



Las nuevas tendencias del mercado de las tarjetas:

MÁS BENEFICIOS PARA LOS USUARIOS

Teniendo en cuenta la coyuntura reciente en relación con las tarjetas débito y crédito y considerando la complejidad y la influencia de estos sistemas en la dinámica de la economía nacional, se hace necesario entender y conocer las variables objetivas que influyen en el comportamiento de este mercado.

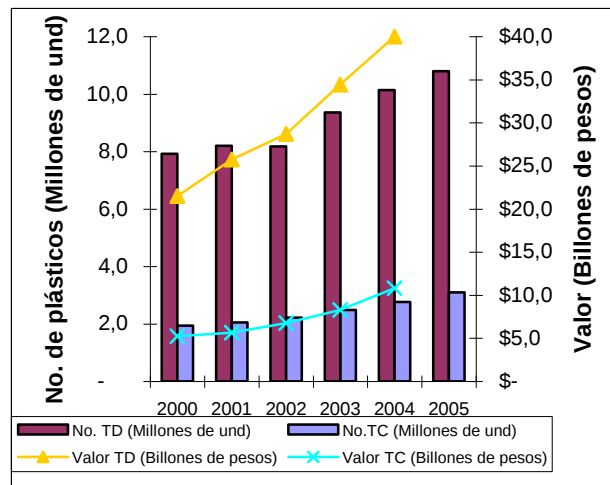
Por esta razón en la presente Semana Económica hemos considerado conveniente tratar temas como la evolución del mercado de las tarjetas en Colombia, la influencia que tienen en la economía y en los comercios, los mecanismos de fijación de precios y los beneficios y ventajas que trae el sistema tanto para comerciantes como para tarjetahabientes. Con ello buscamos aportar elementos cuantitativos y objetivos que muestren la realidad e importancia de este mercado.

Evolución del mercado de las tarjetas.

En los últimos años han aumentado la emisión de tarjetas y el monto de las transacciones realizadas por este medio. A julio de 2005 circulaban en el país más de 10.8 millones de tarjetas débito y más de 3.1 millones de tarjetas crédito, lo que representa un incremento de 10 y 5% respectivamente, en relación con el año 2004, cuando el número de tarjetas era de 10.3 millones en débito y 2.8 millones en crédito.

Después de la crisis económica del país, entre 1998 y 2000, el mercado de tarjetas ha venido en aumento. En 2004 la facturación de tarjetas débito fue de aproximadamente \$40 billones y la de tarjetas crédito de \$10,8 billones, lo cual representa un aumento del 26 y 27% respectivamente, frente a las cifras del año anterior (gráfico 1).

Gráfico 1. Evolución volumen plásticos y valor facturado



Fuente: Asobancaria

Además de otros factores, como el buen desempeño de la economía y la dinámica del sector financiero, la política del gobierno de estimular a los consumidores para que realicen sus compras con tarjetas de crédito y débito, mediante la devolución de dos puntos del IVA ha contribuido a la profundización del sistema, además de ser un mecanismo que ayuda a la formalización de la economía y a la transparencia tributaria.

A julio de 2005 se han devuelto más de 54 mil millones de pesos a los tarjetahabientes, mientras que en 2004 se devolvieron cerca de 75 mil millones.

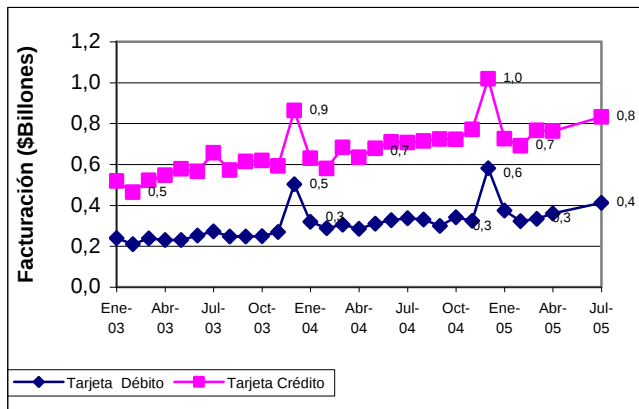
Las tarjetas en los comercios y la economía.

La evolución que ha tenido la utilización de las tarjetas como medio de pago en los comercios, refleja una tendencia positiva en los últimos años (gráfico 2).

El crecimiento del número de transacciones de compra en el año corrido, hasta julio de 2005, ha tenido un aumento de 24% en tarjeta crédito y de 18% en tarjeta débito. En cuanto

a los montos facturados los aumentos son del 19% en crédito y 20% en débito.

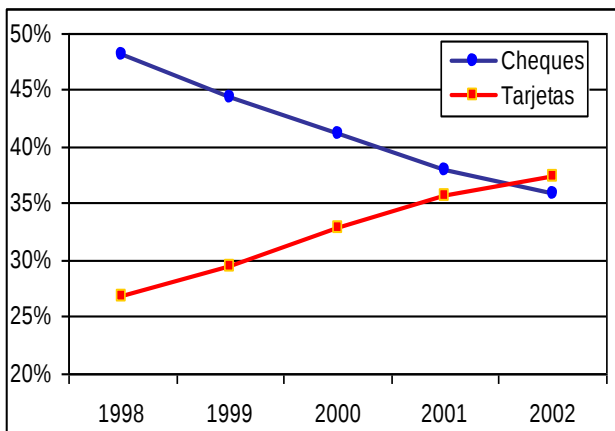
Gráfico 2. Evolución facturación (Cifras en billones de pesos)



Fuente: Redes

Este comportamiento no es exclusivo de nuestro país. De acuerdo con un estudio realizado por el Banco Mundial en varios países desarrollados¹, en sólo cuatro años las tarjetas superaron al cheque como el medio preferido a la hora de realizar operaciones y la tendencia que se observa es de un mayor crecimiento. (gráfico 3).

Gráfico 3. Participación transacciones de pago con cheques vs. pagos con tarjetas*

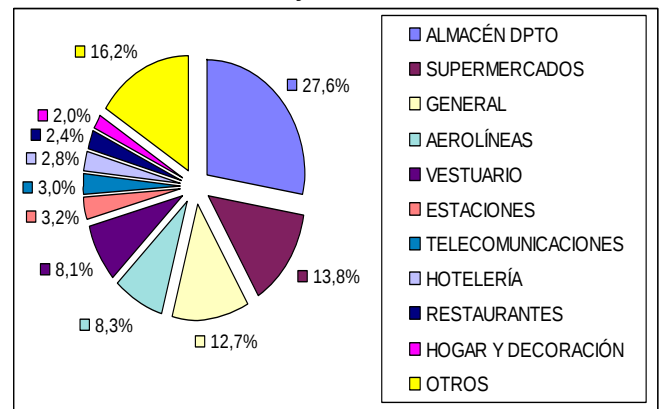


Fuente: BIS; Participación excluyendo el efectivo como medio de pago *Incluye sólo pagos con medios diferentes al efectivo.

¹ Statistics on payment and settlement systems in selected countries. Committee on Payment and Settlement Systems. Bank for International Settlements. Octubre 2004.

En cuanto las categorías de comercios, los almacenes por departamento, supermercados, general, aerolíneas y vestuarios presentan una participación importante en el mercado de las tarjetas (gráfico 4).

Gráfico 4. Participación de las categorías de comercios en el mercado de tarjetas.



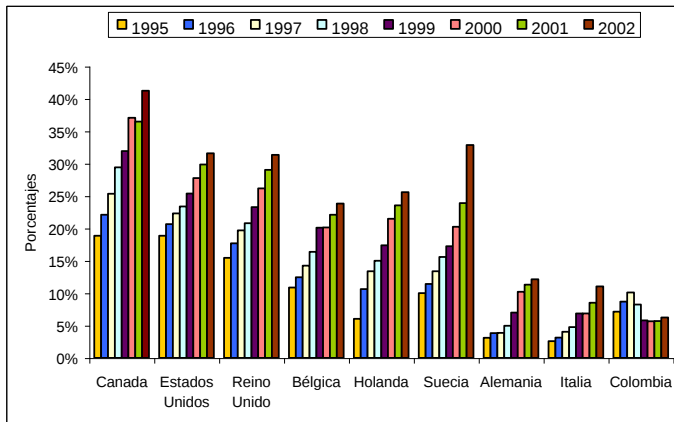
Fuente: Asobancaria

De otro lado, y dada la aprobación de cada transacción en tiempo real, el pago con tarjetas se convierte para los comercios en efectivo disponible en un plazo muy favorable para su flujo de caja. Vale la pena destacar que Colombia es uno de los países de América Latina con menor plazo de consignación (24 horas), mientras que en otros éste llega incluso a los 30 días (gráfico 7).

En cuanto a la economía, estudios realizados por la industria han encontrado una correlación positiva entre la penetración de pagos electrónicos y el crecimiento de una economía. Es posible afirmar que altas tasas de crecimiento del PIB y del consumo de los hogares se traducen en altos incrementos en las compras con tarjeta y viceversa.

En economías como Estados Unidos y países de la Unión Europea, la participación de las compras con tarjeta en el PIB y en el consumo de los hogares ha venido aumentando sistemáticamente desde mediados de los 90.

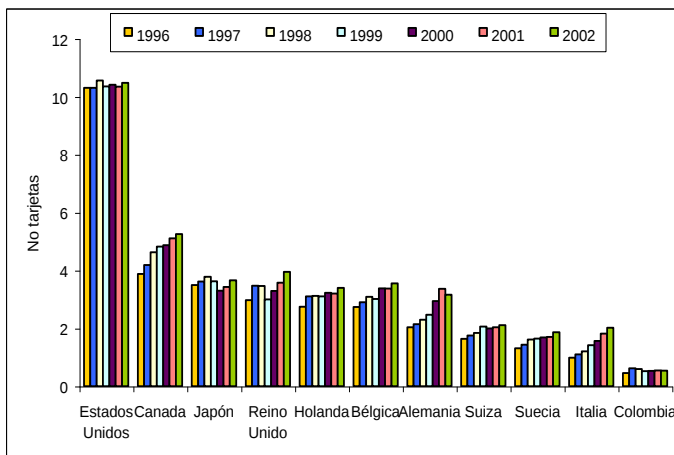
Gráfico 5. Participación porcentual de los pagos con tarjeta (débito y crédito) sobre el consumo de los hogares, países desarrollados y Colombia, 1995-2002



Fuente: Fedesarrollo

Otro indicador sobre la influencia del mercado de tarjetas en la economía es el número de plásticos emitidos por población económicamente activa. En el 2002 este indicador en Colombia era de apenas 0.54%. Como se ve en el gráfico 6, esta cifra apenas llega al 5% de la de Estados Unidos y al 27% de la italiana. Ello es muestra del camino que hay por recorrer para aumentar los indicadores de penetración del mercado de las tarjetas en nuestro país.

Gráfico 6. Número promedio de tarjetas por población económicamente activa, países desarrollados y Colombia, 1996-2002



Fuente: Fedesarrollo

Frente a América Latina

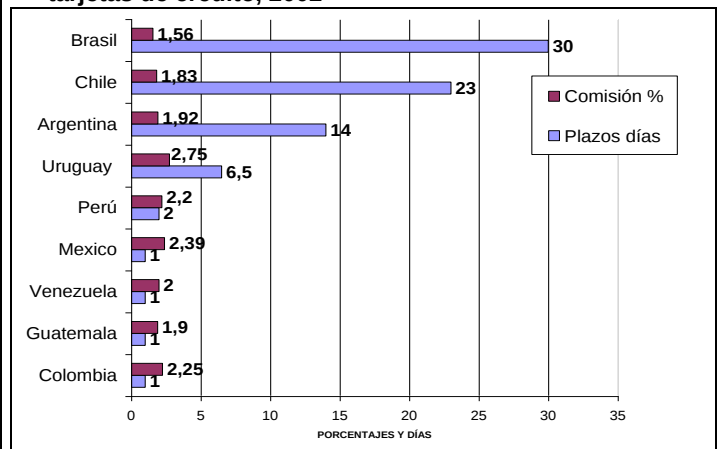
En repetidas ocasiones se ha mencionado que las tasas cobradas a los comercios en Colombia son las más altas de América Latina. Es importante tener en cuenta que para realizar este tipo de análisis es necesario hacer un análisis metodológico que permita encontrar variables de paridad de los mercados, para poder hacer comparables las tasas. Algunos de los criterios que se deben tener en cuenta son:

- ◆ Factores económicos característicos de cada país como la inflación, control de precios y devaluación, entre otros.
- ◆ Nivel de fraude
- ◆ Plazo promedio de consignación
- ◆ Infraestructura tecnológica
- ◆ El tamaño de la economía
- ◆ Y el grado de bancarización

Por estas razones compararse directamente con países como Brasil, México o Argentina resulta poco acertado.

Para ilustrar lo anterior, basta con revisar los plazos de consignación de algunos países de Latinoamérica en grandes superficies, en donde las diferencias son notables y varían de uno a 30 días (gráfico 7).

Gráfico 7. Tarifas de comisiones y plazos de consignación en grandes superficies de Latinoamérica, para tarjetas de crédito, 2002

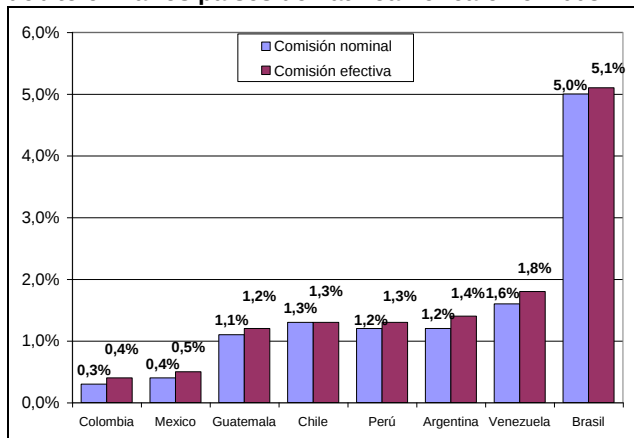


Fuente: VISA; Incluye sólo información de la marca VISA

Debe resaltarse además que en otros países, factores como la instalación y mantenimiento de los datáfonos, tienen un costo adicional para el comercio.

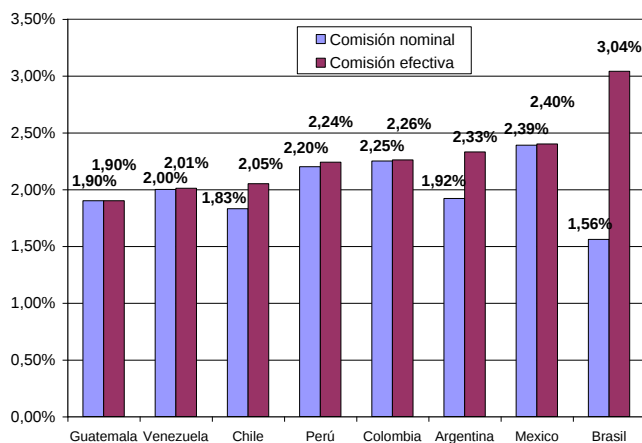
No obstante lo anterior y dado que el sector de grandes superficies es muy representativo en este mercado, veamos como se comportan las comisiones cobradas de tarjetas de débito y crédito en comparación con otros países de América Latina. Para realizar esta comparación se trabajó con tasas efectivas sobre una base común, con el fin de evitar distorsiones.

Gráfico 8. Comisiones nominales y efectivas cobradas a las grandes superficies por la utilización de tarjetas débito en varios países de Latinoamérica en el 2003.



Fuente: VISA; Incluye sólo información de la marca VISA

Gráfico 9. Comisiones nominales y efectivas cobradas a las grandes superficies por la utilización de tarjetas de crédito en varios países de Latinoamérica en el 2003



Fuente: VISA; Incluye sólo información de la marca VISA

El esquema de la “tarifa interbancaria de intercambio” (TII).

Teniendo en cuenta las necesidades de los clientes del mercado de tarjetas y acorde con la tendencia mundial en materia de comisiones a los comercios, el sector financiero colombiano implementó un cambio de modelo de precios con los establecimientos comerciales, llamado “Tarifa Interbancaria de Intercambio”, el cual entró a operar a partir de abril de este año y demandó un enorme esfuerzo operativo, tecnológico y comercial por parte de los bancos.

El principal cambio de este modelo, consistió en el mecanismo de fijación de la tarifa, el cual actualmente es realizado directamente por el banco adquirente y no por la red de tarjetas como sucedía antes de abril de 2005. Esto hace que el modelo sea más competitivo dado que cada comercio tiene la oportunidad de establecer un arreglo con cualquiera de los bancos oferentes del servicio de adquirencia.

Este sistema tiene, entre otros, los siguientes costos y gastos de operación:

- Fraude y costo de prevención del fraude
- Costo de fondos (flotante)
- Procesamiento del servicio al cliente
- Programas de incentivos y lealtad
- Promociones y mercadeo
- Costos de franquicia
- Autorización
- Comunicaciones y terminales
- Procesamiento de transacciones
- Servicios de atención al comercio
- Afiliación del comercio

Para entender mejor el sistema de la TII a continuación se grafica el esquema del flujo de operaciones (gráfico 10)

Gráfico 10. Esquema del flujo de operaciones de la TII



¿Y cuáles son las cifras de las comisiones?

En este tema no se puede hablar de una comisión única, ya que existen cuatro franquicias (MasterCard, VISA, American Express y Diners) y cada una maneja tarjeta crédito y débito, por lo cual el negocio de tarjetas es un sistema de muchas variables.

Las comisiones varían de acuerdo con el tipo del establecimiento. La siguiente tabla muestra los valores de los promedios de la comisión por algunas clases de comercio en los cuales se observa una clara diferenciación de la comisión para cada uno de ellos.

Por otra parte, se observa que con la implementación de la TII, las comisiones han disminuido, llegando a reducciones de hasta 67% en tarjeta débito y 27% en tarjeta crédito, como es el caso de los comercios ubicados en la categoría de almacenes por departamento (tabla 1).

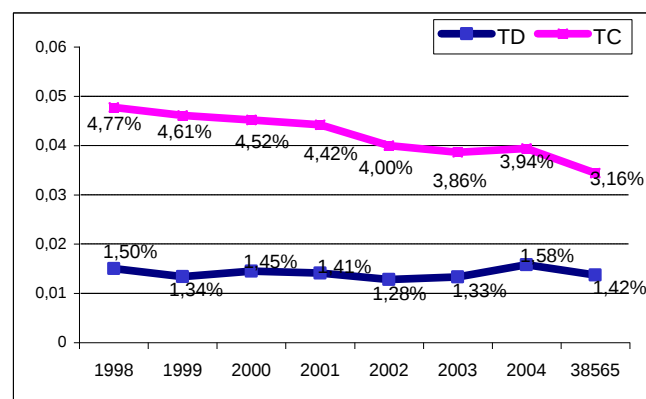
Tabla 1. Comisiones cobradas a los comercios por categorías.²

CATEGORÍA	TD % JUNIO-2004	TD % AGO-2005	TD REDUCCIÓN	TC % JUNIO-2004	TC % AGO-2005	TC REDUCCIÓN
ALMACÉN DPTO	1,73%	0,58%	67%	3,11%	2,26%	27%
SUPERMERCADOS	1,73%	0,80%	54%	3,11%	2,23%	28%
TELECOMUNICACIONES	3,62%	2,18%	40%	5,02%	3,54%	30%
DROGUERÍAS	2,77%	2,03%	27%	4,16%	3,57%	14%
AEROLÍNEAS	2,00%	1,52%	24%	3,84%	3,32%	14%
TV E INTERNET POR SUSCRIPCIÓN	3,62%	2,76%	24%	5,02%	3,74%	25%
VESTUARIO	3,26%	2,59%	20%	5,88%	4,76%	19%
GENERAL	3,26%	2,65%	19%	5,88%	4,54%	23%
HOTELERÍA	3,01%	2,47%	18%	4,81%	3,83%	20%

Considerando estos resultados, con la TII la comisión promedio actual para tarjeta débito es 1.42% y para crédito 3.16%, lo que confirma la baja de las comisiones bajo el nuevo esquema. Además las comisiones de tarjetas muestran una tendencia a la baja desde 1998, como producto, en parte, de la masificación del mercado del dinero plástico (gráfico 11).

En este punto se resalta que existen casos en los cuales la comisión es del 0%.

Gráfico 11. Evolución comisiones a comercios.



Fuente: Redes y Asobancaria.

Es necesario, también, unificar conceptos de evaluación del nuevo sistema por parte

² Los promedios de las comisiones del sector son tasas ponderadas con el peso de la facturación de cada segmento del comercio, con el fin de tener un dato más cercano a la realidad, sin embargo, al momento de tener datos genérico para el sector es necesario tener en cuenta que las tasas no son fijas y dentro de un mismo sector se pueden presentar diferentes tasas.

de los diferentes actores, ya que las cifras dadas a conocer por varios medios distan de los resultados obtenidos por la banca, los cuales se fundamentan en los cálculos contables de los ingresos por comisiones y la facturación pagada a los comercios.

De acuerdo con los estados de cuenta reportados por los bancos la comisión total cobrada a los comercios en el año es de aproximadamente \$460 mil millones, de los cuales el 85% (\$ 391 mil millones) corresponde a tarjeta crédito y 15 % a tarjeta débito (\$69 mil millones).

Ventajas y beneficios del uso de las tarjetas para los comercios.

Son muchos los beneficios y ventajas que brinda el uso del dinero plástico a los comercios, ya que les permite incrementar ventas y aumentar su utilidad. Gracias a este sistema se facilita el acceso a nuevos clientes, nacionales e internacionales, y se disminuyen los costos por manejo de cheques y efectivo, eliminando procesos como la gestión de cobro, mantenimiento de cajas de seguridad y transporte de efectivo.

En el caso de tarjeta de crédito, el servicio que está contratando el establecimiento le ofrece la seguridad de que la venta está respaldada por un cupo de crédito otorgado por un emisor, que asume el riesgo y los costos de no pago.

Por otra parte, la seguridad es superior para todos los agentes frente al hecho de tener que manejar efectivo o cheque en donde las posibilidades de fraude son mayores y la disponibilidad de recursos para el establecimiento en el último de estos instrumentos es en mayor tiempo.

Beneficios para los tarjetahabientes

El principal beneficio que ofrecen las tarjetas débito son la disponibilidad de recursos a través de oficinas, call centers, POS (puntos de venta) y cajeros automáticos nacionales e internacionales. En el caso de las tarjetas crédito sus ventajas tienen que ver con el otorga-

miento de un cupo de crédito automático y otras como:

- a) Avances en efectivo en el exterior.
- b) Seguro de viajes.
- c) Acceso a servicios de reservas de pasajes aéreos y hoteles, planes de viajes.
- d) Facturación en dólares en el exterior.
- e) Seguro de deuda que garantiza al tarjetahabiente el pago de la deuda que tenga con su tarjeta en caso de muerte por cualquier causa o incapacidad total y permanente.
- f) Seguro de vehículo gratuito en caso de accidente automovilístico
- g) Seguro de vida gratuito en caso de accidente o enfermedad.
- h) Servicio de asistencia médica gratuito.
- i) Servicio gratuito para emergencias domésticas en el hogar del tarjetahabiente.
- j) Seguro de fraudes que protege al tarjetahabiente contra el hurto calificado, pérdida, adulteración, falsificación.
- k) Acumulación de millas o puntos para ser redimidos por pasajes aéreos, electrodomésticos, comidas y otras opciones.
- l) Las compras diferidas a un mes no tienen cobro de interés.

Conclusiones.

Las tarjetas débito y crédito continúan su tendencia creciente como medio de pago para la realización de compras en establecimientos comerciales.

Esta tendencia se percibe tanto en Colombia como en otros países desarrollados, donde este medio de pago ha superado al tradicional cheque a la hora de realizar compras.

En cuanto a la comisión que el sistema financiero cobra a los comercios, vale la pena destacar que esta varía de acuerdo con el tipo de establecimiento y en su fijación se tienen en cuenta factores comerciales, técnicos y de seguridad.

Son evidentes los beneficios que trae la masificación del mercado de tarjetas a la economía, al gobierno, a los comerciantes y por ende a los tarjetahabientes, por esta razón la banca está incrementado cada vez más sus

esfuerzos para aumentar el cubrimiento de este mercado.

Por ultimo, la comisión promedio ponderada que se cobra a los comercios ha venido disminuyendo durante los últimos años y gracias al nuevo sistema estas disminuciones son mayores. Por esta razón el sistema de la TII debe continuar su proceso de maduración con el fin de lograr los objetivos que se buscan con este modelo.