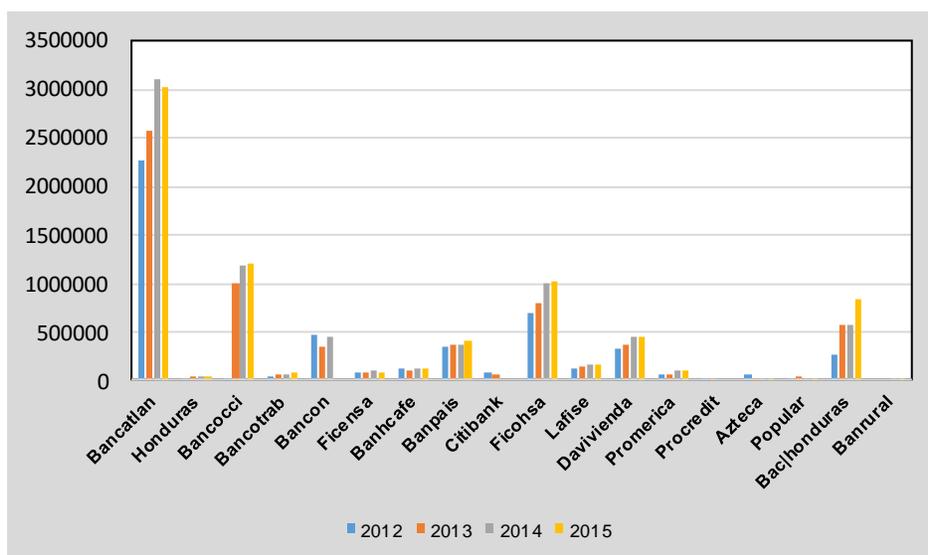
Fecha	Bancatlan	Honduras	Bancocci	Bancotrab	Bancon	Ficensa	Banhcafe	Banpaís	Citibank
2012	2,865,216	2,509	11,549	426,511	940	146,408	303,356	1,568,916	96,046
2013	3,341,181	2,512	2,902,658	621,930	613,629	126,519	336,719	1,890,402	97,021
2014	3,598,176	29,675	3,328,947	660,082	694,470	123,064	346,702	2,013,301	0
2015	3,406,333	31,582	3,709,933	675,640	0	111,651	409,269	2,454,090	0
Fecha	Ficohsa	Lafise	Davivienda	Promérica	Procredit	Azteca	Popular	Bacjhonduras	Banrural
2012	3,772,119	381,029	483,319	96,034	1,983	259,364	43,605	415,511	0
2013	4,234,753	462,228	584,667	97,968	4,192	65,734	211,984	2,000,465	0
2014	4,292,282	477,187	680,744	143,792	0	212,410	47,264	2,267,686	3,845
2015	4,567,215	397,643	700,298	167,756	0	335,695	57,565	2,669,285	5,572

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

En el Gráfico 12, se muestra el número de transacciones realizadas con tarjeta de débito a través de fondos en cuenta de cheques, para este segmento BANCATLAN es el que registra una mayor participación con el 40.8% y debe destacarse que sigue en orden de participación el Banco FICOHSA, BANCOCCI, y BAC-Honduras registrando un 13.0%, 12.6%, y 8.3% respectivamente en el número de transacciones con tarjeta de débito en cuenta de cheques.

¹⁷ Corresponde a las tarjetas de débito que se distribuyen a través de los diferentes puntos: Oficina Principal, Sucursales, Agencias, Ventanillas y Otros.

Gráfico 12. Número de Transacciones en Cuenta de Cheques con Tarjeta de Débito en Honduras¹⁸



Fuente: Elaboración total con datos de la CNBS.

Tabla 14. Número de Transacciones en Cuenta de Cheques en Tarjeta de Débito en Honduras

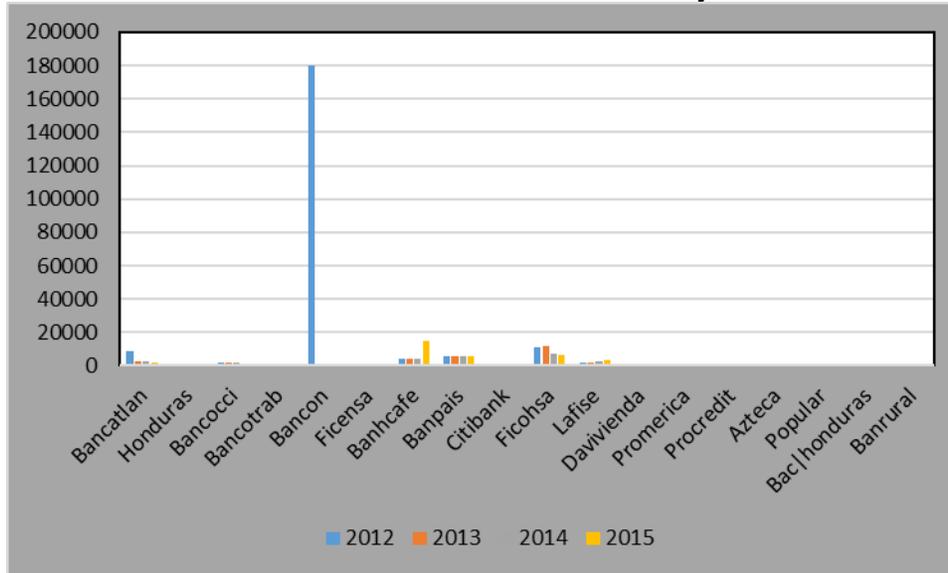
Fecha	Bancatlán	Honduras	Bancocci	Bancotrab	Bancon	Ficensa	Banhcafe	Banpais	Citibank
2012	2,274,554	30,190	639	46,669	466,239	71,933	120,621	341,113	85,937
2013	2,580,350	32,798	1,010,713	51,290	341,625	85,393	111,731	374,712	67,299
2014	3,102,739	40,850	1,186,802	55,939	441,773	106,861	119,595	368,820	0
2015	3,031,117	44,218	1,203,496	75,123	0	86,598	117,223	398,373	0
Fecha	Ficohsa	Lafise	Davivienda	Promerica	Procredit	Azteca	Popular	Bac/honduras	Banrural
2012	685,745	126,738	329,031	70,046	3,387	57,757	1,924	262,931	0
2013	788,138	141,191	367,207	71,074	2,189	2,439	34,807	566,415	0
2014	995,767	162,406	447,852	92,289	0	24,350	2,024	573,769	3,120
2015	1,029,370	166,039	440,185	108,985	0	28,306	2,177	830,591	25,057

Fuente: Elaboración total con datos de la CNBS.

El Gráfico 13, muestra el número de transacciones realizadas en tarjeta de débito con fondos en cuentas a plazo, en donde se evidencia que contrario a las transacciones anteriores con tarjeta de débito, BANCON, es el que posee la mayor participación con 56.8%. Adicionalmente se destacan Banco FICOHSA (11.7%), BANCATLAN (5.0%) y el resto (26.5%).

¹⁸ Corresponde a las tarjetas de débito que se distribuyen a través de los diferentes puntos: Oficina Principal, Sucursales, Agencias, Ventanillas y Otros

Gráfico 13. Número de Transacciones en Cuenta a Plazos en Tarjeta de Débito en Honduras¹⁹



Fuente: Elaboración total con datos de la CNBS.

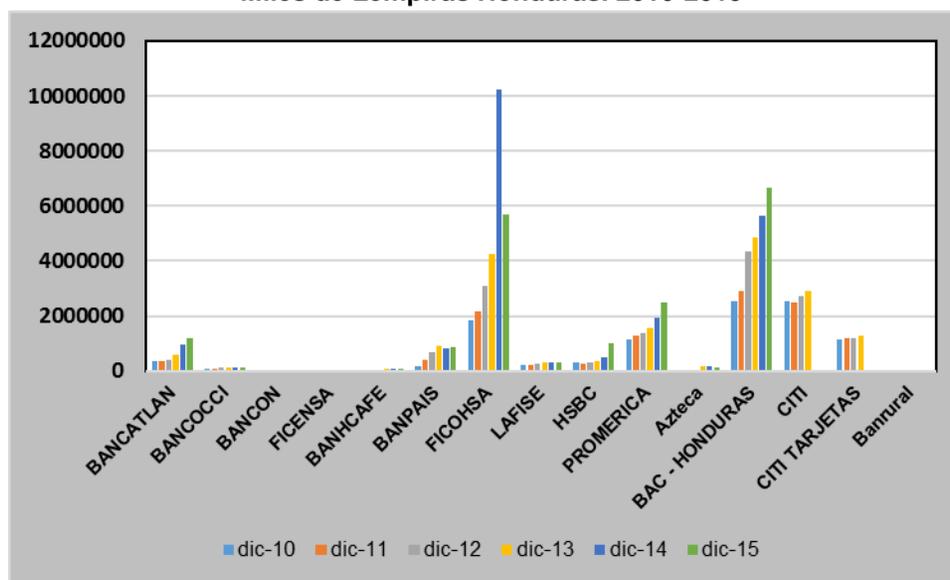
11.2 Transacciones con Tarjetas de Crédito

El valor total de las transacciones realizadas con tarjeta de crédito por los tarjetahabientes en hondureños se reflejan en carteras en moneda nacional y cartera en moneda extranjera; como se mencionó anteriormente cada persona que cuenta con una tarjeta de crédito, tiene una línea de crédito aprobada por el banco que haya emitido la tarjeta, para hacer una compra con tarjeta de crédito, puede usar la tarjeta en comercio de diferentes rubros, en donde se le entrega un comprobante de compra, conocido también como "voucher", que establece el valor total de la compra. Una vez terminada esa transacción, el establecimiento comercial presenta el "voucher" al operador de la tarjeta para cobrar el valor de la compra que se hizo. Seguidamente, dicha empresa le informa al emisor de las tarjetas acerca de cada movimiento, gracias a lo cual este último genera un estado de cuenta mensual con todas las operaciones realizadas.

Mediante el estado de cuenta, el dueño de la tarjeta es informado de todas las operaciones realizadas en el período (como compras o avances de dinero), así como los cargos correspondientes a intereses, comisiones y otros, que permiten determinar el monto a cancelar para el mes. Además, se indica el monto mínimo a pagar; sin embargo, no se recomienda hacer uso de esta alternativa, ya que la deuda probablemente no disminuya ya que sólo se estará haciendo cargo de los intereses y comisiones. Esto genera ingresos a los bancos en cuentas de cartera en mora que puede ser en moneda nacional o extranjera.

¹⁹ Corresponde a las tarjetas de débito que se distribuyen a través de los diferentes puntos: Oficina Principal, Sucursales, Agencias, Ventanillas y Otros.

**Gráfico 14. Cartera en Moneda Nacional de Tarjetas de Crédito
Miles de Lempiras Honduras. 2010-2015**



Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

En el Gráfico 14, se muestra la cartera en moneda nacional de las tarjetas de crédito en Honduras donde destacan BAC-BAMER el cual surge en el año 2007, como producto de una exitosa negociación de la fusión de dos instituciones financieras líderes de Honduras, y que a partir de 5 de abril de 2010, y como parte de la estrategia de estandarización a nivel regional, cambio su nombre comercial a BAC-Honduras.

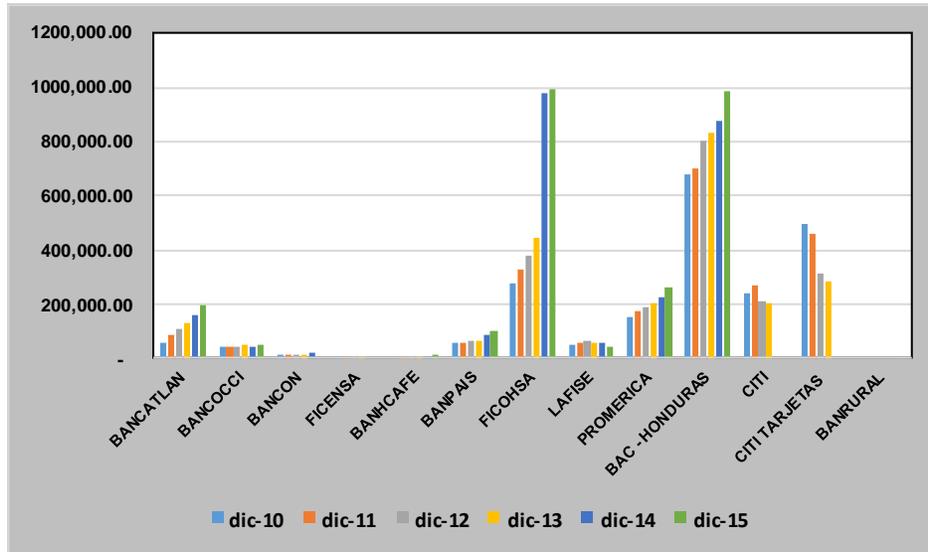
**Tabla 16. Cartera en Moneda Nacional de Tarjetas de Crédito
Miles de Lempiras Honduras 2010- 2015**

Fecha	Bancatlan	Bancocci	Bancon	Ficensa	Banhcafe	Banpais	Ficohsa	Banrural
Dic-2010	353,089.4	89,975.6	28,556.1	14,401.6	21,988.6	173,304.5	1839,732.7	
Dic-2011	369,104.8	92,938.5	31,350.7	15,041.1	21,837.8	399,678.2	2173,486.6	
Dic-2012	391,720.0	104,750.6	25,161.3	12,405.0	31,491.6	685,226.3	3084,721.6	
Dic-2013	576,689.1	111,554.2	28,503.4	12,998.4	58,607.4	911,637.9	4234,682.1	
Dic-2014	950,939.1	113,645.0	38,764.0		76,699.8	840,699.8	10216,388.8	
Dic-2015	1,189,449.9	110,272.5	-		92,984.2	860,971.5	5679,819.6	3,197.0
Fecha	Lafise	Davivienda	Promerica	Bac - Honduras	Citi	Citi Tarjetas	Banco Azteca	
Dic-2010	196,279.3	286,323.0	1122,001.9	2555,019.3	2550,794.5	1164,074.3	-	
Dic-2011	224,039.7	269,250.7	1290,867.4	2926,828.7	2471,765.3	1201,642.1	0.0	
Dic-2012	266,183.3	305,795.4	1361,742.7	4363,073.6	2723,239.5	1200,899.1	0.0	
Dic-2013	315,772.8	343,087.6	1562,145.0	4832,126.5	2917,247.4	1301,853.1	183,798.5	
Dic-2014	307,653.7	504,337.4	1951,425.3	5649,148.6			159,469.3	
Dic-2015	321,460.8	990,262.0	2471,724.9	6681,603.0			116,898.8	

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS

Para el periodo 2010 a 2015 su participación en cartera nacional fue de 29%, y Banco FICOHSA con 29.2%. También se destacan el banco CITI (11.4%) y CITI-TARJETAS (5.2%), denotándose un decrecimiento en el año 2014 ya que ambos fueron adquiridos por el grupo financiero FICOHSA a finales de este año.

Gráfico 15. Cartera de Tarjetas de Crédito en Moneda Extranjera en Miles de Lempiras Honduras 2010-2015



Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS

En el Gráfico 15, se ilustra la cartera de crédito en moneda extranjera de tarjetas de crédito en donde destaca la participación de BAC-Honduras (35.1%), Banco Citi y CITI-TARJETAS (17.9%) y Banco FICOHSA (24.5%). Se destaca el crecimiento de la participación de BAC-Honduras de 2013-2015 en 8.9%, y el decrecimiento de Citi y CITI-TARJETAS en 5.3% y 10.6% respectivamente, en cambio el Banco FICOHSA al adquirir Citi y CITI-TARJETAS creció en 49.2% (2013-2014).

Tabla 17. Cartera en Moneda Extranjera de Tarjetas de Crédito en Miles de Lempiras Honduras 2010- 2015

Fecha	Bancatlán	Bancocci	Bancon	Ficensa	Banhcafe	Banpais	Ficohsa
Dic-2010	60,766.2	41,494.9	14,087.3	8,711.4	3,317.0	55,102.7	279,179.5
Dic-2011	84,378.2	43,491.5	13,073.3	6,949.6	4,069.2	55,289.9	330,491.6
Dic-2012	107,497.0	44,751.3	15,106.1	7,081.5	5,126.5	64,838.7	377,601.4
Dic-2013	131,569.1	48,665.0	16,019.5	5,607.3	6,421.3	67,201.5	445,040.7
Dic-2014	156,593.3	46,307.6	19,172.1		9,794.4	84,833.3	976,800.7
Dic-2015	194,172.6	49,413.7			10,735.4	99,913.3	990,216.1
Fecha	Lafise	Promérica	BAC-Honduras	Citi	Citi Tarjetas	Banrural	
Dic-2010	53,209.9	151,624.1	679,811.5	239,867.9	499,145.1	-	
Dic-2011	60,638.6	175,319.9	701,793.4	271,662.9	456,740.8	-	
Dic-2012	64,390.7	187,370.5	803,588.1	214,678.5	315,970.5	-	
Dic-2013	58,213.7	206,819.0	831,891.1	203,348.4	282,490.4	-	
Dic-2014	54,527.1	228,297.5	873,842.2			-	
Dic-2015	39,865.2	259,444.0	986,183.9	-	-	1,178.5	

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS

III. Mercado Relevante

Un análisis de competencia, de cualquier sector, debe realizar la delimitación de un mercado relevante. Esto se debe a que es necesario contar con un parámetro o marco analítico que delimite la actividad de las empresas, de los consumidores y de los demás

agentes económicos que participan en la comercialización de un bien o servicio determinado para poder enfocar el análisis adecuadamente. De lo contrario, se correría el riesgo de subestimar o sobrestimar el estado de la competencia en el mercado en estudio. Conforme a la doctrina en competencia, el mercado relevante está conformado por los bienes y servicios que tienen sustituibilidad razonable para el propósito para el cual fueron producidos en una determinada área geográfica.

De acuerdo a la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (LDPC) el mercado relevante “es aquel que se define en función del mercado de productos y del mercado geográfico.” La ley procede a definir el mercado de producto como, “...los bienes y servicios que los consumidores consideren intercambiables o sustituibles entre si..., y el mercado geográfico como,...el alcance territorial de la zona en que se desarrollan actividades de suministro y prestación de bienes y servicios...”. Una definición más sencilla es “el conjunto más reducido de productos que incide en el comportamiento de un monopolista hipotético, o el análisis del monopolista hipotético que define un mercado como un conjunto más reducido de productos que resulta atractivo monopolizar²⁰”

La definición 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

Generalmente, el primer elemento a definir en el análisis es el mercado de producto. De acuerdo a la teoría, en su delimitación se debe considerar la existencia de bienes o servicios potencialmente sustitutos (tanto económica como técnicamente) del bien ofrecido por los agentes investigados (sustituibilidad por el lado de la demanda). Asimismo, es necesario considerar la existencia de otros oferentes dispuestos a dedicar sus recursos a la producción de los bienes en análisis ante un aumento determinado en el precio de los mismos (sustituibilidad de la oferta). Al identificar las fuentes de disciplina por el lado de la demanda y de la oferta se está de hecho delimitando el marco de actuación de la empresa o empresas cuyo comportamiento se desea analizar con el fin de determinar si es conforme o no a las reglas de competencia.²¹

En el presente análisis, el abordaje realizado a la concepción de mercado relevante de producto, estará vinculado especialmente a la sustituibilidad por el lado de la demanda, mientras que la respuesta desde el lado de la oferta se ha subsumido a un análisis de valoración de la existencia de barreras de entrada y competencia potencial.

El mercado de tarjetas de pago también es conocido, por la teoría, como “mercado de dos lados o de múltiples lados”, donde confluyen dos demandas interdependientes, representadas por tarjetahabientes y por los comercios que aceptan pagos con tarjetas. Al observar el mercado como un todo se registran las relaciones siguientes: i) entre marcas procesadoras y emisores; ii) entre emisores y tarjeta-habientes; iii) entre emisores y adquirentes; iv) entre adquirentes y comercios afiliados; y v) entre comercios afiliados y tarjeta-habientes.

²⁰ CDPC. “Manual para Evaluación de Prácticas Restrictivas de la Libre Competencia”. 2006.

²¹ Gutiérrez, Inmaculada; Padilla, Atilano. “La Sustituibilidad de la Oferta en el Análisis de las Concentraciones Empresariales” (Anuario de Competencia 2001, 2002).

Es preciso mencionar que, esta distinción de relaciones no implica que los efectos de competencia dentro de las mismas sean independientes de los efectos en 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, y la configuración de la vinculación entre las demandas es lo que le da el sentido de ser a la plataforma o la red.

El tarjeta-habiente tiene relación directa con el emisor, 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. Debe advertirse que, el comerciante únicamente “consume” los servicios del banco adquirente con el propósito de vender bienes o servicios al tarjeta-habiente, y 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 partes²². En ese sentido, los servicios del emisor como los del adquirente no son un fin en sí mismos sino un “medio para pagar transacciones”.

Bajo este contexto, es preciso poder determinar el mercado más amplio posible en el cual un monopolista hipotético que opera en un mercado de dos lados, podría rentablemente imponer un precio significativo y no transitorio en (al menos) uno de los dos tipos de consumidores. En tal sentido, debe considerarse que, los 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*.

En tal sentido, vale la pena mencionar que en el sistema de tarjetas de pago existen sistemas de pagos alternativos tales como: otras redes de tarjetas, el efectivo, los cheques, y más recientemente el dinero electrónico; y que cualquier reducción en el uso de uno de ellos sería contrarrestado por el incremento en el uso de otro, por lo que el bienestar neto social se mantendría constante, dado que tanto consumidores como comerciantes siempre necesitarán de los medios de pagos para transar productos.

Bajo estas premisas, en el presente análisis es factible definir 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. Debe mencionarse que, 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.

²² 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.

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.

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; y 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 sí, especialmente las relacionadas a los costos transaccionales (cuando éstos 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 exista**²³.

Es preciso aclarar que, en el caso específico de las tarjetas de pago, su uso dependerá de la existencia de dos consumidores distintos e interdependientes, más sin embargo no implica que la transacción en sí 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 determinado momento. Esto implica que está en sus manos decidir qué medio de pago satisface las necesidades de la compra cualquiera que pretenda 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 determinado geográficamente) y no totalmente de las características del medio de pago.

IV. Análisis de Posición de Dominio (Participación Notable de Mercado)

1. Determinación del Grado de Concentración

La concentración económica constituye un aspecto de especial relevancia para tratar de caracterizar un mercado o una industria. El grado de concentración de un mercado es una variable clave en el análisis de la estructura de una industria, bien porque puede influir en los beneficios de las empresas en los mercados o bien porque sea la consecuencia de la dinámica de los mercados y las empresas, especialmente de la distinta eficiencia de éstas²⁴.

Para efectos del análisis de concentración, y conforme a la información obtenida, se tomó en cuenta la información del número de tarjetas de crédito y débito en circulación del

²³ 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.

²⁴ Medición de la Concentración Industrial. Recuperado de, http://www.economiaandaluza.es/sites/default/files/capitulo%203_0.pdf

sistema bancario hondureño para todas las marcas (Visa, MasterCard y American Express). Para medir el nivel de concentración en estos segmentos del mercado, considerando los bancos pertenecientes, se realizó un cálculo del Índice Herfindhal Hirschman (HHI, por sus siglas en inglés) de acuerdo con los datos del stock de tarjetas en circulación por cada banco tanto en tarjetas de crédito como de débito.

1.1 Grado de Concentración Tarjetas de Crédito.

Los resultados observados, sugieren que el mercado de las tarjetas de crédito en circulación está moderadamente concentrado con la información obtenida a diciembre de 2015, de acuerdo a los estándares internacionales establecidos para el HHI por la Federal Trade Commission²⁵ debido a que sobrepasa los 1,500 puntos. Con participaciones altas por parte de Banco Ficohsa (34.9%) y BAC–Honduras (28.0%); asimismo, BANRURAL, BANCOCCI y BANHCAFÉ representan juntos 1.4%. Situación que indica que el 62.9% del mercado se concentra en dos bancos únicamente (Tabla 18).

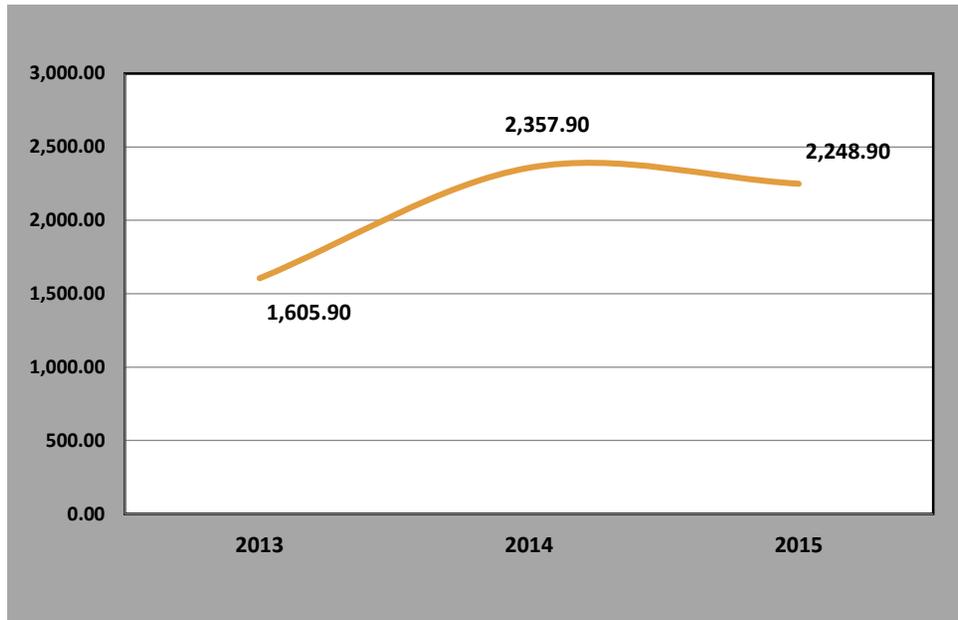
Tabla 18. HHI Participaciones² Tarjetas de Crédito. Diciembre 2015				
No	Institución Financiera	Tarjetas en Circulación	Participación (%)	HHI
1	BANCATLAN	80,788	9.7	94.9
2	Banco Azteca	46,926	5.7	32.0
3	Banco Davivienda	24,710	3.0	8.9
4	BAC – Honduras	232,115	28.0	783.6
5	BANRURAL	445	0.1	0.0
6	BANCOCCI	5,155	0.6	0.4
7	BANPAIS	53,818	6.5	42.1
8	Banco FICOHSA	289,125	34.9	1,215.8
9	BANHCAFE	5,752	0.7	0.5
10	Banco Lafise	25,519	3.1	9.5
11	Banco Promerica	64,821	7.8	61.1
Total		829,174	100.0	2,248.91

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

Es notorio lo representativo del HHI para el caso de banco FICOHSA, donde incidió la concentración entre FICOHSA con CITITARJETAS y CITIBANK que se realizó en junio de 2014, ya que como puede apreciarse en el Gráfico 16, el HHI aumentó en 752 puntos del año 2013 al 2014, aunque presenta una leve disminución (109 puntos) a diciembre de 2015.

²⁵ En base a la experiencia internacional, se consideran mercados desconcentrados aquellos que presentan un HHI de hasta 1,500 puntos; mercados moderadamente concentrados aquellos que presenten un HHI de entre 1,500 y 2,500 puntos y mercados altamente concentrados aquellos en los cuales el HHI supera los 2,500 puntos.

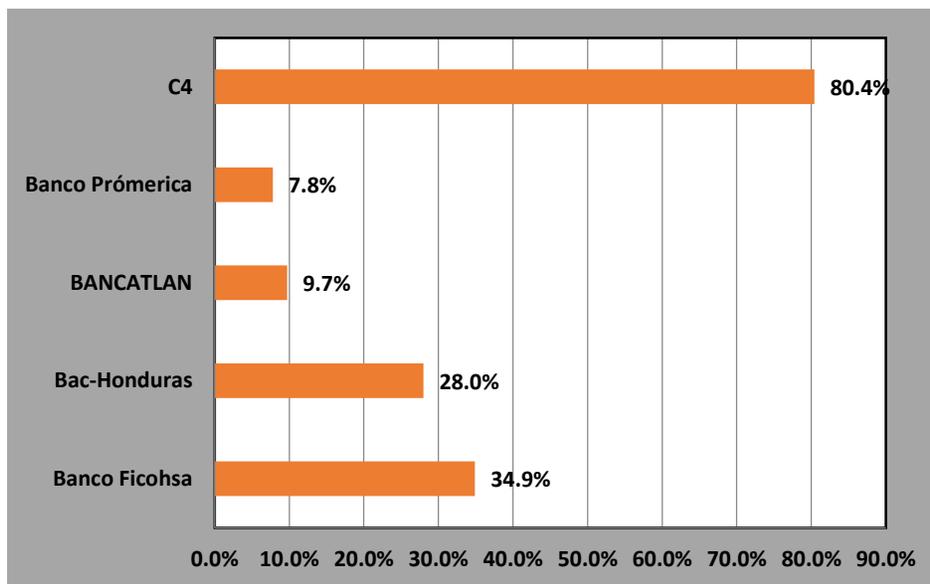
Gráfico 16. HHI Participaciones² Stock Tarjetas de Crédito. Diciembre 2015



Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS

El Gráfico 17, muestra el índice de concentración de las cuatro instituciones bancarias con mayor participación en el stock de tarjetas de crédito, que representan el 80.4% del segmento del mercado de tarjetas de crédito en Honduras, registrando la mayor participación Banco FICOHSA (34.9%) y BAC - Honduras (28.0%). Asimismo, Banco Promérica y BANCATLAN representan conjuntamente el 17.5% en cuanto a este mercado.

Gráfico 17. Índice de Concentración CR₄ del Stock de Tarjetas de Crédito



Fuente: Elaboración propia con datos de CNBS

Asimismo, se analizó el HHI del mercado de las tarjetas de crédito en base a la cartera que poseen los bancos en moneda nacional y extranjera. Los resultados obtenidos del

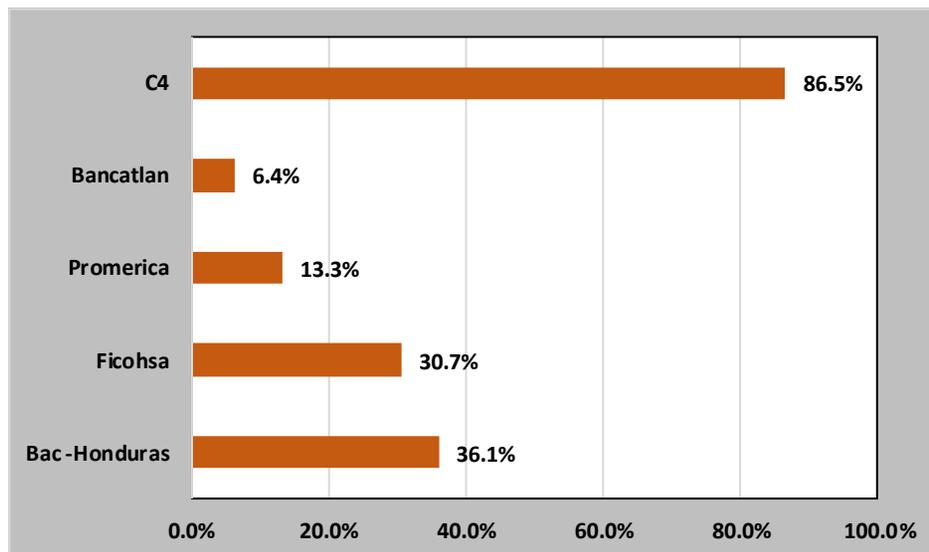
HHI de la cartera en moneda nacional se reflejan en la Tabla 19, la cual evidencia que dicho mercado se encuentra altamente concentrado ya que sobrepasa los 2,500 puntos. La mayor participación en el mercado la registra BAC-Honduras (36.1%) y Banco FICOHSA (30.7%). Asimismo, los bancos que representan la menor participación dentro de este segmento son Banrural, BANHCAFE, BANCOCCI y Banco Azteca con un 1.72% de representación en dicho segmento.

Tabla 19. HHI Participaciones² Cartera en Moneda Nacional. Miles de Lempiras. Diciembre 2015				
No	Institución Bancaria	Cartera	Participación (%)	HHI
1	Bancatlan	1,189,449.9	6.4	41.3
2	Bancocci	110,272.5	0.6	0.4
3	Banhcafe	92,984.2	0.5	0.3
4	Banpais	860,971.5	4.6	21.6
5	Ficohsa	5,679,819.6	30.7	940.7
6	BANRURAL	3,197.0	0.02	0.0
7	Lafise	321,460.8	1.7	3.0
8	Davivienda	990,262.0	5.3	28.6
9	Promerica	2,471,724.9	13.3	178.1
10	Bac -Honduras	6,681,603.0	36.1	1301.8
11	Banco Azteca	116,898.8	0.6	0.4
Total		18,518,644.1	100.0	2,516.13

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS.

Igualmente, se observa que el índice de concentración C_4 es del 86.5%, siendo BAC-Honduras y Banco FICOHSA los que poseen la mayor participación de este mercado 36.1% y 30.7% respectivamente.

Gráfico 18. Índice de Concentración CR_4 Cartera en Moneda Nacional Diciembre 2015



Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS

Consecuentemente, en la Tabla 20 se muestra el segmento de las tarjetas de crédito en base a la cartera crediticia en moneda extranjera, mostrando que el mercado está

altamente concentrado, con un HHI de 2,993.3 puntos. Comportamiento explicado por la alta participación de Banco FICOHSA (37.6%) y BAC-Honduras (37.5%); cabe destacar que los bancos que menores participaciones tienen, son Banco Azteca, BANRURAL, Davivienda y BANHCAFE que representan el 0.4% del segmento del mercado de las tarjetas de crédito en la cartera de moneda extranjera.

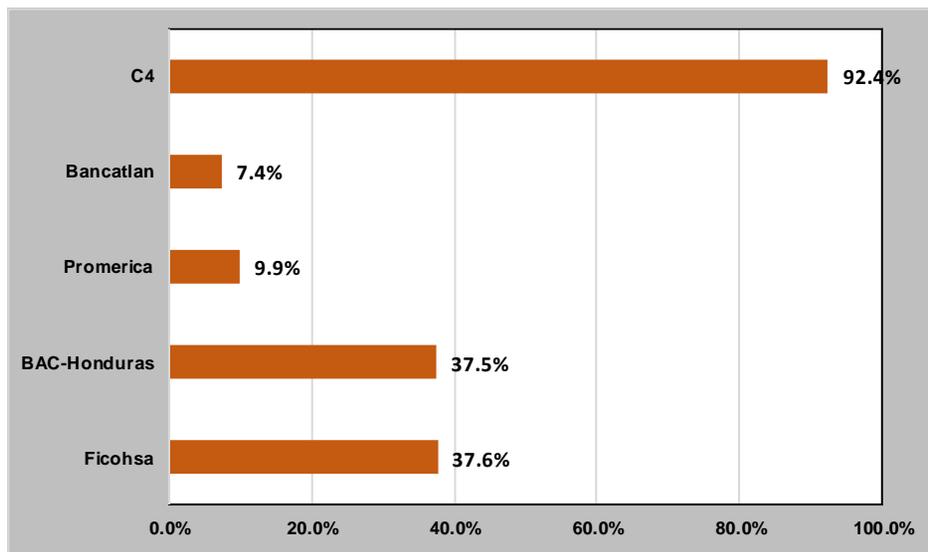
**Tabla 20. HHI Participaciones² Cartera en Moneda Extranjera.
Miles de Lempiras. Diciembre 2015**

No	Institución Bancaria	Cartera	Participación (%)	HHI
1	Bancatlan	194,172.6	7.4	54.5
2	Bancocci	49,413.7	1.9	3.5
3	Banhcafe	10,735.4	0.4	0.2
4	Banpais	99,913.3	3.8	14.4
5	Ficohsa	990,216.1	37.6	1,416.4
6	Banrural	1,178.5	0.0	0.0
7	Lafise	39,865.2	1.5	2.3
8	Davivienda	0.0	0.0	0.0
9	Promerica	259,444.0	9.9	97.2
10	BAC-Honduras	986,183.9	37.5	1404.9
11	Banco Azteca	0.0	0.0	0.0
Total		2,631,122.7	100.0	2,993.3

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS

El índice de concentración C₄, muestra que el 92.4% del mercado se concentra en los principales bancos que colocan tarjetas de crédito en el mercado que son Banco FICOHSA, BAC-Honduras, BANCATLAN y Banco Promérica, siendo los dos primeros los que representan más del 75% del mercado; asimismo, los otros dos bancos representan aproximadamente el 17% del segmento.

Grafico 19. Índice de Concentración CR₄ Cartera en Moneda Extranjera. Diciembre 2015

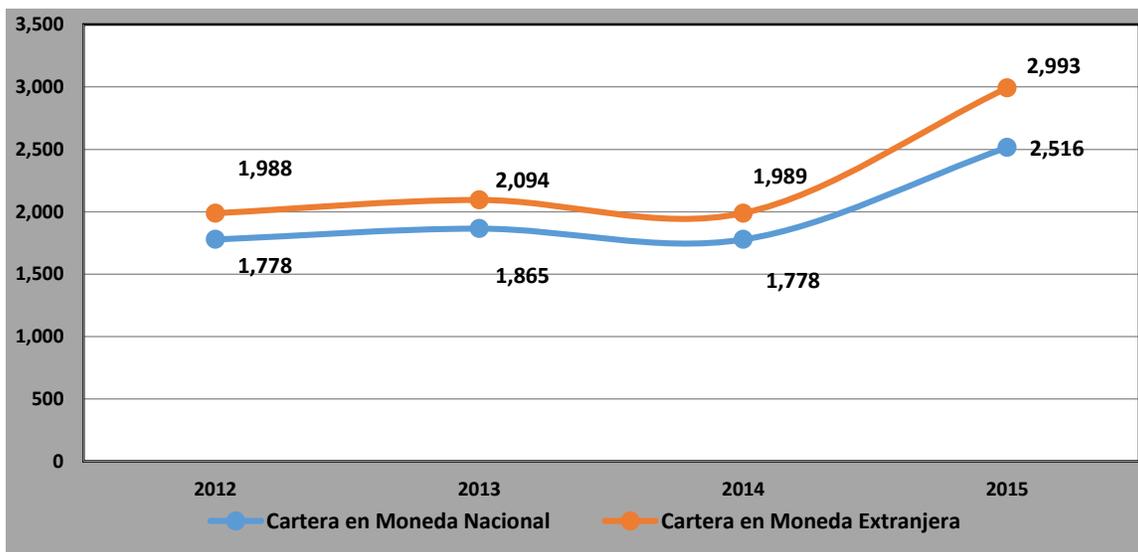


Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS

Por otra parte, se calculó el HHI de la cartera en moneda nacional y extranjera de tarjetas de crédito para el periodo 2012- 2015, donde se verifica que durante el periodo 2012-2014 los segmentos eran moderadamente concentrados, sin embargo, el HHI se incrementa a

diciembre de 2015; lo que indica un aumento de concentración del mercado de tal forma que las carteras en moneda nacional y extranjera pasan de ser un mercado moderadamente concentrado a un mercado altamente concentrado (Gráfico 20).

Gráfico 20. HHI Participaciones² Cartera en Moneda Nacional y Extranjera en Miles de Lempiras de Tarjetas de Crédito 2012-2015



Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS

1.2 Grado de Concentración Tarjetas de Débito

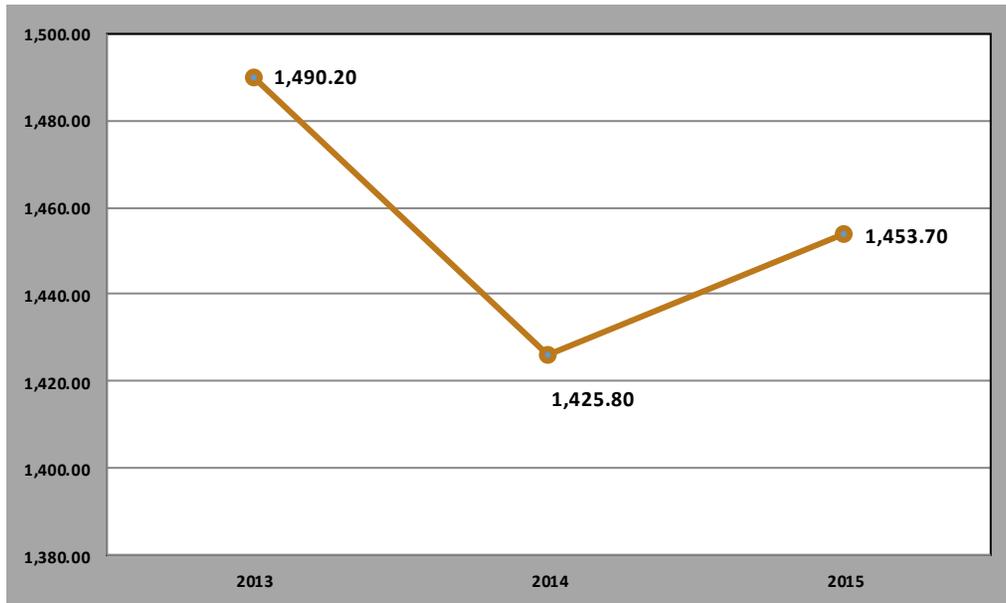
Con respecto al stock de tarjetas de débito, se visualiza un mercado desconcentrado, ya que el HHI no supera los 1,500 puntos. De igual manera, los bancos que presentan mayor participación dentro del mercado son BANCATLAN (22.0%), Banco FICOHSA (17.1%) y BAC-Honduras (16.9%). Por otra parte, BANRURAL, FICENSA, Banco Popular, Banco Promérica y Banco de los Trabajadores representan en conjunto el 3.1% del segmento de las tarjetas de débito, teniendo una baja participación en dicho segmento (Tabla 21).

Tabla 21. HHI Participaciones² Número de Tarjetas de Débito en Circulación. A Diciembre 2015				
No	Institución Financiera	Tarjetas de Débito	Participación (%)	HHI
1	Atlántida	666,498	22.0	484.5
2	Occidente	409,926	13.5	183.3
3	Trabajadores	35,293	1.2	1.4
4	FICENSA	8,275	0.3	0.1
5	BANHCAFE	45,126	1.5	2.2
6	BANPAIS	125,307	4.1	17.1
7	FICOHSA	517,746	17.1	292.4
8	LAFISE	89,202	2.9	8.7
9	Davivienda	270,216	8.9	79.6
10	Promérica	34,475	1.1	1.3
11	BANRURAL	2,785	0.1	0.0
12	Banco Azteca	299,312	9.9	97.7
13	Banco Popular	12,405	0.4	0.2
14	BAC-HONDURAS	511,352	16.9	285.2
Total		3,027,918	100	1,453.7

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS

Asimismo, el Gráfico 21 muestra el HHI de las tarjetas de débito, el cual tuvo una tendencia hacia la baja durante el período 2013-2014 (en 64.2 puntos) y un leve aumento en el año 2015 de 27.9 puntos, lo podría responder a las estrategias de mercado al colocar este tipo de tarjetas y a la facilidad que representa obtener una tarjeta de débito.

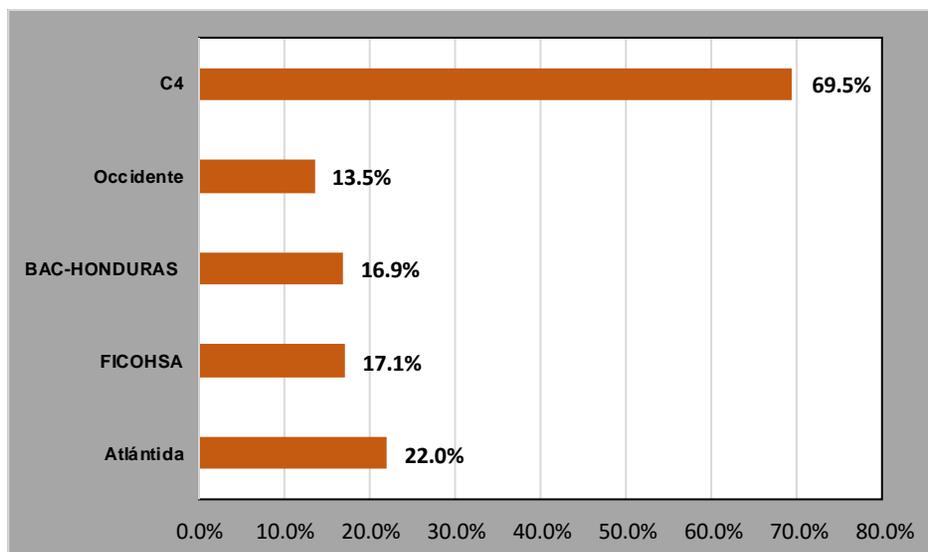
Gráfico 21. HHI Participaciones² Stock Tarjetas de Débito. Diciembre 2015



Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS

En cuanto al índice de concentración de las cuatro instituciones bancarias con mayor participación, se tiene que el mismo alcanza un 69.5%, en donde las mayores participaciones las registran BANCATLAN (22.0%), Ficohsa (17.1%) y Bac-Honduras (16.9%) representando el 56% del segmento de mercado. Y la menor participación es de BANCOCCI que representan el 13.5% de dicho segmento del mercado (Gráfico 22).

Gráfico 22. Índice de Concentración CR₄ del Stock de Tarjetas de Débito Diciembre 2015



Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS

De igual manera, el HHI fue calculado con base al número de transacciones que se realizan con tarjeta de débito con fondos en cuenta de ahorro, cheque y a plazos. Se observa en la Tabla 22 que el mercado de las tarjetas de débito analizando el número transacciones en cuenta de ahorro, se encuentra moderadamente concentrado. Esto es explicado por la participación notable de Banco FICOHSA (23.2%), BANCOCCI (18.8%) y BANCATLAN (17.3%) que representan en conjunto 59.3% del mercado. En cambio, BANRURAL, Banco de Honduras, Banco Popular, Ficensa, Banco Azteca solo representan en su conjunto 2.8% del mercado.

No	Institución Bancaria	Cuenta de ahorro	Participación (%)	HHI
1	Bancatlan	3,406,333	17.3	299.0
2	Honduras	31,582	0.2	0.0
3	Bancocci	3,709,933	18.8	354.7
4	Bancotrab	675,640	3.4	11.8
5	Ficensa	111,651	0.6	0.3
6	Banhcafe	409,269	2.1	4.3
7	Banpaís	2,454,090	12.5	155.2
8	Ficohsa	4,567,215	23.2	537.5
9	Lafise	397,643	2.0	4.1
10	Davivienda	700,298	3.6	12.6
11	Promérica	167,756	0.9	0.7
12	Azteca	335,695	1.7	2.9
13	Popular	57,565	0.3	0.1
14	Bac honduras	2,669,285	13.5	183.6
15	Banrural	5,572	0.0	0.0
Total		19,699,527	100	1,566.8

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS

Por su parte, en el segmento de transacciones en cuenta de cheque con tarjeta de débito a diciembre 2015 se observa un mercado moderadamente concentrado, ya que sobrepasa los 1,500 puntos, mostrando que BANCATLAN posee una participación de 40.0%, seguido de BANCOCCI con 15.9% y Banco FICOHSA con 13.6%, sumando en total una participación de 69.5%. Por otra parte, se observa que el mercado de transacciones en cuenta a plazos que se realiza con tarjetas de débito, es un mercado moderadamente concentrado debido a que al igual que las transacciones en cuenta de cheque el valor del HHI sobrepasa 1,500 puntos. No obstante, en este segmento Banhcafé lidera el mercado con 38.6% de participación, seguido de Ficohsa con 17.1% (Vea Tabla 23).

No	Institución Bancaria	Cuenta de Cheque	Participación (%)	HHI	Cuenta A Plazos	Participación (%)	HHI
1	Bancatlan	3,031,117	40.0	1,596.2	2,027	5.1	26.4
2	Honduras	44,218	0.6	0.3	0	0.0	0.0
3	Bancocci	1,203,496	15.9	251.6	1,312	3.3	11.1
4	Bancotrab	75,123	1.0	1.0	1,116	2.8	8.0
5	Ficensa	86,598	1.1	1.3	236	0.6	0.4
6	Banhcafé	117,223	1.5	2.4	15,212	38.6	1,489.5
7	Banpaís	398,373	5.3	27.6	5,675	14.4	207.3

8	Ficohsa	1,029,370	13.6	184.1	6,755	17.1	293.7
9	Lafise	166,039	2.2	4.8	3,488	8.8	78.3
10	Davivienda	440,185	5.8	33.7	516	1.3	1.7
11	Promérica	108,985	1.4	2.1	831	2.1	4.4
12	Azteca	28,306	0.4	0.1	368	0.9	0.9
13	Popular	2,177	0.0	0.0	266	0.7	0.5
14	Bañhonduras	830,591	10.9	119.9	401	1.0	1.0
15	Banrural	25,057	0.3	0.1	1,212	3.1	9.5
Total		7,586,858	100.0	2,225.1	39,415	100.0	2,132.7

Fuente: Elaboración propia con datos de la CNBS

2. Posición de Dominio (Participación Notable de Mercado)

La participación Notable de Mercado o Posición de Dominio, es la capacidad de actuación unilateral de un agente económico para actuar en el mercado con independencia de las acciones de clientes y competidores²⁶. De acuerdo al tribunal de Justicia de la Comunidad Europea la Posición de Dominio se define como, “*la posición de fortaleza económica que disfruta un operador y que le permite obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado relevante al proporcionarle el poder de comportarse con suficiente independencia de sus competidores, clientes y, en última instancia, de los consumidores*”.

De acuerdo a los resultados mostrados, se observa que el mercado de las tarjetas de crédito en cuanto a la cartera crediticia en moneda nacional y extranjera, pasó de ser un mercado moderadamente concentrado entre 2012-2014²⁷ a un mercado altamente concentrado a diciembre 2015²⁸. La existencia de estos elevados grados de concentración, advierte sobre la necesidad de vigilar el comportamiento a futuro de dicho mercado, el cual funciona bajo una estructura de tipo oligopólica, en donde las participaciones registradas en únicamente cuatro bancos (C4) superaron el 80%, no tan solo para la variable referente a la cartera crediticia, sino que también en cuanto al stock de tarjetas de crédito.

En cuanto al mercado de tarjetas de débito no se muestra la existencia de una posición de dominio o poder de mercado, ya que en el periodo 2013 -2014 el HHI del stock de tarjetas disminuyó²⁹. De igual manera, las transacciones en cuenta de ahorro, en cheque y aplazo muestran la existencia de un mercado moderadamente concentrado.

Por otra parte, y de manera general, es importante destacar que el prominente ascenso que ha experimentado el uso de las tarjetas como medios 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 sí 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 intercambio.

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

²⁶ Reglamento para la Defensa y Promoción de la Competencia de Honduras.

²⁷ HHI 2012: 1,778; HHI 2013: 1,865; HHI 2014: 1,778.

²⁸ HHI 2015: 2,516.

²⁹ HHI 2013: 1,490; HHI 2014:1,425.8; 2015: 1,453.7

efecto de la imposición de la “Regla de No Sobre Cargo o de Discriminación de Precios” 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. 43 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.

La regla de **NO SOBRE CARGO** de la que se hablara con más profundidad más adelante, consiste en prevenir que los comercios le den señales a los consumidores sobre el verdadero costo de usar un determinado medio de pago. De manera que el propósito implícito del **NO SOBRE CARGO**, sería el de restringir 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.

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 igual, 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.

V. Valoración de Posibles Fallos de Mercado en el Sistema de Tarjetas de Pago

1. Tasas de Intercambio y Adquierecia

La tasa de intercambio nace en Estados Unidos en 1971 dentro del esquema de tarjetas abierto o multi-bancario, inicialmente con el objetivo de cubrir los costos de emitir tarjetas, fraude y período de gracia, las redes cerradas se excluyen de dicha tasa debido a que las redes se encargan de las operaciones de emisión y adquierecia por completo. Las tasas de intercambio sirven para: a) asegurar que los participantes de la red recuperen costos de emisión; y b) coordinar las actividades entre bancos que emiten tarjetas y bancos que adquieren comercios y de esta manera influenciar sobre la elasticidad de la demanda, ya fuera de los tarjeta-habientes o de los comercios.

La comisión de intercambio permite que los emisores y adquirentes compartan eficientemente los costos del sistema de pagos lo que genera competencia, eficiencia y beneficios tanto para tarjeta-habientes como para comercios. El pago con tarjetas se denomina “Servicio Conjunto”, porque el mismo se genera a través de competencia y colaboración de los participantes. Los emisores emiten tarjetas para que se puedan

utilizar ampliamente en las POSs³⁰ de los adquirentes y a su vez estos instalan POSs que puedan ser utilizadas ampliamente por los tarjeta-habientes. Las tasas de intercambio nacional son las mismas para todo tipo de tarjetas y varían dependiendo de las categorías de comercio, donde influye una serie de variables que contemplan costos, riesgos y condiciones de mercado.

Los bancos miembros de las asociaciones de tarjetas (Visa y Mastercard) establecen las tasas de intercambio de forma multilateral entre ellos, y argumentan que sirven para distribuir los costos que conlleva 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 son establecidas mediante un **convenio**³¹ suscrito por los bancos miembros de las marcas de tarjetas Visa o Mastercard. Las tasas específicas para Honduras tanto para Visa como para Mastercard, 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”. Esta tasa es determinada en una cantidad porcentual para todas las transacciones o ventas totales (impuestos, propinas y otros cargos) de acuerdo a las categorías de comercios según la tabla 24. 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.

De acuerdo a lo que fuera dejado establecido en un Informe de Investigación realizado por esta Comisión³², la fijación establecida en el convenio, corresponde a 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). En tal sentido, 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 de la competencia.

Tabla 24. Convenio Visa – Honduras			
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	

³⁰ Principales Conceptos de Costos Asociados a los POS: personal, facilidades físicas, depreciación de los POS, suministros de papelería para los POS, cuotas internacionales pagadas a las marcas, pérdidas por fraude.

³¹ Política legal de Visa con el sistema financiero hondureño está vigente y revisada desde Septiembre de 2007. Para mayor información puede visitar el siguiente enlace <http://visa.com.hn/acerca-de-visa/legal/>

³² CDPC (2008). Informe de Investigación: El Mercado de las Tarjetas de Pago (Crédito y Débito) en Honduras.

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 Correspondencias	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	
15	Venta de Seguros y Aseguradoras	6300	2.15%
16	Franquicias Internacionales y 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	
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%

De acuerdo a lo anterior, es factible poder determinar que, las tasas de adquirencia que se cobran a los comercios afiliados son libres al negociarse con dichos comercios, y están determinadas por las tasas de intercambio que varían de acuerdo a cada categoría de comercio. Sin embargo, lo que es reprobable en las tasas de adquirencia es que se identifica un grado de discriminación de parte de los bancos adquirentes al ofrecer tasas de adquirencia menores a comercios aún dentro de una misma categoría (i.e. hoteles, supermercados, entre otros), de acuerdo a su volumen de ventas, lo que genera una discriminación horizontal en los comercios pequeños, afectando a estos últimos su capacidad de competir en cuanto a los comercios más grandes.

Asimismo, vinculado a lo anterior, los bancos 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 los grandes negocios, dejando así a los bancos adquirentes pequeños 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. Con ello se estaría generando una discriminación vertical entre bancos adquirentes.

Bajo el contexto anterior, y a fin de evitar esta serie de discriminaciones, podría considerarse la inclusión de una mayor cantidad de categorías de comercios en los porcentajes más bajos de tasas de intercambio, reduciendo de esta manera el número de establecimientos comerciales (actualmente alrededor de 150 de acuerdo a dicho convenio) que tienen que cubrir las tasas más altas.

2. Tasas de Interés-Ley de Tarjetas de Crédito

2.1 Funcionamiento

Como ya se había mencionado en apartados anteriores las tarjetas de crédito se rigen bajo un marco regulatorio determinado el cual tiene como objetivo regular el giro de operaciones de crédito que realicen las sociedades emisoras y procesadoras de tarjetas de crédito, y será supervisada a través de la CNBS dentro de sus actividades y operaciones en el territorio nacional. Dentro de la ley se define que las operaciones de crédito son aquellas en las que el emisor pone a disposición del tarjeta-habiente un crédito en cuenta corriente teniendo anticipadamente un límite.

Asimismo, la tarjeta de crédito se define como instrumento de conformidad con el contrato suscrito con el emisor, utilizable dentro y fuera del país. En esta misma línea, las instituciones que deseen emitir dichas tarjetas deberán constituirse como sociedades anónimas, de capital fijo, dividido en acciones nominativas, cuya única finalidad será emitir realizar operaciones relacionadas con el funcionamiento de la tarjeta de crédito. En cuanto al capital requerido, no debe de ser menor a L. 40 millones para cada emisor, así mismo la CNBS con base en el comportamiento de la economía hondureña y la situación de dicho sub-segmento revisará y actualizará cada dos años el monto antes mencionado.

Cabe señalar que, en aras de que exista competencia en el mercado de tarjetas de Crédito, el artículo 34 de la Ley de Tarjetas de Crédito establece que las tasas de interés que las sociedades emisoras de tarjetas de crédito podrán cobrar por el financiamiento de saldos en moneda nacional y extranjera, originados por el uso de las tarjetas de crédito, deberán ser establecidas y reguladas por el Banco Central de Honduras, cuando no exista en el sector garantías de libre competencia, según informe de la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia.

Así también, en el Artículo 35 de esta Ley se establece que para garantizar la libre competencia, las sociedades emisoras deberán publicar en un diario de circulación nacional y en la página electrónica, tanto de las sociedades emisoras como de la propia Comisión Nacional de Bancos y Seguros dentro de los primeros diez (10) días de cada mes en forma detallada, 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. La Comisión Nacional de Bancos y Seguros supervisará que las sociedades emisoras cumplan con la obligación de hacer la publicación a que se refiere el párrafo primero y en caso de incumplimiento, aplicara la sanción establecida en el numeral II) del Artículo 94 de la Ley del Sistema Financiero.

2.2 Portabilidad de la Deuda de Tarjetas de Crédito

En Honduras con las reformas a la Ley de Tarjetas de Crédito realizadas en el año 2013 se facilita la cancelación de los contratos de la deuda de tarjeta de crédito a los tarjetahabientes, ya que se adiciona en dicha reforma específicamente en el Artículo 32, la posibilidad de convertir la deuda que un usuario tiene en tarjeta de crédito en un préstamo personal, de forma que si un usuario decide cancelar la tarjeta de crédito con un banco, el emisor una vez recibida la comunicación respectiva, durante los cinco días hábiles subsiguientes, debe transferir el saldo de la tarjeta a un préstamo personal a nombre del Tarjetahabiente o mantener las mismas condiciones de crédito del contrato original. En este caso, si el emisor decide mantener las mismas condiciones de financiamiento del contrato original, a partir de la fecha en que se haya efectuado la comunicación para terminar el contrato por parte del Tarjetahabiente, no podrá capitalizar intereses de ningún tipo, y la tasa de interés aplicable será la vigente en el momento de la referida comunicación.

Pese a los avances que se han realizado con las reformas, actualmente Honduras no cuenta con una política de portabilidad de deuda de tarjetas de crédito, es decir, la opción que le permite al cliente de un banco reducir sus pagos trasladando las deudas que mantiene con él a otra tarjeta de crédito que le ofrezca mejores beneficios como; una tasa de interés efectivamente inferior a la que estaba pagando por su anterior deuda, y le garantice que el interés que pagará por los productos o servicios que podrá adquirir con la nueva tarjeta de crédito, sea menor a la que actualmente posee.

Vale la pena resaltar que, algunos bancos emisores de tarjetas de crédito que cuentan con agencias de bancos en otros países, trabajan con esta estrategia de mercado para captar nuevos clientes, como es el caso de Banco Credomatic y Ficohsa - Citi Bank, quienes en sus agencias en Panamá utilizan estas estrategias con el objetivo de captar clientes con una buena capacidad de endeudamiento y buen historial de pago.

En el caso de Banco Credomatic en Panamá, la compra de saldo de tarjetas de crédito está sujeta a la verificación y aprobación del Departamento de Crédito de Bac International Bank, Inc, y sólo aplica para clientes con saldos de tarjetas de crédito de otras entidades financieras. La tasa de interés para la compra de saldo es de cero por ciento (0%) anual y ésta aplica al total del saldo comprado. El total del saldo comprado se divide en doce cuotas iguales mensuales, cuyos pagos se amortiguan al 100% para no generar intereses corrientes que aplican por financiamiento, según su tarjeta de crédito. De igual forma Citi Bank de Panamá ofrece el beneficio de consolidar deudas a una atractiva tasa de interés, comprando saldo de tarjetas de crédito al 0.33% mensual hasta cancelar el saldo.

Las ganancias que tiene un banco al comprar una deuda es el ahorro en costos y tiempo que implica verificar el riesgo de un cliente, lo que quiere decir que está captando a un sujeto de crédito, ya que todas aquellas verificaciones y trámites han sido realizados por otros bancos, lo que le interesa al banco comprador es ofrecerle al nuevo cliente un paquete de varios productos; es decir, el banco apuesta al consumidor como probable comprador de una cuenta de ahorro, un seguro de desgravamen, entre otros. Las compras de diversos tipos de deuda son comunes en EEUU, Europa y es una idea que se está iniciando en países de Latinoamérica como Perú, México, entre otros.

Igualmente esta estrategia de mercado favorece a la competencia tal como lo manifiesta Andres Allamand (2013) quien aseguró que el “Sistema de Portabilidad de Deudas de Tarjetas de Crédito” puede generar mayor competencia y evitar que los deudores "queden atrapados a créditos caros o que incluyan comisiones altas, pudiendo siempre trasladar sus obligaciones a quien les ofrezca mejores condiciones, generándose así un gran beneficio para los consumidores³³".

2.3 Tasas de Interés por Tipo de Tarjeta de Crédito con Características Similares

En Honduras, el caso de las tasas de interés de las tarjetas de crédito muestra tasas elevadas y en algunos casos a pesar de que la tarjeta posea características similares existe una brecha muy alta entre ellas, esto se puede notar en la Tabla 25 en donde, para el caso, BANCATLAN y BANCOCCI ofrecen la tarjeta de crédito Visa Clásica Regional y muestran una diferencia entre tasas de 8.75 puntos porcentuales; cabe destacar que, existen bancos que ofrecen beneficios similares tales como: membresía gratis por un año, el cobro o monto a pagar será en lempiras, acceso a programas de lealtad, entre otros³⁴, lo que podría incidir en la diferencia de tasas.

Dicho comportamiento, también se puede observar en tarjetas como Visa Clásica Local, Internacional, Oro y Platinum, con la diferencia que éstas se ofrecen en algunos bancos con tasas de interés por encima del 60%, su cobro es en dólares y son de aceptación nacional e internacional, las mismas también son ofrecidas por todos los bancos que emiten tarjetas de crédito. Por otra parte, tarjetas como Visa local, tiene tasas de interés que muestran un comportamiento similar siendo su valor más bajo 58% en BANCON y el más elevado Banco FICOHSA, financiando con una tasa que asciende a 67.50%; dicha tarjeta es aceptada en 5,000 establecimientos en Honduras y en toda Centroamérica, excepto en Panamá. El pago se puede realizar en lempiras, beneficios en cuanto a seguridad de la tarjeta y extra-financiamiento en efectivo y por compras en comercios afiliados³⁵. A pesar de que dichas tasas se encuentran en valores muy cercanos, estos siguen siendo elevados volviendo al consumo con tarjeta de crédito muy costoso anualmente.

Tabla 25. Tasas de Interés por Tipo de Tarjeta de Crédito con Características Similares

Tipo de Tarjeta	Bancos									
	Atlántida	BAC	Continental	Ficohsa	Davivienda	Banhcafé	Lafise	Occidente	Promérica	Banpais
Visa Clásica Regional	58.65%							49.90%		
Visa Clásica Local				69.50%		45.20%			69.00%	59.00%
Visa Clásica Internacional	59.95%		58.00%	69.50%			62.00%	49.00%		55.00%
Visa Local		64.80%	58.00%	67.50%	63.00%					
Visa Clásica Oro	58.65%	64.80%	58.00%		61.00%			48.00%	66.96%	50.00%
Visa Platinum	58.65%	55.44%		55.50%	56.00%				57.50%	40.00%
Visa Empresarial				59.65%	49.00%					59.00%
Visa Corporativa					35.00%					
Mastercard Oro	58.65%							48.00%		
Mastercard Internacional	35.00%		58.00%							

Fuente: Elaboración propia con datos del BCH.

³³ La Nación. Allamand propone la portabilidad de deudas en tarjetas de crédito. Recuperado de, <http://www.lanacion.cl/allamand-propone-la-portabilidad-de-deudas-en-tarjetas-de-credito/noticias/2013-05-03/152110.html>

³⁴ Información obtenida de las páginas web de Banco Atlántida y Banco de Occidente.

³⁵ Información obtenida de la página web de Bac-Credomatic. Para mayor información visitar el siguiente enlace <https://www.credomatic.com/honduras/esp/credo/tarjetas/cretarcre01visa01.html>

Por su parte, las tarjetas Mastercard, tienen reducido su ámbito de comercialización, debido a que, y tal como se muestra en el cuadro anterior, son emitidas en Honduras solamente por tres Bancos (Atlántida, Continental y Occidente). Cabe destacar que, BANCATLAN ofrece los tipos de tarjeta Mastercard Oro y Mastercard Internacional con tasas muy diferenciadas, lo que podría ser explicado por la solidez bancaria, cantidad y calidad de la cartera de tarjeta-habientes que maneja este banco. Es importante mencionar que, todas las tarjetas antes descritas constituyen el rubro de banca de personas, es decir, de personas individuales y contribuye a incentivar el consumo de productos finales en la economía.

Es preciso señalar que, los bancos segmentan sus mercados para colocar no solo tarjetas de crédito para financiar consumo de las familias, sino también para incentivar la actividad productiva, las cuales son colocadas en la banca empresarial o corporativa y emiten dichas tarjetas para financiar el consumo intermedio (materias primas) de las empresas, lo que conlleva a fomentar el crecimiento económico eficiente y sostenible en el país. En cuanto a las tarjetas Visa Empresarial y Corporativa, éstas son ofrecidas por FICOHSA, FICOHSA Tarjetas, Davivienda y BANPAIS, teniendo tasas más bajas en comparación a la de Banca de Personas, oscilando entre 35% (Davivienda) y 59.65% (FICOHSA). Como se puede notar, esto permite incentivar la inversión nacional debido a que el crédito para consumo intermedio es menos costoso y contribuye a la constante operación de las empresas en el país.

2.4 Correlación de Tasas de Interés de Tarjetas de Crédito por Banco

La correlación³⁶ se refiere al grado de asociación entre dos variables en conjunto, es decir, determinar si los cambios en una variable están relacionados en los cambios de la otra variable. Al correlacionar las tasas de interés general para todas las marcas y tipos de tarjeta durante el período 2010 – 2015, se observa que en una buena parte (35%) de los coeficientes de correlación reflejan valores menores 0.50, indicando una correlación baja. No obstante, se registra un importante porcentaje (49%) de los coeficientes de correlación con valores superiores a 0.70, reflejando una correlación media - alta y alta (Tabla 26).

³⁶ La fórmula para obtener el coeficiente de correlación es la siguiente: $r = \frac{S_{XY}}{S_X S_Y}$, si el coeficiente es muy cercano a 1, la correlación es directa y positiva, si es muy cercana a cero no hay indicios de correlación, en cambio el coeficiente es muy cercano -1, a correlación es indirecta y negativa.

Tabla 26. Correlación entre Tasas de Interés Máximas en Moneda Nacional de los Bancos Emisores de Tarjetas de Crédito. A Diciembre de 2015.

Bancos	Banco Atlántida	BAC-Honduras	Banco Continental	Banco Ficohsa	Banco Ficensa	Davivienda	Banco Hondureño del Café	Banco Lafise	Banco de Occidente	Banco Promérica	Banco del País	Promedio del SB
Banco Atlántida	1.00											
BAC-Honduras	-0.00	1.00										
Banco Continental	0.00	0.78	1.00									
Banco Ficohsa	0.00	0.89	0.94	1.00								
Banco Ficensa	0.00	0.71	0.91	0.91	1.00							
Davivienda	-0.00	0.91	0.75	0.79	0.64	1.00						
Banco Hondureño del Café	-0.00	0.57	0.60	0.64	0.40	0.49	1.00					
Banco Lafise	-0.00	0.91	0.62	0.81	0.46	0.84	0.51	1.00				
Banco de Occidente	1.00	-0.00	0.00	0.00	0.00	-0.00	-0.00	-0.00	1.00			
Banco Promérica	0.00	0.93	0.83	0.91	0.94	0.86	0.61	0.91	0.00	1.00		
Banco del País	-0.00	0.77	0.88	0.87	0.83	0.70	0.52	0.69	-0.00	0.80	1.00	
Promedio del SB	0.00	0.93	0.95	0.97	0.94	0.87	0.66	0.84	0.00	0.96	0.87	1.00

Fuente: Elaboración propia con datos del BCH.

En esta misma línea, el banco que presenta un alto índice de correlación con la mayoría de los demás bancos del sistema financiero que ofrecen tarjetas de crédito es FICOHSA que muestra coeficientes muy cercanos a uno con Banco FICENSA (0.91) y Banco PROMERICA (0.91); y el promedio del sistema financiero en cuanto a tasas de interés de las tarjetas de crédito se relaciona en 0.97 de los movimientos en la tasa de interés del banco en mención. Por su parte, BAC-Honduras muestra coeficientes mayores a 0.70 con la mayoría de los bancos del sistema financiero, la tasa de interés promedio se relaciona en 0.93 con los movimientos en las tasas de interés de dicho banco.

Cabe destacar, que BANCATLAN presenta los coeficientes de cero y negativo, mostrando baja relación y en algunos casos inversos a las demás tasas de interés del sistema financiero, así como del promedio del mismo, con excepción del Banco de Occidente que tiene un coeficiente de 1 que refleja una correlación positiva perfecta. En el caso de BANCOCCHI, este muestra un coeficiente de correlación igual a cero (con excepción de Bancatlan), lo que muestra la no existencia de relación de dicho banco con el sistema bancario hondureño para establecer sus tasas de interés para financiar consumo con las tarjetas de crédito. Asimismo, otro banco que muestra baja dependencia con el promedio del sistema bancario es BANHCAFE con un coeficiente de 0.66.

Sin embargo, aun y cuando en algunos casos se registra una correlación alta que podría afectar la competencia, debe tomarse en cuenta en el análisis la existencia de otros factores, tal como la heterogeneidad en el producto ofrecido a los tarjeta-habientes, en cuanto a tipos de tarjeta y los beneficios que cada una de ellas ofrece.

2.5 Flexibilidad en las Tasas de Interés de las Tarjetas de Crédito - Modelo de Ausubel

Para el análisis de competencia del mercado de tarjetas de crédito, se corrió el modelo econométrico de panel de datos en base a la metodología de Ausubel (1991) quien analizó la competencia en el mercado de tarjetas de Norteamérica. El intentó probar la falta de competencia en el mercado de las tarjetas de crédito, proporcionando dentro de la información brindada que las tasas de interés que se cobraban a los consumidores eran altas y que se encontraba un comportamiento asimétrico de los costos marginales (costos

de fondos) de los bancos debido a la selección adversa que enfrentan dentro del mercado. Ausubel identifica que los beneficios que dichos bancos obtienen por concepto de este servicio que ofertan es extraordinario, por lo que se contradice con las características de los mercados competitivos.

De acuerdo a la literatura económica existen diversos factores que explican que dichas tasas son altas a través del tiempo, como ser, i) costos de cambio y búsqueda que enfrentan los clientes; ii) costo de información, para conocer los bancos que ofrecen mejores condiciones; iii) costo de traslado y tiempo que se tarda en materializar la nueva tarjeta de crédito; y iv) costos de cierre de la tarjeta anterior. Es importante destacar que la evidencia empírica demuestra que un consumidor con una deuda importante será considerado riesgoso, lo que imposibilita el movimiento de los clientes a otras instituciones.

De igual manera, se distinguen 3 tipos de clientes:

- a. Clientes que no tienen intención de utilizar una línea de crédito, pero si solicitan esporádicamente crédito que tienen altas tasas de interés y lo cancelan completamente.
- b. Consumidores que tienen la intención de utilizar la línea de crédito, se clasifican como clientes riesgosos que no tienen otros accesos de crédito, tienen tendencia a caer en riesgo de impago.
- c. Consumidores que cancelan dentro de los períodos establecidos y no se ve afectado por el valor de la tasa de interés.

Según Ausubel, los bancos no se ven motivados a bajar las tasas de interés, debido a que el segundo tipo de cliente aumentaría su consumo y la tasa de riesgo de impago incrementaría. Es aquí donde se muestra porque las entidades financieras que otorgan las tarjetas de crédito no estarían dispuestas a competir debido a que no quieren atraer clientes riesgosos a su cartera de crédito.

Dadas dichas condiciones en el mercado de las tarjetas de crédito, las características que se deben de cumplir en el mercado para aplicar el modelo de Ausubel son, que las tasas de interés cobradas deben ser altas y relativamente insensibles a las variaciones que tenga el costo marginal, es decir, la inflexibilidad de las tasas de interés cobradas por las emisoras de tarjetas de crédito, por lo que si las tasas son inflexibles el mercado no se considera competitivo.

Por otra parte, se conoce que en algunos países de América Latina se ha utilizado esta metodología para el estudio del mercado de tarjetas de crédito. Por ejemplo, México (Negrín y O'Dogherty, 2003.) aborda la inflexibilidad que Ausubel aplica al mercado norteamericano de tarjetas de crédito, utilizando como variable de costo marginal la tasa de referencia, que es el tipo de interés utilizado como base para el cálculo de otro tipo de interés. Los resultados de este estudio reflejaron que “el mercado emisor de tarjetas de crédito bancarias de uso generalizado se encuentra concentrado, presenta tasas por intereses ordinarios inflexibles en el corto plazo, índices de poder de mercado altos y crecientes, y baja intensidad de competencia” (p.29).

En el caso de Honduras dado a que el BCH no calcula una tasa de referencia *per se*, se realizó el ejercicio de calcular el modelo Ausubel utilizando las variables proxy como: la Tasa de Política Monetaria (TPM), la Tasa Interbancaria y la Tasa de Interés Pasiva. Considerando que se obtuvieron resultados muy similares con cada una de estos

ejercicios y siendo la tasa de interés pasiva la variable más representativa, el modelo planteado para el análisis de competencia para el caso de Honduras se expresa de la siguiente manera.

$$TasaInteres_t = \alpha + \beta TasaInteres_{t-1} + \varphi CostoMarginal_{t-1} + \varepsilon_t$$

Donde,

Tasa Interes_t: representa la tasa de interés que cobran las instituciones financieras que emiten las tarjetas de crédito en Honduras.

α : corresponde a la constante del modelo.

Tasa Interes_{t-1}: corresponde a la tasa de interés por crédito con un rezago³⁷.

CostoMarginal³⁸_{t-1}: corresponde al rezago del costo que enfrentan las instituciones emisoras por los fondos utilizados para financiar la línea de crédito que utilizan sus clientes disponibles en sus tarjetas de crédito. La variable a utilizar en este caso es la tasa interés pasiva nominal en moneda nacional, que es la tasa promedio que se pagan por cuenta de ahorro y cheque a plazo fijo en el sistema financiero nacional, por lo cual constituye el costo mínimo que pagan los bancos a sus clientes.

ε_t : es el error del modelo.

Para resolver problemas de endogeneidad se utilizó la variable instrumental costo marginal con un rezago. Es importante destacar que en un mercado competitivo la tasa de interés que se cobra sobre las tarjetas de crédito muestra una tendencia similar al comportamiento que presentan los costos marginales para las instituciones bancarias que emiten dichas tarjetas, por lo tanto la variable que acompañe el Costo Marginal, φ debe tener valor cercano a uno.

Es importante destacar que los betas de cada una de las variables, son las propensiones marginales, por lo que su valor debe de estar entre cero y uno, es decir, en este caso si se acerca a uno, se ajusta a corto plazo rápidamente los cambios en las variables, por el contrario si el beta es muy cercano a cero el ajuste en el corto plazo no es significativo.

Los resultados obtenidos para el primer ejercicio, muestran que tanto el costo marginal (tasa interés pasiva nominal en moneda nacional), como la tasa de interés, ambas rezagadas, determinan a las tasas de interés actuales de las tarjetas de crédito, sin embargo, el coeficiente que acompaña al costo marginal rezagado es muy cercano a cero (0.00061), es decir, que las tasas de interés de las tarjetas de crédito no se ajustan rápidamente a los cambios en las tasas pasivas del mercado, es decir, el costo del crédito en la economía; de igual manera el coeficiente que acompaña a la tasa de interés de las tarjetas de crédito con un rezago se muestra muy cercano a uno (0.98995), indicando un ajuste rápido a los cambios de las mismas.

³⁷ La tasa de interés con un rezago, es la tasa de interés del período anterior y se utiliza para conocer si el comportamiento de la tasa de interés depende de ella misma un período atrás. Este período depende de la metodología aplicada, puede ser un mes, un día, un año, etc. En este caso, el rezago es de un mes atrás, con el fin de explicar el ajuste a corto plazo de un cambio en la tasas de interés.

³⁸ Variable proxy de la Tasa de Referencia.

Por lo que se puede concluir, que dado el coeficiente obtenido del costo marginal no se evidencian indicios de libre competencia (al menos tomando como proxy las tasas pasivas como el costo marginal, en vista de la información disponible) en el mercado de las tarjetas de crédito, ya que el costo marginal constituye el costo variable de cada banco por lo que debería existir una relación directa entre ambas variables, y en este caso se observa que el costo en que incurren los bancos no determina la tasa de interés que cobran por el uso de las tarjetas de crédito. Los incentivos que pueden tener los bancos para flexibilizar las tasas de interés, son estrategias de mercado que vuelvan sus productos y servicios de tarjetas de crédito atractivos para los nuevos y existentes tarjeta-habientes, ya que no tendría pérdidas, porque el costo en el que ellos incurren estaría relacionado con la tasa de interés que cobren y esto no generaría ganancias extraordinarias que imposibiliten la competencia en dicho mercado³⁹.

Tabla 27. Estimaciones de flexibilidad de tasas

Variable dependiente: tasa de interés de tarjeta de crédito						
	Ejercicio 1	Ejercicio 2	Ejercicio 3	Ejercicio 4	Ejercicio 5	Ejercicio 6
CostoMarginal _{t-1}	0.00061 *** (0.0044)	0.00035 (0.2123)	0.00064 *** (0.0046)	0.00063 *** (0.0051)	0.0006 *** (0.0050)	
TasaInteres _{t-1}	0.98995 *** (0.0000)	0.98971 *** (0.0000)	0.9915 *** (0.0000)	0.9912 *** (0.0000)	0.9916 *** (0.0000)	0.9801 *** (0.0000)
Constante	-0.00017 * (0.0577)	0.00096 (0.7666)	-0.00044 (0.8895)	-0.00035 (0.9100)	-0.0005 (0.8592)	
Ventas de todos los bancos (cartera crediticia)		1.65E-10 (0.1474)				
Fracción de Mercado (cartera crediticia por banco)			-1.90E-10 (0.4160)			
Total Mora (cartera en mora de todos los bancos)				-1.10E-10 (0.4697)		
Mora por Banco (cartera en mora de cada banco)					-8.59E-10 (0.4610)	
Pendientes Especificas						
Banco 1						0.0119 * (0.0615)
Banco 2						0.0131 ** (0.0353)
Banco 3						0.0122 ** (0.0142)
Banco 4						0.0136 ** (0.0385)
Banco 5						0.0116 ** (0.0353)
Banco 6						0.0125 ** (0.0483)
Banco 7						0.0095 ** (0.0432)
Banco 8						0.0122 * (0.0504)
Banco 9						0.0099 * (0.0632)

³⁹ El 12 de junio de 2015 uno de los bancos del sistema lanza la nueva tarjeta de crédito que se caracteriza por tener el interés más bajo del mercado con apenas 28 por ciento anual en lempiras y 20 por ciento anual en dólares, de forma permanente, sin comisiones ni cobros ocultos y membresía gratis. El beneficio no solo es ese, además se pueden acumular puntos por cada compra, que pueden ser canjeados en comercios afiliados o por dinero en efectivo y acreditado a su cuenta de ahorro o su saldo de la tarjeta. Esto forma parte de una estrategia de mercado ya que las tasas de interés de otras tarjetas oscilan entre 60% al 90%.

Banco 10						0.0143 ** (0.0290)
Banco 11						0.0118 ** (0.0418)
Banco 12						0.0122 * (0.0537)
Banco 13						0.0122 * (0.0537)
R ²	0.9833	0.9833	0.9833	0.9833	0.9833	0.9833
Estadístico D-W	2.2986	2.2990	2.3136	2.30	2.3136	2.2776
En paréntesis aparece la probabilidad. *** Significativo al 1%; ** Significativo al 5%; *Significativo al 10%						

Por su parte, *el Ejercicio dos* muestra el mismo modelo, ingresando las ventas (transacciones) que los consumidores realizan con las tarjetas de crédito de todos los bancos, reflejando un coeficiente de 0.00035 lo que indica que un aumento de mil lempiras en dichas transacciones, únicamente incrementaría la tasa de interés en esa misma proporción; lo que indica que las ventas con tarjetas de crédito no determina de manera significativa el aumento o disminución en la tasa de interés. Con lo anterior se evidencia que el consumo con tarjetas de crédito que es considera la demanda de este bien no es determinante, según la teoría económica en un mercado competitivo el aumento en la demanda debe aumentar significativamente el precio del bien que en este caso es la tasa de interés, por lo tanto la demanda o consumo en tarjetas de crédito no es una variable que sea relevante por los bancos para fijar la tasa de interés.

Asimismo en este ejercicio se puede notar que la constante (el valor que toma la variable dependiente cuando el resto de variables explicativas valen cero), el costo marginal (tasa de interés pasiva) y las ventas (cartera crediticia de todos los bancos) no son significativas al 10% ya que reflejan probabilidades mayores a 0.21%. Lo anterior revela que el costo de captación de fondos o el nivel de tasa de interés que pagan los bancos por la captación de los de ahorros que es realmente el costo en el que incurren los bancos no determina el precio de las tarjetas de créditos (tasa de interés) por lo tanto, la única variable significativa es la misma tasa de interés de las tarjetas de crédito rezagada un período, es decir, el comportamiento que tuvo la tasa de interés en el mes anterior.

De igual manera, *el Ejercicio 3* muestra la relación existente entre la fracción del mercado (ventas o transacciones por cada banco) y tasa de interés de las tarjetas de crédito, el que se diferencia del ejercicio anterior porque en el anterior se tomaba las ventas totales de todos los bancos y en este caso se desglosan las ventas por cada banco. Este ejercicio da como resultado un coeficiente muy cercano a cero ($1.90E-10$) y no es significativo ni al 10%, lo cual indica que las transacciones que los tarjeta-habientes realizan con cada banco no tienen ninguna influencia en el movimiento de la tasa de interés. El ejercicio 4 muestra la relación existente con respecto al total de mora recibida por todos los bancos comerciales en materia de los créditos otorgados con las tarjetas de crédito en el mercado, obteniendo como resultado que no existe dicha relación entre ambas variables (mora y tasa de interés), por lo que las tasas de interés no se ven afectadas por la cantidad de mora percibida por todas las instituciones bancarias.

La relación entre la mora por cada banco que coloca tarjetas de crédito en el mercado hondureño y la tasa de interés de las tarjetas de crédito, se muestra en *el Ejercicio 5*, donde se observa un coeficiente muy cercano a cero ($-8.59E-10$) y no es representativo al 10%, es decir, la cartera de mora de cada banco no aumenta la tasa de interés de las tarjetas de crédito. En *el Ejercicio 6* se muestra la relación que existe entre la tasa de interés rezagadas de las tarjetas de crédito y cada uno de los bancos (donde cada banco

toma el valor de 1 en presencia de su respectiva tasa de interés rezagada y 0 en ausencia de esta), los coeficientes obtenidos en dichas variables son propensiones marginales. En este ejercicio, se observa que cada una de los bancos incide levemente en el movimiento de las tasas de interés de las tarjetas de crédito (aproximadamente 0.01).

Considerando todos los ejercicios realizados para el mercado de las tarjetas de crédito con enfoque en las tasas de interés y la competencia que podría existir, se observa que **no existe competencia en este ámbito, al menos lo que sería deseable si se considera el dinamismo de este mercado, debido a que los costos marginales no se traspasan en el corto plazo a las tasas de interés**, obteniendo valores muy cercanos a cero en todos los ejercicios; sin embargo, ninguno de los bancos muestra una posición de dominio en cuanto a las tasas, ya que todos inciden en ella en la misma proporción (Ejercicio 6). Consecuentemente, la misma tasa se explica con un rezago en todos los casos, es decir, que existe una incidencia directa de ella misma en el corto plazo.

3. Regla de No Sobre Cargo

La regla de no sobre Cargo o no discriminación, es parte fundamental del funcionamiento del sistema de tarjetas. 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 éstas. 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.

No obstante, en la práctica esta regla previene 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.

En la actualidad, esta regla está incorporada de manera implícita en la Ley de Tarjetas de Crédito (Decreto No. 106-2006 de fecha 31 de agosto de 2006), específicamente en el artículo 44 que de manera literal dice *“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 las tarjeta de crédito en vez de efectivo, particularmente los referidos descuentos, ofertas y promociones.”*.

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. Adviértase que dicha 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.

Cabe mencionar que, dado los efectos de esta regla, algunas autoridades de competencia o los Bancos Centrales alrededor del mundo han obligado 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.

Lo anterior se sustenta bajo el hecho de que, al no existir dicha regla, por un lado 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. Por otro lado, 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.

No obstante, al introducirse la 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.

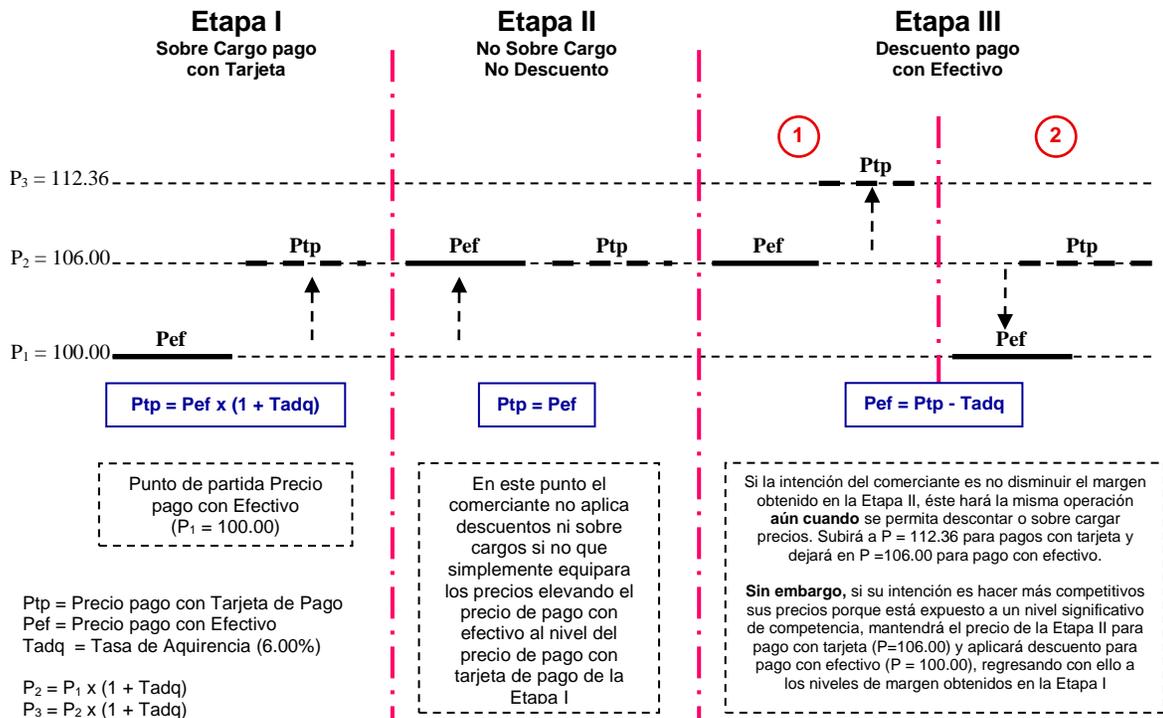
Lo anterior permite reflexionar en el hecho que, no solamente los que paguen con tarjetas estarán pagando el precio más alto posible por la aceptación de este medio de pago, sino también los que no tienen tarjetas (i.e. los que pagan en efectivo y cheques) pagan el mismo precio que los primeros reduciendo 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.). 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.

Además, haciendo una valoración dentro del mismo medio de pago usando las tarjetas, se advierte de igual manera que, las tarjetas de débito subsidian de alguna forma a las tarjetas de crédito, debido que al no existir discriminación con la implementación de la regla, al comerciante le es indiferente 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.

Esto es así, dado que si la tasa de adquirencia es la misma para la aceptación de tarjetas de crédito y débito, aún y cuando el comerciante tenga la opción de sobre cargar (o dar descuentos) a los pagos con débito, no lo hará en los casos que considere que esta práctica afecte 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. 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.

El siguiente diagrama ilustra 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:



Fuente: Informe de Investigación Mercado de las Tarjetas de Pago (Crédito y Débito). CDPC, 2008.

4. Central de Riesgos y Buró de Créditos

4.1. El Funcionamiento de las Centrales de Riesgo

Las centrales de información crediticia, más conocidas como centrales de riesgo, son instituciones dedicadas a la provisión de información sobre los créditos de las personas tanto naturales como jurídicas, así como acerca del historial crediticio de los prestatarios a lo largo de la duración de relaciones crediticias. Para tal efecto, dichos agentes económicos recaban, organizan y consolidan los historiales crediticios provenientes de las instituciones oferentes de crédito.

Se puede diferenciar a las centrales de riesgo de acuerdo a la propiedad de las mismas, denominándose central de información crediticia, central de riesgos, o registro de crédito a aquellas instituciones de propiedad estatal y empresas de información crediticia o burós de crédito de agentes económicos privados. En el mercado nacional es posible observar la presencia de ambos tipos de centrales de riesgos, ya que existe la Central de Información Crediticia (Central de Riesgos) perteneciente a la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS) y dos burós de crédito privados, Equifax y Transunion, de capital privado.

Aunque en principio se podría considerar que dichos agentes económicos ofrecen servicios que son perfectamente sustitutos, en la práctica los servicios ofrecidos por dichas centrales de riesgo se diferencian en algunos elementos. El primero de ellos es que además de realizar reportes de riesgo crediticio, los burós de crédito privado ofrecen servicios de valor agregado complementario como parte de sus servicios de análisis de riesgo crediticio. En segundo lugar, la Central de Riesgos recoge principalmente información de las entidades financieras otorgantes de crédito directamente supervisadas por la CNBS. Es decir, el reporte crediticio elaborado por la Central de Riesgos recoge mayormente los créditos otorgados por el sector bancario, ya que también incluye al menos información sobre créditos provenientes del Instituto Nacional de Jubilaciones y Pensiones de los Empleados y Funcionarios del Poder Ejecutivo (INJUPEMP).

En ese sentido, los burós de crédito privados incorporan además de la información bancaria, datos sobre deuda comercial, relacionada con la adquisición de bienes al crédito ofrecida por ciertas casas comerciales, préstamos adquiridos con instituciones microfinancieras, así como obligaciones financieras con cooperativas de ahorro y crédito. A diferencia de la Central de Riesgos, los burós de crédito privado utilizan la información para calificar el riesgo de los prestatarios asignando una calificación de riesgo a partir del *score* de riesgo crediticio calculado para cada prestatario individual.

Si bien es cierto la fórmula exacta utilizada por cada buró de crédito no es conocida con detalle, se sabe que utilizan entre otros métodos, la aplicación de estadística paramétrica⁴⁰ para realizar la calificación de riesgos. En términos generales, los burós siguen un esquema en donde una mayor puntuación del *score* de riesgo crediticio se traduce en una calificación con menor riesgo asociado. Por ejemplo, en Honduras Equifax califica el riesgo crediticio utilizando el esquema siguiente:

Tabla 28. Escala de Calificación de Riesgo Utilizada por Equifax

Calificación de Riesgo	Límite Inferior	Límite Superior
Excelente	925	999
Bueno	861	924
Riesgo Medio	538	860
Riesgo Alto	117	537
Riesgo Muy Alto	1	116

Fuente: Elaboración propia con datos contenidos en un Reporte Premium Plus de la empresa Equifax

⁴⁰ La estadística paramétrica es una rama de la estadística inferencial que comprende los procedimientos estadísticos y de decisión que están basados en las distribuciones de los datos reales. Estas son determinadas usando un número finito de parámetros.

El alcance de la información de los burós de crédito depende de la cantidad de agentes económicos que establezcan relaciones comerciales con ellos. En esencia, la Central de Riesgos y los burós de crédito constituyen el canal mediante el que se sistematiza el intercambio de información crediticia por parte de los oferentes de crédito, tanto aquellos pertenecientes al sistema supervisado por la CNBS, como por aquellos que ofrecen servicios financieros fuera de la regulación de la misma.

La relación entre los oferentes del crédito y las centrales de riesgo sigue, a *grosso modo* los siguientes pasos:

1. Los oferentes de crédito otorgan el historial crediticio de sus clientes a la Central de Riesgos y los burós de crédito.
2. Los burós de crédito recogen, organizan y consolidan la información.
3. Los burós de crédito realizan un reporte de crédito utilizando toda su información disponible.
4. Los buros de crédito venden los reportes de crédito a los agentes económicos.

Cabe mencionar que los reportes crediticios son ofrecidos de forma gratuita una vez al año a los consumidores por parte de los burós de crédito privados.

4.2. Los Resultados Esperados de las Centrales de Riesgo

Si bien es cierto, ni la Central de Riesgo ni los burós de crédito privado son los responsables finales de otorgar o negar un préstamo, es posible comprender de la exposición previa, el rol que estos juegan en el acceso al crédito por parte de las personas naturales o jurídicas. En ese sentido, es una consecuencia lógica que demandantes de crédito que hayan sido calificados con una calificación de riesgo alto o muy alto tendrán dificultades mayores de acceder a crédito con cualquier institución financiera que utilice la información administrada por las centrales de riesgo. De ahí que, la exactitud de los reportes crediticios realizados es vital para garantizar que los consumidores no se vean artificialmente afectados.

Existe literatura sobre los resultados que se esperarían de la introducción de centrales de riesgo al sistema financiero. Los principales resultados esperados del intercambio de información financiera a través de las centrales de riesgo a nivel de mercado son:

1. Expansión del acceso al crédito como resultado de una mejor evaluación crediticia realizada a personas naturales o jurídicas que previamente no tenían historial crediticio con instituciones del sistema financiero formal.
2. Reducción del monopolio de información que los acreedores mantienen sobre los deudores.
3. Disminución del nivel de sobreendeudamiento como consecuencia de conocer el nivel de deuda individual de los prestatarios.
4. Disminuciones en las tasas de interés, derivadas de un mejor conocimiento de riesgo crediticio de los solicitantes de crédito.
5. Reducción de los niveles de mora.
6. Disminución de los problemas de riesgo moral y selección adversa, ya que es posible diferenciar a los buenos de los malos deudores, lo que a su vez contribuye a que los prestamistas ofrezcan mejores tasas de interés.

Es por ello que el rol principal de las centrales de riesgo debería ser la reducción de restricciones crediticias derivadas de la asimetría de información causada por el poco o nulo conocimiento del comportamiento de los tarjeta-habientes, por tanto, generar una mejor calidad de información sobre la solvencia crediticia. En otras palabras, las centrales de riesgo deben funcionar como un facilitador que permita expandir, flexibilizar y hacer más racional el otorgamiento de crédito en la economía.

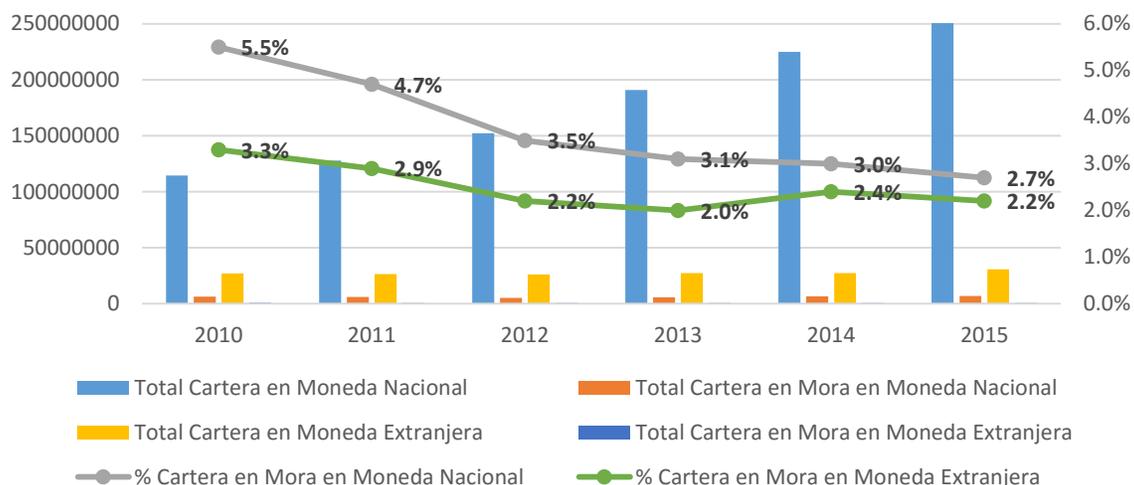
Sin embargo, existen datos de mercado que contradicen lo anterior, en particular en los aspectos relacionados al incremento en el bienestar de los titulares de la información crediticia, puesto que no se observan las disminuciones en las tasas de interés esperadas, mejoras en el nivel de sobreendeudamiento, entre otros. Por ende, es poco evidente que el mecanismo de centrales de riesgo esté contribuyendo en incrementos al bienestar de los titulares de la información, caso contrario como resulta para las instituciones bancarias, mismas que han reducido su nivel de mora tal como y se expone en la sección siguiente.

4.3. Situaciones con Posibles Restricciones a los Derechos de los Titulares de la Información Crediticia

De conformidad con los principales efectos positivos esperados con la inclusión de las centrales de riesgo y buros de crédito privado al mercado nacional, se puede destacar, a efectos del presente estudio en el mercado de tarjetas de pago, particularmente aquellas sujetas a un análisis de riesgo crediticio, el relacionado con la oportunidad de crecimiento del crédito de consumo a favor de los titulares de la información crediticia (personas naturales y jurídicas) y la tendencia a la disminución de las tasas de interés de las tarjetas de crédito. Lo anterior sería el reflejo de un mayor nivel de información por parte los bancos para poder medir, analizar y determinar el riesgo crediticio y consecuentemente minimizar sus costos, lo que se traduciría en menores precios (tasas de interés) a favor de los titulares de la información crediticia.

Al respecto, se debe considerar, según el análisis efectuado, que el comportamiento del monto de créditos otorgados por medio del uso de tarjetas de crédito, es cada vez mayor (véase Gráfico 23). Así, puede observarse que para la cartera nacional en 2010 se colocaron montos por la cantidad de L. 114,443 millones, mientras que para año 2015 se colocaron montos de L. 254,823 millones, lo que representó durante dicho período una tasa de crecimiento anual promedio de 17.4%, mientras que la cartera en moneda extranjera creció a un ritmo de 2.6%. Adicionalmente, se debe considerar la evolución de la relación de la cartera en mora respecto al total de la cartera en moneda nacional y en moneda extranjera, en donde se puede observar una tendencia a la disminución de la cartera en mora, así en 2010, el porcentaje de cartera en mora en moneda nacional y extranjera era de 5.5 y 3.3 respectivamente, mientras que en 2015 era de 2.7 y 2.2.

Gráfico 23. Total Cartera y Cartera en Mora de Tarjetas de Crédito en Moneda Nacional y Extranjera (Miles de Lempiras)



Fuente: elaboración propia con datos de la CNBS

En vista de las observaciones anteriores, resulta válido advertir que se observa un escaso nivel de correspondencia en el comportamiento esperado sobre las tasas de interés durante los años de funcionamiento de la central de riesgos y burós de crédito privados del país. En ese orden, resulta importante un diagnóstico del funcionamiento actual de la central de riesgo y buros de crédito privado en el país, a efecto de conocer la vinculación de estas plataformas informativas con las relaciones de crédito sostenidas entre los facilitadores de crédito y los usuarios financieros.

En el análisis de la vinculación antes referida, se pudo detectar que las plataformas informativas estarían facilitando ciertas situaciones relacionadas con posibles restricciones a la libertad de acceso, al principio de Igualdad Jurídica, así como perjuicios al bienestar de los titulares de la información crediticia. Entre otros, se pueden enumerar los siguientes:

1. El alto nivel de información sobre el comportamiento de los usuarios financieros (demanda) por parte de los bancos (oferta), facilitaría la sobre colocación de créditos en relación a la capacidad real de endeudamiento de los usuarios.

Esto se explica en razón del alto nivel de detalle sobre la información que llegan a poseer a través de la central de riesgos o burós de crédito privados, que incluye, entre otros datos de los usuarios, los siguientes: nombre completo, fecha de nacimiento, datos actualizados de sus domicilios tanto particulares como laborales, las características de los créditos (sistema financiero y casas comerciales) de los usuarios financieros, así como el comportamiento histórico de pagos realizados por una persona. Esta información le ha permitido a los bancos estar en la capacidad de conocer, estimar y predecir el comportamiento de pago que presentarán los tarjeta-habientes y de esta forma profundizar el nivel de oferta para colocar nuevas tarjetas de crédito entre aquellos clientes que presenten un buen record crediticio.

Esta situación acarrea el riesgo potencial de que los tarjeta-habientes caigan en mora crediticia, esto es, como consecuencia de la utilización inadecuada y simultanea de más

de una tarjeta de crédito sin la correspondiente capacidad de pago, y la falsa confianza que los tarjeta-habientes asignen a su estabilidad laboral frente a la incapacidad sobrevenida de cumplir con sus obligaciones de crédito por causas imprevistas, entre otros.

2. Un manejo o gestión indebida de la información crediticia de un Titular de la Información dentro de la Central de Riesgos, puede producir errores, inexactitudes, información incompleta y/o desactualizada, consecuentemente causar un perjuicio al titular de la misma. Es entendido, que la situación anterior puede implicar que el titular de la información pasa a formar parte, de manera automática, de la “lista negra” o “lista de morosos”, y por ende ser excluido de cualquier crédito que pueda llegar a necesitar en el corto y mediano plazo en instituciones financieras, casas y centros comerciales, entre otros, mientras el perjudicado no se entere de que existe información errónea negativa en su contra y active la solicitud a la institución correspondiente para efectos de su actualización, corrección, modificación o eliminación de los datos inexactos o erróneos.

Lo anterior quedó exhibido con alguna información publicada, por al menos, un agente económico del sistema financiero. A continuación se transcribe la información conducente, así:

“¿Cómo salgo de la “Lista Negra” de la Central de Riesgos?

*Lo primero que se debe hacer es limpiar el historial crediticio (**saldar las cuentas**), una vez hecho esto, debes acudir a la institución supervisada donde te extenderán un documento que hace constar que ya estas liberado de deudas. Solo de esta manera la persona podrá ser sujeto a crédito, de lo contrario podría estar toda la vida en la “**lista de morosos**”, excluido de cualquier beneficio crediticio que puedan otorgarle instituciones financiera , centros comerciales, entre otros.”*

3. En relación con la situación anterior, se puede advertir otra posible restricción al titular de la información crediticia, en términos de carga o costos ajenos a la relación de crédito como tal. En ese sentido, se podría esperar que en los casos donde la Central de Riesgos no dispone de información actualizada y/o correcta sobre los titulares de la información crediticia, conllevaría a costos o cargas adicionales a las asumidas, para efectos de la rectificación o aclaración correspondiente, y por consiguiente, una restricción al derecho de Habeas Data, en su sentido más amplio.

Es ampliamente conocido, según lo establece el artículo 13 de la Ley sobre Justicia Constitucional, que *“toda persona tiene el derecho a acceder a la información sobre sí misma o sus bienes en forma expedita y no onerosa, ya esté contenida en bases de datos, registros públicos o privados y, en el caso de que fuere necesario, actualizarla, rectificarla y/o enmendarla.”* En ese orden, no resulta viable un mecanismo que haga incurrir en costos o cargas adicionales en tiempo y dinero al titular de la información crediticia, tanto para acceder a la misma o sus consecuentes actualizaciones, rectificaciones o enmiendas.

Entonces, es importante señalar, entre otras, algunas disposiciones regulatorias identificadas en el análisis del presente estudio, que dicen relación con una carga o costo adicional ajeno a la relación crediticia como tal. Para el caso, se puede señalar los artículos 30 de las Normas para la Gestión de Información Crediticia, en relación al costo de procesamiento de constancias sobre su información crediticia; y 37 del Reglamento para la Autorización y Funcionamiento de las Centrales de Riesgo Privadas, relativo al costo de procesamiento de reportes crediticios adicionales, siempre y cuando los unos o

los otros sean indispensables para la rectificación o aclaración de su información ante la Central de Riesgos o burós de crédito privados.

Adicionalmente, y para los efectos de una asignación justa de obligaciones, debe tomarse en consideración que estas plataformas de información aportan diversas garantías para evaluar el riesgo y los consecuentes beneficios o reducciones en costos, a favor de las instituciones supervisadas; por lo que la administración o gestión adecuada de la información contenida en las mismas, no debería de implicar una carga o costo adicional al titular de la información, ante la detección de una omisión, error o irregularidad en la misma.

4. Se ha propiciado un menor grado de acceso y cantidad de información por parte de los tarjeta-habientes, respecto a la que pudieran obtener de las instituciones financieras. En efecto, los tarjeta-habientes no cuentan con una plataforma equivalente a la Central de Riesgos, es decir, una plataforma que les permita acceder, de forma asequible, a los datos del sistema financiero, especialmente sobre la oferta de tarjetas de créditos que incluya los precios (tasas de interés), beneficios, y otras condiciones.

Esta situación, representa para el usuario financiero una desventaja al momento de evaluar la adquisición de algún producto o servicio, o al momento de cambiar de proveedor, ya que la falta de un mecanismo o plataforma contentiva de información sistematizada sobre los productos financieros, le restringe las posibilidades de elegir adecuadamente o tomar una decisión en base a información completa.

5. La falta de proporcionalidad entre el monto adeudado y el tiempo de permanencia de la información negativa dentro del sistema de información crediticia, castiga de manera desigual a titulares de la información con créditos significativamente más bajos en comparación con deudores o avales con créditos más elevados.

Obsérvese que según las Normas para la Gestión de Información Crediticia y el Reglamento para la Autorización y Funcionamiento de las Centrales de Riesgo Privadas, la Permanencia de la Información crediticia negativa del deudor, se revelará por un período de dos (2) años, si el deudor cancela la totalidad de la obligación y dicho plazo se contará a partir de la fecha de pago total o finalización del correspondiente juicio de pago. En el caso de la información crediticia negativa que no sea pagada por el deudor, se revelará por un periodo máximo de cinco (5) años, contados a partir de los noventa (90) días de atraso para cualquier tipo de crédito, a excepción de los créditos para vivienda, cuyo plazo de revelación se considerará a partir de los ciento ochenta (180) días de atraso.

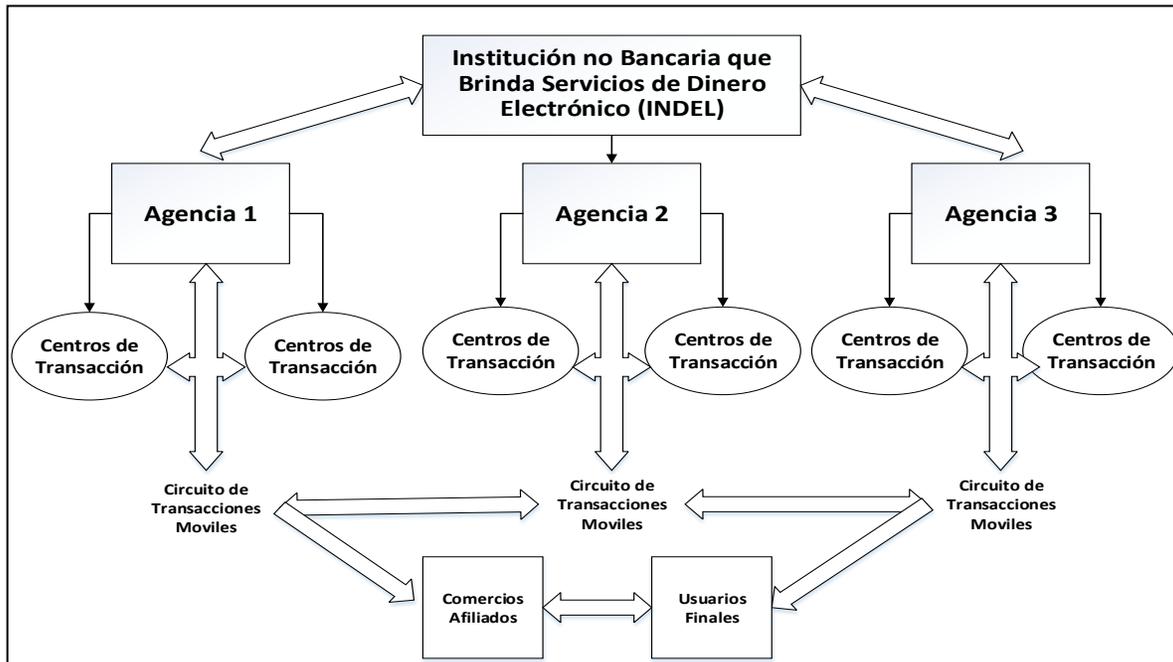
En este sentido, al no considerar las variables tiempo de permanencia y monto adeudado dentro de la Central de Riesgos, se disminuye o limita el acceso a nuevos créditos por parte de los tarjeta-habientes.

VI. Consideraciones sobre Algunos Medios de Pago a través de Dinero Electrónico

Como parte de este estudio, es importante considerar la relevancia que han venido adquiriendo con el transcurrir del tiempo otros medios de pago alternativos al de las tarjetas de pago (objeto de análisis del presente estudio), vale decir, el de los medios de pago mediante dispositivos móviles que utilizan dinero electrónico, a saber:

1. Instituciones No Bancarias que Brindan Servicios de Pago Utilizando Dinero Electrónico (INDEL)

La autorización y funcionamiento de las INDEL, está reglamentada a través del Acuerdo No. 01/2016 del Banco Central de Honduras, publicado en el diario oficial La Gaceta de fecha 24 de febrero de 2016. Dicho Reglamento tiene por objeto “regular la autorización y funcionamiento de las instituciones no bancarias, privadas y públicas, que realicen transferencias y operaciones de pago de bienes y servicios mediante el uso de dispositivos móviles, con recursos de sus usuarios, transformados en dinero electrónico, en el territorio nacional”.



Las personas naturales o jurídicas interesadas en formar una INDEL deberán constituirse como una sociedad anónima de capital fijo, el que no podrá ser inferior a L.30.0 millones. Dicha sociedad tendrá como objeto exclusivo el envío y recepción de órdenes de transferencia de fondos a través de dispositivos móviles, utilizando dinero electrónico; dichos fondos deberán estar respaldados por los recursos aportados previamente por los participantes. Es de destacar que, las INDEL podrán prestar exclusivamente en el territorio nacional y en moneda nacional, entre otros, los siguientes servicios: i) activación de billetera electrónica; ii) conversión de dinero físico (Lempiras en billetes y monedas) por dinero electrónico y viceversa; iii) consulta de saldos; iv) verificación del historial de transacciones; v) envío y recepción de dinero electrónico a cualquier billetera electrónica; vi) transferencias y pagos entre usuarios; vii) **compra de bienes y servicios con dinero electrónico**; y, viii) para las empresas afiliadas los servicios de: gestiones de cobro, pagos a proveedores, pagos de sueldos y salarios. Dichos servicios serán prestados por medio de una agencia⁴¹ quien podrá establecer su propia red de centros de transacción⁴² autorizados, los que recibirán una comisión, establecida en el contrato que se firme entre

⁴¹ Personas jurídicas que operan en el territorio nacional, autorizadas por la INDEL para adquirir y distribuir dinero electrónico o convertirlo en dinero físico (billetes y monedas).

⁴² Persona jurídica autorizada por una INDEL para brindar el servicio de transacción de dinero electrónico a los usuarios.

las partes. Es preciso mencionar que, el usuario se registra en el Circuito de Transacciones Móviles⁴³ de la INDEL, y al hacerlo se activa la billetera electrónica.

Adicionalmente, las INDEL suscribirán contratos con los usuarios de los servicios, los que podrán ser por medios físicos o electrónicos, estos últimos siempre y cuando cumplan con las condiciones mínimas de seguridad que establezca la CNBS. Como parte del contrato, se establecerán, entre otros aspectos: i) los límites de montos y transacciones; ii) los cargos, comisiones y modalidades de cobro; iii) la expresa aclaración de que los saldos a favor del usuario no están sujetos al pago de intereses; y, iv) la aclaración de que los montos en efectivo entregados por el usuario, así como los saldos a su favor, están garantizados por un fideicomiso.

Asimismo, las INDEL suscribirán contratos con empresas afiliadas, mismos que entre otros, considerarán cláusulas como: i) los términos y condiciones del servicio, en el que se describa el modelo de operación que la empresa realizará a través de la INDEL; ii) los derechos y obligaciones de las partes; y, iii) el costo del servicio, debiendo explicarse la forma de cálculo, periodicidad y forma de pago del mismo.

Dada la reciente creación del precitado Acuerdo, no sería de significancia para los propósitos del presente estudio poder estimar el número de INDEL que estén en operación, en vista de que es un proceso continuo en donde el mercado de medios de pago, a través de esta nueva modalidad de dinero electrónico, podría estar reportando el ingreso de potenciales entrantes, por lo que convendría observar dicho mercado en un espacio de tiempo al menos de un año, a efecto de poder considerar el grado de competencia que podría generarse con los medios de pago existentes, particularmente con las tarjetas de pago (crédito y débito). No obstante, *a priori* se identifican algunas limitantes que podrían establecer diferencias con los medios de pago existentes, dentro de las que destacan:

- El usuario y la empresa afiliada sólo pueden registrar como saldo máximo en su billetera el monto que por resolución determine el Directorio del BCH.
- El monto de las transacciones acumuladas en un mes que se reciba en una billetera electrónica de un usuario o empresa afiliada no pueden exceder el valor establecido por el Directorio del BCH.
- Los fondos almacenados en las billeteras electrónicas que tengan un período de inactividad de veinte (20) años tendrán por prescrito el derecho a su reclamo y pasarán a favor del Estado.

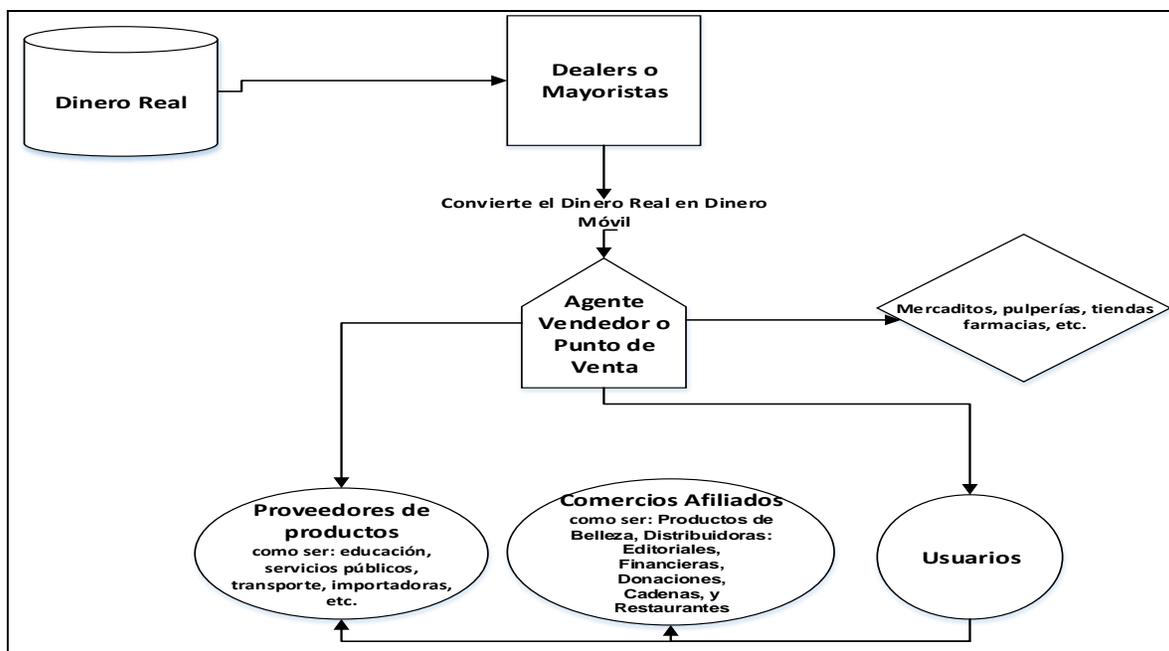
2. Tigo Money

El mercado del dinero electrónico en Honduras se ha caracterizado principalmente por la existencia de un operador móvil, TELEFONIA CELULAR S. A de C. V. (CELTEL) el cual posee el servicio de billetera electrónica a través de los teléfonos móviles. Este negocio pertenece a la empresa SERVICIOS, PRODUCTOS Y NEGOCIOS S. A. de C. V. (SERPONS) la cual está constituida independientemente del operador CELTEL, y el producto comercial que se utiliza tiene el nombre de Tigo Money⁴⁴.

⁴³ Conjunto de instrumentos, mecanismos, procedimientos y normas para el almacenamiento y transferencia de dinero electrónico en tiempo real, a través de dispositivos móviles, únicamente dentro de la red de agencias, centros de transacción autorizados, comercios afiliados y usuarios de una misma INDEL.

⁴⁴ Comisión Nacional de Telecomunicaciones en Honduras (CONATEL, 2015). Estudio de banca móvil y dinero móvil, en Honduras. Recuperado de, http://www.conatel.gob.hn/doc/indicadores/2015/Estudio_Dinero_Movil.pdf

El modelo de negocio mediante el cual opera esta billetera electrónica, consiste en la intervención obligatoria de por lo menos un banco establecido en el sistema financiero nacional el cual, mediante transacciones directas o electrónicas permite que los Dealers o Mayoristas creen el dinero de las billeteras electrónicas, es decir, que por cada lempira de la billetera electrónica, el banco tiene un lempira de respaldo transferido a una cuenta; este dinero virtual es el que se transfiere a los agentes, los cuales realizan las transferencias de los usuarios, comprando o vendiendo dinero virtual a los Dealers.



En Honduras el banco que respalda las transacciones que se realizan con Tigo Money es Banco Atlántida con su red nacional de agentes. Previo al año 2015 no existía una legislación que regulara este medio de pago; no obstante, en septiembre del mismo año se aprobó la Ley de Sistemas de Pago y Liquidación de Valores (Decreto No.46-2015, publicado en el diario oficial La Gaceta en fecha 14 de septiembre de 2015) que regula, entre otras las transacciones a través de dispositivos móviles utilizando dinero electrónico.

En cuanto a los elementos de seguridad para este servicio para acceder a la plataforma, el usuario necesita estar registrado, en donde se toman los datos generales como ser: nombre, número de identidad, fecha de nacimiento; luego el operador le genera un PIN numérico con el cual el usuario puede realizar cualquier transacción. Este registro puede hacerse online o mediante un agente autorizado de Tigo Money.

Para realizar las transacciones se utiliza cualquier tipo de terminal móvil desde los más básicos utilizando USSD e IVR, hasta los Smartphone por medio de una aplicación. Los Agentes pueden tener a su disposición terminales parecidos a los POS, con la opción de imprimir comprobantes. Los servicios que se ofrecen a través de Tigo Money se observan en la Tabla 29 para individuales como a corporativos que funciona como una billetera electrónica, que permite: transferir dinero a otro usuario, adquirir recargas electrónicas, pagar salarios, recolección de pagos, pagos de cuentas, compras de bienes y servicios, entre otros.

Tabla 29. Servicios que Ofrece Tigo Money a Personas y Corporativos	
Servicios Ofrecidos a Personas	Corporativos
Envío de dinero a cualquier parte de Honduras a través de un agente autorizado o directamente desde el celular.	Colecturía. Este servicio está diseñado para empresas que necesitan expandir sus puntos de recolección de dinero a nivel nacional de forma rápida y segura. Es el servicio de recaudación de pagos que funciona a través de una red de agentes ubicados estratégicamente (más de 2,800 agentes a nivel nacional).
Servicio de recibo y retiro de dinero enviado por cualquier persona en todo el país	Pago a Comercios. Con esta modalidad, se puede usar Tigo Money como medio de pago, utilizando el celular como billetera electrónica para comprar o pagar en cualquier comercio afiliado. La mecánica para realizar la compra es muy sencilla: seleccionar los artículos que desea comprar y pagar al comercio.
Pagos de todos los servicios públicos, entre ellos: ENEE, SANAA, Aguas de SPS y HONDUTEL. Sin restricciones de horario y ubicación, todo se puede realizar directamente desde el celular, o con el agente Tigo Money más cercano.	Pagos Masivos. Es un servicio corporativo que funciona mediante un usuario corporativo en la plataforma de Tigo Money, habilitado para realizar envíos masivos de dinero electrónico a teléfonos celulares por una planilla previamente definida por la empresa. El acceso a la plataforma es a través del servicio web.
Pagos de Facturas Tigo. Estos incluyen: planes de telefonía celular, telefonía fija, internet y cable. Se pueden realizar a través de un agente Tigo Money autorizado o directamente desde tu celular.	Aplica para pagos de salarios, bonos, gastos de administración, comisiones, premiaciones e incentivos. A través de Tigo Money, los empleados, proveedores y/o clientes podrán recibir dinero en su celular: pago de su sueldo semanal, quincenal o mensual, gastos de administración (viáticos), bonos o comisiones, premiaciones a empleados, pagos de incentivos a clientes, pagos a proveedores, etc.
Pagos a Comercios. Se puede usar Tigo Money como medio de pago, utilizando el celular como billetera electrónica para comprar o pagar en cualquier comercio afiliado.	
Fuente: TIGO	

Los usuarios de Tigo Money pueden comprar bienes o servicios en los siguientes comercios afiliados: Productos de Belleza: Arabela, Avon, Scentia, Vogue, ZELSA; Distribuidoras: MASESA; Editoriales: OCEANO; Financieras: CACIL, CAYCSOL; Donaciones: Enlace; Cadenas: La Antorcha, SEARS, Circle K, Texaco; Restaurantes: In&Out

Por otra parte, existen algunas **Redes de Pago** que no son consideradas como medios de pago electrónico, tal es el caso de TENGO, empresa 100% Hondureña, creada con el propósito de brindar soluciones de pago y comercio móvil al mercado hondureño e internacional. Brinda una solución alterna a los sistemas de pagos tradicionales, mediante la afiliación de comercios facilita a los usuarios la realización de pagos de varios servicios.

Los servicios que ofrece son:

- Servicios de pago: el área de cajas de Supermercados La Colonia, La Antorcha, Del Corral, tiendas Diunsa, tiendas de conveniencia Circle K, Pronto, Stop N Go, SEARS Mi Casa, farmacias Punto Farma, selectas farmacias Regis, Agencias de Finsol, Cacil y Del Campo Soluciones Agrícolas a nivel nacional. Solo se necesita la tarjeta de identidad, número de contrato o recibo que va a pagar.
- Envíos y Retiros de Dinero: se pueda enviar dinero desde las cajas de los comercios afiliados a TENGO o desde el App TENGO Honduras hacia cualquier número celular Tigo o Claro. Cualquier persona puede visitar las cajas de sus comercios favoritos para enviar dinero. La persona que recibe el dinero, lo hace a través de un mensaje de texto que contiene un número de transferencia, con este número puede retirar el dinero en cualquier caja de los comercios afiliados a TENGO presentando la tarjeta de identidad.
- Pagos desde Estados Unidos de Norteamérica (EEUU): permite que los hondureños que viven o visitan EEUU paguen los servicios de agua, luz y teléfono con TENGO mediante XOOM. Todo lo que se necesita es el número de la cuenta o contrato a pagar y el saldo actual aparecerá, todos los pagos a facturas son completamente en línea, se pagan de forma segura y rápida, disponibles los 7 días de la semana, las 24 horas.

Otras empresas afiliadas a TENGO son: la ENEE, Aguas de San Pedro, SANAA, JETSTEREO, MOTOMUNDO, ULTRAMOTOR, CEUTEC, UNITEC, UTH, CLARO, Negocios Populares, Funerales y Jardines Jerusalén, enlace, Kairos, DIEZ, El Heraldito, La Prensa, Ficohsa, E&N, ¡HOLA! Honduras, Buen Provecho, Eva, Estilo.

VII. Barreras de Entrada

Para lograr establecer la competencia efectiva en un mercado determinado, hay que tomar en consideración, la capacidad de los competidores potenciales para ingresar a dicho mercado. Las barreras de entrada llevan implícito una serie de factores que impiden o restringen la entrada de nuevas empresas en una actividad determinada, aun cuando las empresas ya instaladas obtengan beneficios extraordinarios. Es decir, dichas barreras son el resultado de la diferenciación de productos, ventajas absolutas de costo de las empresas instaladas y de las economías de escala.

En este sentido, el sector financiero se caracteriza por una variedad de posibles barreras de entrada que pueden consistir en la aplicación de requisitos de red y normalización a determinadas infraestructuras o derivarse del marco reglamentario o las prácticas bancarias. De acuerdo a la teoría, la política de competencia identifica barreras de entrada tales como abuso de posición dominante o un comportamiento coordinado de operadores históricos para excluir a nuevos operadores.

El sector bancario hondureño y particularmente el de tarjetas de pago está regulado en base a Ley por la Comisión Nacional de Bancos y Seguros, tal como ya fuera apuntado. Sin embargo, las instituciones autorizadas para prestar servicios de banca múltiple no tienen limitantes para emitir tarjetas de crédito o débito. Cabe destacar que, aunque la mayor parte de las instituciones de banca múltiple en Honduras emiten tarjetas de pago, no todas lo hacen con la misma intensidad⁴⁵, registrándose concentraciones en unos

⁴⁵ Si se diferencian los factores que podrían incidir para emitir una tarjeta de crédito, existe el riesgo crediticio que acarrea prestar el servicio de financiación; por otra parte, las tarjetas de débito son ofrecidas por las entidades bancarias como un producto adicional a los depósitos en cuentas de ahorro o corriente.

pocos emisores, lo que podría obedecer a economías de escala, tomando en consideración 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 y mantenimiento de universo de consumidores.

Por lo tanto, se pueden identificar que las barreras de entrada para el sector bancario se pueden aplicar tanto para el negocio de la emisión como adquisición de tarjetas de pago, para los bancos que deseen incursionar en este segmento del mercado financiero. Bajo este contexto, es posible deducir las posibles barreras de entrada por el lado de los bancos y los establecimientos comerciales:

Para los bancos:

- Requerimientos mínimos de capital, para el caso de una institución bancaria L. 200 millones⁴⁶, y de L. 40 millones⁴⁷ para el establecimiento de una sociedad emisora. Asimismo, 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 mercado por parte de los bancos adquirentes mejor posicionados en el mercado y con mayor experiencia en el manejo de este segmento (BAC, Atlántida y Ficohsa), afectando a los bancos adquirentes con menor participación. Esto se traduce a controlar la afiliación de establecimientos más grandes, incidiendo en los márgenes de negociación de tasas de adquisición más competitivas, desincentivando el ingreso de nuevos competidores a este segmento del mercado.
- Capacidad de nuevas instituciones de atraer una cantidad suficiente de clientes, para que las mismas sean rentables.

Para los comercios afiliados al sistema:

- Poder de negociación de la tasa de adquisición por parte de los comercios afiliados, otorgando mayores ventajas a los comercios grandes, impactando de manera negativa a los comercios pequeños, en cuanto a la capacidad de competir con mejores precios, dada una discriminación de negocios, lo que conlleva a desincentivar el ingreso de competidores potenciales a este segmento del mercado.
- Expansión del sistema de tarjetas de pago, lo que hace que los comercios estén obligados a aceptar dichas tarjetas para seguir compitiendo y manteniéndose en el mercado.
- 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 ellos la competencia entre medios de pago y entre comercios, lo que desincentiva el ingreso de los potenciales competidores.

⁴⁶ Por Resolución GE No. 721/29-04-2013 de la CNBS de fecha 29 de abril de 2013. Para mayor información visitar el siguiente enlace <http://www.cnbs.gob.hn/files/GE/Compendio2014/2013/080-2013.pdf>

⁴⁷ Ley de Tarjetas de Crédito del 23 de Octubre de 2006, Capítulo IV, Artículo 25. Para mayor información visitar el siguiente enlace <http://www.poderjudicial.gob.hn/juris/Leyes/Ley%20Tarjetas%20de%20Credito.pdf>

Por otra parte, en cuanto a los sistemas de medios de pago alternativos, vale decir, el usado mediante dispositivos móviles que utilizan dinero electrónico, se identifican *a priori*, algunas barreras que podrían disuadir de entrar a este mercado a potenciales entrantes, a saber:

- Requerimiento de capital para constituir una INDEL, el cual no podrá ser inferior a L. 30.0 millones.
- Medidas regulatorias relacionadas con el establecimiento de límites en cuanto a los saldos máximos que deben ser registradas en las billeteras electrónicas, así como de los montos de las transacciones acumuladas mensualmente que se reciban en dichas billeteras electrónicas.

VII. Conclusiones

1. Del Funcionamiento del Mercado de las Tarjetas de Pago

- 1.1** El mercado de las tarjetas de pago, se caracteriza por ser un mercado de dos partes o de dos lados, donde participan además de los tarjeta-habientes y comercios, dos tipos de plataformas: cerrada (unitaria) y abierta (multilateral).
- 1.2** El sistema de puntos de venta POS bajo el cual funciona el mercado de tarjetas de pago, está recientemente mostrando innovaciones en el mercado nacional, mediante la introducción del sistema mPOS (punto de venta móvil).
- 1.3** En el sistema de medios de pago, se identifican otros medios de pago alternativos al de las tarjetas de pago, vale decir, el de los medios de pago mediante dispositivos móviles que utilizan dinero electrónico (i.e. INDEL, Tigo Money) que estarían mostrando algún grado de competencia dentro de este mercado.

2. De la Tasa de Intercambio y la Tasa de Adquirencia

- 2.1** La tasa de intercambio o tasa multilateral de intercambio evita negociaciones bilaterales las que podrían generar trato discriminatorio y barreras a la competencia de nuevos entrantes.
- 2.2** 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 representaría un incentivo a los bancos emisores para que sigan emitiendo tarjetas.

3. De la Concentración del Mercado

- 3.1** El mercado de las tarjetas de crédito en cuanto al stock de tarjetas en circulación para las marcas Visa, Mastercard y American Express en su conjunto, revelan resultados que sugieren la existencia de un mercado moderadamente concentrado, con base a los estándares internacionales.
- 3.2** Tomando en cuenta como variable el mercado de las tarjetas de crédito, con base a la cartera que poseen los bancos tanto en moneda nacional como

extranjera, los resultados obtenidos del HHI evidencian que dicho mercado se encuentra altamente concentrado. Estos elevados grados de concentración, advierten la necesidad de vigilar de cerca el comportamiento de dicho mercado, el cual funciona bajo una estructura de tipo oligopólica.

- 3.3 Con relación a las tarjetas de débito, se visualiza en cuanto al stock, un mercado desconcentrado, ya que el HHI no supera los 1,500 puntos. Se observa una tendencia hacia la baja en el HHI, respecto al periodo 2013 -2014 lo que podría responder a las estrategias de mercado al colocar este tipo de tarjetas y a la facilidad que representa obtener una tarjeta de débito, a diferencia de las de crédito.
- 3.4 De igual manera, el HHI fue calculado con base a las transacciones que se realizan con tarjeta de débito con fondos en cuenta de ahorro, cheque y a plazos, lo cual registró un mercado moderadamente concentrado.

4. De las Tasas de Interés

- 4.1 Mercado regulado por el Banco Central de Honduras (BCH) y la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS). El establecimiento y regulación de tasas serán realizadas por el BCH, cuando se determine la no existencia en el sector de garantías de libre competencia, de acuerdo a informe de la CDPC.
- 4.2 Del análisis realizado, se determinó que, las tarjetas de crédito muestran tasas de interés elevadas, y en algunos casos a pesar de que las tarjetas posean características similares (mismo tipo de tarjeta, membresías gratis, acceso a programas de lealtad, entre otros), existe variabilidad de tasas entre ellas.
- 4.3 Existe una fuerte correlación entre las tasas de interés de las tarjetas de crédito con el promedio del sistema bancario, que indica una importante correspondencia con las tasas de algunos bancos. Esta alta correlación podría afectar la competencia, no obstante debe tomarse en cuenta en el análisis la existencia de otros factores, tal como la heterogeneidad en el producto ofrecido a los tarjeta-habientes, en cuanto a tipos de tarjeta y los beneficios que cada una de ellas ofrece.
- 4.4 De acuerdo, al modelo de Ausubel replicado en el mercado de tarjetas de crédito en Honduras, se observa una posible afectación a la competencia, si se considera el dinamismo de este mercado, debido a que los costos marginales no se traspasan en el corto plazo a las tasas de interés, obteniendo valores muy cercanos a cero en todos los ejercicios realizados.
- 4.5 Por otra parte, en Honduras con las reformas a la Ley de Tarjetas de Crédito realizadas en el año 2013 se facilita la cancelación de los contratos de la deuda de tarjeta de crédito a los tarjeta-habientes, ya que se adiciona en dicha reforma específicamente en el Artículo 32, la posibilidad de convertir la deuda que un usuario tiene en tarjeta de crédito en un préstamo personal.
- 4.6 No obstante, pese a los avances que se han realizado con dichas reformas, actualmente Honduras no cuenta con una política de portabilidad de deuda de tarjetas de crédito, es decir, la opción que le permite al cliente de un banco

reducir sus pagos trasladando las deudas que mantiene con él a otra tarjeta de crédito que le ofrezca mejores beneficios.

5. De la Regla de No Sobrecargo

- 5.1** La aplicación de la “Regla de No Sobre Cargo o No Discriminación de Precios”, a *priori* estaría afectando 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.

6. De las Centrales de Riesgo y Burós de Crédito

- 8.1.** No obstante el funcionamiento de la central de riesgos y burós de crédito privados en el país, se observa un escaso nivel de correspondencia en el comportamiento esperado de las tasas de interés, en contraste con la tendencia observada en las variables relacionadas con la disminución de la cartera de mora crediticia y el aumento de la colocación de montos dentro de la cartera total en el mercado de tarjetas de crédito (sobre endeudamiento).
- 8.2.** Se pudo detectar que las plataformas informativas estarían facilitando ciertas situaciones relacionadas con posibles restricciones a la libertad de acceso, al principio de Igualdad Jurídica, así como perjuicios al bienestar de los titulares de la información crediticia incluyendo: i) la sobre colocación de créditos en relación a la capacidad real de endeudamiento de los titulares de la información crediticia; ii) perjuicios causados por errores, inexactitudes, información incompleta y/o desactualizada; iii) menor grado de acceso y cantidad de información por parte de los tarjetahabientes respecto a la que pudieran obtener las instituciones financieras (asimetría de información), y; iv) castigo desproporcional a los titulares de información, en relación al tiempo de permanencia de la información crediticia negativa.

7. De las Barreras de Entrada

- 7.1** En cuanto a barreras, las mismas aplican para el sector bancario, tanto para el negocio de la emisión como la adquirencia, con incidencias en los bancos que deseen incursionar en este segmento del mercado financiero, y refieren a aspectos de tipo estructural y de comportamiento.
- 7.2** Asimismo, se identifican barreras de tipo regulatorio para el establecimiento de las INDEL, y que refieren al capital requerido para la formación de la misma; así como al establecimiento de límites en cuanto a los saldos máximos que deben ser registradas en las billeteras electrónicas, y para los montos de las transacciones acumuladas mensualmente que se reciban en dichas billeteras electrónicas.

VIII. Recomendaciones

1. Sobre las Tasas de Intercambio y Adquirencia

- 1.1 Establecer los criterios y mecanismos a fin de incluir una mayor cantidad de categorías de comercios en los porcentajes más bajos de las tasas de intercambio, con esto se reduciría el número de establecimientos comerciales que tienen que cubrir las tasas más altas.
- 1.2 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, aún dentro de una misma categoría, distinguiéndolos por su volumen de ventas y/o poder de negociación.

2. Respecto a las Tasas de Interés

- 2.1 Adaptar las tasas de interés de acuerdo a las características del mercado, de manera que permitan proveer los elementos necesarios que resulten atractivos para los potenciales solicitantes de crédito y la confianza para los ahorrantes, por lo que requiere abonar esfuerzos hacia una adecuada regulación y condiciones de competencia efectiva.
- 2.2 Flexibilizar las tasas de interés de las tarjetas de crédito, al vincular el costo con la tasa de interés que cobren, lo que permitiría mejores oportunidades de competencia en el mercado.
- 2.3 Implementar una estrategia de portabilidad de deudas de tarjetas de crédito, que pueda generar una mayor competencia en el mercado y que contribuya no solo a captar nuevos suscriptores, sino a que el deudor tenga mejores condiciones, en términos de tasas de interés más reducidas, mejores plazos, entre otras.
- 2.4 Implementar un mecanismo dentro de una plataforma on-line, que permita al tarjetahabiente conocer su historial crediticio y opciones en tarjetas de crédito que pueda tener en otros bancos, conforme a su perfil crediticio.

3. Respecto a la Regla de No Sobre Cargo

- 3.1 Que el ente regulador valore impulsar la derogación del artículo No. 44 de la Ley de Tarjetas de Crédito que incluye la “Regla de No Sobre Cargo o No Discriminación de Precios”, como medida regulatoria que estaría *a priori* afectando 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.

4. Respecto a las Centrales de Riesgo y Burós de Crédito

- 4.1 Que se vea reflejado un traslado de eficiencias en términos de menores tasas de interés, producto de la disminución de los costos en que incurran los bancos, derivado de menores riesgos crediticios que puedan estar reportando, dado el conocimiento del mercado obtenido.

- 4.2** Que existan suficientes garantías a favor de los titulares de la información crediticia para que se administre o gestione de manera adecuada dicha información, particularmente, ante la detección de una omisión, error o irregularidad en la misma.
- 4.3** Que los tiempos de permanencia de la información crediticia negativa estén en correspondencia con el monto total adeudado. Dicha correspondencia deberá reflejar que a mayores montos el tiempo de permanencia sea mayor, y de manera gradual que montos menores signifiquen menores tiempos de permanencia. Lo anterior puede contribuir a mejorar las libertades de acceso a nuevos créditos por parte de los tarjeta-habientes que, en cumplimiento de sus obligaciones, se beneficien de una permanencia gradual de su información negativa, en correspondencia al monto total cancelado.
- 4.4** Que se reduzcan las asimetrías de información en la Central de Riesgos, a efecto de que le permita a los usuarios financieros acceder a los datos del sistema financiero, especialmente lo que refiera a la oferta de tarjetas de crédito que incluya los precios (tasas de interés), beneficios, y otras condiciones; y de igual manera, se reduzca la sobre colocación de créditos en relación a la capacidad real de endeudamiento de dichos usuarios financieros.

5. En Cuanto a los Medios de Pago a Través de Dinero Electrónico

- 5.1** Considerar remover aquellas barreras que podrían limitar la expansión de los medios de pago alternativos, bajo la modalidad de dinero electrónico, a efecto de que los mismos puedan competir a futuro con mayor agresividad en relación a los ya existentes, proveyendo al usuario otras opciones de pago que le resulten más beneficiosas (ver acuerdo No. 01/2016 del Banco Central de Honduras).

6. Recomendación Final

- 6.1** A efecto de hacer más eficiente el desarrollo de los estudios que permitan conocer la estructura y comportamiento de los mercados, que a la vez arrojen recomendaciones propositivas orientadas a mejorar el funcionamiento de tales mercados, tal es el caso de las tarjetas de pago (crédito y débito), se requiere que las instituciones involucradas directa e indirectamente en dichos mercados, proporcionen la información que sea solicitada por esta Comisión en tiempo y forma

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 Central de Honduras, (2010-2014). Memoria Institucional. Recuperado de, <http://www.bch.hn/>.

Banco Central de Reserva de El Salvador, (2011). Un análisis de la competencia en el sub-mercado de tarjetas de pago desde la perspectiva de la organización industrial.

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.

Comisión Nacional de Bancos y Seguros (2006). Ley de tarjetas de crédito. Recuperado de, http://www.cnbs.gob.hn/files/leyes/Ley_Tarjetas_Credito.pdf

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.

E. Weiner, Stuart; Wright Julian (December 2005). "Interchange Fees in Various Countries: Developments and Determinants". Review of Network Economics.

European Commission, Competition DG (April 12, 2006). "Interim Report on Payment Cards I."(Pag 11).

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.

<http://www.banxico.org.mx/sistemasdepago/index.html>

- Levitin, Adam (September, 2007). "Priceless? The Cost of Credit Cards." Georgetown University Law Center. Business, Economics and Regulatory Policy Working Papers Series.
- 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.
- Martínez, M., (s.f.). Promoviendo la competencia en redes de tarjetas de pagos. Recuperado de, <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-161/moneda-161-03.pdf>
- Melgar, N., Pereyra, A., Rovegno, L., (s.f.) .Defensa de la competencia: un marco conceptual.
- 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.
- Tépach Marcial E., R., (2009).La regulación de la tasa de interés bancaria en el mercado de las tarjetas de crédito en México.
- Verges, J., (2011). Análisis del funcionamiento económico de las empresas, medida de la eficiencia: de la rentabilidad a la productividad.
- 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.