

Unclassified

Spanish - Or. English

6 September 2021

**DIRECTORATE FOR FINANCIAL AND ENTERPRISE AFFAIRS
COMPETITION COMMITTEE**

**LATIN AMERICAN AND CARIBBEAN COMPETITION FORUM (Spanish version) FORO
LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE DE COMPETENCIA - Sesión III: La competencia y
las tasas de intercambio de las tarjetas de pago**

- Contribución de Perú -

20-22 de septiembre de 2021

Se hace circular el documento adjunto elaborado por Perú PARA SU DEBATE en la Sesión III del Foro Latinoamericano y Del Caribe de Competencia que se llevará a cabo los días 20-22 de septiembre reunión virtual por Zoom.

Sra. Lynn ROBERTSON, Experta en Competencia [Correo electrónico: lynn.robertson@oecd.org]

JT03480492

Sesión III: La competencia y las tasas de intercambio de las tarjetas de pago

Servicios de pagos con tarjeta

– Contribución de Perú –*

1. Los agentes económicos pueden recurrir a distintos medios de pago para realizar sus transacciones. Entre los medios utilizados se tienen al efectivo, las tarjetas, los cheques, las transferencias bancarias, entre otros. En Perú, al 2019, el efectivo es el medio de pago más importante utilizándose en el 85% de las compras realizadas¹. Por su parte, dentro de los medios de pago diferentes al efectivo, las tarjetas de crédito y débito agrupaban el 61% del total de transacciones realizadas durante el año 2017, seguidos por las transferencias bancarias con el 35%².
2. Las tarjetas de crédito y débito se pueden utilizar a través de un gran número de canales de pago físicos o virtuales entre los que se encuentran los terminales de venta o POS, banca móvil, páginas web, entre otros. Por su parte, las transferencias bancarias también se pueden utilizar a través de canales de pago físicos, con el uso de billeteras electrónicas³, o virtuales a través de la banca móvil.
3. A pesar de que las transferencias bancarias pueden ser un medio de pago alternativo a las tarjetas, especialmente con las billeteras electrónicas, su uso enfrenta ciertas restricciones que no poseen las tarjetas. Por ejemplo, estas billeteras están asociadas a una cuenta bancaria, poseen un límite máximo para las transacciones realizadas (entre S/ 500 y S/ 1 500 al día), y algunas requieren que el consumidor y el comercio posean una cuenta en la misma entidad para realizar la transacción. Asimismo, diversos agentes (adquirentes y facilitadores de pagos) ofrecen a los comercios la aceptación conjunta de tarjetas y billeteras electrónicas, mostrando que uso sería complementario.
4. En Perú, los pagos con tarjetas han presentado un importante dinamismo en los últimos años, observándose un crecimiento de 60% y 51% en el número y el valor de las transacciones procesadas, entre el 2015 y 2020. Este crecimiento se ha visto afectado por el impacto de la pandemia por el Covid-19 durante el 2020 (Gráfico 1).

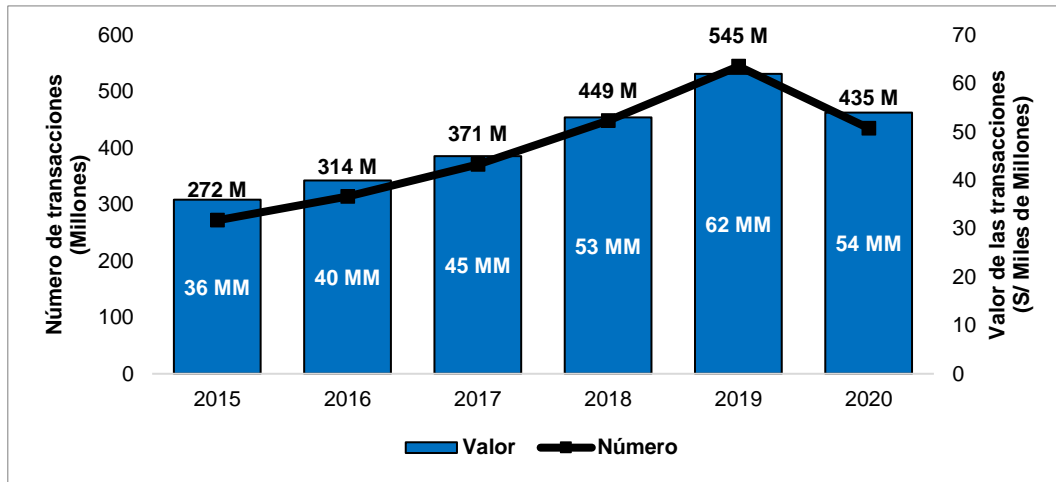
* Este documento ha sido elaborado por la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia. Las opiniones presentadas en este documento no reflejan necesariamente la posición del Indecopi.

¹ BBVA (2019). ¿Cuál es el futuro del efectivo y otros medios de pago en el Perú? 04 de julio de 2019. Disponible en <https://www.bbva.com/es/pe/cual-es-el-futuro-del-efectivo-y-otros-medios-de-pago-en-el-peru/> (Última visita 18 de agosto de 2021).

² ASOCIACIÓN DE BANCOS DEL PERÚ - ASBANC (2017). Reducción del uso del dinero en el Perú. Disponible en <https://www.asbanc.com.pe/prensa/Reduccion-del-uso-del-dinero-en-efectivo-en-el-Peru.pdf> (Última visita 18 de agosto de 2021).

³ Como las billeteras Yape, del Banco de Crédito del Perú o Lukita del Banco BBVA Perú.

Gráfico 1. Evolución de los pagos con tarjeta en Perú, 2015 - 2020



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP)

Elaboración: Indecopi

5. Consciente de la importancia que los servicios de pagos con tarjetas tienen en el mercado, el Indecopi publicó, en febrero de 2021, el informe preliminar del estudio de mercado de los servicios de pagos con tarjetas que contenía un análisis de las condiciones de competencia en las que se prestan estos servicios, los problemas de competencia identificados y las recomendaciones que buscan mejorar la eficiencia del mercado en beneficio de los consumidores.

6. En el Perú operan las marcas Visa, Mastercard, American Express, Diners, entre otras. Al 2020 la marca Visa es la más importante (69% de tarjetas de crédito y 79% de débito) seguida por Mastercard (19% crédito y 21% débito). En el lado emisor, a julio de 2021, existen 31 empresas bancarias y financieras que emiten tarjetas de diferentes marcas.

7. En el lado adquirente, hasta el 2019 existía un modelo de adquirencia por marca. Las marcas (Visa o Mastercard) habían otorgado licencia de adquirencia a un solo adquirente (Visa a Niubiz y Mastercard a PMP); sin embargo, desde enero de 2020 Niubiz y PMP tienen licencia de las marcas Mastercard y Visa, marcando el inicio del modelo de adquirencia multimarca. De igual forma que en el lado emisor, en el lado adquirente Visa ha sido la marca más utilizada, con el 82% del valor de las transacciones realizadas en 2019, seguida por Mastercard con 11%.

8. La adquirencia multimarca habría generado un cambio en el mercado. Se observa que Niubiz redujo su participación, en el valor de las transacciones, pasando de 94% a 79% en débito y de 78% a 74% en crédito entre 2019 y 2020. Por su parte PMP incrementó su participación de 6% a 21% en débito y de 11% a 14% en crédito, en ese periodo.

9. Asimismo, se observa que entre 2015 y 2019, las tasas de descuento promedio ponderada, cobrada por los adquirentes muestran una tendencia decreciente. Las tasas de Niubiz disminuyeron de 2,55% a 2,37% y las de PMP se redujeron de 3,18% a 2,96%. A pesar de esta reducción, dichas tasas resultarían ser elevadas respecto a las tasas observadas en otros países de la región como Colombia y México.

10. Por su parte, en el mercado existe otro agente denominado facilitador de pagos, que afilia comercios para la aceptación de tarjetas, a nombre de los adquirentes, especializándose en comercios con bajo volumen de ventas. Desde su aparición, estos facilitadores ofrecían la posibilidad a los comercios de aceptar tarjetas de todas las marcas mediante un solo contrato y terminal. Así, para ellos resulta importante establecer contratos con los adquirentes de todas las marcas. A junio del año 2019 el 30% del valor de las transacciones realizadas a través de los facilitadores de pago fueron recibidas por Izipay, de propiedad de PMP, seguida de PayU (29%) y VendeMás (18%), de propiedad de Niubiz.

11. Además, existen dos agentes procesadores de pago, que también brindan el servicio de adquirencia, Niubiz y PMP. Originalmente Niubiz se encargaba de procesar únicamente sus propias transacciones (solo de la marca Visa), mientras que PMP, el del resto de adquirentes y marcas. Sin embargo, a inicios del año 2020, con el modelo de adquirencia multimarca y negociaciones entre los agentes, tanto Niubiz como PMP procesan las transacciones de todos los adquirentes y marcas.

12. Por otro lado, la adquirencia multimarca también habría generado un cambio en la forma de determinación de la tasa de intercambio. Hasta el 2019 la tasa de intercambio se fijaba a través de una negociación multilateral ente el adquirente y los emisores de cada marca, generando en una tasa de intercambio cercana al 80% de la tasa de descuento, sin mostrar mayor diferenciación entre tipo de tarjeta o categoría de comercio desde donde se origina la transacción.

13. Sin embargo, en el contexto de la implementación del modelo de adquirencia multimarca en el Perú, esta forma de definición ha cambiado, siendo fijada ahora por las marcas de tarjetas; observándose que la nueva forma de fijación incluye la diferenciación en las tasas de intercambio entre tipo de tarjeta, categoría de negocio, entre otros.

14. Finalmente, la regulación de los servicios de pagos con tarjetas es realizada de manera compartida entre la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, quien regula la seguridad, el manejo de operaciones fraudulentas y el contenido mínimo de los contratos entre tarjetahabientes y emisores y, de otro lado, el Banco Central de Reserva, quien puede recabar determinada información sobre la naturaleza y volumen de las operaciones, la funcionalidad y las medidas de control de los riesgos de los agentes.

15. El informe preliminar del estudio de mercado de los servicios de pagos con tarjetas elaborado por el Indecopi encontró elementos que podían generar problemas en la competencia. Al respecto, una característica de estos servicios, en el Perú, es la existencia de relaciones verticales de propiedad entre las marcas, emisores, adquirentes, procesadores de pago y facilitadores de pago. Específicamente se observó que: (i) Visa formaba parte del accionariado de Niubiz; (ii) tres adquirentes poseían accionistas (bancos) comunes; (iii) los dos procesadores de pagos eran de propiedad de adquirentes; y (iv) dos facilitadores de pagos eran de propiedad de adquirentes.

16. Estas relaciones de propiedad entre Visa y Niubiz podrían afectar los incentivos de la marca para otorgar licencias a otros adquirentes, afectar la prestación de los servicios de compensación y liquidación y el potencial acceso a información de marcas competidoras.

17. Las relaciones de propiedad entre los emisores (bancos) y los adquirentes podrían generar potenciales traspasos de información entre agentes competidores por la presencia de accionistas y directores comunes.

18. Finalmente, las relaciones de propiedad entre adquirentes, procesadores y facilitadores de pagos podrían afectar los incentivos para la prestación de servicios, por ejemplo de procesadores de pagos a adquirentes no vinculados; y que algunos agentes se encuentren en desventaja por la falta de acceso a información de tasas relevantes en el mercado.

19. En ese sentido, el informe planteó diversas recomendaciones a los agentes en el mercado y entidades de la administración pública para mejorar la competencia en el mercado. Específicamente se recomendó a Visa que establezca un procedimiento para el otorgamiento de licencia y la prestación de servicios a adquirentes no vinculados que sea neutral, no discriminatorio, oportuno, con información plena, no restrictivo y público, además de establecer medidas para evitar acceder y utilizar información confidencial y privilegiada a la que tiene acceso Niubiz; de manera alternativa, se realizaron recomendaciones que debería seguir Visa en caso quiera desligarse de la administración de Niubiz o vender sus acciones en ella.

20. Por su parte, se recomendó a los adquirentes, facilitadores y procesadores de pagos que establezcan un procedimiento para que la prestación de servicios a agentes no vinculados sea neutral, no discriminatoria, oportuna, con información plena, no restrictiva y pública. Asimismo, se recomendó al Banco Central de Reserva que establezca un procedimiento para la recolección y publicación de información relevante para mejorar el funcionamiento del mercado y evaluar el comportamiento futuro de este.

21. Finalmente, Indecopi interactúa estrechamente con otras instituciones de la administración pública que supervisan o regulan los servicios de pagos con tarjetas, incentivando la cooperación entre instituciones. En ese sentido, Indecopi y el Banco Central de Reserva realizaron coordinaciones y reuniones para mejorar el acceso a la información relevante sobre estos servicios para la elaboración del estudio de mercado. Asimismo, Indecopi y la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP vienen participando en un grupo de trabajo del Comité de Inclusión Financiera cuyo objetivo es promover la libre competencia en los mercados de servicios financieros.