

El Indecopi publica informe preliminar sobre el mercado de tarjetas de pago para mejorar la competencia en beneficio de los consumidores peruanos

- **La Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia recibirá comentarios que aporten a este informe hasta el 15 de marzo del presente.**

La Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia (ST-CLC) del Indecopi publicó el informe preliminar del estudio de mercado “Sistemas de tarjetas de pago en el Perú” (tarjetas de crédito y débito), en el cual se analizan las condiciones de competencia existentes y propone recomendaciones para mejorar la competencia en beneficio de los consumidores. El informe preliminar se encuentra en este enlace: <https://bit.ly/2Li3TC4>

Los interesados en el tema podrán participar enviando información y sus puntos de vista relacionados con el análisis de las condiciones de competencia, con los problemas identificados y con las recomendaciones realizadas en el presente informe preliminar, a través de la Mesa Virtual del Indecopi (<https://enlinea.indecopi.gob.pe/MDPVirtual2/#/inicio>). El plazo vence el 15 de marzo del presente año.

El informe preliminar explica los diferentes actores que participan en los sistemas de tarjetas de pago: consumidores, establecimientos comerciales, las marcas de tarjetas, los emisores de tarjetas, adquirientes, facilitadores de pago y procesadores.

En el caso los consumidores, estos utilizan las tarjetas para realizar compras de bienes o servicios en los establecimientos comerciales. Las tarjetas están asociadas a determinadas marcas (Visa, Mastercard, American Express, etc.); son las marcas las que se encargan de administrar los sistemas de tarjetas de pago.

Otro actor es el emisor de las tarjetas, por ejemplo, los bancos que se encargan de entregar las tarjetas a los consumidores para su uso, mientras que los adquirientes y facilitadores de pago se encargan de contratar con los establecimientos comerciales para que acepten las tarjetas que utilizan las personas. Por último, existen empresas que proveen servicios tecnológicos de procesamiento para que se puedan realizar las transacciones asociadas con el uso de las tarjetas.

Tras definir a los actores de este mercado, el informe preliminar evalúa las condiciones de competencia en los sistemas de tarjetas de pago. Asimismo, identifica las medidas que permitirían mejorar la competencia en el sistema en beneficio de los consumidores.

¿Cuál es la situación en el Perú?

En el Perú, los adquirientes contrataban con los establecimientos comerciales para que acepten una sola marca de tarjeta. Así, los establecimientos comerciales que quisieran aceptar más de una marca de tarjeta debían contratar con varios adquirientes, lo que les generaba mayores costos.

Esta situación cambió a inicios del año 2020 cuando dos adquirientes (Niubiz e Izipay) anunciaron que podrían contratar con los establecimientos comerciales para que acepten más de una marca de tarjetas, específicamente las marcas Visa y Mastercard.

De otro lado, se encontró que en los contratos entre los adquirentes y los establecimientos comerciales se establecía que estos no pueden cobrar distintos precios a los consumidores que pagan con efectivo o con tarjetas. Esta exigencia podría afectar la competencia entre distintos medios de pago.

Otra característica observada es que algunas marcas, emisores, adquirentes, procesadores y facilitadores de pago pertenecen a un mismo grupo empresarial, lo que podría generar problemas o retrasos para la entrada de otros agentes que no sean parte del grupo.

Asimismo, un precio relevante en este mercado es la tasa de intercambio, que son montos pagados por los adquirentes a los emisores. En Perú, este precio ha empezado a ser fijado por las marcas de tarjetas a partir del año 2020.

Recomendaciones

Considerando el análisis de las condiciones de competencia y lo observado en otros países, la ST-CLC realizó recomendaciones que permitan una mayor competencia, en beneficio de los consumidores.

Por ejemplo, recomienda, entre otros aspectos, que los agentes eliminen o cambien aquellas reglas que podrían afectar la competencia y que establezcan procedimientos que garanticen un trato similar a agentes que no pertenecen a su grupo empresarial. Asimismo, se recomienda al Banco Central de Reserva del Perú que recolecte y publique información que permita monitorear el comportamiento de este mercado.

Estas recomendaciones buscan que se promueva una mayor intensidad competitiva entre los agentes del mercado, generando menores costos a los comercios por el acceso al sistema de tarjetas de pago, favoreciendo así a los negocios medianos y pequeños. De esa manera, los menores costos que enfrentarían los comercios se podrían trasladar a los consumidores, permitiéndoles obtener los beneficios de una mayor competencia.

Lima, 05 de febrero de 2021

Glosario:

Adquirente: Es el agente encargado de afiliar a los comercios para que estos acepten pagos con tarjetas de los consumidores a través de un punto de venta (físico o virtual) como pueden ser los POS. Por ejemplo, en Perú se tiene a la Compañía Peruana de Medios de Pago S.A. o Niubiz.

Emisor: Es una institución financiera o no financiera que emite tarjetas (crédito, débito o prepago) para uso de las personas (tarjetahabientes) como medio de pago en los comercios. Por ejemplo, en Perú se tiene al Banco de Crédito del Perú (BCP), al Interbank, entre otros.

Marcas de tarjetas: Es el agente que ofrece la infraestructura encargada de procesar las transacciones, establecer los estándares operacionales y comerciales que permiten el funcionamiento del sistema de pagos y realizar cierto nivel de investigación y desarrollo para mejorar la red de pagos. Por ejemplo, marcas como Visa, Mastercard, American Express, Diners, entre otras.

Procesador de pagos: Son agentes proveedores de servicios tecnológicos e información necesaria a los adquirentes para la captura y procesamiento de pagos a través de terminales. En Perú se tiene, por ejemplo, a Procesos de Medios de Pago S.A. o PMP, quien ofrece servicios de procesamiento.